

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

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

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

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

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

المراسلات:

العدد الرابع والسبعون - الجزء الثاني - شوال ١٤٤٦هـ - أبريل ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

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

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

## الهيئة الاستشارية للمجلة

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

## محتويات العدد

- ٦٨٥ ■ تأثير المعايير الأخلاقية لاستطلاعات الرأي العام على ممارسة الوظيفة البحثية للعلاقات العامة - دراسة وصفية في إطار ميثاق الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) والأخلاقيات والممارسات المهنية  
أ.م.د / عبد الراضي حمدي البلبوشي
- ٧٤٣ ■ العوامل المؤثرة في فاعلية الاتجاهات الرائجة «الترند» عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصر: دراسة ميدانية  
أ.م.د / شيماء عز الدين زكي جمعة
- ٨٤٥ ■ فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الحياة الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي «دراسة شبه تجريبية»  
أ.م.د / ممدوح السيد عبد الهادي شتلة  
د / سالي بكر أحمد علي الشلقاني
- ٩٤٧ ■ توظيف صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية العربية والعالمية ودورها في تطوير المحتوى الصحفي (دراسة للوسيلة والقائم بالاتصال)  
أ.م.د / وفاء جمال درويش عبد الغفار
- ١٠٦٥ ■ أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية للجرائم السيبرانية ضد الأطفال - دراسة تحليلية  
د / صفاء عادل السيد عبد الجواد
- ١١١٩ ■ أثر التسويق الأخضر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نية المستهلك المصري لشراء المنتجات الخضراء  
د / فتحية صبري

■ فاعلية التشريعات القومية والمحلية في تنظيم إعلانات الطرق بالمدن  
المصرية «دراسة حالة شارع الجيش بمدينة طنطا»  
١١٨٣ د / عطية محمد عطية مرق

---

■ تصور مقترح لدور طلاب الإعلام التربوي في تعزيز مفهوم الجامعة  
الخضراء من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (دراسة ميدانية)  
١٢٥٧ د / أسماء بكر الصديق توفيق الولي

---

■ اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج  
الحوارية والنشرات الإخبارية (دراسة ميدانية) أسماء محمد علي  
١٣١٥

---

■ أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية وعلاقتها  
بالوعي الصحي لدى الشباب المصري رانيا أيمن محمد محمود  
١٣٥٥

---



م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجته
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة و التلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



## أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية وعلاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب المصري

- Frameworks for Online Newspaper Coverage of Presidential Health Initiatives and Its Relationship to Health Awareness Among Egyptian Youth

رانيا أيمن محمد محمود سلطان ●

باحثة دكتوراه بقسم الإعلام كلية الآداب- جامعة المنصورة

Email: d.doaa2009@yahoo.com

### ملخص الدراسة

حظي ملف الصحة باهتمام كبير من الرئيس عبد الفتاح السيسي؛ وذلك بوضع الملف الصحي على قائمة الأولويات، وتم ترجمة هذا الأمر بمجموعة من المبادرات الرئاسية المختلفة والمتنوعة، ونجد أن الصحف كإحدى أهم وسائل الإعلام، والتي من بينها الصحف الإلكترونية كواحدة من التكنولوجيات التي فرضتها شبكة الإنترنت تقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات الصادقة والصحيحة عن القضايا والظواهر المختلفة؛ بهدف تحقيق أكبر قدر من المعرفة والوعي؛ الأمر الذي أدى إلى أهمية دراسة أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية؛ وذلك للوقوف على سمات التغطية التي قدمت من خلالها هذه المبادرات، وعلاقة ذلك بالوعي الصحي لدى الشباب المصري. تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة تحليل المضمون وأداة الاستبانة ومقياس الوعي، تم تحليل المضامين الإعلامية للمبادرات الصحية الرئاسية- عينة الدراسة- المنشورة بالصحف الإلكترونية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع)، الدراسة الميدانية على عينة 600 مفردة من الشباب المصري من محافظات (الدقهلية- القاهرة- المنيا). وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- جاءت وزارة الصحة والسكان المصرية في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع.  
الكلمات المفتاحية: الصحافة الإلكترونية- الوعي الصحي.

### Abstract

The health file has received great attention from President Abdel Fattah El-Sisi, by placing the health file at the top of the priorities list. This was reflected in a series of various presidential initiatives. The press, as one of the most important media outlets, including electronic newspapers, which is one of the technologies imposed by the Internet, provides the public with truthful and accurate information about different issues and phenomena with the aim of achieving a greater degree of knowledge and awareness. This has led to the importance of studying the framework of electronic newspapers' coverage of presidential health initiatives, to understand the characteristics of the coverage of these initiatives and their relation to health awareness among Egyptian youth. Data for this study were collected through content analysis, a questionnaire tool, and an awareness scale. The study analyzed the media content of the presidential health initiatives (the study sample) published in electronic newspapers (Al-Ahram, Al-Wafd, Youm7). A field study was conducted with a sample of 600 Egyptian youth from the governorates of (Dakahlia, Cairo, Minya).

The main findings of the study are as follows:

- The Egyptian Ministry of Health and Population came at the forefront of the information sources relied upon by the study's newspapers in covering the presidential health initiatives.
- There was no statistically significant relationship between the intensity of the respondents' following of presidential health initiatives in electronic newspapers and their level of health awareness according to gender.

Keywords: Electronic Journalism - Health Awareness.

للعوعي الصحي أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث تعد الصحة السليمة إحدى الأهداف الرئيسية التي تسعى المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة، وهي إحدى أهم المعايير الرئيسية التي تضعها المنظمات والهيئات الدولية؛ لتحديد درجة الرفاه الاجتماعي لأي مجتمع من المجتمعات.

وحظي ملف الصحة باهتمام كبير من الرئيس عبد الفتاح السيسي؛ وذلك بوضع الملف الصحي على قائمة الأولويات، والعمل على تقديم خدمات أفضل للمواطنين، ومعالجة المشكلات الصحية المتراكمة منذ عقود، بل والنهوض بالحالة الصحية العامة والمنظومة ككل، وتم ترجمة هذا الأمر بمجموعة من المبادرات الرئاسية المختلفة والمتنوعة. بعضها كان لعموم المصريين مثل مبادرة رئيس الجمهورية للقضاء على فيروس سي، والبعض الآخر جاء مخصصاً للسيدات، وهو ما ظهر من خلال المبادرة الرئاسية لدعم صحة المرأة، والثالث جاء مهتماً بأطفال المدارس مثل حملة الكشف عن الأنيميا والتقزم والسمنة، والتي كانت بمثابة التحول إلى تحسين هذا الملف، واقتحام المشكلات التي كانت تؤرق المواطنين والعمل على حلها.

ونجد أن الصحف كإحدى أهم وسائل الإعلام، والتي من بينها الصحف الإلكترونية كواحدة من التكنولوجيا التي فرضتها شبكة الإنترنت تقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات الصادقة والصحيحة عن القضايا والظواهر المختلفة؛ بهدف تحقيق أكبر قدر من المعرفة والوعي والإحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، وبما يسهم في توير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لديه بصدد الوقائع والموضوعات والقضايا والمشكلات المثارة والمطروحة؛ الأمر الذي أدى إلى أهمية دراسة أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية؛ وذلك

للقوف على سمات التغطية التي قدمت من خلالها هذه المبادرات، وعلاقة ذلك بالوعي الصحي لدى الشباب المصري.

#### مشكلة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة على ملاحظتها العلمية الخاصة بتزايد الاهتمام الرسمي والمجتمعي بقضايا الصحة؛ باعتبارها قضايا استراتيجية وتمس مستقبل الدولة التنموي، ويعتبر العنصر البشري من أهم العناصر المؤثرة في عملية التنمية.

وبالرغم من أهمية جميع عناصر الثروة البشرية ومواردها في تقدم المجتمع وتحقيق التنمية؛ إلا أن لعنصر الشباب أهميةً تفوق العناصر البشرية الأخرى، حيث يمثل الشباب ذروة القوى البشرية العاملة والثقل الرئيس في قوة الإنتاج في أي مجتمع؛ لما يتمتع به من خصائص نفسية، وجسمية، وعقلية، واجتماعية، فهو العامل الفعال في أي تخطيط اقتصادي أو اجتماعي كما وكيفا<sup>(1)</sup>.

ويمثل عدد الشباب المصري في الفئة العمرية (18-29 سنة) 20,2 مليون نسمة بنسبة ٢١٪ من إجمالي السكان<sup>(2)</sup>.

لذا تحاول الدراسة في ضوء نظرية الأطر، تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الصحف الإلكترونية في التوعية الصحية للشباب المصري بالتطبيق على المبادرات الصحية الرئاسية.

#### أهمية الدراسة:

1- تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوعاً مهماً ألا وهو تأثير تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية على التوعية الصحية للشباب، هذا الموضوع الذي بدأ يطرح نفسه وبإلحاح في الآونة الأخيرة مع الانتشار الواسع والكبير للأمراض.

2- تكمن أهمية الدراسة في وجود علاقة وثيقة بين صحة الفرد وعاداته وسلوكه، وبين صحة المجتمع عموماً، فالفرد هو اللبنة الأساسية في المجتمع واكتسابه للسلوك الصحي السليم، ووصوله إلى درجة كافية من الوعي ينعكس إيجابياً على المجتمع الذي يعيش فيه.

3- تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية المقدمة في التوعية الصحية للشباب المصري، وتعريفهم بطرق الحفاظ على الصحة والوقاية من الأمراض الأكثر انتشاراً في المجتمع.

4- تقدم الدراسة نتائج علمية بناءً على تقييم تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية، وهذه النتائج يمكن أن تفيد القائمين على تغطية المبادرات في معرفة الجوانب الإيجابية والعمل على تطويرها، ومعرفة جوانب القصور والعمل على تلافيها في المبادرات القادمة.

#### أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على العلاقة بين أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية والوعي الصحي لدى الشباب المصري. ومن الهدف الرئيس تثبث الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف على نوع الإطار الإعلامي المستخدم في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.
- 2- التعرف على فنون التحرير التي استخدمتها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.
- 3- التعرف على عناصر الإبراز التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.
- 4- التعرف على أهم المصادر التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.
- 5- التعرف على الدور الذي تقوم به الصحف الإلكترونية في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية لنشر الوعي الصحي بين الشباب المصري.
- 6- التعرف على مدى إفادة الشباب المصري من المعلومات المقدمة من خلال تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية.

### تساؤلات الدراسة:

#### أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما أنواع المبادرات الصحية الرئاسية التي تناولتها الصحف الإلكترونية محل الدراسة؟
- 2- ما حجم تغطية الصحف الإلكترونية محل الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية؟
- 3- ما نوع الإطار الإعلامي المستخدم في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية؟
- 5- ما الفنون الصحفية المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية؟
- 6- ما أهم الوسائط المتعددة وعناصر الإبراز التي تستخدمها الصحف الإلكترونية محل الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية؟
- 7- ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية محل الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية؟

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما مدى اهتمام الشباب المصري عينة الدراسة بالمبادرات الصحية الرئاسية؟
- 2- ما مصادر الشباب المصري عينة الدراسة في استقاء المعلومات حول المبادرات الصحية الرئاسية؟
- 3- ما أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابع من خلالها الشباب المصري عينة الدراسة المبادرات الصحية الرئاسية؟
- 4- ما دوافع متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية؟
- 5- ما المبادرات الصحية الرئاسية التي يحرص الشباب المصري عينة الدراسة على متابعتها من خلال الصحف الإلكترونية؟

#### فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال التفاعل مع المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والمتغيرات الديموجرافية لأفراد العينة.
- الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية، والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية.



الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية وتأثيرها على الوعي الصحي لأفراد العينة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والمتغيرات الديموجرافية لأفراد العينة.

