

## معالجة وسائل الإعلام المصرية (التقليدية والحديثة) للمبادرات الرئاسية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحوها "مبادرة حياة كريمة نموذجاً"

د. رشا عادل لطفي\*

د. شاهدة عاطف\*\*

### ملخص البحث:

سعت هذه الدراسة إلى رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري ، وتفاعله مع المبادرات الرئاسية بشكل عام ، ومبادرة حياة كريمة بشكل خاص ، علي مستوي متغيرات ( كثافة الاستخدام ، والثقة ، والاعتماد) ، والأطر التفسيرية المطروحة لمعالجتها من خلال مقارنة طبيعة المعالجة في الوسائل عينة الدراسة لهذه المبادرة ، كما هدفت إلي رصد وتحليل الأطر التفسيرية التي طرحتها (وسائل الإعلام محل الدراسة) في معالجتها لدور الدولة في تنفيذ المبادرات الرئاسية المتعلقة بالتنمية، ورصد عادات وأنماط متابعة أفراد العينة (لجهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة) عبر الوسائل الإعلامية عينة الدراسة ، تسعى الدراسة الحالية إلي الإجابة علي تساؤل رئيسي وهو : ما طبيعة معالجة وسائل الاعلام التقليدية والحديثة لدور الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة ؟ وما هي اتجاهات الرأي العام المصري نحوها؟، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري علي نظرية الأطر الخبرية ، وهي من الدراسات الوصفية التحليلية ، التي استعانت بمنهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي ، واستخدمت الدراسة بعض الأدوات لجمع البيانات منها: الاستبيان ، و تحليل المضمون، كما استعانت بالتحليل السميولوجي ، اتخذت الدراسة من الجمهور العام المصري عينة لها ، كما وقع اختيار الباحثان وفق لدراسة استطلاعية مسبقة علي موقع اليوم السابع و علي قناة cbc ، وجاءت أبرز نتائج الدراسة كالتالي : كانت اتجاهات الرأي العام المصري ايجابية مؤيدة للمعالجة التي تتم عبر وسائل الإعلام والخاصة بالمبادرة، كانت كل من مبادرتي حياة كريمة و 100 مليون صحة في الترتيب الأول من حيث المبادرات الرئاسية التي تتابعها عينة الدراسة، تُشير نتائج تحليل المضمون إلي أن قناة cbc في تغطيتها لأخبار مبادرة حياة كريمة كانت قد اعتمدت علي المواطنين الموجودين ف مناطق التنفيذ بنسبة(21%) ، ثم المحافظيين والتنفيذيين بنسبة(18.9%) وهو ما يظهر اهتمام القناة بالمصادقية في عرض الأخبار الخاصة بالمبادرة، احتلت فئة البيانات والأرقام المرتبة الأولى بين آليات البرهنة المنطقية في اليوم السابع بنسبة70.4% حيث قدمت اليوم السابع غالبية المواد الإخبارية مدعمة نصوصها بالبيانات والأرقام وظهر ذلك بوضوح في جميع المواد الخبرية الخاصة برصد عدد المشروعات و تكلفتها ونسب الانجاز وأعداد المتطوعين والمشاركين و نسب الانتهاء من المشروعات وخطط التنفيذ .

\* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف  
\*\* مدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة بني سويف

**The Egyptian media's treatment (traditional and modern) of presidential initiatives and their role in shaping public opinion trends towards them "Haya karima" as a model**

**Abstract**

This study sought to monitor and measure the trends of Egyptian public opinion, and its interaction with the presidential initiatives in general, and the initiative of a decent life in particular, at the level of variables (intensity of use, trust, and dependence), and the explanatory frameworks offered to address them by comparing the nature of treatment in the means of the study sample for these The initiative, and also aimed to monitor and analyze the explanatory frameworks put forward by (the media under study) in addressing the state's role in implementing the presidential initiatives related to development, and monitoring the habits and patterns of follow-up by the sample members (for the state's efforts in implementing a decent Haya karima). Through the media as a sample of the study, the current study seeks to answer a main question: What is the nature of the traditional and modern media's treatment of the state's role in implementing a decent life initiative? And what are the trends of Egyptian public opinion towards it?, and the study relied in its theoretical framework on the theory of news frameworks, which is one of the descriptive and analytical studies, which used the media survey method, both descriptive and analytical, and the study used some tools to collect data, including: questionnaire, and content analysis, and it also used By semiological analysis, the study took a sample from the Egyptian public, and the two researchers were chosen according to a prior exploratory study

On the Seventh Day website and on the CBC channel, the most prominent results of the study were as follows: The Dignified Life Initiative and the 100 Million Health Initiative ranked first in terms of presidential initiatives followed by the study sample, The results of the content analysis indicate that cbc channel, in its coverage of the news of the Good Life Initiative, relied on the citizens present in the implementation areas at a rate of (21%), then the governors and executives at a rate of (18.9%), which shows the channel's interest in

credibility in presenting the news of the initiative, The data and numbers category ranked first among the logical proof mechanisms on the seventh day, with a rate of 70.4%, as the seventh day presented the majority of news materials supported by data and numbers, and this was clearly shown in all news materials related to monitoring the number of projects and their costs, completion rates, numbers of volunteers, participants and completion rates of projects and implementation plans.

### مقدمة :

دعت كافة الشرائع السماوية إلى العدالة الاجتماعية وحق أفراد المجتمع في العيش الكريم، كما دعت إلى ضرورة القيام بأعمال الخير الهادفة إلى تحسين أوضاع الفئات الفقيرة التي تحتاج إلى مساعدة، وعلى الرغم من تعدد التدخلات لتحسين جودة الحياة بالريف المصري إلا أنها جميعاً لم تحدث التغيير المطلوب والمأمول والذي يلبي تطلعات وطموحات أهل الريف. (هليل 2020)

، حتى جاءت مبادرة حياة كريمة، تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح ، السيسي( رئيس جمهورية مصر العربية) في يناير 2019م ،حيث دعا الرئيس مؤسسات وأجهزة الدولة بضرورة التنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني لتوحيد الجهود بينهما، والتنسيق المشترك لإطلاق مبادرة وطنية على مستوى الدولة لتوفير حياة كريمة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً، تراعي في تنفيذ أهدافها إشراك الريفيين في عملية التنمية بجميع مراحلها، فهي مبادرة متعددة في أركانها ومتكاملة في ملامحها، وتهدف إلى تحسين ظروف المعيشة والحياة اليومية للمواطن المصري، وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم، ذلك المواطن الذي تحمل فاتورة الإصلاح الاقتصادي والذي كان خير مساند للدولة المصرية في معركتها نحو البناء والتنمية، لقد كان المواطن المصري هو البطل الحقيقي الذي تحمل كافة الظروف والمراحل الصعبة بكل تجرد وإخلاص وحب للوطن. (كريمة 2019)

وبناءً على ذلك الاهتمام الذي توليه الدولة بقيادتها السياسية إلى المبادرات المختلفة، والتي منها رفع مستوي معيشة المواطن وتوفير حياة كريمة له ، فقد تصدرت "مبادرة حياة كريمة" اهتمامات وسائل الإعلام بصفة عامة (التقليدية والحديثة منها) ،بل وأصبحت تتنافس فيما بينها لمعالجتها من كافة جوانبها ، وذلك إنطلاقاً من الدور التنموي لوسائل الإعلام .

واستناداً إلي ما تحظي به وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) من ارتفاع معدلات متابعة من جانب جمهور الرأي العام المصري، ونجاحها في تكوين الصورة الذهنية، وتشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه الموضوعات والقضايا المثارة والتي منها المبادرات ، وتنامي دورها في مجال التنمية بشكل عام وهو ما جعل متخذي القرار يعتمدون عليها في التعريف بمثل تلك المبادرات (حياة كريمة) ، ونشر الأفكار الخاصة بها وتبنيها ،وكذلك نشر ما يتم بها من خطوات تنفيذية علي أرض الواقع .

وتأسيساً علي ما سبق وفي ظل قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت "معالجة وسائل الإعلام المختلفة" للمبادرات الرئاسية بشكل عام، والدور الهام الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في معالجة أخبار هذه المبادرات وتشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها، تبدو الأهمية لرصد وقياس معالجة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لمبادرة حياة كريمة وإبراز دورها في تشكيل الرأي العام المصري نحوها.

### مشكلة الدراسة:

تحظى المبادرات الرئاسية للتنمية علي أولويات اهتمام الدولة المصرية، ومن ثم حظيت علي اهتمام وسائل الاعلام بها ، سواء الوسائل التقليدية أو الوسائل الحديثة ، لما تمثله من خطوة علي طريق التقدم ، فضلاً عن تأثيراتها علي مستوي المجالات المختلفة اقتصادياً، اجتماعياً، وسياسياً.

إلا أنه من الملاحظ أن التناول الإعلامي لهذه المبادرات لم ينل الاهتمام الكافي بحثياً ، خاصة فيما يتعلق بأهدافها وتأثيراتها علي جودة الحياة ، ومعالجتها في وسائل الاعلام المصرية( التقليدية والحديثة) ، كما تنطلق المشكلة البحثية من فرضية تبني الدولة للمبادرات التنموية الرئاسية، وتأثير ذلك علي التناول والمعالجة الإعلامية، وكيفية توظيف الأطر وإستراتيجيات التأثير المستخدمة في المعالجة من خلال تحليل الأطر التفسيرية ، التي طرحتها الوسائل عينة الدراسة في معالجتها ، وتفسير أسباب تبنيها لموقف معين منها.

وقد دلت الملاحظات العلمية للباحثان ، والمتابعة الدقيقة للوسائل عينة الدراسة الحالية وأدائها في معالجتها لجهود الدولة في المبادرات الرئاسية (مبادرة حياة كريمة) ، ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحوها، وهو ما دفع الباحثان للقيام بهذه الدراسة .

كما تبدو مشكلة الدراسة جلية بالاستناد إلي نظرية الأطر الخبرية ومفاهيمها النظرية ، والتي تؤكد مقولاتها العلمية علي أن وسائل الاعلام لا تسعى فقط للتأثير في معارف الرأي العام ، بل تسعى إلي التأثير في اتجاهاتهم ونواياهم السلوكية ، تجاه القضايا الأكثر بروزاً في المجتمع خلال فترة زمنية محددة .

وعلي ما سبق ، تتحدد **مشكلة الدراسة الحالية** في " رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري ، وتفاعله مع المبادرات الرئاسية بشكل عام ، ومبادرة حياة كريمة بشكل خاص ، علي مستوي متغيرات ( كثافة الاستخدام ، والثقة ، والاعتماد) ، والأطر التفسيرية المطروحة لمعالجتها من خلال مقارنة طبيعة المعالجة في الوسائل عينة الدراسة لهذه المبادرة.

**أهمية الدراسة:** ترجع أهمية الدراسة الحالية إلي عدة اعتبارات وهي :

1- تعالج الدراسة الحالية أحد اهم الموضوعات الهامة علي أجندة الحكومة المصرية ، ألا وهي التنمية المستدامة ، تحقيق رؤية مصر 2030 في النهوض بالدولة ووضعها علي بداية قاطرة طريق التقدم .

- 2- قلة الدراسات الأكاديمية والبحوث الإعلامية التي تناولت معالجة وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) لدور الدولة في تنفيذ المبادرات التنموية .
- 3- المكانة الهامة التي تحظى بها القنوات التلفزيونية والصحف الإلكترونية لدى الرأي العام المصري، باعتبارهما روافد إعلامية هامة تزود المتابعين لها بكافة المعلومات .
- 4- التأكيد على أهمية الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في تحقيق التنمية لأفراد المجتمع.
- 5- تبدو أهمية الدراسة من خلال اهتمامها بتوظيف نظرية الأطر الخبرية في إطار معالجة وسائل الإعلام المصرية لجهود الدولة في تبني مبادرة حياة كريمة .
- 6- تكتسب الدراسة الحالية بُعداً مجتمعياً هاماً من خلال مواكبتها لاهتمام الدولة بتنمية المجتمع المصري بكافة قطاعاته، وخاصة تنمية الأسرة المصرية.

#### أهداف الدراسة:

- 1) رصد وتحليل الأطر التفسيرية التي طرحتها (وسائل الإعلام محل الدراسة) في معالجتها لدور الدولة في تنفيذ المبادرات الرئاسية المتعلقة بالتنمية.
- 2) رصد عادات وأنماط متابعة أفراد العينة (جهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة) عبر الوسائل الإعلامية عية الدراسة .
- 3) الكشف عن دوافع متابعة أفراد العينة للوسائل المذكورة في عينة التحليل.
- 4) التعرف على مدى ثقة الباحثين عينة الدراسة في المعلومات الواردة إليهم عن مبادرة حياة كريمة ، عبر الوسائل محل التحليل.
- 5) استخلاص آراء أفراد عينة الدراسة في مبادرة حياة كريمة، ومدى تأثيرها على جودة الحياة فالقري الريفية.
- 6) قياس العلاقة بين معالجة وسائل الإعلام عينة التحليل، واتجاهات الجمهور المصري نحوها.

