

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. ■ سكرتير التحرير:

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. ■ التدقيق اللغوي:

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

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

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

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

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 عبدالله (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.

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
للتنشر.

○ 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
وأخر 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
وتحتفظ 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.

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) سماء 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 والتلفزيون	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 بالشرقية	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام 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

«بحث مستل دكتوراه»

**اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة
في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية (دراسة ميدانية)**

- **Public Attitudes Toward Community
Development Issues Presented on Talk
Shows and News Bulletins (Field Study)**

● سماء محمد علي إبراهيم

باحثة دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

Email: sama.gafy999@yahoo.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة التعرف إلى التعرف على اتجاه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية من مشاهدي البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية قوامها (428) مفردة من أفراد مجتمع الدراسة، بواقع (245) مفردة (ذكورًا)، و(183) مفردة (إناثًا)، في المرحلة العمرية (18) سنة فأكثر، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها:

1 - أن المشروعات التنموية المتعلقة بالبنية التحتية والصحة العامة تحظى بأعلى مستويات المتابعة من قبل المشاركين في وسائل الإعلام، إذ حصل مشروع بناء المدن السكنية الجديدة على أعلى وزن نسبي بلغ 60.47%، يليه مشروع العاصمة الإدارية الجديدة بوزن نسبي 60.29%، كما حصلت مبادرة 100 مليون صحة على وزن نسبي 59.39%.

2 - أن تحسين مستوى الصحة كان الأكثر اهتمامًا من قبل الجمهور من حيث أهم قضايا التنمية المجتمعية التي يفضل الجمهور متابعتها في البرامج والنشرات الإخبارية، حيث حصلت على أعلى وزن نسبي بلغ 74.98%، تليها تحسين ظروف المعيشة وخلق فرص العمل التي حصلت على 74.25%، كذلك، نال مواجهة التغيرات المناخية اهتمامًا ملحوظًا بوزن نسبي قدره 73.17%، جاءت تحسين النقل والطرق بوزن نسبي قدره 71.73%.

الكلمات المفتاحية: البرامج الحوارية- النشرات الإخبارية- قضايا التنمية المجتمعية- اتجاه الجمهور.

Abstract

The Study aims to identify the audience's inclination toward community development issues presented in talk shows and news bulletins, and this study is one of the descriptive studies that rely on the field survey approach. The study sample in satellite channels - The Study consists of (428) surveys, (245) males and (183) females, in the age group of (18) years and above. Also, the Study uses the questionnaire form as a tool for data collection. The Study achieves several results, including:

1. Development projects related to infrastructure and public health received the highest levels of follow-up by media participants, as the project of building new residential cities received the highest rate with 60.47%, followed by the New Administrative Capital project with 60.29%, and the 100 Million Health Initiative with 59.39%.

2. Improving the level of health is the most interesting issue for the audience in terms of the most important community development issues that the audience prefers to follow in programs and news bulletins. As it obtains the highest rate of 74.98%, as well as facing climate change received remarkable attention with 73.17%, followed by improving transport and roads with 71.73%.

Keywords: Talk shows - News Bulletins - Social Development Issues - Audience Inclinations.

تعد البرامج الحوارية أحد أهم الأشكال البرمجية التي يمكنها القيام بدور تنموي؛ لما لها من قدرة على شرح وتفسير قضايا التنمية، وخاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا التنمية المجتمعية، والتي عادة ما تحتاج إلى جهد أكبر لوضعها في دائرة اهتمامات الجمهور، كما احتلت البرامج الحوارية مكاناً بارزاً ضمن برامج القنوات التلفزيونية المختلفة؛ مما أدى إلى تشكيل اتجاهات الجمهور باستخدام البرامج الإعلامية المختلفة، وعادة ما يرتبط محتوى الرسالة التي تقدم بالبرامج الحوارية بالقدرة على الإقناع؛ بهدف إحداث تأثير مركز ومحسوب على اتجاهات وسلوك الجمهور.

كما يزداد تأثير وسائل الإعلام على الجمهور عندما يصبح اعتماد الجمهور على النشرات الإخبارية بشكل مكثف؛ نظراً لما تقوم به من تقديم معلومات مكثفة عن قضايا التنمية المجتمعية؛ مما يؤدي إلى تأثر الجمهور بالمحتوى الإعلامي الذي يتم نشره في تلك النشرات الإخبارية.