#### الإطار النظري للدراسة:

##### نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تعتمد الدراسة الحالية في إطارها النظري على نظرية تحليل الإطار الإعلامي، التي تعد واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال؛ حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، كما تقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا<sup>(3)</sup>، كما تمارس الأطر دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، ويعد مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة<sup>(4)</sup>.

وتقوم نظرية تحليل الإطار الإعلامي على أساس إن مضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها؛ إلا إذا وضعت في سياق وأطر إعلامية محددة، وهذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، ويوفر تأطير الرسائل الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الرسائل ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات المختلفة، أي أن هذه النظرية ما هي إلا بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام؛ لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، هي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراك الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

وتظهر أهمية نظرية تحليل الأطر الإعلامية في الدور الذي تمارسه في تشكيل الواقع الاجتماعي للجماهير، فتقوم الأطر الإعلامية بتنظيم واقع الحياة اليومية؛ لأنها جزء لا يتجزأ من هذا الواقع<sup>(5)</sup>.

وتشير الدراسات في مجال الأطر الإعلامية إلى إن وسائل الاعلام تقدم مساعدة للجمهور لفهم وتفسير الأحداث أو القضايا التي تقوم بتغطيتها، وخصوصاً تلك التي

تحظى بالاهتمام والمتابعة الأكبر من قبل الأفراد؛ حيث يتلخص دور وسائل الاعلام في وضع هذه القضايا ضمن أطر إعلامية؛ ليجعلها ذات بروز وأهمية مقارنة ببقية الموضوعات المطروحة في هذه الوسائل، وذلك لتسهيل فهم محتواها، وربط هذه الأطر تلقائياً بمواضيعها من قبل الأفراد، فيمكن على إدراكها وتفسيرها وإبداء الأحكام بشأنها، وبهذا يمكن أن تطبق هذه النظرية على الجانبين التحليلي والميداني<sup>(6)</sup>.

#### - فرضيات النظرية:

يقوم الفرض الرئيس لنظرية الأطر على فرضية أن الأحداث والقضايا تقدمها وسائل الإعلام تكتسب معناها من خلال وضعها في إطار يحددها ويضفي عليها قدراً من الاتساق والانسجام، وتتشكل معلومات وآراء الجمهور نحو القضايا نتيجة تأثره بالأطر التي تقدمها وسائل الإعلام<sup>(7)</sup>. وكلما اختلفت وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية كلما ترتب على ذلك اختلاف أحكام الجمهور ومعارفه واتجاهاته نحو القضايا المثارة في تلك الوسائل<sup>(8)</sup>.

وهناك مجموعة من الفروض الفرعية للنظرية، هي:

- تقدم وسائل الإعلام موضوعاتها بطريقة تؤدي إلى التأثير في إدراك الجمهور للمضامين المقدمة بحسب طريقة تقديمها لها.
- كلما زادت درجة تكرار الإطار المصاحب للمضامين المثارة، كلما زادت درجة إدراكه وترسخه لدى الجمهور.
- تؤثر الأطر على إدراك الجمهور للقضايا المثارة وفقاً لاتجاه الجمهور وارتباطه بتلك المضامين.
- تؤثر القيود التنظيمية واستقلال وسائل الاعلام ونوع الوسيلة، وسياساتها التحريرية والقيم المهنية والأيدولوجية للقائمين بالاتصال، وتوقعات القائمين بالاتصال للجمهور، وجماعات الضغط على الأطر الفردية التي يقوم من خلالها القائمون بالاتصال بصياغة أطرهم الخبرية<sup>(9)</sup>.

## توظيف النظرية في الدراسة:

قد تم توظيف النظرية في الدراسة الحالية من خلال:

- تحليل ورصد أطر التغطية الصحفية للمبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية، وتفسير الأطر والسمات البارزة في التغطية وعلاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب المصري.
- قياس المحتوى غير الظاهر للتغطية الصحفية للمبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية، ومحاولة تفسير علاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب المصري.

## الدراسات السابقة:

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والمبادرات الصحية:

- 1- دراسة عربى عبد العزيز ومحمد عبد الفتاح (2023): بعنوان "استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية"<sup>(10)</sup>: هدفت الدراسة إلى التعرف على متابعة الشباب الجامعي للإنفوجراف بالمواقع الإلكترونية وإمدادهم بالمعلومات الصحية حول المبادرات الرئاسية الصحية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وأداة الاستبانة لجمع البيانات، طبقت على عينة عمدية من الشباب الجامعي قوامها 400 مفردة من جامعتي الزقازيق وعن شمس، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: ارتفاع متابعة الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية الصحية بصفة دائمة، ويقدم الإنفوجراف عرض مختصر حول المبادرات الرئاسية الصحية، سرعة الحصول علي المعلومات من الإنفوجراف.
- 2- دراسة حنان عبد الوهاب (2023): بعنوان "تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري"<sup>(11)</sup>: هدفت الدراسة تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تغطية المشروعات القومية الكبرى الخاصة (بالطرق، بالصحة، بالتنمية) لدى الجمهور عبر رصد اتجاهاتهم نحو هذه المشروعات، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتم تطبيق استبانة إلكترونية على عينة قوامها (200) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة

نتائج، من أهمها: جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة وسائل الإعلام التي تتابعها عينة الدراسة، وأظهرت النتائج تصدر معيار "عرض جميع الحقائق" في مقدمة معايير الأداء الإعلامي الواجب توافرها في تغطية المشروعات القومية الكبرى بوسائل الإعلام التقليدية.

3- دراسة حسن محمد (2022): بعنوان "معالجة الصحافة المصرية اليومية للمبادرات الصحية الوطنية" دراسة تحليلية في الفترة من يوليو 2018 إلى ديسمبر 2021 م<sup>(12)</sup>: هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل المبادرات الرئاسية في مجال الصحة منذ عام 2018م إلى 2021م، واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى في إطار منهج المسح عينة من الصحف (الأهرام، والوفد، والشروق) في الفترة من يوليو 2018 حتى نهاية عام 2021، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: بلغ حجم الموضوعات المنشورة عن المبادرات الصحية (130) موضوعاً، من إجمالي (480) عدداً خضع للدراسة التحليلية، وهو الحجم المتواضع لا يتناسب مع أهمية الموضوع لحياة الإنسان والحفاظ على صحته وحمايته من الأمراض المنتشرة.

4- دراسة علاء خليفة (2022): بعنوان "الاستراتيجيات الاتصالية لوزارة الصحة والسكان للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية عبر الفيس بوك- دراسة تحليلية"<sup>(13)</sup>: هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها وزارة الصحة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية، والكشف عن طبيعة المحتوى المنشور عن المبادرات الصحية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، معتمده على "المنشور" كوحدة تحليل، من خلال تحليل جميع المنشورات المتعلقة بالمبادرات الوطنية الصحية في الفترة من 1 يناير 2021 م إلى 31 ديسمبر 2021 م، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج؛ من أهمها: أن هناك قصوراً في توظيف الوزارة لاستراتيجيات الاتصال في اتجاهين، واعتمادها على استراتيجيات الاتصال في اتجاه واحد في معظم المنشورات.

5- دراسة هاجر مجدي (2021): بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية"<sup>(14)</sup>: هدفت الدراسة التعرف على درجة اهتمام

المواطنين بقضايا التوعية بالمبادرات الصحية في وسائل التواصل الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تكوّنت لدى المبحوثين المتابعين للمبادرات الصحية بتلك الوسائل، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وأداة الاستبانة لجمع البيانات، طبقت على عينة عشوائية بسيطة من المصريين عددها 400 مفردة من محافظات (القاهرة الكبرى، والمنيا، ودمياط)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن المبادرات الصحية، جاءت مبادرة 100 مليون صحة في مقدمة حملات التوعية الصحية التي تابعها المبحوثون من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والوعي الصحي:

1- دراسة أحمد سامي (2023): بعنوان "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية"<sup>(15)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية، وإمدادها بالمعلومات الصحية، وأيضاً معرفة دوافع تعرض المرأة لهذه الحملات، وإسهامها في تنمية الوعي الصحي للمرأة. وأُجريت الدراسة على 405 من السعوديات باستخدام طريقة المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، منها: حرص المرأة السعودية على متابعة الحملات الصحية، كما أن المرأة السعودية تتابع حملات الغذاء الصحية كواحدة من أكثر الحملات الصحية أهمية.

2- دراسة عبده رمضان (2022): بعنوان "دور الاستراتيجيات الاتصالية للحملات الإعلامية الرقمية لوزارة الصحة في التوعية بفحوصات الصحة الإنجابية وعلاقتها بمدى تقبل الأطفال ذوي الإعاقة"<sup>(16)</sup>: هدفت الدراسة إلى الكشف عن الأساليب والاستراتيجيات الاتصالية التي تستند إليها الحملات الإعلامية الرقمية لوزارة الصحة حول فحوصات الصحة الإنجابية، وقد تبنت الدراسة الأطر النظرية التالية: ثراء الوسيلة، ونظرية التوازن الاجتماعي، ونموذج المعتقدات الصحية، ونموذج السلوك المخطط، واعتمدت الدراسة على منهج

المسح، والاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: أن الحوار في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الحملات الإعلامية الرقمية لوزارة الصحة حول فحوصات الصحة الإنجابية، وأن تقديم المقترحات للقائمين على هذه الحملات جاء في مقدمة طرق التعامل مع المحتوى المقدم من خلال الحملات الإعلامية الرقمية حول فحوصات الصحة الإنجابية عبر موقع وزارة الصحة.

3- دراسة السيد لطفى (2021): بعنوان "العلاقة بين مشاهدة الشباب الجامعي المصري للأفلام التوعوية الصحية باليوتيوب ومستوى الوعي الصحي لديهم"<sup>(17)</sup>: هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مشاهدة الشباب الجامعي المصري للأفلام التوعوية الصحية باليوتيوب، ومستوى الوعي الصحي لديهم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عمدية حصصية قوامها (250) مبحوثاً من الشباب الجامعي، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: جاء مستوى الوعي الصحي الوقائي لدى المبحوثين، تمكنت من الحصول على معلومات صحية وطبية، حول أساليب الوقاية من الأمراض في الترتيب الأول، وجاءت العبارة أهمية الابتعاد عن الأماكن المزدحمة ومراعاة التباعد الاجتماعي، وجاء مستوى الوعي الصحي الشخصي لدى المبحوثين، أن المواد المخدرة تدمر حياة الأفراد وتؤدي للوفاة في الترتيب الأول.

4- دراسة سامح حسنين عبد الرحمن (2021): "تأثير الحملات الإعلامية لدعم صحة المرأة المصرية علي رفع مستوى وعيها الصحي- الحملة الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي- نموذجاً"<sup>(18)</sup>: هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن تأثير الحملات الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي على رفع مستوى الوعي الصحي للمرأة المصرية؛ سواء كانت التأثيرات على المستوى المعرفي أو العاطفي أو السلوكي، طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة مقسمة بالتساوي بين النساء من سكان الحضر والنساء من سكان

الريف، واستخدام الباحث المنهج الوصفي المسحي بالاعتماد على أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للحملات الإعلامية ومستوى الوعي بالخطورة المدركة لمرض سرطان الثدي، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للحملات الإعلامية ومستوى الوعي بالفوائد المدركة لتلك الحملات.

5- دراسة مرام أحمد (2021): بعنوان "التماس الجمهور المصري للمعلومات حول القضايا الصحية من البرامج الطبية الحوارية وعلاقته بمستوى الوعي لديهم"<sup>(19)</sup>: هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الطبية الحوارية في تنمية وعي الجمهور بالقضايا الصحية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة الاستبانة لجمع البيانات، طبقت على عينة (222) مفردة عمدية من الجمهور المشاهد للبرامج الطبية الحوارية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: أوضحت النتائج أن البرامج الطبية جعلت المبحوثين أكثر دراية بكيفية الوقاية من بعض الأمراض الموجودة في المجتمع في الترتيب الأول من وجهة نظر المبحوثين، وجود علاقة بين ارتباطية طردية بين كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الطبية وتنمية الوعي الصحي للمبحوثين بشكل عام.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- تعميق فهم الباحثة لمشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها وفروضها العلمية.
- 2- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة؛ وذلك من خلال الوقوف على أحداث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
- 3- توفير الإطار المعرفي للدراسة.
- 4- على المستوى الإجرائي أسهمت الدراسات السابقة في تحديد حجم العينة بناءً على أحجام العينات في الدراسات السابقة.
- 5- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على التعرف على كيفية توظيف أدوات الدراسة.