الدراسات السابقة : بعد الإطلاع على الدراسات وثيقة الصلة بموضوع الدراسة قامت الباحثتان بتقسيمها إلي محورين :

المحور الأول : دراسات تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا التنمية (المبادرات الرئاسية- مبادرة حياة كريمة):

حيث هدفت دراسة "زينهم علي" إلي التعرف على دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة في ضوء رؤية مصر 2030، وهي دراسة وصفية استخدم الباحث منهج المسح الاعلامي و تكونت عينة الدراسة الميدانية من (572) شخص من الجمهور المصري، باستخدام تحليل المضمون لعينة من الصحف المصرية و جاءت أبرز نتائج الدراسة كالتالي : - تفوق صحيفة الأهرام الالكترونية

في حجم الاهتمام بمبادرة حياة كريمة وتغطيتها ، كما أن اتجاه التغطية بالصحف محل الدراسة جاء بين مؤيد و محايد لهذه المبادرة ، كما اتضح ان الحصول على معلومات حول مبادرة حياة كريمة تصدر قائمة اسباب متابعة عينة الدراسة للصحف الالكترونية ملح الدراسة ، كما وجدت الدراسة وجود اتجاه ايجابي من قبل عموم عينة الدراسة تجاه مبادرة حياة كريمة قدر بنحو 80.5 % . (علي 2022)

وعن واقع الشراكة المجتمعية بين المؤسسات الحكومية والأهلية أجريت دراسة في محافظة قنا ، في إطار تنفيذ مبادرة حياة كريمة ، حيث هدفت إلي وصف واقع تلك الشراكة وقد توصلت الدراسة إلي الشراكة المجتمعية تعني عملية يتم من خلالها تحمل المسؤولية الوطنية، وتساعد علي تدعيم العلاقة الايجابية بين الدولة والمجتمع، ورفع كفاءة العمل وزيادة فاعليته، وبناء قدرات المؤسسات الأهلية، ومن اهم الآليات لتحقيق الشراكة المجتمعية بين المؤسسات الحكومية والأهلية منها التشبيك كآلية والتمكين والتدريب والتنسيق والاتصال. (إمبابي 2021)

وفي محاولة لتحديد درجة فعالية مبادرة حياة كريمة بقرية كفر شبين محافظة القليوبية استهدف بحث تحقيق الأهداف الفرعية التالية :وهي تحديد درجة معرفة الريفيين المبحوثين بأنشطة المبادرة، درجة تنفيذ أنشطة المبادرة، درجة استفادة الريفيين المبحوثين منها، درجة رضاهم عنها،معنوية العلاقة بين المتغيرات المستقلة المدروسة لمبحوثين وبين رأيهم في درجة فعالية المبادرة، وأبرز جوانب القصور والسلبيات في المبادرة ومقترحات تلافيها .وقد طبق على عينة قوامها (380) مبحوثاً من قرية كفر شبين تم اختيارهم عشوائياً، وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أعلى نسبة من المبحوثين تقع في فئتي مستوى المعرفة المرتفع والمتوسط بأنشطة المبادرة ، أعلى نسبة من المبحوثين تقع في فئتي مستوى التنفيذ المرتفعاً ولمتوسط لأنشطة المبادرة، أعلى نسبة من المبحوثين تقع في فئتي مستوى الاستفادة المرتفع والمتوسط منها، أعلى نسبة من المبحوثين تقع في فئتي مستوى الرضا المرتفع والمتوسط .مستوى فعالية المبادرة إجمالاً يقع في فئتي المستوى، المرتفع والمتوسط، كما أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى (0.01) بين متغيرات السن، وعدد أفراد الأسرة، والدخل الشهري، وبين درجة فعالية المبادرة في أداء أنشطة، أن من أهم أوجه القصور والسلبيات في المبادرة من وجهة نظر المبحوثين هي :ضعف المبادرة في مجال إنشاء المواقف والكبارى بالقريبة، وعدم عمل المبادرة على توصيل خطوط غاز للقريبة، وضعف خدمات التوعية الصحية والبيئية، وخدمات إنشاء الحضانات وتطويرها، وخدمات الشباب والرياضة. (عبدالهادي 2021)

وفي ذات الإطار سعت دراسة للإجابة علي تساؤل : ما أهمية التكامل بين الجهود الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في تدعيم الجهود المبذولة في تنمية المجتمع الريفي في ظل مبادرة حياة كريمة ؟، وأوضحت نتائج الدراسة أن مبادرة حياة كريمة تعني : -تثبيت العمالة المؤقتة، العلاج على نفقة الدولة ، تدعيم الموارد التمويينية ، استخراج بطاقات تموينية لفئات جديدة. (خليفة 2021)

أما في قارة أوروبا فقد قام الباحثون بالتحقيق والبحث في الخصائص التي تؤدي إلى زيادة مشاركة المنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول موضوعات التنمية المستدامة، للتعرف على أي من أهداف الأمم المتحدة السبعة عشر للتنمية المستدامة (SDGs) ينتج عنها مشاركة أكبر من قبل الجمهور، وفي ذلك قام الباحثون بتحليل التغريدات التي نشرها الجمهور في عام 2019 على تويتر والتي تنشر أيضاً تقارير الاستدامة حول مبادرة التقارير العالمية، وتستند العينة النهائية على (3045) تغريدة من 173 شركة من مختلف الصناعات والبلدان، ووجدوا أن أبرز هذه الخصائص هي: نوع المحتوى، واستخدام الوسوم " الهاشتاج"، ووجود رابط، وعدد الشخصيات، ونوع الصناعة، ودولة الشركة تؤثر بشكل كبير على معدلات مشاركة أصحاب المصلحة، كما أثبتت النتائج أن أهم أهداف التنمية المستدامة هي الشراكات من أجل الأهداف، والعمل المناخي، وتقليل عدم المساواة، والحياة تحت الماء، والحياة على الأرض، والمساواة بين الجنسين، وتعد هي الدراسة الأولى التي تنظر في توصيل الشركات لأهداف التنمية المستدامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد أهداف التنمية المستدامة التي تعتبر الأكثر صلة بالموضوع وتعزيز مشاركة أصحاب المصلحة بشكل أكبر دليل عبر البلاد " (FrancescoDe Luca 2022)

وفي الهند أجري الباحثون دراسة حول الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة لخلق الوعي بها، وأوضحوا أنه يجب على الحكومات أن تستخدم المقالات والأفلام والعروض والإعلانات التي تستهدف المصلحة العامة على مستوى القاعدة الشعبية لخلق الوعي العلمي والمعلومات بين الجماهير فيما يتعلق بأهداف التنمية المستدامة، يجدر الأخذ في الاعتبار أن الترويج الفعال في وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية يتطلب نوعاً خاصاً من الخطاب، من حيث نشر أهداف التنمية المستدامة وأهميتها وطريقة مشاركة الجمهور في دفع عجلة التنمية داخل البلاد، وقد اعتمدوا على أداة "دراسة الحالة" لدراسة دور الإعلام في التنمية المستدامة داخل مجموعة من القرى الهندية بالتطبيق على عينة من (1000 مفردة) بحثية، وكذلك تحليل المضمون لعينة من موضوعات التنمية المستدامة على المجموعات المحلية الخاصة بهذه القرى على شبكات التواصل الاجتماعي. (Khalid, 2021)

وفي مصر سعت دراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد و تحليل آليات التغطية الإخبارية لحملة 100 مليون صحة في المواقع الإخبارية العامة بالتطبيق على موقعي اليوم السابع و مصراوى، إتمدت الدراسة على منهج المسح لرصد و تحليل المحتوى الخرى لحملة 100 مليون صحة المقدم في المواقع الإخبارية و تستعين الباحثة بأدوات جمع البيانات متمثلة في أسلوب تحليل الخطاب على مستوى المواد الإخبارية وكذلك أداة تحليل المضمون، 1- أظهرت نتائج الدراسة أن موقعي اليوم السابع و مصراوى تناولا الحملة من منظور سياسي وقومي أكثر من الجانب الطبي، كما تم الاعتماد على « المسؤولين الحكوميين » كمصادر للمعلومات لإعطاء الموضوعات المنشورة أهمية لدى الجمهور و التأثير على الجمهور المستهدف و لكنهما أغفلا الاعتماد على المتخصصين رغم أهمية هذه المصادر للتنبؤ عن المرض و تاريخه و مخاطره و تأثيره على المجتمع، وتعريف الجمهور أكثر

بمصطلح « الأمراض غير السارية » و أخطارها على صحة الإنسان، وأظهرت نتائج الدراسة بروز إطار الإستعدادات في التغطية الإخبارية في بداية كل مرحلة من مراحل الحملة و بروز إطار المسؤولية و الأطر الرسمية و أطر الدعم و أطر التوعية خلال الحملة ذاتها و في نهاية كل مرحلة بروز أطر النجاح . (مختار 2020)

في حين سعت دراسة "محمود محمد زكي" إلى رصد كيفية تغطية القنوات التلفزيونية المصرية، الحكومية منها والخاصة، لاستراتيجية التنمية المستدامة "رؤية مصر 2030"، بما تشتمل عليه من محاور وأبعاد ومستهدفات ونواتج، ثم مقارنة هذه الاستراتيجيات بتصورات الجمهور المصري ورؤاه سواء ما يتعلّق منها بحياته الخاصة، أو ما يتّصل بالشأن العام لوطنه ومجتمعه، وذلك بغرض الوقوف على مدى تطابق الرسمي والشعبي في رؤية المستقبل، وما يمكن أن يعكسه هذا من مؤشرات عن مآلات عملية "التنمية المستدامة" في المجتمع المصري، وخلصت الدراسة إلى تقديم طرح نقدي لطبيعة وحدود الدور الذي يقوم به التلفزيون في المجال التنموي، سواء من حيث حدود هذا الدور، أو مجالاته وسياقاته، أو قياس عوائده ومخرجاته، وليس انتهاءً بتقييم فعاليته وجدواه. (ذكي، 2019)

وأشارت دراسة أجريت في نيجيريا إلى أن الطريقة الوحيدة لنشر أهداف التنمية المستدامة تتم من خلال المعلومات والتعليم والترفيه عن طريق وسائل الاعلام ، وقد استهدف هذا البحث وسائل الاعلام التقليدية لانها أفضل وسيلة لتحقيق هذا الهدف بسبب طبيعتها الشاملة. في نيجيريا حيث تخدم وسائل الإعلام التقليدية سكان الحضر والريف على حد سواء ، استخدمت الدراسة منهجية مسح الوسيلة و كذلك أدوات التحليل الكيفي و الكمي على حد سواء ، كما استقر الباحث علي دراسة عينة من وسائل الاعلام التقليدية وهي الصحف والاذاعة و التلفزيون المحلي ، حيث النسبة الأكبر من النيجيريين من سكان الريف ، الذين لم تصل اليهم خدمات الانترنت بشكل فعال ، و خرجت الدراسة بعده نتائج منها أن استخدام قنوات الاتصال التقليدية المعروفة باسم "Oramedia" مثل القصص والأمثال والفولكلور والموسيقى وصنوج المهرجانات والطبول والشيوخ و رؤساء الأسرة وما إلى ذلك بشكل أساسي ،يمثل أحد الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام في المجتمعات الشعبية الفقيرة النائية في تنمية الوعي المجتمعي الشعبي بالأهداف الوطنية والقومية . (Wole-Abu, 2018)

وحاولت ورقة بحثية ايجاد دور وسائل التواصل الاجتماعي و الاعلام الاجتماعي الجديد في التنمية المجتمعية و استخدامات الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول مشروعات التنمية الوطنية داخل بلادهم ،مثل مشروعات الرعاية الصحية ،الحد من الفقر ، والحكم الرشيد ، وحماية البيئة وتنمية المجتمع والتنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. استخدم الباحثين منهج المسح علي مستوي الجمهور وعلي مستوي الوسيلة ، فعلي مستوي الوسيلة قام الباحثين بالتطبيق على تطبيق face book و twitter و you tube و linkdine و تم تطبيق الاستبانة علي عينة مبدئية عشوائية من 100 مفردة للتوصل الي سمات و خصائص العينة الفعلية للدراسة ، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها ضرورة توظيف الحكومات الوطنية لوسائل التواصل الاجتماعي في خطط الترويج للمشروعات الوطنية و استخدام هذه الوسائل في جذب الاستثمارات الجديدة و تشجيع

المتطوعين و تعديل سلوك الجمهور و خاصة الشباب منهم نحو تبني سياسات التنمية الوطنية (Raj, 2014) .

#### المحور الثاني : دراسات تناولت موضوعات التنمية المستدامة:

وفي دراسة سعودية سعت لتحديد حجم اهتمام الصحف السعودية بقضايا التنمية الاقتصادية، و التعرف على أنواع القضايا التي اهتمت بها تلك الصحف أظهرت النتائج أن الصحف المدروسة اعتمدت بشكل أكبر على المواد التي تسعى إلى تشكيل النسق المعرفي بنسبة (80.7%)، كما اعتمدت في تغطية معالجتها لموضوعات قضايا التنمية الاقتصادية على المراسل كبيرة . (حسين، 2019)

حول تزايد الاهتمام بالتعليم التكنولوجي والتعليم من أجل التنمية المستدامة وما يسمى بالآلات الخضراء، طبقت إحدى الدراسات بالتركيز على التعليم في خدمة التنمية المستدامة (ESD) والتقارب المتزايد بين التكنولوجيا والتعليم من أجل التنمية المستدامة، فهي لا تعارض المفاهيم التقليدية للتكنولوجيات، والنقد الموجه لها الا محدود، وقدمت هذه الورقة نظرة مختلفة تماما فهي تحاول أن تجد إجابة لأولئك المشككون في قدرة التكنولوجيا على تحقيق التنمية المستدامة أي الجوانب البيئية و الاجتماعية معا، كذلك تدعو الورقة لاستكمال منهج الابتكار البيئي بمنظور يستكشف به آفاق الحداثة» الخضراء « إذا كانت هناك نية صادقة في محو الأمية التقنية علي نطاق أوسع (Beniamin knutsson, 2018) .