ويعتبر الدور التنموي أحد أهم الأدوار التي يمكن أن يقوم بها الإعلام، فيمكن لوسائل الإعلام بصفة عامة- والبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بصفة خاصة- أن تؤدي دوراً كبيراً في عملية التنمية المجتمعية، عن طريق عرض أهم القضايا التنموية وشرحها وتبسيطها وتوضيح أهميتها للجمهور؛ مما يساعد على إنجاح العملية التنموية، وتعتبر قضايا التنمية المجتمعية من أهم القضايا الإنسانية الملحة في الوقت الحالي، وتقوم وسائل الإعلام في العصر الحديث بدورها وتأخذ زمام المبادرة في الكشف عن فعاليات الخطط التنموية عبر كل من وسائل الإعلام التقليدي والجديد؛ لإنجاح عملية التطوير في المجتمعات بشكل عام، ومسؤوليته تجاه عملية التنمية المجتمعية بشكل خاص.

وتمثل البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية واحدة من أهم القوالب الفنية التي تحظى بمشاهدة عالية في ضوء نجاحها وتفوقها في توصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور؛ وذلك بالتعريف بالقضية المطروحة بشكل جيد، وإفساح المجال للرأي العام للتعبير عن مواقفه واتجاهاته، فمن خلال هذه البرامج والنشرات يمكن صياغة رسائل، عن طريقها يتم تغيير وتكوين اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية.

مشكلة الدراسة:

بعد مراجعة الدراسات السابقة، وكذلك الملاحظات العلمية المباشرة على الجمهور فقد لوحظ أن الدور المهم الذي تقوم به البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية في التأثير على الجمهور هو أن البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية عرضت قضايا التنمية المجتمعية، وأبرزت المستجدات الخاصة بالمشروعات القومية ومبادرات التنمية في مصر، ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس: ما اتجاه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال:

الأهمية النظرية:

1- جاءت هذه الدراسة استجابة لما أشارت إليه الدراسات السابقة بالحاجة إلى المزيد من الأبحاث عن البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية؛ لما لها من آثار كبيرة على الجمهور.

2- أهمية توضيح مدى وعي الجمهور المصري بحجم المشروعات التنموية التي تقوم بها الدولة على كافة المستويات.

3- تقديم نتائج ومقترحات للمؤسسات الإعلامية تنبثق من المؤشرات الرسمية التي تم التوصل إليها بالإجراءات العلمية، واستحداث آليات تساعد أجهزة الدولة في تحقيق أهداف عملية التنمية المجتمعية.

الأهمية التطبيقية:

1- قد تساعد هذه الدراسة على فهم أهمية معالجة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية ذات البعد التنموي للقضايا المجتمعية ودورها في بلورة رؤية مصر 2030.

- 2- قد تقدم هذه الدراسة دليلاً استرشادياً للإعلاميين في صياغة الرسائل التنموية بما تقدمه من مؤشرات لمسح اتجاهات الجمهور نحو المحتوى المقدم.
- 3- تحاول هذه الدراسة توضيح تأثير نجاح المعالجة الإعلامية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا التنمية المجتمعية التي ترسمها الدولة، على درجة رضا الجمهور تجاه أداء الدولة؛ مما يحقق أهداف التنمية، ويعزز من روح الانتماء لدى الجمهور.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي:

- 1- التعرف على دوافع مشاهدة الجمهور للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تتناول جوانب التنمية المجتمعية التي تقوم بها الدولة.
- 2- استكشاف طبيعة اتجاهات الجمهور نحو المحتوى التنموي المقدم من البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية.
- 3- التعرف على مدى متابعة واهتمام الجمهور بقضايا التنمية المجتمعية المطروحة بالبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية فترة الدراسة.
- 4- معرفة أهداف تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية من وجهة نظر الجمهور المصري لقضايا التنمية المجتمعية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما دوافع مشاهدة الجمهور للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تتناول جوانب التنمية المجتمعية التي تقوم بها الدولة؟
- 2- ما قضايا التنمية المجتمعية التي يفضل الجمهور متابعتها في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية؟
- 3- ما مدى متابعة واهتمام الجمهور بقضايا التنمية المجتمعية المطروحة بالبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية فترة الدراسة؟

4- ما أهداف تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية من وجهة نظر الجمهور المصري لقضايا التنمية المجتمعية؟

فروض الدراسة:

- 1- تؤثر كثافة التعرض للمعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية المتعلقة بقضايا التنمية المجتمعية على درجة وعي الجمهور بتلك القضايا.
- 2- تؤثر اتجاهات عينة الدراسة نحو المعالجات الإعلامية للمعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية على معدلات متابعة عينة الدراسة للمشروعات والبرامج التنموية من خلال وسيلة التلفزيون.
- 3- تؤثر كثافة التعرض للمعلومات المقدمة بالبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية المتعلقة بقضايا التنمية المجتمعية على تقييم الجمهور لأداء الحكومة المصرية.