6- التعرف على الأدوات البحثية وتحديد المنهج المستخدم وكيفية تطبيقه.

متغيرات الدراسة:

أولاً: المتغير المستقل: ويتمثل في أثر التعرض لتغطية الصحافة الإلكترونية للمبادرات الصحية.

ثانياً: المتغير التابع: ويتمثل المتغير التابع هنا في مستوى الوعي الصحي لدى الشباب المصري الناتج عن تعرضهم لهذه المبادرات.

ثالثاً: المتغيرات الوسيطة: وتتمثل في المتغيرات الديموجرافية (النوع- التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

نوع ومنهج الدراسة:

تتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية بالاعتماد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي كمنهج مناسب لطبيعة الدراسة، التي تتطلب جمع البيانات والمعلومات حول المتغيرات التي تتناولها وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير هذه البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات، ومن ثم تحديد ما إذا كانت هناك علاقة بين أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية والوعي الصحي لدى الشباب المصري.

مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية: الصحف الإلكترونية المصرية التي تتناول المبادرات الصحية الرئاسية.

ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية: الشباب المصري.

1- عينة الدراسة التحليلية: تحليل المضامين الإعلامية للمبادرات الصحية الرئاسية- عينة الدراسة- المنشورة بالصحف الإلكترونية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع) عينة الدراسة والتي تم تحديدها وفقاً للدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عينة من الصحف الإلكترونية المصرية.

2- عينة الدراسة الميدانية: تكونت عينة الدراسة من الشباب المصري باختلاف متغيراته الديموجرافية؛ أما عينة الدراسة تم اختيار عينة عمدية من الشباب من المجتمع الأصلي المتابع لأخبار المبادرات الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية قوامها 600 مبحوث



موزعة (200) مفردة لكل محافظة، وراعت الباحثة في ذلك المتغيرات الديموجرافية للدراسة.

#### أدوات الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة تحليل المضمون وأداة الاستبانة ومقياس الوعي، وقد مرَّ إعداد هذه الأدوات بالمرحل العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية، ومراجعتها منهجياً وعلمياً من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام ومناهج البحث وتطبيق الاختبار القبلي Pre test، وكذلك التأكد من ثبات الأداة.

وسوف تستعرض الباحثة في هذا الجزء الأدوات التي اعتمدت عليها الدراسة لتحقيق أهدافها والإجابة عن تساؤلاتها:

#### أولاً: صحيفة تحليل المضمون:

أ- الهدف من تحليل مضمون المبادرات الرئاسية الصحية بالصحف الإلكترونية المصرية: اعتمدت الباحثة في دراستها على أداة تحليل المضمون للمبادرات الرئاسية الصحية بالصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة التعرف على أطر تقديم المبادرات الرئاسية الصحية خلال فترة تحليل الدراسة.

#### ب- صدق وثبات صحيفة تحليل المضمون:

قامت الباحثة باتخاذ عدد من الإجراءات التي تُحقق أكبر قدر من الصدق والثبات في أداة الدراسة؛ لأنها يعتبران مطلباً أساسياً لتعميم النتائج التي سوف يتم التوصل إليها في الدراسة الحالية، وسوف تستعرض الباحثة اختبار الصدق والثبات على النحو التالي:

#### 1- اختبار الصدق:

وللتأكد من صدق صحيفة تحليل المضمون تم عرضها على عدد من الخبراء والمحكمين<sup>(20)</sup> من ذوي الخبرة بمجال الإعلام؛ وذلك للتأكد من دقة ووضوح فئات التحليل وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة، وفي ضوء آراء هؤلاء المحكمين قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات على صحيفة تحليل المضمون، حتى أصبحت في صورتها النهائية.

## 2- اختبار الثبات:

استعانت الباحثة ببعض الزملاء في مجال الإعلام لحساب ثبات التحليل، بعد توضيحها لهم وتعريفهم بفئات التحليل والهدف من الدراسة، وقد توصلت نسبة الاتفاق بين ما قامت به الباحثة وزملاؤها إلى (90.5%)، وهي نسبة تدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في صحيفة تحليل المضمون.

### المفاهيم الإجرائية للدراسة:

1- **المبادرات الصحية الرئاسية:** ويقصد بها المبادرات الصحية التي أُطلقت من خلال رئيس الجمهورية، مثل مبادرة (فحص علاج الأمراض المزمنة- دعم صحة المرأة- القضاء على قوائم الانتظار- الكشف عن السمنة والأنيميا والتقزم المدرسي- اكتشاف وعلاج ضعف وفقدان السمع للأطفال حديثي الولادة- لدعم صحة الأم والجنين).

2- **الوعي الصحي:** يقصد به جملة من التصورات والمعتقدات والرؤى التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه، ويقصد به في هذه الدراسة إلمام الشباب بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم.

### الأساليب الإحصائية في الدراسة:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال الحاسوب وذلك باستخدام برنامج SPSS for windows الإصدار 21، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS: Statistical Package for social science

كما تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

4- لاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين على وجود فرق بينها.

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- إجمالي المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة:

جدول (1)

يوضح إجمالي المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة
1	39,24	197	عدد الموضوعات المنشورة عن المبادرات الصحية الرئاسية بصحيفة الأهرام
3	27,89	140	عدد الموضوعات المنشورة عن المبادرات الصحية الرئاسية بصحيفة الوفد
2	32,87	165	عدد الموضوعات المنشورة عن المبادرات الصحية الرئاسية بصحيفة اليوم السابع
	%100	502	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى حجم تكرارات نشر أبرز الموضوعات عن المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة خلال الفترة من 1 يناير 2022م حتى 31 ديسمبر 2023م، كما يظهر تباين تكرارات نشر المبادرات الصحية الرئاسية في صحف عينة الدراسة على النحو التالي:

بلغ مجموع تكرارات نشر المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية خلال الإطار الزمني للدراسة 502 موضوعين عن المبادرات الصحية، موزعة على صحف الدراسة الثلاث.

احتلت صحيفة الأهرام، الممثلة للصحف القومية، الترتيب الأولى بين الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة في نشر موضوعات عن المبادرات الصحية الرئاسية، حيث بلغ مجموع تكرارات نشر المبادرات الصحية فيها 197 موضوعاً بنسبة 39,24%.

وجاءت صحيفة اليوم السابع، الممثلة للصحف المستقلة (الخاصة)، في الترتيب الثاني، وبلغ مجموع تكرار نشر موضوعات عن المبادرات الصحية الرئاسية فيها 165 موضوعاً بنسبة 32,87%.

ثم جاءت صحيفة الوفد، الممثلة للصحف الحزبية، في الترتيب الثالث، فقد بلغ مجموع تكرارات نشر المبادرات الصحية الرئاسية بها 140 موضوعاً بنسبة 27,89%. ويمكن إرجاع ذلك إلى: اهتمام صحيفة الأهرام بالمبادرات الصحية الرئاسية؛ كونها ممثلة للحكومة، بدورها المحوري في نشر الوعي والثقافة بين أبناء الشعب المصري، من خلال إتاحة ونشر الحقائق والمعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية، وما تم فيها من إنجازات من أجل تبني رؤية الدولة 2030 م.

القالب التحريري الذي صيغ فيه التعريف بالمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة:

#### جدول (2)

يوضح القوالب التحريرية المستخدمة في نشر المبادرات الصحية الرئاسية المثارة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الدلالة	قيمة Z	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف القوالب
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	1,092	74,30	373	75,76	125	75	105	72,59	143	خبر
غير دالة	1,379	19,32	97	18,18	30	20,71	29	19,29	38	تقرير صحفي
غير دالة	1,949	3,78	19	4,24	7	2,86	4	4,06	8	مقال
غير دالة	1,652	2,59	13	1,82	3	1,43	2	4,06	8	حديث صحفي
		100	502	100	165	100	140	100	197	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى القوالب التحريرية المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول قالب الخبر، وذلك بنسبة بلغت 74,30% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة؛ حيث يتم تقديم

معلومات موجزة ومباشرة عن المبادرات الصحية مثل "100 مليون صحة" و"القضاء على فيروس سي". يتم تسليط الضوء على الأرقام والإحصاءات المتعلقة بالمرضى المستفيدين، العمليات الجراحية التي تمت، والتكاليف المرتبطة بهذه المبادرات، وجاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الأول استخداماً لقلب الخبر بنسبة 75,76٪، ثم جاءت جريدة الوفد في الترتيب الثاني بنسبة 75٪، وفي الترتيب الثالث جريدة الأهرام بنسبة 72,59٪، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين الثلاث نسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,092 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة بين الثلاث نسب بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الثاني قالب التقرير الصحفى، وذلك بنسبة بلغت 19,32٪ من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، ويوفر قالب التقرير سرداً مفصلاً للحقائق والإنجازات؛ مما يجعله مناسباً لإبراز جهود الدولة في تحسين الرعاية الصحية، وجاءت صحيفة الوفد في الترتيب الأول استخداماً لقلب التقرير الصحفى بنسبة 20,71٪، ثم جاءت جريدة الأهرام في الترتيب الثاني بنسبة 19,29٪، وفي الترتيب الثالث جريدة اليوم السابع بنسبة 18.18٪، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين الثلاث نسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,379 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة بين الثلاث نسب بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الثالث قالب المقال، وذلك بنسبة بلغت 3,78٪ من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الأول استخداماً لقلب المقال الصحفى بنسبة 4,24٪ للربط بين الجهود الصحية والمشروعات الوطنية الكبرى، مثل "حياة كريمة"، وتتناول المبادرات الصحية كجزء من استراتيجية أكبر لتطوير المجتمع والبنية التحتية الصحية في مصر، ثم جاءت جريدة الأهرام في الترتيب الثاني بنسبة 4,06٪، وفي الترتيب الثالث جريدة الوفد بنسبة 2,86٪، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث

إن الفارق بين الثلاث نسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,949 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة بين الثلاث نسب بمستوى ثقة 95%. وجاء في الترتيب الرابع قالب الحديث الصحفي، وذلك بنسبة بلغت 2,59% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الأول استخداماً لقالب الحديث الصحفي بنسبة 4,06%، يتم إجراء الحديث مع المسؤولين الحكوميين، أو الأطباء؛ لتوضيح الأهداف والإجراءات التي تتخذها الدولة في إطار المبادرات الصحية، ثم جاءت جريدة اليوم السابع في الترتيب الثاني بنسبة 1,82%، وفي الترتيب الثالث جريدة الوفد بنسبة 1,43%، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين الثلاث نسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,652 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة بين الثلاث نسب بمستوى ثقة 95%.

### 1- التأثيرات المصاحبة للعنوان في الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

جدول (3)

يوضح التأثيرات المصاحبة للعنوان في الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية

الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		التأثيرات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	دالة***	3,214	29,48	148	43,03	71	20	28	24,87	49	ألوان
7	غيردالة	1,867	0,99	5	3,03	5	-	-	-	-	وميض
6	غيردالة	1,902	1,59	8	4,85	8	-	-	-	-	حركة
5	غيردالة	1,814	6,57	33	7,27	12	7,14	10	5,58	11	يوضع أسفله خط
3	غيردالة	1,087	14,54	73	14,55	24	15	21	14,21	28	تغيير حجم البنت
4	غيردالة	1,798	9,56	48	8,48	14	12,86	18	8,12	16	وجود أكثر من تأثير
1	دالة***	6,542	37,25	187	18,79	31	45	63	47,21	93	لا يوجد تأثيرات
			502		165		140		197		إجمالي عدد الموضوعات

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات المصاحبة للعنوان في الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول لا يوجد تأثيرات، وذلك بنسبة بلغت 37,25% من إجمالي

عدد الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 47,21٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 45٪، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 18,79٪، حيث يوجد فارق بين النسب دال إحصائياً عند مستوى 0,001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 6,542 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب بمستوى ثقة 999٪.