وفي ألمانيا هدفت دراسة إلى سد الثغرات البحثية في تحليل الاتجاهات الصحفية للصحف الألمانية حول التنمية المستدامة ، برسم استخدام مصطلحات الاستدامة في ست صحف ألمانية كبرى من 1995 إلى 2015، ثانياً: في تحليل متعمق للسنوات الثلاث 2001 و 2007 و 2013 ، بالتعرض لأكثر من (16000) استخدام لمصطلحات الاستدامة تم تمييزها وفقاً لمعناها الأساسي، وأظهرت النتائج أن مصطلحات الاستدامة في الصحف الألمانية الكبرى تُستخدم في حوالي ضعف عدد المقالات في عام 2015 مقارنة بعام 1995، وأن ما يتغير ليس فقط التكرار ، ولكن أيضاً المعاني التي تستخدم بها مصطلحات الاستدامة، وأوضحت النتائج أن هناك اتجاه واضح نحو "التوحيد الدلالي" لمصطلحات الاستدامة في سنوات ما بعد 2000. وبالتالي ينتقل المعنى بعيداً لكلمات غير محددة وقابلة للاستبدال نحو انعكاس أكثر تطوراً وتفصيلاً لمفهوم التنمية المستدامة، كما أثبت تحليل البيانات أن الموائمة السياسية للصحيفة تلعب دوراً حاسماً في استخدام الكلمات والمصطلحات الدالة على التنمية المستدامة. (Daniel Fischer, 2017)

في حين سعت إحدى الدراسات لمعرفة العلاقة السببية بين الابتكار والتكنولوجيا وبين انبعاثات ثاني أكسيد الكربون المصاحب للنمو الاقتصادي، كذلك استهلاك الكهرباء، وأسعار الطاقة في ماليزيا، وذلك من خلال تحليل البيانات في الفترة من ( 1971- 2013) باستخدام اختبارات العلاقات السببية، وتشير النتائج إلي الارتباط السلبي بين التقدم التكنولوجي وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون في المدي القصر. (Kwang – jing yii, 2017)، وحول التنمية المستدامة والتعليم العالي: هدفت ورقة إلي تقديم وصف الإنجازات خلال عقد الأمم

المتحدة للتعليم من أجل التنمية المستدامة (2005-2014) مع التركيز علي التعليم العالي ، وتحدد بعض القضايا الرئيسية التي ستواجه التنمية المستدامة في السنوات القادمة، وقدم تحليلا للتطورات الماضية مع استمرار التقييم للتركيز علي التنمية المستدامة وذلك من قبل المجلة الدولية للاستدامة في التعليم العالي، وأشارت الورقة العلمية إلي مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة الذي عقد في ريودي جانريو

يونيو 2012، مع التركيز بوجه خاص علي وثيقة" المستقبل الذي نريده" وقدمت الورقة مجموعة مقترحات وتدابر لتدرسها البلدان الصناعية والبلدان النامية علي حد سواء لترجمة مبادئ التنمية المستدامة إلي واقع ملموس.(Walter leal filho, 2015)

### التعقيب على الدراسات السابقة :

#### من حيث المناهج المستخدمة:

جاء منهج المسح الإعلامي كأغلب المناهج استخداماً، كذلك منهج دراسة الحالة كأحد المناهج البحثية، اعتمدت بعض الدراسات التي تقوم بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والتنمية المستدامة والمبادرات الرئاسية علي منهج المسح بالوسيلة، في حين اعتمدت دراسة اخري علي منهج المسح الاجتماعي.

#### من حيث العينات وأنواعها:

تنوعت العينات ما بين التحليلية التي تعتمد علي الأسبوع الصناعي، والدورية والمسحية، في حين جاءت العينات الميدانية تتناول الجمهور العام وذلك بما يتناسب وموضوعات البحث، وترواحت ما بين (100) مفردة ، و (1000) مفردة في بعض الدراسات، وتباينت الأنواع فالعينات ما بين العمدية والعشوائية .

#### من حيث ادوات جمع البيانات :

تباينت أدوات جمع البيانات ما بين استمارات تحليل المضمون فيما يتعلق بالدراسات التحليلية ، واستمارات الاستبيان فيما يتعلق بالدراسات الميدانية، جاء تحليل الخطاب كأحد الادوات التي تم استخدامها في الحصول علي نتائج، واعتمدت دراسات علي المقابلات غير المقننة.

#### من حيث النتائج:

- تفوق صحيفة الأهرام الإلكترونية في حجم الاهتمام بمبادرة حياة كريمة وتغطيتها .  
- استخدام قنوات الاتصال التقليدية مثل القصص والأمثال والفولكلور والموسيقى وصنوج المهرجانات والطبول والشيوخ و رؤساء الأسرة وما إلى ذلك بشكل أساسي ،يمثل أحد الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام في المجتمعات الشعبية الفقيرة النائية في تنمية الوعي المجتمعي الشعبي بالأهداف الوطنية والقومية .

- ضرورة توظيف الحكومات الوطنية لوسائل التواصل الاجتماعي في خطط الترويج للمشروعات الوطنية و استخدام هذه الوسائل في جذب الاستثمارات الجديدة و تشجيع المتطوعين و تعديل سلوك الجمهور و خاصة الشباب منهم نحو تبني سياسات التنمية الوطنية.

- جاء من أهم أوجه القصور والسلبيات في تنفيذ مبادرة حياة كريمة من وجهة نظر الباحثين: ضعف المبادرة في مجال إنشاء المواقع والكبارى بالقري.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثتان من مراجعة الدراسات السابقة في عدد من الجوانب أهمها :

- (1) تحديد وبلورة مشكلة الدراسة، ووضع التساؤلات والفروض لها.
- (2) اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة .
- (3) الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة ( وهو نظرية الأطر الخيرية)
- (4) تحديد مجال الدراسة بالتركيز علي .
- (5) الاستهشاد بنتائج الدراسات السابقة، وربطها بنتائج الدراسة الحالية.

#### الإطار النظري للدراسة: (نظرية الأطر الخيرية)

يُعد فهم النص الإخباري عملية معقدة ، فهي تشمل سمات متنوعة في النصوص الإخبارية ، والسياق الذي يحيط بالأحداث ، ومعارف القائم بالاتصال ( التفسير ) أو المتلقي .

وهناك بعض السمات في نص القصص الإخبارية تمارس دورها في المرحلة الأولية للعملية التفسيرية مثل : العناوين ، والمجاز أو التصوير ، والوصف ، وتركيب النص ، وهذه السمات سواء مجتمعه أو كل على حدة تؤكد على توجه معين في التفسير باعتباره صحيحاً أو مرتبطاً بالموضوع محل التغطية ، في حين تقوم باستبعاد الأفكار الأخرى المنافسة باعتبارها ليست ذات صلة بالموضوع .

وقد جاء اهتمام الباحثون بتلك النظرية لقدرتها علي قياس المحتوى غير الصريح (الضمني) لقضايا ومشكلات محددة داخل المجتمع خلال فترة زنية محددة (رضا، 2011)

ويُعزى الفضل في أول تطبيق عملي يتم بدقة النظرية والمنهجية إلى الباحث " إنتمان " Entman في دراساته المتعددة خلال أعوام 1989 ، و 1991 ، و 1993 ، حيث ربط بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل أفراد الجمهور.

وُعد نظرية الأطر من الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال والتي حظيت باهتمام متزايد من قبل الباحثين في دراسات الرأي العام والاتصال السياسي والدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري بوسائل الإعلام، ويرجع ذلك إلى :

✓ أن النظرية تمثل إضافة نظرية للتراكم العلمي لبحوث الاتصال ، وذلك لأنها تتيح للباحث قياس المحتوى غير الصريح Laten Content في التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام للقضايا المثارة خلال فترة زمنية معينة .

✓ كما تقدم تفسيراً نظرياً لدور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا المثارة " ? How to think about the issue " (Gamson, 1989)، وذلك من خلال دراسته وتحليل أطر التغطية الخبرية للأحداث والقضايا المثارة في وسائل الإعلام ، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية نحو القضايا ذاتها خلال فترة زمنية معينة .

✓ أما فيما يتعلق بدورها في تشكيل معارف الرأي العام فقد " ماكومبس " Mc Combs إلى ضرورة تعديل المقولة التقليدية للباحث " برنارد كوهين " Bernard Cohen والتي جاء فيها أن وسائل الإعلام قد لا تنجح معظم الوقت في ان تقول لجمهورها كيف يفكر (الاتجاهات) ، ولكنها تنجح بشكل كبير في أن تقول لهم ما ينبغي أن يفكروا بشأنه (المعارف) (et.al, 1997) ، بل تنجح أيضاً أن تقول لجمهورها كيف يفكر (الاتجاهات) وهو ما يجب أن تمتد المقولة لتشير إليه ، ومن ثم يجب أن تشمل الدراسات الإعلامية دراسة الاتجاهات إلى المعارف .

**ويعتقد الباحثين أن هذه النظرية تُعد الوجه الآخر لنظرية التهيئة المعرفية ، وذلك وفقاً للاعتبارات التالية :**

□ محور اهتمام النظريتين محدد لاقتصارهما على موضوعات منتقاة فحسب ، وبالتالي فإن عمليات الإدراك والتذكر تتم بسهولة .

□ كلاً منهما يهتم بعملية استقبال المعلومات وتخزينها ، ثم استعادتها عند الحاجة ، ويقتربا في هذا من مداخل المعرفة .

□ كلاهما يُفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور حول القضايا المختلفة.

إلا أن نظرية الأطر الخبرية تنسم باهتمامه بوضع المضمون في إطار يُحدده ويُنظمه ، كما أنها تهتم بالمضمون " غير المباشر " ، أما نظرية التهيئة المعرفية فيهتم بالمضمون فقط .

كما تقترب هذا النظرية من نظرية وضع الأجندة ، فكلاهما يُركز على القضايا المعروضة على الجمهور من خلال وسائل الإعلام فيتعرف الجمهور عليها ، ثم يُصدر أحكامه عنها ويُشكل اتجاهاته نحوها .

مما سبق نجد أن : عملية وضع النص الإخباري في إطار يُحدده ويُضفي معني ومغزى عليه ، أصبحت شيئاً ضرورياً ضمن السياسات الإعلامية للمحطات الإذاعية والتلفزيونية ، وكذلك الصحف، ومن هنا تجيء أهمية دراسة نظرية تحليل الأطر الإعلامية Framing Analysis Theory فيما يتعلق بموضوع الدراسة ، حيث يُسهل عملية قياس العلاقة بين

معالجة وسائل الإعلام عينة التحليل لدور الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة، واتجاهات الجمهور المصري نحوها. ، والذي يُعد من الأهداف الرئيسية للدراسة الحالية .

تفترض هذه النظرية أن الأحداث في حد ذاتها لا تنطوي على مغزى ، معين وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويُضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع ، وإغفال أخرى .

كما تفترض النظرية أن الاستعانة بأطر ونقاط مرجعية مختلفة في الرسالة الإعلامية يؤدي بدوره لاختلاف استراتيجيات الاختيار وإصدار الأحكام من قِبل الجمهور على الأحداث والقضايا المختلفة.

### تساؤلات الدراسة :

في ضوء أهداف الدراسة الحالية وإطارها النظري ومراجعة الأدبيات العلمية السابق ، تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة علي تساؤل رئيسي وهو : ما طبيعة معالجة وسائل الاعلام التقليدية والحديثة لدور الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة ؟ وما هي اتجاهات الرأي العام المصري نحوها؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية تسعى الدراسة للإجابة عليها :

### تساؤلات الدراسة التحليلية:

#### أ. تساؤلات خاصة بالشكل ( كيف قيل )

1- ما كثافة تناول أخبار "مبادرة حياة كريمة" من قِبل وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل الدراسة؟

2- ما مدى اهتمام كل من وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل الدراسة بتقديم عدد كبير من الأخبار المختصرة على حساب طول الخبر الواحد ؟

#### ب. تساؤلات خاصة بالمضمون ( ماذا قيل )

1. ما أبرز القوالب والأشكال المستخدمة من قِبل وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل ، في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

2. ما المصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل في الحصول علي المعلومات الخاصة " بمبادرة حياة كريمة"؟

3. ما القوي الفاعلة التي تناولتها وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل، في معالجتها لأخبار "مبادرة حياة كريمة" ؟

4. ما أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمتها وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل، في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

5. ما وظيفة الأطر الإعلامية التي استخدمتها وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل، في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟
6. ما أبرز استراتيجيات الاتصال المستخدمة في معالجة وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل، في معالجتها لأخبار "مبادرة حياة كريمة"؟
7. ما أبرز الاستمالات الإقناعية المستخدمة في معالجة وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) محل التحليل في معالجتها لأخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ماعادات وانماط مشاهدة أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) لمتابعة جهود الدولة لتنفيذ مبادرة حياة كريمة؟
- 2- ما أهم القنوات التلفزيونية (وسائل تقليدية) والصحف الإلكترونية (وسائل حديثة) التي يفضل أفراد العينة متابعتها؟
- 3- ما دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة لجهود الدولة لتنفيذ مبادرة حياة كريمة في الوسائل عينة التحليل؟
- 4- ما مستوي ثقة أفراد عينة الدراسة في المعلومات الواردة عن جهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة من الوسائل عينة الدراسة؟
- 5- ما اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أطر معالجة جهود الدولة لتنفيذ مبادرة حياة كريمة في الوسائل محل التحليل؟

#### فروض الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية في صياغة فروضها العلمية علي معطيات نظرية الأطر الخبرية، في ضوء ما تسعى إليه الدراسة من أهداف، وتتمثل هذه الفروض في :

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري لوسائل الإعلام (التقليدية والحديثة)، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة".

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة بين متوسطات درجات أفراد العينة علي مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (السن/ النوع / تنفيذ المبادرة بالقرب منه).

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة أفراد العينة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، ومستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية.

### **المفاهيم الإجرائية للدراسة :**

تحدد المفاهيم الإجرائية للدراسة الحالية في المفاهيم العلمية التالية والتي ترتبط بموضوع الدراسة وهي:

### **المعالجة الإعلامية :**

ويقصد بها الطريقة أو الأسلوب الذي تنتجه وسائل الإعلام المصرية (التقليدية والحديثة) عينة الدراسة في معالجتها للموضوعات المتعلقة بالمبادرة الرئاسية حياة كريمة .

**الاتجاهات:** يقصد بها في هذه الدراسة أنها أنماط من المعارف والمعتقدات الراسخة لدى أفراد الرأي العام المصري ، والتي يعبرون عنها من خلال إبداء آراءهم فيما تطرحه وسائل الاعلام التقليدية والحديثة، من معلومات حول مبادرة "حياة كريمة"، وقدرتها علي تحقيق النمو للمواطن المصري .

### **المبادرات الرئاسية:**

هي مجموعة من المبادرات قام بإطلاقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي، وتحظى هذه المبادرات باهتمام السيد الرئيس كما تلقى الدعم من المؤسسات الحكومية و الغير حكومية و تستمد الدعم المادي من صندوق تحيا مصر، ومن موازنة الدولة وبالتبرعات ، كما أنها تتبع مؤسسة رئاسة الجمهورية في الاشراف العام علي التنفيذ و كذلك رئاسة مجلس الوزراء و تضم عدد من المبادرات أهمها : مبادرة حياة كريمة ،البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة 100،plp مليون صحة ،كلنا واحد ، اتحضر للأخضر .