الدراسات السابقة:

- من خلال مراجعة التراث البحثي في مجال معالجة التلفزيون لقضايا التنمية المجتمعية التي أمكن الاطلاع عليها، فيما يلي عرض لها من خلال المحاور الثلاثة التالية:
- المحور الأول: دراسات تناولت معالجة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لموضوعات التنمية.
 - المحور الثاني: دراسات تناولت قضايا التنمية المستدامة في وسائل الإعلام.
 - المحور الثالث: دراسات تناولت المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية لقضايا التنمية من منطلق مفهوم الإعلام البنائي.

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لموضوعات التنمية:

- 1- دراسة (محمد رفاعي، 2024) بعنوان: دور البرامج الحوارية في معالجة قضايا التنمية القومية في مصر: وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة البحث في تحليل برنامجي مصر النهاردة وبرنامج مساء DMC، واستخدم الباحث استمارة تحليل مضمون كأداة لجمع البيانات، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: كانت نسبة معالجة

القضايا التنموية القومية في برنامج مصر النهاردة هي 96.9% وبرنامج مساء dmc 89.7%، وركزت هذه البرامج على مشروعات الشباب ومشروعات تطوير الطرق الجديدة والعشوائيات وتطوير المناطق النائية، المواضيع التنموية القومية هي أكثر تناولاً في برنامجي مصر النهاردة ومساء dmc. أكثر القوالب استخداماً في عرض القضايا التنموية هو قالب الحديث المباشر، ويأتي بعده التقرير أو الفيلم الوثائقي.

2- دراسة (منار صبري وآخرون، 2022) بعنوان: دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها (دراسة تطبيقية): وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتمثلت عينة الدراسة في اختيار عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها (٤٠٠) مفردة تتراوح أعمارهم بين (18-60)، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت النتائج إلى: أن نسبة اهتمام الجمهور بمشاهدة البرامج الحوارية التي تتعلق بأخبار الاقتصاد ومشروعات التنمية وتوفير فرص العمل كانت (42.2%)، ثم جاء السبب (لعدم لمسها للمشكلات الاقتصادية الحقيقية) في المرتبة الثانية.

3- دراسة (منة الله حسين، 2021) بعنوان: دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة 2030 وتقييم النخبة لها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في تحليل مضمون (116) حلقة من برنامج (مصر النهاردة)، وبرنامج (مساء دي إم سي)، كما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الجمهور المصري بمحافظة (القاهرة- الجيزة- القليوبية): بواقع 400 مبحوث من الجمهور البالغ 18 عاماً فأكثر من مشاهدي البرامج الحوارية، واستخدمت الدراسة كلاً من استمارة تحليل مضمون وصحيفة الاستبانة ودليل المقابلة المتعمقة كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: اهتمام الجمهور بمتابعة القضايا الاقتصادية وتبني الخصائص

المعرضة حولها بالبرامج الحوارية، ولكن ظهر الاختلاف بين ترتيب أجندة الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية وأجندة الجمهور.

4- دراسة (منى مصطفى، 2021) بعنوان: التنمية المستدامة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في ضوء رؤية مصر 2030 وعلاقتها بمستوى الطموح لدى المراهقين "دراسة ميدانية"، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في (318) مفردة من طلاب وطالبات المرحلة الأولى الجامعية، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي: أن نسبة متوسطة من المراهقين يثقون بدرجة كبيرة في البرامج الحوارية كوسيلة للتعرف على خطة التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر 2030 بلغت 19,4%، أما نسبة من يثقون إلى حد ما في تلك البرامج الحوارية بلغت 77,1% من إجمالي عينة الدراسة، كما أن نسبة من يعتقدون أن رؤية مصر 2030 لها علاقة إيجابية ومباشرة بمستوى طموحهم بلغت 80,3% من إجمالي عينة الدراسة، أما نسبة من يعتقدون أن رؤية مصر 2030 لها علاقة إيجابية ومباشرة بمستوى طموحهم إلى حد ما فبلغت 17,4% بلغت نسبة من يعتقدون أنه ليس لها علاقة فبلغت 2,3%.