وجاء في الترتيب الثاني ألوان، وذلك بنسبة بلغت 29,48٪ من إجمالي عدد الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 43,03٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة الأهرام بنسبة 24,87٪، ثم جاءت صحيفة الوفد في الترتيب الثالث بنسبة 20٪، حيث يوجد فارق بين النسب دال إحصائياً عند مستوى 0,001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3,214 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب بمستوى ثقة 999٪.

وجاء في الترتيب الثالث تغيير حجم البنط، وذلك بنسبة بلغت 14,54٪ من إجمالي عدد الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 15٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 14,55٪، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 14,21٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,087 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الرابع وجود أكثر من تأثير، وذلك بنسبة بلغت 9,56٪ من إجمالي عدد الموضوعات المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 12,86٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 8,48٪، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 8,12٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت

قيمة  $Z$  المحسوبة 1,798 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

3- نوع الصورة المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

#### جدول (4)

يوضح نوع الصورة المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	الدالة	قيمة $Z$	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف الصور المستخدمة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	1,772	23,31	117	23,64	39	19,29	27	25,89	51	صور موضوعية
2	غير دالة	0,671	20,92	105	21,21	35	22,14	31	19,79	39	شخصية وموضوعية
3	غير دالة	1,798	20,12	101	19,39	32	20,71	29	20,30	40	صور شخصية
4	غير دالة	1,872	19,52	98	19,39	32	20,71	29	18,78	37	دون أى صور مصاحبة
5	غير دالة	1,867	16,14	81	16,36	27	17,14	24	15,23	30	إنفوجرافيك
			100	502	100	165	100	140	100	197	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى نوع الصورة المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول صور موضوعية، وذلك بنسبة بلغت 23,31% من إجمالي عدد الصور المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 25,89%، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 23,64%، ثم جاءت صحيفة الوفد في الترتيب الثالث بنسبة 19,29%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة 1,772 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثاني صور شخصية وموضوعية، وذلك بنسبة بلغت 20,92% من إجمالي عدد الصور المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة



22,14٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 21,21٪، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 19,79٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,671 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الثالث صور شخصية، وذلك بنسبة بلغت 20,12٪ من إجمالي عدد الصور المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 20,71٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة الأهرام بنسبة 20,30٪، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 19,39٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,798 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الرابع دون أي صور مصاحبة، وذلك بنسبة بلغت 19,52٪ من إجمالي عدد الصور المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 20,71٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 19,39٪، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 18,78٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,872 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95٪.

وجاء في الترتيب الخامس والأخير صور إنفوجرافيك، وذلك بنسبة بلغت 16,14٪ من إجمالي عدد الصور المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 17,14٪، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 16,36٪، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 15,23٪، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,867 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95٪.

## 5- المبادرات الصحية الرئاسية التي تناولتها الصحف الإلكترونية محل الدراسة.

جدول (5)

يوضح المبادرات الصحية الرئاسية التي تناولتها الصحف الإلكترونية محل الدراسة

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف المبادرات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	غير دالة	0,524	13,94	70	13,94	23	15,71	22	12,69	25	مبادرة الرئاسية لفحص المقبلين على الزواج
9	غير دالة	1,324	7,37	37	9,09	15	3,57	5	8,63	17	مبادرة دعم صحة المرأة
3	غير دالة	1,241	11,75	59	10,91	18	14,29	20	10,66	21	مبادرة القضاء على قوائم الانتظار
6	غير دالة	1,435	9,36	47	8,48	14	12,87	18	7,61	15	المبادرة الرئاسية للرعاية الصحية لكبار السن
5	غير دالة	1,311	9,56	48	9,09	15	8,57	12	10,66	21	مبادرة صحة الأم والجنين
7	غير دالة	1,605	8,17	41	9,70	16	3,57	5	10,15	20	مبادرة مكافحة الأمراض المزمنة والاعتلال الكلوي
1	غير دالة	0,042	15,34	77	15,15	25	19,29	27	12,69	25	100 يوم صحة
10	غير دالة	1,097	5,18	36	9,09	15	3,57	5	8,12	16	مبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية لدى حديثي الولادة
8	غير دالة	1,059	7,57	38	10,30	17	3,57	5	8,12	16	مبادرة الكشف المبكر عن ضعف السمع لدى الأطفال
4	غير دالة	1,099	9,76	49	4,24	7	15	21	10,66	21	مبادرة الرئاسية للكشف المبكر عن الأورام السرطانية
			100	502	100	165	100	140	100	197	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى المبادرات الصحية الرئاسية التي تم تغطيتها في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء في الترتيب الأول مبادرة 100 يوم صحة، وذلك بنسبة بلغت 15,34% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة

موزعة بين 12,69% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 19,29% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 15,15% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,042 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "بعد إطلاق 100 يوم صحة.. المبادرات الرئاسية تفتح أبواب الأمل في العلاج أمام المصريين.. خدمات مجانية بجودة عالية"<sup>(21)</sup>، صحيفة الوفد: "100 يوم صحة"<sup>(22)</sup> قدمت 139 مليون خدمة مجانية خلال 88 يوماً<sup>(22)</sup>، وصحيفة اليوم السابع: حملة 100 يوم صحة: تقديم أكثر من 144 مليون خدمة مجانية خلال 91 يوماً<sup>(23)</sup>.

وجاء في الترتيب الثاني مبادرة الرئاسية لفحص المقبلين على الزواج، وذلك بنسبة بلغت 13,94% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 12,69% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 15,71% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 13,94% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,524 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "هيئة الرعاية الصحية تشارك في المبادرة الرئاسية لفحص المقبلين على الزواج"<sup>(24)</sup>، وصحيفة الوفد بعنوان: "فحص المقبلين على الزواج.. الأماكن والتكلفة"<sup>(25)</sup>، وصحيفة اليوم السابع: الصحة: مبادرة الرئاسة لفحص المقبلين على الزواج تشمل الأجانب المقيمين بمصر<sup>(26)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث مبادرة القضاء على قوائم الانتظار، وذلك بنسبة بلغت 11,75% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 10,66% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 14,29% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية 10,91% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,241 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "استحداث 3 تخصصات ضمن مبادرة إنهاء قوائم الانتظار"<sup>(27)</sup>.

وصحيفة الوفد بعنوان: "حل 53 مشكلة لمرضى قوائم الانتظار"<sup>(28)</sup>، وصحيفة اليوم السابع بعنوان: "إجراء 835 ألف عملية جراحية ضمن مبادرة إنهاء قوائم الانتظار"<sup>(29)</sup>.

وجاء في الترتيب الرابع المبادرة الرئاسية للكشف المبكر عن الأورام السرطانية، وذلك بنسبة بلغت 9,76% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 10,66% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 15% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية 4,24% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,099 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "تفاصيل المبادرة الصحية للكشف عن أربعة أورام سرطانية"<sup>(30)</sup>، وصحيفة الوفد بعنوان: المرحلة الثانية من مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن الأورام السرطانية بـ 9 محافظات<sup>(31)</sup>، صحيفة اليوم

السابع: تقديم خدمات مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن الأورام السرطانية لـ 2 مليون و676 مواطناً<sup>(32)</sup>.

وجاء في الترتيب الخامس مبادرة صحة الأم والجنين، وذلك بنسبة بلغت 9,56% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 10,66% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 8,57% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية 9,09% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,311 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "وزير الصحة: فحص مليون و100 ألف سيدة ضمن مبادرة رئيس الجمهورية لـ "العناية بصحة الأم والجنين"<sup>(33)</sup>، وصحيفة الوفد بعنوان: فحص 24 ألف سيدة بمبادرة دعم صحة الأم والجنين في الشرقية<sup>(34)</sup>، وصحيفة اليوم السابع: وزارة الصحة: مبادرة صحة الأم والجنين تتابع المولود 42 يوماً بعد الولادة<sup>(35)</sup>.

وجاء في الترتيب السادس المبادرة الرئاسية للرعاية الصحية لكبار السن، وذلك بنسبة بلغت 9,36% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 7,61% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 12,87% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 8,48% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,435 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "فحص 32 ألفاً و175 مواطناً منذ انطلاق مبادرة رعاية كبار السن" (36)، وصحيفة الوفد: الصحة: تقديم الخدمات الطبية لأكثر من مليون مواطن فوق سن 65 عاماً ضمن برنامج «الرعاية الصحية المستمرة لكبار السن» (37)، وصحيفة اليوم السابع: فحص 32 ألف مواطن في المبادرة الرئاسية للرعاية الصحية لكبار السن بالدقهلية (38).

وجاء في الترتيب السابع مبادرة مكافحة الأمراض المزمنة والاعتلال الكلوي، وذلك بنسبة بلغت 8,17% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 10,15% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 3,57% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 9,70% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,605 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

مثال على ذلك: ما نشر في صحيفة الأهرام بعنوان: "مياه أسويط تطلق مبادرة صحية للكشف عن الأمراض المزمنة بالتعاون مع الصحة" (39)، وصحيفة الوفد: الصحة: فحص 16 مليوناً و821 ألف مواطناً بمبادرة الأمراض المزمنة والاعتلال الكلوي (40)، وصحيفة اليوم السابع: الصحة: الفحوص الطبية ضمن مبادرة علاج الأمراض المزمنة والاعتلال الكلوي بالمجان (41).

وجاء في الترتيب الثامن مبادرة الكشف المبكر عن ضعف السمع لدى الأطفال، وذلك بنسبة بلغت 7,57% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 8,12% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 3,57% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 10,30% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية،

وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة 1,059 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب التاسع مبادرة دعم صحة المرأة، وذلك بنسبة بلغت 7,37% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 8,63% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 3,57% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية 9,09% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة 1,324 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

ومبادرة دعم صحة المرأة المصرية: تركز على الكشف المبكر عن سرطان الثدي، بالإضافة إلى تقديم خدمات صحية أخرى مثل تنظيم الأسرة والفحص الصحي العام. حققت المبادرة نجاحات كبيرة بفحص ملايين السيدات عبر جميع المحافظات.

وجاء في الترتيب العاشر والأخير مبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية لدى حديثي الولادة، وذلك بنسبة بلغت 5,18% من إجمالي عدد الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 8,12% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 3,57% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 9,09% من إجمالي عدد الموضوعات التي تناولتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً فقد بلغت قيمة  $Z$  المحسوبة 1,097 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

ومبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية: تستهدف الأطفال حديثي الولادة للكشف المبكر عن الأمراض الوراثية، وقد تم فحص مئات الآلاف من الأطفال، وتوسيع البرنامج ليشمل وحدات رعاية الأطفال في المستشفيات الجامعية.

6- مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية محل الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.