### **التنمية المستدامة:**

تعرف التنمية المستدامة بمفهومها الشامل والعام على أنها عبارة عن نشاط شامل لكافة القطاعات سواء في الدولة أم في المنظمات أم في مؤسسات القطاع العام أو الخاص أو حتى لدى الأفراد، حيث تشكل عملية تطوير وتحسين ظروف الواقع، من خلال دراسة الماضي والتعلم من تجاربه، وفهم الواقع وتغييره نحو الأفضل، والتخطيط الجيد للمستقبل، وذلك عن طريق الاستغلال الأمثل للموارد والطاقات البشرية والمادية بما في ذلك المعلومات والبيانات والمعارف التي يمتلكها المقيمون على عملية التنمية، مع الحرص على الإيمان المطلق بأهمية التعلم المستمر واكتساب الخبرات والمعارف وتطبيقها، ولا تقتصر التنمية على جانب واحد أو مجال واحد فقط من المجالات الحياتية بل تشمل التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعسكرية والإنسانية والنفسية والعقلية والطبية والتعليمية والتقنية وغيرها، بحيث تهدف بشكل رئيسي إلى رفع وتحسين مستوى المعيشة لدى الأفراد، وضمان معيشة أفضل للأجيال القادمة.

### **مبادرة حياة كريمة:**

تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي، رئيس جمهورية مصر العربية، 2 يناير من العام الميلادي 2020 ،وهي مبادرة متعددة في أركانها ومتكاملة في

ملا مجها، وقد جاءت فكرتها عندما شارك الشباب المتطوع بعرض رؤيتهم وأفكارهم في المؤتمر الأول لمبادرة "حياة كريمة"، والذي عُقد على هامش المؤتمر الوطني السابع للشباب في 30 يوليو 2019، وعلى إثره تم انشاء مؤسسة حياة كريمة بتاريخ 22 أكتوبر 2019 من شباب متطوع يقدم نموذج فريد يحتذى به في العمل التطوعي، الجدير بالذكر انه ولأول مرة على مستوى العمل العام، تجتمع أكثر من ٢٠ وزارة وهيئة و٢٣ منظمة مجتمع مدني لتنفيذ هذا المشروع الأهم على الإطلاق وبسواعد الشباب المصري المتطوع للعمل الخيري والتنموي من خلال مؤسسة حياة كريمة ليكونوا نبراساً يحتذى به في مجال العمل التطوعي.

### نوع الدراسة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة، ونوعية متغيراتها فإنها تُعد من الدراسات الوصفية التحليلية، حيث لا تقف عند حدود الوصف المجرد، للظاهرة بل تتعداه لوصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة بينهما للوصول إلي نتائج تفسر العلاقات بين المتغيرات لاستخلاص دلالات مفيدة منها.

وذلك من خلال رصد معالجة وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة)، والتعرف علي قدرة التأطير الخبري في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو جهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة"

### منهج الدراسة:

في إطار الدراسة الوصفية الحالية، فقد اعتمدت الباحثتان علي منهج المسح الإعلامي "Survey Method" بشقيه الوصفي "Descriptive Survey" والتحليلي "Analytical Survey"، بهدف الحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة، كما أنه يُعد أكثر المناهج ملائمة لأهداف الدراسة وفروضها.

كما استخدمت الدراسة أسلوب المقارنة المنهجية لرصد أوجه التشابه والأختلاف بين الأطر الخبرية المستخدمة في كل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، في معالجتها لأخبار مبادرة حياة كريمة"، وكذلك لمقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة، واختبار العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة خاصة علي مستوي متغيرات (الاستخدام- الاعتماد- الثقة).

### أدوات جمع البيانات :

تمثلت ادوات جمع البيانات لهذه الدراسة في :

- استمارة تحليل وصفي لموقع (مبادرة حياة كريمة) عبر الإنترنت.
- استمارة تحليل مضمون للأخبار المذاعة عن (مبادرة حياة كريمة) داخل نشرات الأخبار التلفزيونية علي قناة cbc extra.

– استمارة تحليل مضمون للأخبار المنشورة عن (مبادرة حياة كريمة) عبر المواقع الإلكترونية لصحيفتي (اليوم السابع – والقاهرة 24) .

– استمارة تحليل سيميولوجي لحلقة من برنامج (حياة كريمة) المذاع عبر قناة dmc

### الدراسة الإستطلاعية:

قامت الباحثتان بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة ميدانية مكونة من (50) فرد من المحافظات الثلاث محل البحث وذلك للتعرف علي أكثر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة متابعة للتعرف علي أخبار مبادرة حياة كريمة، وقد تم رصد كل من قناة cbc extra ، وقناة dmc وذلك في الوسائل التقليدية ، بينما جاء موقع اليوم السابع كأكثر الصحف الإلكترونية متابعة ، بينما جاءت مواقع التواصل الإجتماعي أكثر المواقع تفاعلية لعرض جهود الدولة في تنفيذ المبادرة.

### مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة التحليلية: جاء متمثلاً في :

- وسائل الإعلام التقليدية (إذاعات – قنوات تلفزيونية- صحف ورقية)
- وسائل الإعلام الحديثة ( إذاعات الإنترنت – مواقع التواصل الاجتماعي- صحف الكترونية- مواقع إلكترونية)

مجتمع الدراسة الميدانية: الرأي العام للجمهور المصري بكافة فئاته وطوائفه

### عينة الدراسة:

#### أولاً: عينة الدراسة التحليلية:

اهتمت الباحثتان بتطبيق آليات تحليل الأطر المعيارية والسائدة في بحوث الأطر الخبرية حيث:

✓ تم تحليل عينة من النشرة الإخبارية المسائية في قناة cbc extra ، وذلك لمدة شهر في الفترة من 2022 /3/1 م وحتى 2022/3/31 م بإجمالي عدد (30) نشرة.

✓ ومن خلال إجراء التحليل السيميولوجي لحلقة واحدة من برنامج (حياة كريمة) الموسم الثالث علي قناة dmc ، وذلك للوقوف علي المعاني الضمنية التي يحملها هذا المحتوى، وقد حددت الباحثتان وحدة التحليل الخاصة بها (الحالة الواحدة داخل الحلقة) نظراً لتعدد الحالات التي يتم عرضها، وجاء ذلك تمثيلاً لوسائل الإعلام التقليدية .

✓ تحليل الموقع الإلكتروني لصحيفة (اليوم السابع) ، حيث أثبتت الدراسة الإستطلاعية أنه الأكثر متابعةً .

✓ وكذلك الموقع الرسمي الخاص بمبادرة حياة كريمة عبر الإنترنت ، تمثيلاً لوسائل الإعلام الحديثة.

### ثانياً: عينة الدراسة الميدانية :

نظراً لأن مجتمع الدراسة الحالية يتميز بكونه كبير حجمه (الرأي العام المصري)، لذا فقد اعتمدت الدراسة علي المجتمع المتاح "Accessible Society" ، بحيث يمكن الوصول إلي أفراد جمهور الرأي العام المصري من الذكور والإناث ممن هم في المرحلة العمرية من سن (18) إلي أقل من 45 عاماً) من سكان مجتمعات محافظات (بني سويف – المنيا- كفر الشيخ) باعتبارهم عينة يمكنها المشاركة بفاعلية في القضايا المجتمعية التي تخص بلادهم، وقد تم التوصل إلي (457) مفردة، بعد حذف الاستثمارات التالفة سواء بعدم استكمال اجابة المبحوث أو بسبب الإجابات غير المطابقة لصدق المبحوث .

### توصيف العينة الميدانية:

جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة من حيث الخصائص الديموجرافية

التكرار		الخاصية	ك	%	الإجمالي
النوع	ذكور	217	47%	457	100%
	أنثى	240	53%		
السن	من 18 : 22	280	61%	457	100%
	من 23 : 27	50	11%		
	من 28 : 32	40	9%		
	من 33 : 37	53	12%		
	من 38 : 45	34	7%		
محل الإقامة	ريف	135	30%	457	100%
	ريف يتم فيه تنفيذ المبادرة	116	25%		
	حضر	206	45%		
المحافظة	المنيا	153	33%	457	100%
	بني سويف	151	33%		
	كفر الشيخ	153	33%		

توضح نتائج الجدول السابق توزيع عينة الدراسة الميدانية من حيث الخصائص الديموجرافية والتي جاءت كالتالي :

**النوع:** بلغت نسبة الإناث (53 %) من إجمالي العينة، بينما جاءت نسبة الذكور (47 % )، ويأتي ذلك لإزدياد عدد الإناث عن الذكور داخل المجتمع المصري وفقاً لإحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء في تقريره الصادر نهاية فبراير لعام 2022.

**السن:** جاءت نسبة الشباب من العينة في المرحلة العمرية من (18 : 22 عام) في المقدمة بنسبة (61%) ، وهي النسبة الأعلى علي الإطلاق في المشاركة من المبحوثين ويرجع ذلك لعدة أسباب منها : أن هذه الشريحة من الفئة العمرية هي الأكثر تمثيلاً للمجتمع المصري

وفقاً للبيانات والإحصائيات الرسمية، كما أن هذه الفئة هي الأكثر تعاملًا مع وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة، كما أن لديهم السعي والطموح للتغيير من أجل بناء مستقبل أفضل لهم.

**محل الإقامة:** جاء توزيع عينة الدراسة من حيث محل الإقامة علي النحو التالي: جاءت نسبة المقيمين في الحضر في المرتبة الأولى بواقع ( 45% ) من إجمالي العينة ، ثم جاءت نسبة المقيمين في الريف في المرتبة الثانية بواقع (30%)، و أخيراً جاءت نسبة المقيمين في الريف الذي يتم تنفيذ المبادرة به في المرتبة الثالثة بنسبة ( 25% )، ويرجع ارتفاع نسبة المقيمين في الريف (سواء ما يتم تنفيذ المبادرة به أو لا بإجمالي 55% من العينة) لحرص الباحثان علي الحصول علي معلومات اكثر دقة من الأفراد المعاشين لتنفيذ المبادرة في قراهم أو القرى المجاورة لهم، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة كل من مصطفى يوسف ومحمد عبدالهادي 2022م.

**المحافظة:** تم توزيع العينة من حيث النطاق الجغرافي علي ثلاث محافظات وهم كفر الشيخ لتمثيل الوجه البحري في العينة و المنيا لتمثيل محافظات الصعيد والوجة القبلي ، و محافظة بني سويف لكونها من أكثر المحافظات التي يتم تطبيق المبادرة في نطاقها، كما أنها محل عمل الباحثان ، وقد راعت الباحثان التوازن في العينة من الثلاث محافظات حيث جاء تمثيل كل محافظة بنسبة ( 33 % ) من إجمالي العينة.

#### اختبار الصدق والثبات:

تم عرض فئات التحليل الخاصة باستمارات جمع البيانات التحليلية والميدانية قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين (\*\*\*) لقياس صدقها، وتم إجراء التعديلات المطلوبة على كل فئة بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صُممت لقياسه.

وبعد التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته والتأكد من أنها تقيس فعلاً ما صُممت لقياسه ، تم التعاون مع باحثين (\*\*\*)، و شرح فئات ووحدات التحليل لهما ، وقامت كل باحثة بالإضافة إلى الباحثان الرئيسيتان ذاتهما، بتحليل عينة من (دقيقة من حلقة لبرنامج حياة كريمة علي dmc)، وكذلك خير واحد علي كل من موقع اليوم السابع، وبناءً على مقارنة نتائج تحليل كل باحثة بنتائج تحليل الباحثين الأخرين تم تعديل بعض فئات ووحدات التحليل لتصبح أكثر وضوحاً ، ثم أعيد التحليل بالتعاون مع مجموعة الباحثين لعينة صغيرة أخرى ،وفي النهاية تم الوصول إلى نسبة تماثل لم تقل عن 91 % بين كل اثنين من الباحثين مما يشير إلى ارتفاع معامل ثبات التحليل الذي وصل إلى 0.9

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي ، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج spss ، مع اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية، معامل الارتباط بيرسون للعلاقات الخطية بين متغيرين ، اختبار T.Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، تحليل التباين ذي البعد الواحد ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.

### نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: نتائج تحليل كل من نشرة الأخبار المسائية علي قناة cbc و موقع اليوم السابع:

التساؤل الأول : ما مدى اهتمام القناة محل الدراسة بتقديم عدد كبير من الأخبار المختصرة على حساب طول الخبر الواحد ؟

تم عرض (190) خبر متعلق بمبادرة حياة كريمة خلال الفترة الزمنية للتحليل ، وقد تراوح زمن كل خبر ما بين دقيقة كاملة وبين ثلاث دقائق ، واهتمت القناة بعرض أغلب تلك الأخبار في قالب التقرير المصور ، ويصاحبه تعليق إما من مذيع النشرة أو تعليق مصاحب للصورة، وهو يوضح مدى اهتمام القناة بتقديم أخبار مطولة عن المبادرة علي حساب طول الخبر الواحد.

التساؤل الثاني: ما المصادر التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام محل الدراسة في انتاجها للأخبار المتعلقة بمبادرة حياة كريمة؟

جدول رقم (2) "يوضح المصادر التي اعتمدت عليها القناة في الحصول علي المعلومات لأخبار المبادرة"

موقع اليوم السابع		قناة cbc		الوسيلة المصدر
%	ك	%	ك	
25.6	49	17.4	33	رئيس الوزراء والوزراء
8.9	17	6.8	13	رؤساء جامعات
30.8	59	18.9	36	محافظين وتنفيذيين
16.2	31	17.4	33	منسقي المبادرة
5.7	11	21	40	مواطنين
4.7	9	13.2	25	متطوعين
7.8	15	5.3	10	اعلاميين
%100	191	%100	190	المجموع

تُشير نتائج الجدول السابق إلي أن قناة cbc في تغطيتها لأخبار مبادرة حياة كريمة كانت قد اعتمدت علي المواطنين الموجودين ف مناطق التنفيذ بنسبة(21%) ، ثم المحافظيين والتنفيذيين بنسبة(18.9%) وهو ما يظهر اهتمام القناة بالمصداقية في عرض الأخبار الخاصة بالمبادرة، من خلال الاعتماد علي المواطنين المتواجدين في مناطق تنفيذ المبادرة وكذلك المحافظين والتنفيذيين .