#### جدول (6)

يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية محل الدراسة في تغطية المبادرات

#### الصحية الرئاسية

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف مصدر المعلومات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	1,613	30,68	154	32,12	53	26,43	37	27,92	55	وزارة الصحة والسكان المصرية
4	غير دالة	0,051	14,54	73	9,09	15	9,29	13	24,37	48	المؤسسات الصحية والمستشفيات الحكومية
2	غير دالة	1,224	21,51	108	24,24	40	22,14	31	18,78	37	التصريحات الرئاسية
3	غير دالة	1,481	17,13	86	18,79	31	20,71	29	14,21	28	تقارير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء
6	غير دالة	0,313	5,38	27	3,03	5	4,29	6	8,63	17	التغطيات الميدانية والشهادات من المواطنين
7	غير دالة	0,404	5,18	26	5,45	9	5,71	8	5,08	10	منظمة الصحة العالمية
5	غير دالة	0,529	5,58	28	7,27	12	11,43	16	1,02	2	التقارير البرلمانية
			100	502	100	165	100	140	100	197	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الصحف الإلكترونية عينة الدراسة تنوعت في استخدام مصادر المعلومات، وجاء مصدر وزارة الصحة والسكان المصرية في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بنسبة 30,68%، وجاءت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 32,12%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الأهرام بنسبة 27,92%، ثم جاءت صحيفة الوفد في الترتيب الثالث بنسبة 26,43%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد



بلغت قيمة Z المحسوبة 1,613 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثاني مصدر التصريحات الرئاسية، وذلك بنسبة بلغت 21,51% من إجمالي مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 24,24%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 22,14%، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 18,78%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,224 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث مصدر تقارير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، وذلك بنسبة بلغت 17,13% من إجمالي مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 20,71%، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 18,79%، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 14,21%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,481 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الرابع مصدر المؤسسات الصحية والمستشفيات الحكومية، وذلك بنسبة بلغت 14,54% من إجمالي مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 20,71%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 9,29%، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 9,09%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة

Z المحسوبة 0,051 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الخامس مصدر التقارير البرنامية، وذلك بنسبة بلغت 5,58% من إجمالي مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 11,43%، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 7,27%، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 1,02%؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,051 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

#### 7- الإطار الإعلامي المستخدم في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية.

جدول (7)

يوضح نوع الإطار الإعلامي المستخدم في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف عينة الدراسة

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف الإطار الإعلامي
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0,608	22,91	115	21,21	35	20,71	29	25,89	51	إطار تنموي توعوي
6	غير دالة	1,124	12,55	63	13,94	23	-	-	20,30	40	إطار النجاح والترويج للإنجازات
5	غير دالة	1,989	15,74	79	12,12	20	19,29	27	16,24	32	إطار الإقناع والتشجيع على المشاركة
2	غير دالة	0,498	16,73	84	20	33	16,43	23	14,21	28	إطار المسؤولية الاجتماعية
4	غير دالة	1,109	15,94	80	16,97	28	20	28	12,18	24	إطار تعزيز الثقة بالدولة
3	غير دالة	1,099	16,14	81	15,76	26	23,57	33	11,17	22	الإطار الإرشادي
			100	502	100	165	100	140	100	197	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الإطار الإعلامي المستخدم في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول إطار تنموي

توعوي، وذلك بنسبة بلغت 22,91% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 25,89% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 20,71% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الوفد الإلكترونية 21,21% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,608 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثاني إطار المسؤولية الاجتماعية، وذلك بنسبة بلغت 16,73% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 14,21% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 16,43% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 20% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,498 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الثالث الإطار الإرشادي، وذلك بنسبة بلغت 16,14% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 11,17% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 23,57%، من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 15,76% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث، حيث إن الفارق بين النسب غير دال

إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,099 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الرابع إطار تعزيز الثقة بالدولة، وذلك بنسبة بلغت 15,94% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 12,18% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 20%، من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 16,97% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,109 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الخامس إطار الإقناع والتشجيع على المشاركة، وذلك بنسبة بلغت 15,74% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 16,24% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 19,29%، من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الوفد الإلكترونية، 12,12% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسب الثلاث؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,989 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب السادس والأخير إطار النجاح والترويج للإنجازات، وذلك بنسبة بلغت 12,55% من إجمالي الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحفية التي تناولت المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت تلك النسبة موزعة بين 20,30% من إجمالي الأطر الإعلامية التي استخدمتها صحيفة الأهرام الإلكترونية، في مقابل 13,94% من إجمالي أنواع الأطر الإعلامية التي

استخدمتها صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,989 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

8- آليات التأطير لتغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

### جدول (8)

يوضح آليات التأطير لتغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف آليات التأطير
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0,174	36,65	184	58,79	67	36,43	51	33,50	66	الإطار الإعلامي
4	غير دالة	1,431	11,55	58	13,33	22	10,71	15	10,65	21	التغطية عبر الوسائط المتعددة
2	غير دالة	1,512	17,53	88	16,36	27	18,57	26	17,77	35	التأكيد على نتائج المبادرات
3	غير دالة	1,109	13,94	70	12,12	20	17,14	24	13,19	26	التعزيز بالخبراء والمتخصصين
6	غير دالة	0,209	8,96	45	6,67	11	10	14	10,15	20	التركيز على الشراكات الدولية والإقليمية
5	غير دالة	1,891	11,35	57	10,91	18	7,14	10	14,72	29	تسليط الضوء على العوائق والصعوبات
			502		165		140		197		إجمالي عدد الموضوعات

تشير بيانات الجدول السابق إلى آليات التأطير لتغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، جاء في الترتيب الأول الإطار الإعلامي، وذلك بنسبة بلغت 36,65% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 58,79%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 36,43%، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 33,50%، حيث إن الفارق بين

النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,174 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%. فالإطار الإعلامي (Media Framing) هو أسلوب يُستخدم في الإعلام لتوجيه انتباه الجمهور إلى جانب معين من الخبر أو الموضوع، وبالتالي التأثير في طريقة فهمهم وتفسيرهم للأحداث. في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية عبر الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، يمكن ملاحظة أن الإطار الإعلامي المستخدم يعكس كيف يتم تمثيل هذه المبادرات في سياق سياسي، واجتماعي، وصحي، وكيف يتم توجيه الرأي العام نحو التأكيد على أهداف محددة.

وجاء في الترتيب الثاني التأكيد على نتائج المبادرات، وذلك بنسبة بلغت 17,53% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 18,57%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الأهرام بنسبة 17,77%، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 16,36%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,512 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

فإطار التأكيد على نتائج المبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة اتخذ عدة أشكال؛ من خلال التركيز على الأبعاد الإيجابية لهذه المبادرات وكيفية تأثيرها على الصحة العامة للمواطنين، وعلى تحسين النظام الصحي، سواء في المجال الوقائي أو العلاجي، أو التوعوي في مصر.

وجاء في الترتيب الثالث التعزيز بالخبراء والمتخصصين، وذلك بنسبة بلغت 13,94% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الوفد الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 17,14%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الأهرام بنسبة 13,19%، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 12,12%، حيث إن الفارق بين النسب

غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,109 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الرابع التغطية عبر الوسائط المتعددة، وذلك بنسبة بلغت 11,55% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة اليوم السابع الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 13,33%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 10,71%، ثم جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الثالث بنسبة 10,65%؛ حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,431 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب الخامس تسليط الضوء على العوائق والصعوبات، وذلك بنسبة بلغت 11,35% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 14,72%، وفي الترتيب الثاني صحيفة اليوم السابع بنسبة 10,91%، ثم جاءت صحيفة الوفد في الترتيب الثالث بنسبة 7,14%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,891 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

وجاء في الترتيب السادس والأخير التركيز على الشراكات الدولية والإقليمية، وذلك بنسبة بلغت 8,96% من إجمالي عدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وجاءت صحيفة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الأول بنسبة 10,15%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد بنسبة 10%، ثم جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الثالث بنسبة 6,67%، حيث إن الفارق بين النسب غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,209 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسب الثلاث بمستوى ثقة 95%.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

1- معدل اهتمام الباحثين بالمبادرات الصحية الرئاسية.

جدول (9)

يوضح معدل اهتمام الباحثين عينة الدراسة بالمبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع

المجموع		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
29	174	29,54	96	28,36	78	أهتم بدرجة كبيرة
39	234	40	130	37,82	104	أهتم بدرجة متوسطة
32	192	30,46	99	33,82	93	نادراً ما أهتم
100	600	100	325	100	275	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدلات الحرص على متابعة التغطية الصحفية للمبادرات الصحية بالصحف الإلكترونية لدى عينة الدراسة من الشباب المصري؛ حيث جاءت (فئة أهتم بدرجة كبيرة وأهتم بدرجة متوسطة) بنسبة 68%، وبنسبة 66,18% للذكور، وبنسبة 69,54% للإناث؛ الأمر الذي يوضح زيادة اهتمام الشباب المصري عينة الدراسة بمتابعة المبادرات الصحية الرئاسية، خاصة أنهم مقبلون على تكوين أسر واستقلال الحياة الاجتماعية لهم.

2- مصادر حصول الباحثين على المعلومات حول المبادرات الصحية الرئاسية.

جدول (10)

يوضح مصادر حصول الباحثين عينة الدراسة على المعلومات حول المبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
2	غير دالة	1,679	89,83	539	90,46	294	89,09	245	مصادر المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي
1	غير دالة	0,836	96	576	96,61	314	95,27	262	من الصحف الإلكترونية
4	غير دالة	1,068	45,33	272	53,84	175	35,27	97	من أصدقائي
3	غير دالة	0,375	60,16	361	75,69	246	61,81	115	من التلفزيون
5	غير دالة	1,194	43,66	262	51,38	167	34,54	95	من الأسرة
			600		325		275		جملة من سنلوا



تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مصادر معرفة الباحثين من الشباب المصري عينة الدراسة بالمبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من الصحف الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 96% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 95,27% من إجمالي عينة الذكور، في مقابل 96,61% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,836 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95. وجاء في الترتيب الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بنسبة بلغت 89,83% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 89,09% من إجمالي عينة الذكور في مقابل 90,46% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,679 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95. وجاء في الترتيب الثالث من التليفزيون، حيث جاءت بنسبة بلغت 60,16% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 61,81% من إجمالي عينة الذكور في مقابل 75,69% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,375 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95. وجاء في الترتيب الرابع من أصدقائي، حيث جاءت بنسبة بلغت 45,33% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 35,27% من إجمالي عينة الذكور في مقابل 53,84% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,068 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95. وجاء في الترتيب الخامس والأخير من الأسرة، حيث جاءت بنسبة بلغت 43,66% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 34,54% من إجمالي عينة الذكور، في مقابل 51,38% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان،

حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,194 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وباستعراض النتائج السابقة يتضح للباحثة أن الصحف الإلكترونية من أولى مصادر معرفة الباحثين من الشباب المصري عينة الدراسة بالمبادرات الصحية الرئاسية، حيث توفر الصحف الإلكترونية تحديثات فورية وموثوقة عن المبادرات؛ مما يساعد الشباب على متابعة آخر التطورات بسهولة، كما أنها تسهل عليهم الوصول الى مصادر متنوعة من مكان واحد.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة منى جمال (2022) <sup>(42)</sup> والتي توصلت إلى أن الصحف الإلكترونية هي أولى المصادر التي يعتمد عليها الجمهور عينة الدراسة في الحصول على معلومات عن المبادرات الرئاسية.

### 3- مدى متابعة الباحثين المستمرة للمبادرات الصحية الرئاسية.

جدول (11)

يوضح مدى متابعة الباحثين المستمرة للمبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع

المجموع		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	المتابعة المستمرة
39,83	239	40	130	39,63	109	دائماً
50	300	50,46	164	59,27	136	أحياناً
10,17	61	9,54	31	1,09	30	لا
100	600	100	325	100	275	المجموع

قيمة كا<sup>2</sup> = 1,451 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,047 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 1,451 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,047 تقريباً؛ مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى المتابعة المستمرة للباحثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة- للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون باستمرار

للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية بصفة دائمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 39,83٪، موزعة بين 39,63٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 40٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون أحياناً من إجمالي مفردات عينة الدراسة 50٪ موزعة بين 59,27٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 50,46٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يتابعون من إجمالي مفردات عينة الدراسة 10,17٪ موزعة بين 1,09٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9,54٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وباستعراض النتائج السابقة يتضح أن عدد المبحوثين الذين يتابعون المبادرات الصحية الرئاسية باستمرار بالصحف الإلكترونية عددهم 539 مفردة موزعة 245 مفردة من إجمالي مفردات عينة الذكور، و294 مفردة من إجمالي مفردات عينة الإناث. وهذا العدد من مفردات عينة الدراسة تم استكمال قياس الوعي الصحي لديهم.

#### 4- الصحف الإلكترونية التي يتابع المبحوثون من خلالها المبادرات الصحية الرئاسية.

جدول (13)

يوضح الصحف الإلكترونية التي يتابع المبحوثون عينة الدراسة من خلالها المبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		النوع الصحف الإلكترونية
			%	ك	%	ك	%	ك	
6	غير دالة	1,228	11,13	60	9,52	28	13,06	32	الوطن
1	غير دالة	0,000	43,41	234	37,41	110	50,61	124	الأهرام
2	دالة**	2,735	31,16	168	36,05	106	25,31	62	الأخبار
4	غير دالة	0,272	18,92	102	18,36	54	19,59	48	الجمهورية
3	دالة***	5,117	30,058	162	20,40	60	41,63	102	اليوم السابع
7	غير دالة	0,302	8,91	48	9,18	27	8,57	21	المصري اليوم
5	غير دالة	0,974	16,69	90	18,03	53	15,10	37	الوفد
			539		294		245		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الصحف الإلكترونية التي يتابع المبحوثون عينة الدراسة من خلالها المبادرات الصحية الرئاسية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول صحيفة الأهرام الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 43,41% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 50,61% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 37,41% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,000 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثاني صحيفة الأخبار الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 31,16% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 25,31% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36,05% من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,735 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,99.

وجاء في الترتيب الثالث صحيفة اليوم السابع الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 30,058% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 41,63% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 20,40% من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 5,117 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,999.

وجاء في الترتيب الرابع صحيفة الجمهورية الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 18,92% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 19,59% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 18,36% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً،

فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,272 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الخامس صحيفة الوفد الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 16,69% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 15,10% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 18,03% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,974 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السادس صحيفة الوطن الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 11,13% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 13,06% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9,52% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,228 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السابع صحيفة المصري اليوم الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 8,91% من إجمالي مفردات من يتابعون خلالها المبادرات الرئاسية من عينة الدراسة، موزعة بين 8,57% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9,18% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,302 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

## 5- أسباب متابعة المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية.

جدول (14)

يوضح أسباب متابعة المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكر		النوع أسباب المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	دالة ***	3,647	38,59	208	30,95	91	47,75	117	لأنها تقدم معلومات موثقة عن المبادرات الصحية
2	غير دالة	0,182	38,03	205	36,39	107	40	98	لأنها توضح المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية
4	غير دالة	0,447	25,23	136	25,17	74	25,31	62	لأن لديها مصداقية في نقل المعلومات الصحية
3	غير دالة	1,811	27,46	148	23,81	70	31,84	78	لسرعة الحصول على المعلومات الصحية
5	غير دالة	0,644	15,58	84	12,58	37	19,18	47	لأنها تقدم كل ما يتعلق بالمبادرات الرئاسية الصحية بشكل مفصل
			539		294		245		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب متابعة المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول لأنها تقدم معلومات موثقة عن المبادرات الصحية، حيث جاءت بنسبة بلغت 38,59% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 47,75% من إجمالي مفردات الذكور في مقابل 30,95% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,001 فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3,647 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,999.

وجاء في الترتيب الثاني لأنها توضح المعلومات عن المبادرات الرئاسية الصحية، حيث جاءت بنسبة بلغت 38,03% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 40% من إجمالي مفردات الذكور في مقابل 36,39% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد

بلغت قيمة Z المحسوبة 0,182 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثالث لسرعة الحصول على المعلومات الصحية، حيث جاءت بنسبة بلغت 27,46% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 31,84% من إجمالي مفردات الذكور في مقابل 23,81% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1,811 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الرابع لأن لديها مصداقية في نقل المعلومات الصحية، حيث جاءت بنسبة بلغت 25,23% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 25,31% من إجمالي مفردات الذكور في مقابل 25,17% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,447 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الخامس لأنها تقدم كل ما يتعلق بالمبادرات الرئاسية الصحية بشكل مفصل، حيث جاءت بنسبة بلغت 15,58% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 19,18% من إجمالي مفردات الذكور في مقابل 12,58% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0,644 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وباستعراض النتائج السابقة يتضح أن أهم أسباب متابعة الباحثين للمبادرات الصحية الرئاسية من خلال الصحف الإلكترونية، جاء في الترتيب الأول لأنها تقدم معلومات موثقة عن المبادرات الصحية بنسبة 38,59%، ويمكن تفسير ذلك أن المتابعة تأتي بسبب حاجة الباحثين إلى معلومات دقيقة وموثقة تشعرهم بالأمان والاطمئنان تجاه المبادرات الصحية المقدمة.

## 6- المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعها المبحوثون من خلال الصحف الإلكترونية. جدول (15)

يوضح المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعها المبحوثون من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكر		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0,176	71,06	383	70,41	207	71,84	176	مبادرة "100 مليون صحة"
5	غير دالة	1,830	62,89	339	60,20	177	66,12	162	مبادرة "دعم صحة المرأة المصرية"
2	غير دالة	0,849	68,27	368	67,01	197	69,79	171	مبادرة "الكشف المبكر عن الأنيميا والسمنة والتقزم"
7	غير دالة	1,982	58,27	314	58,16	171	58,37	143	مبادرة "الاكتشاف المبكر وعلاج ضعف وفقدان السمع"
8	غير دالة	0,849	43,04	232	63,61	187	22,04	54	مبادرة "دعم صحة الأم والجنين"
3	غير دالة	1,346	63,45	342	61,56	181	65,71	161	مبادرة "متابعة وعلاج الأمراض المزمنة والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي"
4	غير دالة	1,501	63,27	341	59,86	176	75,10	184	مبادرة "مكافحة مسببات ضعف وفقدان الإبصار نور حياة"
10	غير دالة	0,726	18,18	98	13,27	39	24,08	59	مبادرة "القضاء على قوائم الانتظار للتدخلات الجراحية"
6	غير دالة	0,479	58,63	316	67,69	199	47,76	117	مبادرة "الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية"
9	غير دالة	1,474	36,73	198	48,64	143	22,45	55	مبادرة "الرعاية الصحية لكبار السن"
11	غير دالة	1,789	8,72	47	9,86	29	7,35	18	مبادرة "علاج الأطفال من مرضى الضمور العضلي"
			539		294		245		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعها المبحوثون من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول



مبادرة "100 مليون صحة"؛ حيث جاءت بنسبة بلغت 71,06% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 71,84% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 70,41% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,176 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثاني مبادرة "الكشف المبكر عن الأنيميا والسمنة والتقزم"، حيث جاءت بنسبة بلغت 68,27% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 69,79% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 67,01% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,849 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثالث مبادرة "متابعة وعلاج الأمراض المزمنة والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي"، حيث جاءت بنسبة بلغت 63,45% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 65,71% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 61,56% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 1,346 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الرابع مبادرة "مكافحة مسببات ضعف وفقدان الإبصار نور حياة"، حيث جاءت بنسبة بلغت 63,27% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 75,10% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 59,86% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 1,501 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الخامس مبادرة "دعم صحة المرأة المصرية"، حيث جاءت بنسبة بلغت 62,89% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66,12% من

إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 60,20% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت  $Z$  المحسوبة 1,830 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السادس مبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية، حيث جاءت بنسبة بلغت 58,63% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 47,76% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 67,69% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت  $Z$  المحسوبة 0,479 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السابع مبادرة "الاكتشاف المبكر وعلاج ضعف وفقدان السمع"، حيث جاءت بنسبة بلغت 58,27% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 58,37% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 58,16% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت  $Z$  المحسوبة 1,982 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثامن مبادرة "دعم صحة الأم والجنين"، حيث جاءت بنسبة بلغت 43,04% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 22,04% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 63,61% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت  $Z$  المحسوبة 0,849 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة دال إحصائياً فقد بلغت  $Z$  المحسوبة 0,849 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب التاسع مبادرة "الرعاية الصحية لكبار السن"، حيث جاءت بنسبة بلغت 36,73% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 22,45% من

إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 48,64% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 1,474 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب العاشر مبادرة "القضاء على قوائم الانتظار للتدخلات الجراحية"، حيث جاءت بنسبة بلغت 18,18% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 24,08% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 13,27% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,726 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الحادي عشر مبادرة "علاج الأطفال من مرضى الضمور العضلي"، حيث جاءت بنسبة بلغت 8,72% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 7,35% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9,86% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 1,789 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

ويتضح للباحثة من خلال بيانات الجدول السابق مدى متابعة أفراد العينة بالمبادرات الصحية الرئاسية ووعيهم بها، حيث إنها اهتمت بصحة المواطن وتوفير الرعاية الصحية الملائمة له من أجل القضاء على مشاكله الصحية.

## 7- العناصر التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية وتجذب انتباه المبحوثين.

جدول (16)

يوضح العناصر التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية وتجذب انتباه المبحوثين وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكر		النوع العناصر
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0,69	42,67	230	39,46	116	46,53	114	الصور
3	غير دالة	0,71	29,31	158	28,23	83	30,61	75	الألوان
2	غير دالة	0,68	40,82	220	38,43	113	43,67	107	الرسم البياني
4	غير دالة	0,49	25,79	139	26,19	77	25,31	62	النصوص
6	غير دالة	0,33	8,91	48	8,84	26	8,98	22	الجداول والإحصاءات
5	غير دالة	0,36	15,58	84	16,32	48	14,69	36	الرموز والأشكال
7	غير دالة	0,51	5,57	30	5,78	17	5,31	13	الإنفوجرافيك
7	غير دالة	0,51	5,57	30	5,78	17	5,31	13	الإنفوجرافيك
			539		294		245		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى العناصر التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تغطية المبادرات الصحية الرئاسية وتجذب انتباه المبحوثين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول عنصر الصور، حيث جاءت بنسبة بلغت 42,67% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 46,53% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 39,46% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,69 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثاني عنصر الرسم البياني، حيث جاءت بنسبة بلغت 40,82% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 43,67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 38,43% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,68 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الثالث عنصر الألوان، حيث جاءت بنسبة بلغت 29,31% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 30,61% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 28,23% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,71 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الرابع عنصر النصوص، حيث جاءت بنسبة بلغت 25,79% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 25,31% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 26,19% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,49 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب الخامس عنصر الرموز والأشكال، حيث جاءت بنسبة بلغت 15,58% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 14,69% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 16,32% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,36 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السادس عنصر الجداول والإحصاءات، حيث جاءت بنسبة بلغت 8,91% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 8,98% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 8,84% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً فقد بلغت Z المحسوبة 0,33 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

وجاء في الترتيب السابع عنصر الإنفوجرافيك، حيث جاءت بنسبة بلغت 5,57% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 5,31% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 5,78% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت Z المحسوبة 0,51 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95.

8- درجة ثقة المبحوثين في المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية.