وجاءت نتائج اليوم السابع متقاربة مع نتائج قناة cbc بشكل كبير، حيث اعتمد موقع اليوم السابع في تغطيته لأخبار مبادرة حياة كريمة علي المحافظين والتنفيذيين بنسبة 30.8% حيث جاءت في الترتيب الأول من حيث مصادر التي اعتدت عليها اليوم السابع في الحصول علي أخبار المبادرة مما يدعم نتيجة اعتماد اليوم السابع علي البيانات الرسمية الصادرة من دواوين المحافظات و التنفيذيين ، وجاء في الترتيب الثاني رئيس الوزراء و الوزراء بنسبة 25.6% وهو ما يظهر اهتمام اهتمام الموقع بالمصداقية في عرض الأخبار الخاصة بالمبادرة.

**التساؤل الثالث:** ما القوي الفاعلة التي تناولتها وسائل الإعلام محل التحليل، في معالجتها لأخبار "مبادرة حياة كريمة" وما سمات هذا الوصف؟

### جدول رقم (3)

"يوضح القوي الفاعلة التي تناولتها القناة في معالجتها لأخبار المبادرة"

موقع اليوم السابع		قناة cbc			
%	ك	%	ك		
36.6	70	28.9	55	السيد الرئيس	القوي الفاعلة الرئيسية
16.2	31	14.7	28	رئيس الوزراء	
21.9	42	15.8	30	وزير التنمية المحلية	
17.8	34	20.5	39	وزير التضامن	
5.7	11	10	19	وزير الاسكان	
1.5	3	10	19	الهيئة الهندسية	
0	0	0	0	أخري	
100	191	100	190	مجموع	
28.2	54	26.3	50	المحافظون	القوي الفاعلة ذات الصلة
5.7	11	9.5	18	نواب المحافظين	
9.4	18	7.9	15	معاونو المحافظين	
26.7	51	26.8	51	منسقي المبادرة	
22.5	43	22.1	42	وكلاء الوزارة	
7.3	14	7.4	14	رؤساء الجامعات	
0	0	0	0	أخري	
100	191	100	190	مجموع	
100	191	100	190	ايجابي	سمات الوصف
0	0	0	0	سليبي	
0	0	0	0	متوازن	
100	191	%100	190	المجموع	

وفقاً لنتائج الجدول السابق جاءت أبرز القوي الفاعلة الرئيسية متمثلة في رئيس الجمهورية، ثم وزراء التضامن والتنمية المحلية علي الترتيب، وهو ما يوضح حرص القيادة السياسية بالدولة وعلي رأسها السيد رئيس الجمهورية، علي تنفيذ هذه المبادرة ومتابعتها بشكل مستمر ، ثم جاء كل من وزيرى التضامن والتنمية المحلية للارتباط الوثيق بين الأهداف التي تسعى المبادرة لتحقيقها من خلال الخدمات التي تقدمها ( وفقاً لما جاء بتحليل موقع المبادرة عبر الإنترنت) وبين هذه الوزارات.

وفيما يتعلق بالقوي الفاعلة ذات الصلة جاء منسقي المبادرة بنسبة (26.8 %) ، تلاها المحافظون بنسبة (26.3 %) ، وقد جاءت السمات الوصفية لجميع القوي الفاعلة ايجابية بنسبة (100%).

وفي موقع اليوم السابع جاءت أبرز القوي الفاعلة الرئيسية متمثلة رئيس الجمهورية ووزير التنمية المحلية ووزير التضامن علي الترتيب وهو ما يعكس حرص القيادة السياسية بالدولة علي الاهتمام بالمبادرة و استقاء المعلومات الواردة في الاخبار من مصادرها الرئيسية والرسمية ، وعى صعيد القوي الفاعلة فقد جاء المحافظون في الترتيب الأول بنسبة % 28.2 مما يدل علس وضع مشروع حياة كريمة علي رأس أولويات المحافظين وجاء منسقي المبادرة بنسبة 26.7 % وقد جاءت السمات الوصفية لجميع القوي الفاعلة ايجابية بنسبة (100%).

**التساؤل الرابع:** ما أبرز الأطر الإعلامية التي استخدمتها وسائل الإعلام محل التحليل، في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

#### جدول رقم (4) يوضح أبرز الأطر التي تم الإعتماد عليها في تغطية اخبار المبادرة

موقع اليوم السابع		قناة cbc		الوسيلة
%	ك	%	ك	الأطر الإعلامية المستخدمة
6.8	13	7.9	15	المسئولية
10.4	20	17.9	34	الإنجازات
8.9	17	5.2	10	المكاسب
0	0	0.1	2	الخسائر
22.5	43	26.3	50	التنمية
5.2	10	0.5	1	الصيغة السياسية
7.8	15	15.7	30	النتائج الاقتصادية
10.9	21	7.9	15	المصلحة العامة
27.2	52	17.4	33	الاهتمامات الانسانية
%100.0	191	%100.0	190	المجموع

أظهرت نتائج الجدول السابق تقدم إطار التنمية بقناة cbc بنسبة (26,3%)، تلاه إطار الإنجازات بنسبة(17.9%)، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة (17.4%)، ثم إطار النتائج الاقتصادية بنسبة (15.7%) ، ويأتي ذلك توضحاً للجهود التي تبذلها الدولة في سبيل تحقيق التنمية للقرى المصرية ، كما تؤكد تلك النتيجة علي حرص الدولة علي إنجاز الأهداف

المطلوبة في التوقيتات المحددة ، سعياً لتلبية الأهتمامات والحاجات الإنسانية للمواطن المصري.

أما اليوم السابع فقد جاء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأولى بنسبة 27.2% من إجمالي المواد الخيرية الخاضعة للتحليل يأتي ذلك توضحاً لأهداف المبادرة من الناحية الإنسانية من حيث القوافل العلاجية والطبية و انتهاء قوائم الانتظار في العمليات العاجلة وتقديم المساعدات العينية و المادية ، اما إطار التنمية فقد جاء بنسبة 22.5% في الترتيب الثاني وهو ما يعكس آلية تأطير اليوم السابع للأخبار المتعلقة بالمشروعات التنموية خاصة محطات معالجة المياه والصرف الصحي و تطوير شبكات الاتصالات بقري المبادرة .

**التساؤل الخامس:** ما وظيفة الأطر الإعلامية التي استخدمتها وسائل الإعلام محل التحليل، في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

**جدول رقم (5) يوضح وظيفة الأطر المستخدمة في تغطية اخبار المبادرة**

موقع اليوم السابع		قناة cbc		الوسيلة
%	ك	%	ك	وظيفة الإطار المستخدم
27.7	53	36.8	70	وصف الحدث
5.7	11	5.3	10	طرح الأسباب
34.03	65	31.6	60	عرض النتائج
10.9	21	9.5	18	الحلول
21.4	41	16.8	32	تقييم عام للحدث
100.0%	191	100	190	المجموع

قامت الباحثتان بتحديد وظيفة الإطار من حيث توصيف الحدث ، طرح الأسباب ،النتائج ، تقديم الحلول ،التقييم العام للحدث ، ويوضح الجدول السابق التحليل الكمي لوظائف الأطر المستخدمة في عينة الدراسة ،حيث يتبين أنه جاءت وظيفة وصف الحدث ب قناة cbc في المقدمة بنسبة (36.8%) وهو ما يعكس وظيفة الاطار الاعلامي في وصف الحدث والتي تُعد أحد أهم وظائف الإعلام للتوضيح والتفسير، ثم جاءت وظيفة عرض النتائج بنسبة (31.6%) والتي تعبر علي زيادة معدل انجازات المشروعات بالمبادرة وبالتالي ركزت القناة في تغطيتها علي إبراز ذلك.

أما موقع اليوم السابع فقد جاءت وظيفة عرض النتائج في المرتبة الأولى بنسبة 34.03% وهو ما يعكس وظيفة الاطار الاعلامي في عرض نتائج مشروعات المبادرة خاصة من حيث المكاسب ومؤشرات التنمية داخل قري المبادرة ، وقد جاءت وظيفة وصف الحدث بنسبة 27.7% وكما اوضحت نتيجة تحليل قناة cbc أن وظيفة وصف الحدث تُعد أحد أهم وظائف الإعلام للتوضيح والتفسير .

**التساؤل السادس:** ما أبرز استراتيجيات الاتصال المستخدمة في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

**جدول رقم (6) يوضح أبرز استراتيجيات الاتصال المستخدمة في تغطية اخبار المبادرة**

موقع اليوم السابع		قناة cbc		الوسيلة
%	ك	%	ك	الأستراتيجية

استراتيجية الإعلام	53	27.9	109	57.06
استراتيجية الإجماع	40	21	12	6.2
استراتيجية الإقناع	85	44.7	42	21.9
استراتيجية الحوار	12	6.3	28	14.6
المجموع	190	%100	191	%100

توضح نتائج الجدول السابق أن استراتيجيات الاتصال المتبعة في قناة cbc كانت كالتالي: استراتيجية الإقناع بنسبة (44.7%)، ثم استراتيجية الإعلام بنسبة (27.9%)، ثم استراتيجية الإجماع بنسبة (21%)، ثم استراتيجية الحوار بنسبة (6.3%)، ويأتي هذا توضيحاً للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من محاولة لإقناع المستقبل بالرسالة من خلال عرض الحقائق وإعلامه بكل ما يتم من خطوات لتنفيذ المبادرة في محاولة لبناء إجماع الأراء من خلال الحوار.

أما موقع اليوم السابع فأتفقت نتيجته مع نتيجة قناة cbc فجاءت استراتيجية الإعلام في الترتيب الأول بنسبة 57.06% وذلك لتحقيق وظيفة الإعلام الرئيسية وهي الإخبار، وجاءت استراتيجية الإقناع في المرتبة الثانية بنسبة 21.9%.

**التساؤل السابع:** ما أبرز الاستمالات الإقناعية المستخدمة في معالجة اخبار "مبادرة حياة كريمة"؟

#### جدول رقم (7) يوضح أبرز الاستمالات الإقناعية المستخدمة في تغطية اخبار المبادرة

الاستمالات الإقناعية	الوسيلة	قناة cbc		موقع اليوم السابع	
		ك	%	ك	%
منطقية		106	55.8	50	26.1
عاطفية		30	15.8	88	46.07
الأثنان معاً		54	28.4	53	27.7
الإجمالي		190	%100	191	%100

تشير نتائج الجدول السابق إلي تقدم الأستمالات المنطقية كأكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً في الأخبار عينة الدراسة بقناة cbc حيث بلغت نسبتها (55.8%) والذي اعتمد علي تقديم الأدلة والبراهين والمعلومات والاحصائيات، تلاها الاعتماد علي النوعين من الأستمالات (المنطقية والعاطفية معاً) بنسبة (28.4%)، ثم وفي المؤخرة يأتي الاعتماد علي الاستمالات العاطفية بنسبة (15.8%) والذي حمل بداخله التحيز لكافة الأنشطة المقدمة بالإضافة إلي محاولة التأثير في الرأي العام باستخدام القوي الناعمة من أغاني ومشاهد انسانية تتلامس والمشاعر العاطفية والجمهور، ويمكن اسناد هذه النتيجة إلي طبيعة المحتوى المقدم الذي شمل بناء المدارس والمجمعات الحكومية و دقة البيانات المقدمة، حيث يعبر ذلك عن جدية تنفيذ مشروعات المبادرة.

أما الاستمالات العاطفية فقد جاءت في المرتبة الأولى بموقع اليوم السابع بنسبة 46.07% بموقع اليوم السابع حيث استخدم الموقع الاستمالات العاطفية الممثلة فجاء استخدام النعوت الوصفية حيث اعتمدت اليوم السابع على النعوت الوصفية في وصف مشروعات حياة

كريمة بالعظيمة و الغير مسبوقه ، كما جاء إستخدام الصور الذهنية فى المرتبة الثانية ، ولم تستخدم اليوم السابع الانماط الايجابية أو فئة تجهيل المصدر حيث لم تسجل الباحثة أي تكرار لهذه الفئة لأن اليوم السابع اعتمدت في معظم تغطياتها الخبرية عن المبادرة علي البيانات الرسمية المدعمة بالسند الخبري للقوي الفاعلة و الاحصاءات والارقام .

**ثانياً: نتائج التحليل السيميولوجي لحلقة من برنامج (حياة كريمة) علي قناة dmc:**

#### **بطاقة عن برنامج (حياة كريمة) المذاع عبر قناة dmc:**

– هو برنامج أسبوعي (حيث يتم عرضه كل يوم خلال شهر رمضان الساعة الخامسة مساءً، يرصد كل ما تقدمه المبادرة الرئاسية "حياة كريمة" لتوفير العيش الكريم للمواطنين البسطاء والأكثر احتياجاً ، والمقيمين في قرى الريف المصري، وقد بدأ عرض البرنامج في رمضان 2021 ، ويقدم حالياً الموسم الثالث منه .

– من إنتاج شركتي ديجيتال ستوديو (Digital Studio)، وصورلي(Sawarly)

– يركز البرنامج على مساعدة المواطنين الذين يحتاجون إلى بدء مشاريع خاصة تؤمن لهم الحياة الكريمة، وتجعلهم فاعلين ومنتجين في المجتمع، حيث يقدم البرنامج الدعم لهؤلاء من خلال توفير كل احتياجاتهم للنهوض بمستواهم المادي والمعيشي.

– البرنامج يتم تصويره في معظم محافظات الجمهورية، وقد أعلنت المبادرة أنه يمكن للراغبين في الظهور في البرنامج التواصل مع المبادرة عبر منصاتنا على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### **الحلقة (رقم14) الموسم الثالث**

تاريخ الإذاعة 2022/4 /10

مدة الحلقة : 16 دقيقة و 13 ثانية

#### **الصورة الأولى: سائق التاكسي**

**الإطار الزمني والمكاني للمحتوي :** الثانية ظهراً ، احد شوارع مدينة نصر - القاهرة

**الوصف:** يقوم المذيع (أيمن مصطفى) باستيقاف أي سيارة أجرة ( تاكسي) تمر من أمامه ، ثم يخبر السائق أنه يريد الذهاب إلي عمله، ولا يوجد معه مال لدفع الأجرة ، ومع اختلاف المواقف والأفراد تدور الأحداث حول شاب اسمه (ميننا) يحمل مؤهل جامعي ، ويعمل علي السيارة .

**صورة رقم (1) صورة من برنامج حياة كريمة الموسم الثالث**



## الرسالة الأيقونية:

### جدول رقم (8)

المداليل في المستوى الثاني	المداليل في المستوى الأول	الدوال الأيقونية	رقم الدقيقة
-مصداقية حلقات البرنامج - لا توجد معايير محددة لاختيار الحالات التي يتم مساعدتها، سوي تقديم المبادرة يد العون لمن يحتاجها بالفعل.	المذيع دون ان يظهر شخصيته - الشاب سائق التاكسي - رجل مسن يطلب المساعدة من الشاب	الأشخاص	(1)
سعي المبادرة من خلال البرنامج لنشر اهدافها وهو عيش المواطن المصري في حياة كريمة داخل القرى وخارجها ، من خلال تقديم المساعدات سواء بسداد مديونيات ، أو مساعدات مالية ، أو المساعدة علي استكمال مشروع قائم	شارع	الاماكن	

## الرسالة التضمينية: الدولة المصرية تسعى لتحقيق " جودة الحياة لمواطنيها من خلال توفير معيشة كريمة لهم"

حيث جاءت مبادرة " حياة كريمة " ساعية إلي التدخل الآني والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم ، كما تسعى إلى تقديم حزمة متكاملة من الخدمات، التي تشمل جوانب مختلفة صحية واجتماعية ومعيشية، والتي تُعد بمثابة مسؤولية ضخمة ستتشارك بها الجهات المختلفة بالدولة من حكومة ومنظمات عمل مدني ورجال أعمال ومتبرعين، من هنا جاء دور المبادرة لتوحيد كافة الجهود (الدولة /المجتمع المدني /القطاع الخاص) بهدف التصدي للفقر المتعدد الأبعاد وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للمواطنين في محافظات مصر ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعهم والاستثمار في تنمية الانسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية.

## الرسالة التشكيلية :

جاءت الصورة داخل كل لقطة مفعمة بالحيوية تستحوذ علي عين القارئ ، مما يكسبها مزيداً من الاقناع بمضمونها المكتنز بالدلالات ، حيث حققت بساطة تكوينها وعدم ازدحامها رؤية

أكثر وضوحاً للمشاهد وأكثر راحة لعينه ، وهو ما انعكس علي سهولة الحركة بين عناصرها ، وقد جاء زمن تصوير أغلب اللقطات بالنهار والذي يدل علي العمل والأنطلاق.

**من حيث أحجام اللقطات :** اعتمد مخرج البرنامج علي استخدام الأحجام التالية :

✓ حجم اللقطة القريبة ( close up shot ) وهو أحد أهم أدوات المخرج للتعبير عن جودة وصلاحيه وكفاءة ما يتم تصويره، وفيه يتم لفت الانتباه إلي الشخص أو المكان المراد تسليط الضوء عليه.

✓ حجم اللقطة المتوسطة ( medium shot ) حيث يستخدم هذا الحجم في التعرف علي إشارات وحركات الجسم كالأرجل والأيدي، ويساعد في الانتقال ما بين اللقطات القريبة والبعيدة ، وهو ما تم الاعتماد عليه لتوضيح رد فعل السائق مع المذيع في المواقف المختلفة ، وكذلك أثناء سرده وحديثه عن حالته المعيشية.

✓ حجم اللقطة المتوسطة القريبة ( medium close up shot ) والتي تم الإستعانة بها لتعظيم قيمة العنصر الموجود باللقطة (وهو المساعدة)

**من حيث استخدام الموسيقى :**

✓ جاءت الموسيقى المصاحبة للصورة تحمل لحناً خاصاً بالبرنامج ، يرافقه كلمات أغنية التتر.

✓ تميزت كلمات التتر باحتوائها علي مرادفات توضح أهداف المبادرة واسمها والعائد منها علي المجتمع ومن يستطيع المشاركة بها، حيث جاءت الكلمات كالتالي:

" هو رزقك رزق ناس / وانت جزء من الحكاية /دين وداير مفيش خساير كله كسبان فالنهاية

فرح الناس البسيطة يتعدل شكل الخريطة / أنت فيه نقطة بداية

فرحة تبني حياة كريمة خير بيدي لروحنا قيمة / جبر خاطر "

ثالثاً: نتائج تحليل المواقع الإخبارية:

**التحليل الكمي لمضمون المواد الخبرية المتعلقة بمبادرة حياة كريمة في موقع اليوم السابع**

قامت الباحثة في هذا المبحث بعرض التحليل الكمي لمضمون 191 مادة خبرية متعلقة بمبادرة حياة كريمة ،تم تغطيتها عبر موقع اليوم السابع في الفترة الزمنية من يناير 2022 : مارس 2022.

رابعاً: نتائج التحليل الوصفي للموقع الرسمي (لمبادرة حياة كريمة) عبر الإنترنت:

يأتي موقع مبادرة " حياة كريمة" علي <https://www.hayakarima.com> وهو الموقع الذي قامت بتدشينه رئاسة الجمهورية ليعبر عن مبادرة " حياة كريمة " عام 2019 ، يحتوي الموقع علي 9 بوابات رئيسية وهي : عن حياة كريمة ، أهداف المبادرة ، مرتكزات

المبادرة ، المبادئ الأساسية ، الفئات المستهدفة ، تدخلات المبادرة ، مراحل عمل المبادرة ، التسجيل ، تبرع الآن.

**و يستعرض الموقع أهداف المبادرة كالتالي :**

- 1) التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجاً في الريف والمناطق العشوائية في الحضر
- 2) التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجاً بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.
- 3) الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.
- 4) توفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية.
- 5) اشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم.
- 6) تنظيم صفوف المجتمع المدني وتطوير الثقة في كافة مؤسسات الدولة.
- 7) الاستثمار في تنمية الانسان المصري.
- 8) سد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها.
- 9) احياء قيم المسؤولية المشتركة بين كافة الجهات الشريكة لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها.

**و جاءت مرتكزات المبادرة كالتالي :**

- 1) تضافر جهود الدولة مع خبرة مؤسسات المجتمع المدني ودعم المجتمعات المحلية في إحداث التحسن النوعي في معيشة المواطنين المستهدفين ومجتمعاتهم على حد سواء.
- 2) أهمية تعزيز الحماية الاجتماعية لجميع المواطنين.
- 3) توزيع مكاسب التنمية بشكل عادل.
- 4) توفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم ولمجتمعاتهم المحلية.

**أما عن المبادئ الأساسية للمبادرة فهي :**

- 1) الشفافية في تداول المعلومات.
- 2) تعزيز الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجاً.
- 3) الالتزام والتعهد لكل شريك للقيام بدوره وفق منهجية العمل ومعايير الخدمات.

4) دعم اللامركزية عن طريق تفويض السلطة وإتاحة قدر أكبر من المرونة وتقريب المسافة بين مستويات اتخاذ القرار.

5) النزاهة في أداء الخدمة لمستحقيها.

6) الثقة المتبادلة بين كافة الجهات الشريكة والشباب المتطوع للعمل.

7) التوازن بين تقديم التدخلات الخدمية والتدخلات التنموية والإنتاجية.

**وتستهدف المبادرة 7 فئات رئيسية وهم :**

1) الأسر الأكثر احتياجاً في التجمعات الريفية. 2. كبار السن. 3. ذوي الهمم. 4. المتطوعين. 5. النساء المعيلات والمطلقات. 6. الأيتام والأطفال. 7. الشباب الغير قادر على العمل

**تدخلات المبادرة:**

1) سكن كريم : رفع كفاءة منازل، بناء أسقف، وبناء مجمعات سكنية في القرى الأكثر احتياجاً، ومد وصلات مياه وصرف صحي وغاز وكهرباء داخل المنازل.

2) بنية تحتية : مشروعات متناهية الصغر وتفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى.

3) خدمات طبية : بناء مستشفيات ووحدات صحية وتجهيزها من معدات وتشغيلها بالكوادر طبية. إطلاق قوافل طبية وتقديم من خلالها خدمات صحية من أجهزة تعويضية (سماعات ونظارات وكراسي متحركة وعكازات.. إلخ).

4) خدمات تعليمية: بناء ورفع كفاءة المدارس والحضانات وتجهيزها وتوفير الكوادر التعليمية، انشاء فصول محو الأمية.

5) تمكين اقتصاد : يتدريب وتشغيل من خلال مشروعات متوسطة وصغيرة ومتناهية الصغر، مجمعات صناعية وحرفية وتوفير فرص عمل.

6) تدخلات اجتماعية وتنمية إنسانية: تدخلات اجتماعية تشمل بناء وتأهيل الإنسان وتستهدف الأسرة والطفل والمرأة وذوي الهمم وكبار السن ومبادرات توعوية، توفير سلات غذائية وتوزيعها مدعمة، زواج اليتيمات بما يشمل تجهيز منازل الزوجية وعقد أفراح جماعية، تنمية الطفولة بإنشاء حضانات منزلية لترشيد وقت الأمهات في الدور الإنتاجي وكسوة أطفال.

7) تدخلات بيئية: كجمع مخلفات القمامة مع بحث سبل تدويرها.. وغيرها.

**مراحل عمل المبادرة:**

تم تقسيم القرى الأكثر إحتياجاً المستهدفة وفقاً لبيانات ومسوح الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بالتنسيق مع الوزارات والهيئات المعنية. المرحلة الأولى من المبادرة تشمل القرى ذات نسب الفقر من 70 % فيما أكثر: القرى الأكثر إحتياجاً وتحتاج إلى تدخلات عاجلة، المرحلة الثانية من المبادرة: القرى ذات نسب الفقر من 50% إلى ٧٠%: القرى

الفقيرة التي تحتاج لتدخل ولكنها أقل صعوبة من المجموعة الأولى، المرحلة الثالثة من المبادرة: القرى ذات نسب الفقر أقل من 50%: تحديات أقل لتجاوز الفقر.

#### المعايير الأساسية لتحديد القرى الأكثر احتياجاً :

- (1) ضعف الخدمات الأساسية من شبكات الصرف الصحي وشبكات المياه.
- (2) انخفاض نسبة التعليم، وارتفاع كثافة فصول المدارس.
- (3) الإحتياج إلى خدمات صحية مكثفة لسد إحتياجات الرعاية الصحية.
- (4) سوء أحوال شبكات الطرق.
- (5) ارتفاع نسبة فقر الأسر القاطنة في تلك القرى.

كذلك يتيح الموقع رابط لتسجيل بيانات الأشخاص الراغبين في التطوع للعمل للمبادرة و كذلك يوفر رابط لبيان طرق وأساليب التبرع للمؤسسة ، كما يتيح الموقع بريد إلكتروني للتواصل مع القائمين علي المبادرة [contact@hayakarima.com](mailto:contact@hayakarima.com)

#### السّمات الشكّلية لموقع حياة كريمة :

**اللغة :** يقدم الموقع محتواه باللغة العربية ، ويوجد أيقونة EN يمكن من خلالها تحويل لغة الموقع الي اللغة الانجليزية

#### وسائل الإبراز :

**الصور و الفيديوهات :** يستخدم الموقع عدد من صور البورتريه لشخصيات من الريف المصري من مختلف الأعمار من النساء والرجال ، و تأتي الصورة الرئيسية للموقع في صورة موضوعية تصور فتاة ترتدي ملابس الريف المصري وسط أرض وراعية خضراء ، كما يقدم الموقع عدد من المواد الفلمية المصورة والتي تشمل إعلانات ترويجية للمبادرة

**الخرائط :** يشمل الموقع في صفحته الرئيسية علي خريطة لجمهورية مصر العربية بألوان العلم المصري مقسمة إدارياً حسب الحدود الجغرافية للمحافظات

**انفوجراف :** يشمل الموقع علي عداد رقمي يوضح عدد المحافظات والمراكز والقرى و التوابع و المواطنين الذين تستهدفهم المبادرة



شكل رقم (2)

**تبرع الآن :** يحتوي الموقع علي أيقونة تبرع الآن و بالضغط عليها يتم تحويلك إلي استمارة معلومات بها بعض المعلومات الأساسية عن المتبرع ومن ثم طريق النبرع عبر الفيزا او ماستر كارد

**سجل الآن :** يحتوي الموقع علي أيقونة سجل الآن و بالضغط عليها يتم تحويلك إلي استمارة معلومات أساسية عن المتطوع و المجالات التي يرغب بالتطوع بها .

**الشركاء :** تحتوي الصفحة الرئيسية للموقع علي 23 LOGO ل 23 مؤسسة ووزارة وشركة وجمعية خيرية ، شركاء بالتطوع في مبادرة حياة كريمة .

### التحليل السميولوجي لشعار و ألوان المبادرة

يأتي ارتباط السيميائيات بالمجال اللوني بوصفها - السيمياء - علماً يتناول كل العلامات التي نراها يومياً، وفي كلِّ الموجودات جامدة أو حية. فإنَّ الألوان واحدة من أهم الإيقونات التي اهتمت بها (السيميائيات) من جهتين، الأولى بوصفها - أي الألوان - تشكياً بصرياً يحمل عدداً من المستويات الدلالية، والثانية بوصفها اقتصاداً لغوياً يُستثمر سماتٍ لسانية لتكوين قنوات تواصلية جامعة بين المتلقي والباث للرسالة.



لكل مصري .. لكل مصرية

### شكل رقم 3

ويثبت المتخصصون ذلك بدراسة نظرية الألوان وتأثيراتها على الإنسان بالتجربة العملية، فسيمياء الألوان تتدافع مع العواطف النفسية لدى الإنسان؛ إذ إنها تثير فيه مختلف المشاعر والاحاسيس من إحباط وتفاؤل ورغبة وغيرهما، فلكل لون مزاياه المثيرة والمحفزة، وبخلاف الناحية الجمالية فإنَّ دراسة تأثير اللون على سيكولوجية وفزيولوجية الجسم البشري قد أعطت نتائج يمكن الاستفادة منها في توضيح مدى العلاقة.

ويأتي ( LOGO ) لوجو المبادرة في شكل مربع أخضر و قوس باللون البرتقالي علي خلفية بيضاء و يمكن تفسير اللون الأخضر سميولوجياً : حيث أنه يعد من الألوان الباردة، كما

يعتبر دليلاً على النماء، فهو لون الخصب والرزق في اللغة العربية، كما يُعد لون النعيم، ويعبر عن النعيم في الدنيا والآخرة في الأديان و الرسائل السماوية، و هو أيضاً يدل في الثقافة المصرية على النشاط الزراعي و الريف المصري ، ويوضح علم العلامات و الرموز أن شكل المربع له زوايا صحيحة كما انها تشير الى الترتيب، الحسابية الرياضية، العقلانية والرسمية، كما أن المستطيلات والمربعات من أكثر الأشكال الهندسية شيوعاً، وغالباً ما تستخدم في الرسم البسيط لتعبر عن الشكل الأولي للمنزل أو الأبواب أو النوافذ أو تستخدم لتأطير نص أو شكل هام لتضفي عليه مزيد من الإبراز والوضوح ، كما ان المربعات والمستطيلات تشير الى المطابقة والتماثل، السكينة، الصلابة، الأمان والمساواة.