#### جدول (17)

يوضح درجة ثقة المبحوثين في المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع

النوع	ذكر		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
درجة الثقة						
أثق بدرجة كبيرة	84	34,29	101	34,35	185	34,32
أثق بدرجة متوسطة	92	37,55	102	34,69	194	35,99
أثق بدرجة ضعيفة	69	28,16	91	30,95	160	29,68
الإجمالي	245	100	294	100	539	100

قيمة كا<sup>2</sup>=3,054 درجة الحرية=2 معامل التوافق=0,158 مستوى الدلالة= غير دالة بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية=2، وجد أنها= 3,054 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=0,05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,158 تقريباً؛ مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى ثقة المبحوثين- إجمالي مفردات

عينة الدراسة- للمضامين المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يثقون في المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة، حيث بلغت 35,99% موزعة بين 37,55% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 34,69% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يثقون في المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 34,32% موزعة بين 34,29% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 34,35% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يثقون في المضامين المتعلقة بالمبادرات الصحية الرئاسية المنشورة من خلال الصحف الإلكترونية بدرجة ضعيفة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 29,68% موزعة بين 28,16% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 30,95% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

## 9- أهم التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

جدول (18)

يوضح أهم التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

الترتيب	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	2,69	14,47	78	19,67	106	65,86	355	التأثيرات المعرفية التعرف على الأعراض وطرق الوقاية منها
2	2,64	13,36	72	27,46	148	59,18	319	زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة
4	2,62	13,36	72	31,17	168	55,47	299	معرفة أماكن الوحدات الصحية والمستشفيات التي بها الحملات الرئاسية
3	2,63	15,21	82	22,26	120	62,52	337	معرفة الإجراءات التي اتخذتها الدولة للحد من انتشار الأمراض والأوبئة
2	2,64	13,36	72	27,46	148	59,18	319	أصبحت أكثر اقتناعاً بأهمية الكشف المبكر عن الأمراض

(دلالة الوسط الحسابي على الاتجاه العام: من 1: 1,66 معارض- من 1,67: 2,33- محايد- من 2,34: 3 موافق).

يتضح من الجدول السابق بيان اكتساب المبحوثين عينة الدراسة لتأثيرات معرفية مرتفعة حول المبادرات الصحية الرئاسية نتيجة متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية، وكانت من أهم التأثيرات المعرفية المكتسبة لديهم "التعرف على الأعراض وطرق الوقاية منها" بوزن 2,69، وجاء في المرتبة الثانية "زادت معرفتي بخطورة الأمراض المنتشرة- وأصبحت أكثر اقتناعاً بأهمية الكشف المبكر عن الأمراض" بالتساوي بوزن مئوي 2,64، وجاء في المرتبة الثالثة "معرفة الإجراءات التي اتخذتها الدولة للحد من انتشار الأمراض والأوبئة بوزن مئوي 2,63، وجاء في المرتبة الأخيرة "معرفة أماكن الوحدات الصحية والمستشفيات التي بها الحملات الرئاسية" بوزن مئوي 2,62، وتشير النتائج إلى الوعي المعرفي للمبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة من متابعة تغطية



المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية، وتتصدر المعرفة بأهمية الكشف المبكر عن الأمراض.

وتفسر الباحثة ذلك أن للكشف المبكر عن الأمراض فوائد الكبيرة في تحسين نتائج العلاج وزيادة فرص الشفاء، كما يساعد الكشف المبكر في منع تطور المرض إلى مراحل أكثر خطورة؛ مما يقلل من المخاطر الصحية وتحسين جودة الحياة للشباب المصري.

10- أهم التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية.

جدول (19)

يوضح أهم التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

الترتيب	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة التأثيرات الوجدانية
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	2,63	15,21	82	22,63	122	62,15	335	جعلتني أشعر باهتمام الدولة بصحة المواطن
2	2,54	16,32	88	34,14	184	49,54	267	جعلتني اتعاطف مع المصابين بالأمراض المزمنة
4	2,45	14,47	78	31,17	168	54,36	293	نمت لدى الإحساس بالمسؤولية تجاه صحي
5	2,22	24,12	130	35,62	192	40,26	217	تجعلني أشعر بالخوف من إمكانية الإصابة بالمرض
3	2,48	18,92	102	26,35	142	54,73	295	أشعر بالرغبة في نشر المعلومات الخاصة بالصحة

يتضح من الجدول السابق أن الشباب المصري عينة الدراسة أكد على وجود تأثيرات وجدانية مرتفعة لديهم، وكانت من أهم التأثيرات الوجدانية المكتسبة لديهم حول متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية "جعلتني أشعر باهتمام الدولة بصحة المواطن" بمتوسط حسابي بلغ 2,63، وجاء في المرتبة الثانية "جعلتني اتعاطف مع المصابين بالأمراض المزمنة" بمتوسط حسابي 2,54، وجاء في المرتبة الثالثة "أشعر

بالرغبة في نشر المعلومات الخاصة بالصحة" بمتوسط حسابي 2,48، وجاء في المرتبة الرابعة "نمت لدي الإحساس بالمسؤولية تجاه صحتي" بمتوسط حسابي 2,45، وجاء في المرتبة الأخيرة "تجعلني أشعر بالخوف من إمكانية الإصابة بالمرض" بمتوسط حسابي 2,22، وتشير النتائج إلى ارتفاع التأثيرات الوجدانية للمبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة من متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية، وتتصدر أشعر باهتمام الدولة بصحة المواطن.

وترى الباحثة أن التغطية الإيجابية للمبادرات الصحية مثل مبادرة "100 مليون صحة" أو مبادرة علاج الأمراض المزمنة تُسهم في تعزيز ثقة الشباب في الجهود الحكومية، كما يمكن أن تدفع هذه التغطيات الإعلامية الشباب للمشاركة في المبادرات الصحية، سواء بالتطوع أو بالاهتمام بصحتهم.

# 11- أهم التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية.

جدول (20)

يوضح أهم التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

الترتيب	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابات / التأثيرات السلوكية
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	2,66	13,73	74	23,38	126	62,89	339	زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض
2	2,64	12,99	70	26,71	144	60,29	325	شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في المبادرات الرئاسية الصحية
3	2,54	15,96	86	28,20	152	55,84	301	جعلتني أبحث عن المصادر المتخصصة وانتقاء مصادر المعرفة الوقائية
5	2,23	26,72	144	29,68	160	43,59	235	كسرت حاجز الخوف لديّ وشجعتني على التوجه للكشف الطبي
4	2,40		94		190		255	ساعدتني على كيفية التعامل مع الأمراض المزمنة

(دلالة الوسط الحسابي على الاتجاه العام: من 1: 1,66 معارض- من 1,67: 2,33 محايد- من 2,34: 3 موافق).

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن "زادت من مشاركتي في حملات التوعية بخطورة الأمراض" جاء في المرتبة الأولى من بين فئات التأثيرات السلوكية الناتجة عن متابعة تغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية لدى المبحوثين عينة الدراسة بمتوسط حسابي بلغ 2,66، وجاء في المرتبة الثانية "شجعتني على توعية أصدقائي وأقاربي بالمشاركة في المبادرات الرئاسية الصحية" بمتوسط حسابي بلغ 2,64، وجاء في المرتبة الثالثة "جعلتني أبحث عن المصادر المتخصصة وانتقاء مصادر

المعرفة الوقائية" بمتوسط حسابي بلغ 2,54، وجاء المرتبة الرابعة "ساعدتني على كيفية التعامل مع الامراض المزمنة" بمتوسط حسابي بلغ 2,40، وجاء في المرتبة الأخيرة "كسرت حاجز الخوف لديّ وشجعتني على التوجه للكشف الطبّي" بمتوسط حسابي بلغ 2,23.

وترى الباحثة من النتائج السابقة أن التغطية الإعلامية للمبادرات الصحية الرئاسية في الصحف الإلكترونية قد تسهم في تكوين سلوكيات إيجابية بين الشباب المصري، سواء من خلال نشر الوعي الصحي، أو تحفيزهم على المشاركة والتفاعل مع هذه المبادرات في دوائرهم الاجتماعية.

12-مدى تأثير تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية على الوعي الصحي للمبحوثين.

#### جدول (21)

يوضح مدى تأثير تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية على الوعي الصحي للمبحوثين

الوسط الحسابي	%	ك	تأثير تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية على الوعي الصحي للمبحوثين
264	60,29	325	قوي
	27,09	146	متوسط
	12,62	68	ضعيف
	100	539	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تأثير تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية على الوعي الصحي للمبحوثين، حيث جاء في المرتبة الأولى درجة التأثير "قوى" بنسبة بلغت 60,29%، ثم جاء في المرتبة الثانية درجة التأثير "متوسط" بنسبة 27,09%، وأخيراً جاء في الترتيب الثالث "ضعيف" بنسبة بلغت 12,62%.

13- مظاهر إفادة المبحوثين من المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعوها من خلال الصحف الإلكترونية.

جدول (22)

يوضح مظاهر إفادة المبحوثين من المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعوها من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	المجموع		إناث		ذكور		النوع مظاهر الإفادة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	دالة **	2,939	33,58	181	36,05	106	30,61	75	انخفاض معدل إصابتي بالأمراض
2	دالة ***	3,581	33,02	178	36,05	106	29,39	72	تعرفت على مفاهيم صحية وعادات صحية جديدة
3	دالة *	2,193	28,57	154	29,93	88	26,93	66	التوجه مباشرة لتلقي الخدمة الصحية المناسبة في حالة إصابتي بالمرض
4	دالة **	2,901	26,90	145	24,83	73	29,39	72	شجعتني على إجراء الفحوصات الصحية
			539		294		245		جملة ما سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى مظاهر إفادة المبحوثين من المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعوها من خلال الصحف الإلكترونية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول، انخفاض معدل إصابتي بالأمراض، حيث جاءت بنسبة بلغت 33,58% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 30,61% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36,05% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,939 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,99. وجاء في الترتيب الثاني تعرفت على مفاهيم صحية وعادات صحية جديدة، حيث جاءت بنسبة بلغت 33,02% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 29,39% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36,05% من إجمالي مفردات

عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,001، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 3,581 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,999. وجاء في الترتيب الثالث التوجه مباشرة لتلقى الخدمة الصحية المناسبة في حالة إصابتي بالمرض، حيث جاءت بنسبة بلغت 28,57% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 26,93% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 29,93% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,193 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,95. وجاء في الترتيب الرابع والأخير شجعتني على إجراء الفحوصات الصحية، حيث جاءت بنسبة بلغت 26,90% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 29,39% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 24,83% من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى 0,01، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,901 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0,99. وباستعراض نتائج الجدول السابق تبين للباحثة إفادة المبحوثين من المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعوها من خلال الصحف الإلكترونية؛ حيث كانت لها دور محوري في زيادة وعي الشباب الصحي، وجعلتهم أكثر اطلاعاً على الأمراض وطرق الوقاية والعلاج، وهو ما يسهم في تحسين صحة المجتمع ككل.

نتائج التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى التوعية الصحية لديهم. جدول (23)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين مستوى تعرض المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى التوعية الصحية لديهم

مستوى التوعية الصحية		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
0,607	0,001	مستوى تعرض المبحوثين للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى التوعية الصحية لديهم

يتبين من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى تعرض الباحثين للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى التوعية الصحية لديهم؛ حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0,607)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,001)، وهو ما يعكس أهمية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والدور الذي تقوم به في نشر الوعي الصحي بين الباحثين عينة الدراسة من الشباب المصري، حيث إنه كلما زاد التعرض للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية زاد تأثيرها على الوعي الصحي لديهم. مما سبق ثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع. جدول (24)

اختبار T-Test لإثبات الفروق بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع

النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكور	245	2,14	0,715	0,090	248	غير دالة
إناث	294	2,15	0,685	3,792	1	0,000

يتضح من الجدول السابق والخاص باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع، وذلك باستخدام اختبار T-Test أن قيمة اختبار T-Test بلغت 0,090 عند درجة حرية 248 فيما بلغ مستوى الدلالة 0,000، وهي قيمة دالة إحصائية.

وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع".

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي".

#### جدول (25)

اختبار One Way Anova لقياس العلاقة بين كثافة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المقياس	مجموع الدرجات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0,268	2	0,134	0,273	غير دالة
داخل المجموعات	121,256	247	0,491		
المجموع	121,524	249	-		

يتضح من بيانات الجدول السابق وباستخدام التباين الأحادي One Way Enova عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض)، حيث بلغت قيمة "F" 273, عند مستوى دلالة 798، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي".

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التوعية الصحية تبعاً لاختلاف مستويات متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية.