أما اللون البرتقالي : يعد من الألوان الدافئة ويفسر علماء علم النفس والمثولوجيا دلالة اللون البرتقالي بأنه يرمز الي الطاقة ، ويبعث الحرارة والدفء اللذان يُميزان لون أشعة الشمس ؛ ويعود السبب في ذلك لأنه ناتج عن مزج لونين قويين، حيث إنه خليط من الأصفر الذي يرمز للفرح والسعادة مع الأحمر الذي يُعبر عن الطاقة، الأمر الذي يجعله لوناً مميزاً يحمل معه سلسلة من المعاني والمشاعر المبهجة والدافئة في نفس الوقت ، و يسميه علماء علم النفس بلون السعادة ، كما انه يحمل رسائل تعبر عن التنبيه لذلك يتم استخدامه بكثرة في علامات المرور و الاشارات التوضيحية والعلامات التجارية ، ويأتي القوس باللون البرتقالي داخل ال LOGO ليعبر عن الإبتسامة و إستشراف المستقبل .

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (9) يوضح معدل متابعة العينة لأخبار تنفيذ المبادرة عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة

المعدل الوسيلة	دائماً		أحياناً		نادراً		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الفضائية	147	32%	247	54%	63	14%	457	100%
الصحف الإلكترونية	164	36%	214	47%	79	17%	457	100%
المواقع الإلكترونية	346	76%	93	20%	18	4%	457	100%

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق الذي يوضح معدل متابعة العينة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة نجد أنه: فيما يتخص **القنوات الفضائية** : جاءت المتابعة أحياناً بنسبة (54%)، ثم دائماً بنسبة (32%)، ثم نادراً بنسبة (14%) ، وهو ما يدل على أهمية دور القنوات الفضائية في الدعم والترويج للمبادرات الوطنية، وأنها لا تزال من أهم وسائل الإعلام التقليدية متابعة ، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه نتائج دراسة عن تعرض المراهقات للقنوات الفضائية (جاسم، 2021)، بينما سجلت نسب المتابعة **للصحف الإلكترونية** أحياناً (47%)، ثم دائماً بنسبة (36%)، ثم نادراً بنسبة (17%)، بينما سجلت **المواقع الإلكترونية** أعلى نسب متابعة حيث بلغت نسبة المتابعة الدائمة (76%) ، ثم (20%) للاختيار أحياناً، ثم (4%) للمتابعة النادرة، ويُعد ذلك مؤشراً قوياً على استحواذ وسائل الاتصال الحديثة على معدلات متابعة العينة لها خاصة مواقع التواصل الاجتماعي منها، وتؤكد نتائج هذا الجدول على مدى حرص

المواطن المصري علي متابعة أخبار المبادرة من خلال كافة وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة.

**جدول رقم (10) يوضح عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة**

عدد الساعات		أقل من ساعة		من ساعة لأقل من 3 ساعات		أكثر من 3 ساعات		الإجمالي	
الوسيلة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الفضائية		250	55%	162	35%	45	10%	457	100%
الصحف الإلكترونية		289	63%	129	28%	39	9%	457	100%
المواقع الإلكترونية		129	28%	166	36%	162	35%	457	100%

تظهر نتائج الجدول السابق عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بشكل عام، حيث جاء معدل التعرض للقنوات الفضائية (لأقل من ساعة) في اليوم الواحد في المرتبة الأولى لها بنسبة بلغت (55%) ، واتفقت معها الصحف الإلكترونية في معدل عدد ساعات المتابعة، والتي جاءت في مقدمتها التعرض لأقل من ساعة يومياً بنسبة بلغت (63%) ، في حين اختلفت عنهما المواقع الإلكترونية والتي جاء التعرض لها لأكثر من ثلاث ساعات يومياً بنسبة بلغت (35%) ، ويأتي ذلك تأكيداً لنتائج الجدول السابق والذي أوضح أن معدل متابعة عينة الدراسة لأخبار تنفيذ المبادرة من خلال وسائل الإعلام الحديثة كان أعلى من معدل المتابعة من خلال وسائل الإعلام التقليدية.

**جدول رقم (11) يوضح معدل المتابعة بالساعات لعينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة**

عدد الساعات		يوم واحد فقط		من يومين إلى 3 أيام		يومياً		الإجمالي	
الوسيلة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الفضائية		148	32%	149	33%	160	35%	457	100%
الصحف الإلكترونية		143	31%	124	27%	190	42%	457	100%
المواقع الإلكترونية		52	11%	62	14%	343	75%	457	100%

يوضح الجدول السابق بالأرقام والمؤشرات علي معدل ساعات المتابعة لعينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة ، حيث اتفقت عينة الدراسة كلياً علي المتابعة اليومية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة مما يدل علي مدي اعتماد المبحوثين علي المتابعة اليومية لوسائل الإعلام حيث جاءت المواقع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة (75%)، و جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الثاني بنسبة (42%) بينما جاءت القنوات الفضائية في الترتيب الثالث بنسبة (35%) .

**جدول رقم (12) يوضح مدي اهتمام عينة الدراسة بالقضايا وموضوعات التنمية**

الإجمالي		معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	457	%0.2	1	%19.7	90	%80	366	اهتم بمتابعة قضايا وموضوعات التنمية في المجتمع المصري بشكل عام
%100	457	%0.4	2	%27	124	%72	331	تمثل قضايا التنمية أهمية كبيرة بالنسبة لي
%100	457	%1	5	%18	83	%81	369	مستقبل المجتمع المصري سيحدده مدى النجاح في خطط التنمية المتبعة
%100	457	%1.3	6	%18.8	86	%84	383	تمثل التنمية أولوية ملحة للدولة المصرية في الوقت الحالي
%100	457	%1.3	6	%19.9	91	%85	390	يُعد دعم جهود التنمية المبدولة واجباً وطنياً
%100	457	%37	17	%25.4	116	%71	324	التنمية مطلب يستدعي التضحية

توضح نتائج الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة من المبحوثين بقضايا وموضوعات التنمية كان راجعاً إلي (علي الترتيب): أن دعم جهود التنمية المبدولة يُعد واجباً وطنياً بنسبة موافقة بلغت(85%)، ثم أن التنمية تمثل أولوية ملحة للدولة المصرية في الوقت الحالي بنسبة موافقة (84%)، ثم كون مستقبل المجتمع المصري سيحدده مدى النجاح في خطط التنمية المتبعة بنسبة موافقة (81%)، ثم الإهتمام بمتابعة قضايا وموضوعات التنمية في المجتمع المصري بشكل عام بنسبة موافقة (80%)، ثم كون قضايا التنمية أهمية كبيرة بالنسبة لهم بنسبة موافقة (72%)، وأخيراً أن التنمية مطلب يستدعي التضحية بنسبة موافقة (71%).

#### جدول رقم (13) يوضح دوافع متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة لأخبار مبادرة حياة كريمة

الإجمالي		المواقع الإلكترونية		الصحف الإلكترونية		القنوات الفضائية		الوسيلة	الدافع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%100	457	%42	193	%19	88	%39	176	1-تعرف من خلالها علي جهود في تنفيذ المبادرة	
%100	457	%61	281	%21	95	%18	81	2-وسيلة سهلة الاستخدام بالنسبة لي وسريعة	
%100	457	%57	259	%23	107	%20	91	3-تعودت علي استخدامها منذ فترة	
%100	457	%40	183	%21	95	%39	179	4-تساعدني في تكوين رأي عن جهود الدولة في التنمية	
%100	457	%49	222	%22	99	%30	136	5-تعرض الآراء ووجهات النظر المختلفة	
%100	457	%48	219	%19	86	%33	152	6-تستخدم لغة بسيطة استطيع من خلالها فهم الموضوعات والقضايا	
%100	457	%30	137	%25	113	%45	207	7-لها مندوبين للتغطية في أماكن عديدة استطيع أن اتابع من خلالها خطوات التنفيذ	
%100	457	%46	212	%20	91	%34	154	8-تقدم لي معلومات تنموية جديدة لم أكن اعرفها من قبل	
%100	457	%39	179	%20	90	%41	188	9-أدرك من خلالها أهمية المشاركة المجتمعية لنجاح التنمية	
%100	457	%35	158	%16	72	%50	227	10-أشعر من خلالها ان المستقبل أفضل بفضل تلك	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم دوافع عينة الدراسة من المبحوثين من متابعة أخبار المبادرة عبر وسائل الإعلام التقليدية الحديثة، والتي جاءت علي النحو التالي :

فيما يتعلق بدوافع المتابعة الأبرز عبر القنوات الفضائية: جاءت علي الترتيب أشعر من خلالها ان المستقبل أفضل بفضل تلك الجهود بنسبة (50%)، ثم استطيع أن اتابع من خلالها خطوات التنفيذ بنسبة (45%)، ثم إدراك أهمية المشاركة المجتمعية لنجاح التنمية بنسبة (41%)، ثم التعرف من خلالها علي جهود في تنفيذ المبادرة و المساعدة في تكوين رأي عن جهود الدولة في التنمية بنسبة (39%)، أما عن أبرز دوافع المتابعة عبر الصحف الإلكترونية فقد كانت :

متابعت خطوات التنفيذ من خلالها بنسبة (25%) ، التعود علي استخدامها منذ فترة بنسبة (23%) ثم كونها تعرض الآراء ووجهات النظر المختلفة بنسبة (22%) ، ثم أنها تساعد في تكوين رأي عن جهود الدولة في التنمية بنسبة (21%) ، وفيما يتعلق بأبر دوافع المتابعة للمواقع الإلكترونية فقد جاءت كالتالي : وسيلة سهلة الاستخدام بالنسبة لي وسريعة بنسبة (61%)، ثم التعود علي استخدامها منذ فترة بنسبة (57%) ، ثم كونها تعرض الآراء ووجهات النظر المختلفة (49%) ، تستخدم لغة بسيطة استطيع من خلالها فهم الموضوعات والقضايا (48%)، ثم أنها تقدم لي معلومات تنموية جديدة لم أكن اعرفها من قبل (46%)، ويبدل مؤشر هذه النتائج علي تفوق وسائل الإعلام الحديثة علي التقليدية من حيث دوافع المتابعة ، حيث ساعدت خصائص هذه الوسائل علي سرعة نشر أخبار تنفيذ المبادرة، كما أوضحت جهود الدولة في تنفيذها.

#### جدول رقم (14) يوضح معدل ثقة المبحوثين في المعلومات الواردة إليهم عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لأخبار مبادرة حياة كريمة

الإجمالي		لا أتق تماماً		أتق إلي حد ما		أتق بشدة		درجة الثقة	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	العبارة	
457	100%	7	2%	224	49%	226	49%	أتق في المعلومات التي استمدها من وسائل الإعلام التقليدية و الحديثة عن مبادرة حياة كريمة	
457	100%	12	3%	186	41%	259	57%	المعلومات التي يقدمها الخبراء والمتخصصين والمستفيدين داخل القرى عبر هذه الوسائل	
457	100%	9	2%	137	30%	311	68%	البيانات الرسمية الصادرة عن الدولة فيما يختص بتنفيذ المبادرة	
457	100%	16	4%	201	44%	240	53%	الموضوعية في تقديم المعلومات	

تبين نتائج الجدول السابق أن معدلات ثقة المبحوثين عينة الدراسة في المعلومات الواردة إليهم عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة جاءت مرتفعة وبشدة سواء في المعلومات التي يستمدونها من تلك الوسائل ، أو في المعلومات التي يقدمها الخبراء والمتخصصين والمستفيدين من المبادرة ، أو في البيانات الرسمية الصادرة عن الدولة فيما يختص بتنفيذ

المبادرة، الموضوعية في تقديم المعلومات، وهو ما يشير إلى الدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة في تكوين الاتجاهات لدي الرأي العام .

جدول رقم (15) يوضح أبرز الأطر التي تبنتها وسائل الإعلام المصرية التقليدية والحديثة من وجهة نظر المبحوثين

الإجمالي		المواقع الإلكترونية		الصحف الإلكترونية		القنوات الفضائية		الوسيلة الأطر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100%	457	20%	90	16%	73	64%	294	أطر المسؤولية
100%	457	29%	134	25%	116	45%	207	أطر الإنجازات
100%	457	33%	151	25%	112	42%	194	أطر المكاسب
100%	457	39%	177	36%	164	25%	116	أطر الخسائر
100%	457	23%	107	18%	84	58%	266	أطر التنمية
100%	457	24%	110	22%	102	54%	245	أطر الصبغة السياسية
100%	457	25%	112	23%	107	52%	238	أطر النتائج الاقتصادية
100%	457	25%	113	18%	81	58%	263	أطر المصلحة العامة
100%	457	35%	158	19%	85	47%	214	أطر الاهتمامات الإنسانية
100%	457	38%	173	21%	95	41%	189	أخرى

توضح النتائج السابقة أن أبرز الأطر التي تبنتها القنوات الفضائية عند معالجتها للأخبار والموضوعات المتعلقة بجهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة من وجهة نظر المبحوثين جاءت علي الترتيب كالتالي : أطر المسؤولية (64%)، أطر التنمية واطر المصلحة العامة (58%) لكل منهما، أطر الصبغة الرسمية (54%)، أطر النتائج الاقتصادية (52%)، بينما تبنت الصحف الإلكترونية من وجهة نظرهم أطر : أطر الخسائر (36%)، أطر الإنجازات وأطر المكاسب (25%) لكل منهما، أطر النتائج الاقتصادية (23%)، في حين كانت وجهة نظرهم في الأطر التي تبنتها المواقع الإلكترونية كالتالي: أطر الخسائر (39%)، أطر الاهتمامات الإنسانية (35%)، أطر المكاسب (33%).

#### نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري لوسائل الإعلام (التقليدية والحديثة)، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة".