#### جدول (26)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التوعية الصحية تبعاً لاختلاف مستويات متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	223,594	2	74,531	2,960	0,05
داخل المجموعات	12036,339	397	25,181		
المجموع	12259,934	399	-		



تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس التوعية الصحية تبعاً لاختلاف مستويات متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة ف (2,960) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,05.

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (27)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس التوعية الصحية تبعاً لاختلاف مستويات متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية

أبعاد المقياس	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض
مستوى متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والتوعية الصحية	مرتفع	-	-	-
	متوسط	1,37	-	-
	منخفض	**2,57	*1,82	-

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- هناك اختلاف بين الباحثين (مرتفعي الاهتمام) بمتابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والتوعية الصحية، والمبجوثين (منخفضي الاهتمام) على مقياس التوعية الصحية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 2,57، وهو فرق دال عند مستوى 0,001.
  - هناك اختلاف بين الباحثين (متوسطي الاهتمام) بمتابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية والتوعية الصحية، والمبجوثين (منخفضي الاهتمام) على مقياس التوعية الصحية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1,82، وهو فرق دال عند مستوى 0,05.
- مما سبق ثبت صحة الفرض الرابع.

### النتائج العامة للدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية؛ وذلك للوقوف على سمات التغطية التي قدمت من خلالها هذه المبادرات، وعلاقة ذلك بالوعي الصحي لدى الشباب المصري. مستخدمة في ذلك استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبانة ومقياس الوعي، تم تحليل المضامين الإعلامية للمبادرات الصحية الرئاسية- عينة الدراسة- المنشورة بالصحف الإلكترونية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع)، الدراسة الميدانية على عينة 600 مفردة من الشباب المصري من محافظات (الدقهلية- القاهرة- المنيا)، وقد راعت الباحثة في ذلك المتغيرات الديموجرافية للدراسة.

- تشير نتائج الدراسة إلى المبادرات الصحية الرئاسية التي تابعها الباحثون من خلال الصحف الإلكترونية، حيث جاء في الترتيب الأول مبادرة "100 مليون صحة".
- وجاء الإطار الإعلامي ضمن آليات التأطير لتغطية المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة في الترتيب الأول.
- أكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى تعرض الباحثين للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى التوعية الصحية لديهم.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية ومستوى الوعي الصحي وفقاً للنوع.
- ثبوت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس التوعية الصحية تبعاً لاختلاف مستويات متابعة المبادرات الصحية الرئاسية بالصحف الإلكترونية.

## الهوامش والمراجع:

- 1- أحمد السنهوري، **الخدمة الاجتماعية مع الشباب**، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998، ص70.
- 2- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2019، ص60.
- 3- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص348.
- 4- أحمد جمال، "أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعي BBC والعالم"، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو- أكتوبر 2009م، ص54.
- 5- أحمد جمال، مرجع سابق، ص54.
- 6- أحمد زكريا، **نظريات الإعلام: مدخل الاهتمامات وسائل وجمهورها**، المنصورة، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2009، ص217.
- 7- Adam Simon and Michael Xemos, "Media Framing and Effective Public Deliberation", Political Communication, Vol.17,2000, pp.366-382.
- 8- James, Watson, "Media communication: An Introduction to Theory and Process", 3<sup>rd</sup> ed. London+Macmillan Press, 2008, PP.188-189.
- 9- حنان عبد الفتاح، صورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص ص42-43.
- 10- عربي عبد العزيز ومحمد عبد الفتاح، استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد64، الجزء الأول، يناير 2023، ص ص 9- 50.
- 11- حنان عبد الوهاب، تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تغطية المشروعات القومية الكبرى لدى عينة من الجمهور المصري، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام**، جامعة الأزهر، العدد61، الجزء الأول، يوليو 2023، ص ص 76- 140.
- 12- حسن محمد فرحات، معالجة الصحافة المصرية اليومية للمبادرات الصحية الوطنية "دراسة تحليلية في الفترة من يوليو 2018 إلى ديسمبر 2021 م، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام**، جامعة الأزهر، العدد61، الجزء الرابع، أبريل 2022، ص ص 1915- 1990.
- 13- علاء خليفة، الاستراتيجيات الاتصالية لوزارة الصحة والسكان للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية عبر الفيس بوك- دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد61، الجزء الثالث، أبريل 2022، ص ص 1482- 1536.
- 14- هاجر مجدي عبده، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، **المجلة العلمية لكلية الآداب**، جامعة دمياط، مجلد 10، العدد 3، 2021، ص ص 187- 214.
- 15- أحمد سامي، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد66، الجزء الثاني، يوليو 2023، ص ص 518- 554.
- 16- عبده رمضان، دور الاستراتيجيات الاتصالية للحملات الإعلامية الرقمية لوزارة الصحة في التوعية بفحوصات الصحة الإنجابية وعلاقتها بمدى تقبل الأطفال ذوي الإعاقة، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام**، جامعة الأزهر، العدد63، الجزء الأول، أكتوبر 2022، ص ص 424- 496.
- 17- السيد لطفي، العلاقة بين مشاهدة الشباب الجامعي المصري للأفلام التوعوية الصحية باليوتيوب ومستوى الوعي الصحي لديهم، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام**، جامعة الأزهر، العدد56، الجزء الرابع، يناير 2021، ص ص 1796- 1830.
- 18- سامح حسانين عبد الرحمن، تأثير الحملات الإعلامية لدعم صحة المرأة المصرية على رفع مستوى وعيها الصحي- الحملة الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي- نموذجًا، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد الخامس عشر - 2021، ص410.

19- مرام أحمد، التماس الجمهور المصري للمعلومات حول القضايا الصحية من البرامج الطبية الحوارية وعلاقته بمستوى الوعي لديهم، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد 35، أكتوبر- ديسمبر 2021.

20- تم ترتيب أسماء السادة المحكمين هجائياً:

- أ. د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام بمعهد الدرسان العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
- أ. د/ عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة قسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة المنصورة.
- أ. د/ محرز غالى: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام بمعهد العالي للإعلام وثقافة الطفل- جامعة عين شمس.
- أ. د/ وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام بكلية البنات- جامعة عين شمس.

21- الأهرام 2023/7/2 م، 10:27:00 صباحاً. متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

22- الوفد 2023/10/28 م، 4:09 مساء متاح على الموقع <https://www.alwafd.news/5474228>

23- اليوم السابع - 2023/10/26 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

24- <sup>1</sup> - الأهرام 2023/2/26 م، متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

25- الوفد 2023 /2 /26 م، متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

26- اليوم السابع 2023/9/28 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

27- الأهرام، الخميس 2022/11/18 م. متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

28- الوفد، الثلاثاء 2022/11/16 م، متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

29 - اليوم السابع، الثلاثاء 2022/11/16 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

30- الأهرام، 2023/1/21 م 9:27,00 بعد الظهر. متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

31- الوفد 2023 /12 /13 م، متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

32- اليوم السابع 2023/12/30 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

33- الأهرام 2022/6/9 م متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

34 - الوفد 2022/12/30 م، متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

35- اليوم السابع 2022/8/15 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

36- الأهرام 2022/3/11 م متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

37 - الوفد 2022/9/28 م، متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

38- اليوم السابع 2022/8/30 م. متاح على موقع <https://www.youm7.com>

39- الأهرام 2023/3/14 م، متاح على الموقع: <https://gate.ahram.org.eg>

40- الوفد 2023/1/29 م. متاح على الموقع: <https://www.alwafd.news/5474228>

41- <https://www.youm7.com> اليوم السابع 2023/6/30 م. متاح على موقع

42- منى جمال، التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الإخبارية وعلاقته بإدراك المصريين

المغربيين للواقع الاجتماعي المصري (دراسة تحليلية- ميدانية)، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 81،

الجزء الأول، أكتوبر/ ديسمبر 2022م، ص 197.

## References

- Alsinhuri, A. (1998). alkhidmat aliajtimaeiat mae alshababi, Alqahira, dar althaqafat llnashr waltawzie.
- Mikawi, H. (2006), alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, ta6, Alqahira, aldaar almisriat allubnaniati.
- Jamal, A. (2009). "atar 'iintaj alkhatab alkhbarii fi almawaqie al'iiliktruniat fi al'azamat alduwliati: dirasat halat limawaqieay BBC walealami", aleedad alraabie walthalathuna, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyat al'ielami.
- Zakaria, A. (2009). nazariaat al'ielami: madkhal aliahtimamat wasayil wajumhurha, almansurati, almaktabat almisriat llnashr waltawzie.
- 7- Adam Simon and Michael Xemos, "Media Framing and Effective Public Deliberation", Political Communication, VoI.17,2000, pp.366-382.
- 8- James, Watson, "Media communication: An Introduction to Theory and Process", 3<sup>rd</sup> ed. **London+Macmillan Press, 2008, PP.188-189.**
- Abd Alfataah, H. (2005). surat misr walmisriiyn fi alsahafat al'almaniati, dirasat lilmadmun walqayim bialaitisali, risalat majistir, ghayr manshurtin, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahira.
- Abd alfataah, A. (2023). aistikhdam alshabab aljamieii lil'infujraf alkhasi bialmubadarat alriyasiat alsihiyat fi almawaqie al'iiliktrwniati, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 64(1).
- Abd alwahaab, H. (2023), taqyim 'ada' wasayil al'ielam altaqlidiat waljadidat fi taghtiat almashrueat alqawmiat alkubraa ladaa eayinat min aljumhur almisrii, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 61(6).
- Farahat, H. (2022), muealajat alsahafat almisriat alyawmiat lilmubadarat alsihiyat alwatania "dirasat tahliliat fi alfatrat min yulyu 2018 'ilaa disambir 2021 ma, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 61(1).
- Khalifa, A. (2022), alastiratijiaat alaitisaliat liwizarat alsihat walsukaan liltaerif bialmubadarat alwataniat alsihiyat eabr alfis buk- dirasat tahliliatun, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 61(4).
- Abdo, H. (2021), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeei fi taweiat almuatinin bialmubadarat alsihiyati, almajalat aleilmiat likuliyat aladab, jamieat Dimyat, 3(5). 187- 214.
- 15- Ahmed, S. (2023). dawr alhamalat al'ielamiat fi tashkil alwaey alsihiyi lilmar'at alsaeudiati, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 66(2). 518- 554.
- Ramadan, A. (2022). dawr alastiratijiaat alaitisaliat lilhamalat al'ielamiat alraqamiat liwizarat alsihat fi altaweiat bifuhusat alsihat al'iinjabiat waealaqatiha bimadaa taqabul al'atfal dhawi al'ieaqati, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 63(4).
- Lotfi, A. (2021), alealaqat bayn mushahadat alshabab aljamieii almisrii lil'aflam altaweawiat alsihiyat bialyutyub wamustawaa alwaey alsihiyi ladayhim, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 56(2).

- Abd alrahman, S. (2021). tathir alhamalat al'ielamiat lidaem sihat almar'at almisriat ealaa rafe mustawaa waeyiha alsahi- alhamlat al'ielamiat liltaweiat alsihyat bimarad saratan alhady- nmwdhjan, majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, 15(2).
- Ahmed, M. (2021), ailtimasa aljumphur almisrii lilmaelumat hawl alqadaya alsihyat min albaramiy altibiyat alhawariat waealaqatih bimustawaa alwaey ladayhim, almajalat alearabiat libuqhuth al'ielam walaitisali, jamieat Al'ahram Alkanadia, 35(2).
- Jamal, M. (2022). altanawul al'ielamii lilmubadarat alriyasiat eabr almawaqie al'ikhbariat waealaqatih bi'idrak almisriiyn almughtaribin lilwaqie alajjtimaeei almisrii (dirasat tahliliatin- maydaniatu, almajalat almisriat libuqhuth al'ielami, 81(2).

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

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

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

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

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

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

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

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

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

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

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

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

---

## Editorial Secretaries:

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

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

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

## Correspondences

● Issue 74 April 2025 - part 2

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

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

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

## Rules of Publishing

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

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