جدول (16) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة متابعة الرأي العام المصري لوسائل الإعلام (التقليدية والحديثة)، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"

الثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
0.01	**0.132	القنوات الفضائية

غير دالة	0.057	الصحف الإلكترونية
غير دالة	0.022	المواقع الإلكترونية

يتضح من الجدول السابق:

• وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري للفتوات الفضائية، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.132)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01).

• عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري للفتوات الفضائية، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.057)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

• عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري للفتوات الفضائية، والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.022)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05).

**وعلى ما سبق** فقد ثبت صحة الفرض الأول جزئياً فيما يختص بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة

إحصائية بين كثافة متابعة الرأي العام المصري لوسائل الإعلام (التقليدية) والثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، بينما لم يثبت صحة الفرض فيما يتعلق بوسائل الإعلام الحديثة.

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (السن/ النوع / تنفيذ المبادرة بالقرب منه).

**الفروق تبعاً لـ(النوع):**

**جدول (17) نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة**

**على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية تبعاً للنوع**

الدلالة	قيمة (ت)	ع	م	العدد	العينة
0.001	3.316	1.720	16.953	217	الذكور
		1.960	16.379	240	الإناث

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية

تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" (3.316)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

**الفروق تبعاً لـ(السن وتنفيذ المبادرة بالقرب منه):**

جدول (18) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية تبعاً لمتغيرات (السن وتنفيذ المبادرة بالقرب منه)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
السن	بين المجموعات	84.310	4	21.078	6.304	0.001
	داخل	1511.370	452	3.344		
	المجموع	1595.681	456			
تنفيذ المبادرة بالقرب من المبحوث	بين المجموعات	3.092	1	3.092	0.883	غير دالة
	داخل	1592.589	455	3.500		
	المجموع	1595.681	456			

تُظهر بيانات الجدول السابق إلي:

● بالنسبة للسن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية تبعاً للسن، حيث بلغت قيمة ف (6.304)، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001.

● بالنسبة لتنفيذ المبادرة بالقرب منه: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية تبعاً لتنفيذ المبادرة بالقرب منه، حيث بلغت قيمة ف (0.883)، وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05.

**وعلى ما سبق فإنه** قد ثبت صحة الفرض جزئياً فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (السن/ النوع)، بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بـ(تنفيذ المبادرة بالقرب منه).

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة أفراد العينة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، ومستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية.

جدول (19) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين ثقة أفراد العينة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، ومستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية

المتغيرات	مستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية
-----------	--

الدلالة	معامل الارتباط	
0.001	**0.456	الثقة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"

يُشير الجدول السابق إلي :

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين ثقة أفراد العينة في المعلومات الواردة فيها عن "مبادرة حياة كريمة"، ومستوي اهتمامهم بقضايا وموضوعات التنمية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.456)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001).

### وعلى ما سبق فقد ثبت صحة الفرض .

#### نتائج الدراسة :

- اهتمت وسائل الإعلام التقليدية بتقديم أخبار مفصلة ومطولة عن المبادرة، مع إيضاح ذلك من خلال تقارير مطولة سواء من داخل مواقع تنفيذ المبادرة أو من خلال الألتقاء بالمواطنين المستفيدين بها.
- اعتمدت وسائل الإعلام التقليدية علي المواطنين والمحافظين والتنفيذيين كمصادر للحصول علي معلومات عن المبادرة.
- جاءت أبرز القوي الفاعلة الرئيسية في تغطية أخبار المبادرة لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة متمثلة في رئيس الجمهورية ووزراء التنمية المحلية والتضامن.
- في حين جاءت أبرز القوي الفاعلة ذات الصلة في تغطية أخبار المبادرة لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة متمثلة في منسقي المبادرة بالمحافظات ، المحافظين.
- كانت أطر التنمية هي أكثر الأطر استخداماً في وسائل الاعلام التقليدية تلاه إطار الإنجازات ، ثم إطار الإهتمامات الإنسانية ، ثم إطار النتائج الإقتصادية .
- جاءت وظيفة وصف الحدث في مقدمة وظائف الإطار المستخدمة في وسائل الإعلام التقليدية ، ثم جاءت وظيفة عرض النتائج، ثم تقييم الحدث.
- كانت استراتيجية الإقناع هي أكثر الاستراتيجيات الاتصالية التي تم الاعتماد عليها عند تغطية أخبار المبادرة من قبل وسائل الإعلام التقليدية، ثم استراتيجية الإعلام، ثم استراتيجية الإجماع ، ثم استراتيجية الحوار.
- بينما حظيت الأستimalات المنطقية كأكثر الأستimalات الإقناعية استخداماً في الأخبار عينة الدراسة ، تلاها الاعتماد علي النوعين من الأستimalات (المنطقية والعاطفية معاً) ، ثم وفي المؤخرة جاء الاعتماد علي الأستimalات العاطفية .

- أوضح التحليل السيميولوجي لبرنامج "حياة كريمة" اعتماد المخرج علي اللقطات القريبة والمتوسطة والقريبة المتوسطة.
- جاءت الرسالة الضمنية للتحليل السيميولوجي للبرنامج لتوضح سعي الدولة لتوفير حياة كريمة آمنة للمواطن المصري.
- **الإجابة على تساؤلات الدراسة الميدانية:**

- جاءت نسب المتابعة لأخبار جهود الدولة في تنفيذ المبادرة من خلال وسائل الإعلام الحديثة متمثلة في المواقع والصحف الإلكترونية أعلى من متابعتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في القنوات الفضائية.
- تُعد وسائل الإعلام الحديثة هي أكثر الوسائل للمتابعة بعدد ساعات زاد عن الثلاث يوماً.
- كان معدل التعرض اليومي لعينة الدراسة من المبحوثين للمواقع الإلكترونية أعلى من معدل متابعتهم للقنوات الفضائية والصحف الإلكترونية.
- جاءت أهم القنوات الفضائية التي تتابع عينة الدراسة من خلالها أخبار تنفيذ المبادرة علي الترتيب: قناة Cbc ثم قناة DMC ، والقناة الفضائية المصرية الأولى.
- بينما كانت أهم الصحف الإلكترونية علي الترتيب: اليوم السابع ، والوطن ، القاهرة .
- جاءت أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها عينة الدراسة متمثلة في : حياة كريمة ، 100 مليون صحة ، ثم دعم صحة المرأة المصرية.
- أوضحت عينة الدراسة أن مبادرة حياة كريمة تمثل طفرة في تنمية الريف المصري ، لأنها تتم تحت رعاية رئيس الجمهورية ، كما توفر العديد من الخدمات لسكان الريف والقري داخل جمهورية مصر العربية.
- جاءت أبرز دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة لجهود الدولة لتنفيذ مبادرة حياة كريمة في القنوات الفضائية دعمها لروح التفاؤل ، أما عن أبرز دوافع المتابعة من خلال الصحف الإلكترونية فقد تمثل في متابعة خطوات التنفيذ أولاً بأول ، وعن دوافع استخدام المواقع الإلكترونية فقد جاء ذلك لسهولة واعتماد استخدامها.
- كان مستوي ثقة أفراد عينة الدراسة في المعلومات الواردة عن جهود الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة من الوسائل عينة الدراسة مرتفع وبشدة.
- كانت اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أطر معالجة جهود الدولة لتنفيذ مبادرة حياة كريمة في الوسائل محل التحليل ايجابية فيما يختص بالقنوات الفضائية ، بينما جاءت الاتجاهات محايدة نحو الأطر التي تبنتها كل من الصحف والمواقع الإلكترونية.

### مقترحات الدراسة:

- 1/ تمثل قضايا التنمية المستدامة وموضوعاتها مجالاً مهماً للدراسات والمعالجات الإعلامية؛ لذا توصي الباحثتان بمزيد من الاهتمام العلمي في هذا المجال الحيوي بما يفضي إلى بناء مهنية لممارسة الإعلام التنموي.
- 2/ غابت في هذه الدراسة التناولات التفسيرية والتغطيات المتعمقة لموضوعات المبادرات التنموية؛ لذا توصي الباحثتان بمزيد من الاهتمام المهني في تناول المبادرات التنموية بأشكال إعلامية أكثر عمقاً، مثل: الاستقصاء والتفسير والشرح العلمي باعتبار هذه الفنون فناً إقناعياً تنمي الوعي لدى الجمهور.
- 3/ يمثل المجالان الإعلامي والتنموي حالة تفاعلية لتحقيق تنمية مجتمعية مستدامة؛ لذا توصي الباحثتان بالاهتمام بتأهيل إعلاميين تنمويين قادرين على تناول قضايا التنمية ومبادراتها بروية مهنية احترافية.
- 4/ ضرورة الاهتمام بنشر أخبار المبادرة عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بها وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام .

### قائمة المراجع

1. عبدالحميد هليل. " رضا الريفيين عن مجتمعهم المحلي إحدوي قري محافظة كفر الشيخ." مجلة المنوفية للاقتصاد الزراعي والعموم الاجتماعية، مجلد 5 ، عدد أغسطس، 2020.
2. حياة كريمة. الموقع الرسمي لوزارة التضامن الاجتماعي ، وموقع حياة كريمة. تم الاسترداد من. 2019. <https://www.hayakarima.com>
3. زينهم حسن علي. " دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة في ضوء رؤية مصر 2030. " مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا- كلية التربية النوعية ، المجلد الثامن ، العدد 38 ، 2022: ص.ص 1659 : 1732.
4. أبو عمرة ربيع إمبابي. " واقع الشراكة المجتمعية بين المؤسسات الحكومية والأهلية للارتقاء بمستوي الخدمات المقدمة للمواطن القنائي بالقري الأكثر احتياجاً في إطار تنفيذ مبادرة حياة كريمة. " مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد 54 ، الجزء الثالث، 2021: ص ص 649: 696 .
5. مصطفى يوسف ، محمد عبدالهادي. (2021). فعالية مبادرة حياة كريمة بقرية كفر شبين محافظة القليوبية. Social Sci. Vol. 6 Sep.: & Menoufia J. Agric. Economic . <https://mjabes.journals.ekb.eg>، ص ص 249- 270 .

6. محمد اللافى علام خليفة. (2021). لتكامل بين الجهود الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في تدعيم الجهود المبذولة في تنمية المجتمع الريفي في ظل مبادرة حياة كريمة. مجلة الخدمة الاجتماعية ، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين ، المجلد 70، العدد 3، أكتوبر ، ص ص 151 : 195.
7. FrancescoDe Luca, L. A. (2022). Can social media improve stakeholder engagement and communication of Sustainable Development Goals? A cross-country analysis. *Technological Forecasting and Social Change*,vo:177.
8. Khalid, A. M. (2021). Concerns of developing countries and the sustainable development goals: case for India. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* ,Volume 28, Issue 4, pp303:315.
9. مها مختار. (2020). أطر تقديم حملة 100 مليون صحة فى المواقع الإخبارية المصرية ، . المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد (28) يناير / مارس – ، ص ص 638 : 681.
10. محمود محمد ذكي. (2019). التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المُستدامة "رؤية مصر 2030" وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل). رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتلفزيون).
11. Wole-Abu, N. (2018). The Role of Traditional Media in the Propagation of the Sustainable Development Goals in Nigeria. *International Journal of African and Asian Studies*.
12. Raj, A. (2014). Role of social media on development,. *Merit Research Journal of Education and Review* (ISSN: 2350-2282) Vol. 2(2) , February, Pushpa c.o, pp. 015-018.
13. فيصل حسين. (2019). معالجة الصحافة السعودية لقضايا التنمية الاقتصادية : دراسة تحليل المضمون. رسالة (ماجستير)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاعلام.
14. Beniamin knutsson. (2018). Green machines? Destabilizing discourse in technology education for sustainable development critical education. <http://search.ebscohost.com>.
15. Daniel Fischer, F. H. (2017). What Does the Media Mean by 'Sustainability' or 'Sustainable Development'? An Empirical Analysis of Sustainability Terminology in German Newspapers Over Two Decades. *Sustainable Development journal* , Volume 29, Issue 6, pp: 610 -624.
16. Kwang – jing yii, c. g. (2017). The nexus between technology innovation and CO2 emissionsin Malaysia: evidence from gramger. 105.
17. Walter leal filho. (2015). evangelos manolas, paul pace. The future we want: key issues on sustainable development in higher education after rio and the un decade of education for sustainable development. *International journal of sustainabilityin hgher education*,16(1),.

18. خالد صلاح الدين ، عدلي رضا. (2011). التحليل النقدي لبحوث الأطر الإعلامية خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. المؤتمر الدولي السابع عشر: بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل. القاهرة: جامعة القاهرة :كلية الإعلام.
19. Gamson, W. &. ( 1989). Media discourse and public opinion on nuclear power : A constructionist approach. Journal of Sociology, Vol 95, no 1, Pp 1-32.
- 20.al, M. C. (1997). Candidates images in Spanish elections : Second level agenda setting effects,. Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol 74, No 4, , Pp 703-717.
21. حسين جاسم. (2021). دوافع تعرض المراهقات للتقنيات الفضائية العربية الغنائية المتخصصة وانعكاساتها الإجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام)، المجلد 20، العدد الرابع، يوليو/سبتمبر، ص ص 309 : 344.
22. رضا عبد الواحد أمين. (2017). ، اعتماد الجمهور علي الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية علي الجمهور البحريني ، . المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 17 ، يوليو / ديسمبر.

**\*\* تم ترتيب أسماء السادة المحكمين ترتيباً أبجدياً وفقاً للدرجات العلمية لسيادتهم :**

- أ.د. عبدالرحيم درويش أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة بني سويف
  - أ.د. محمد زين أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف
  - أ.د. نهي العبد أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف
  - أ.د. وائل عبدالباري أستاذ الصحافة بجامعة عين شمس
  - أ.م.د. ريهام درويش أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة كفر الشيخ
  - أ.م.د. محمود جمال أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية الإعلام -جامعة بني سويف
  - أ.م.د. مروة يس أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد – كلية الإعلام -جامعة بني سويف
- \*\*\* تم التعاون مع الباحثتين : سهام فوزي (المعيدة بكلية الآداب جامعة المنيا) ، ود. سميرة موسي المدرس بقسم الاعلام- كلية الآداب – جامعة كفر الشيخ)