المحور الثاني: دراسات تناولت قضايا التنمية المستدامة في وسائل الإعلام:
1- دراسة (مروة أبو الحجاج، 2025) بعنوان: معالجة مواقع الصحف الإخبارية المصرية لمضامين التغيرات المناخية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل كل من موقع (اليوم السابع- وموقع الأهرام- وموقع روز اليوسف)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن تحديد دور الجهات الرسمية، جاء كأكثر الأساليب المستخدمة في عرض الموضوعات التي تتعلق بالتغيرات المناخية، ثم عرض النتائج والآثار، واحتل تقديم عرض للواقع المرتبة الأولى من بين الأهداف المرجوة من عرض الموضوعات التي تتعلق بالتغيرات المناخية، تلاها في المرتبة الثانية هدف التوعية، ثم تحمل المسؤولية، واحتلت الصور المركز الأول من بين وسائل الإبراز، نتيجة تحليل عينة الدراسة، تلاها في الترتيب الثاني العناوين.

2- دراسة (محمد علام، 2024) بعنوان: فعالية المشروعات التنموية بالمجتمعات المحلية في ضوء المبادرات القومية"، تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات التقييمية، كما اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة ومنهج دراسة الحالة، واستخدمت المقياس كأداة لجمع البيانات والمعلومات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن أهم مشروعات حياة كريمة للبنية الأساسية إنشاء مجمع للخدمات المتكاملة بالقرية، وأهم المشروعات الاقتصادية تتمثل في تقديم مساعدات للفتيات المقبلات على الزواج، وأهم المشروعات التعليمية تتمثل في صيانة وترميم بعض المدارس بالقرية، توفير مدارس لمختلف المراحل وأهم المشروعات الصحية تتمثل في تطبيق برامج الرعاية الصحية المتكاملة، وتوفير مستوصف طبي، وتجديد وإحلال الوحدات الصحية الريفية.

3- دراسة (انتصار زايد، 2023) بعنوان: دور المواقع الإخبارية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو أبعاد التنمية المستدامة وتأثيرها على توجهاتهم نحو المستقبل في ضوء رؤية مصر 2030، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة البحث في عينة عمدية قوامها (332) مفردة من الشباب الجامعي، وكانت أهم نتائج الدراسة كما يلي: جاء البعد الاقتصادي كأحد أبعاد التنمية المستدامة الأكثر متابعة بين الشباب من خلال المواقع الإخبارية المصرية بنسبة بلغت 68,8% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

4- وأكدت النتائج السابقة دراسة (هاني السمان، 2023) بعنوان: دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو تمكين الشباب في ضوء أهداف التنمية المستدامة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (430) مفردة من الجمهور المصري مستخدم المواقع الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الجمهور على المواقع الإخبارية وبين دورها في تشكيل اتجاهاتهم نحو تمكين الشباب في ضوء أهداف التنمية المستدامة، كما أوضحت الدراسة أن أكثر الأبعاد المتحققة من وجهة نظر الجمهور إعداد وتدريب الشباب لتولى مهام العمل

السياسي والتنفيذي والإداري بالدولة، ودعم مشاركة الشباب في الانتخابات، ودعم مشاركة الشباب في الأحزاب السياسية والنقابات، بينما أكثر الأبعاد الاقتصادية المتحققة من وجهة نظر الجمهور التسهيلات الائتمانية والقروض لمشروعات الشباب الصغيرة ومتناهية الصغر.

5- واعتبرت دراسة (سمانيوتو، سيسيليا، 2022) بعنوان: أهداف التنمية وخطة عام 2030، وهي دراسة استقصائية حول أهداف التنمية المستدامة وخطة 2030، حيث قامت هذه الدراسة على أن مبدأ تحقيق أهداف التنمية المستدامة يسير جنباً إلى جنب مع تحقيق مستقبل أكثر استدامة، مع مراعاة الأبعاد البيئية، والاقتصادية، والاجتماعية، فيمكن للتعليم أن يسرع من تحقيق هذه الأهداف، حيث يقوم المعلمون بدور مركزي في عام 2021، وأُجريت دراسة بين المعلمين في المدارس الإلزامية الإيطالية لتحقيق في المعرفة ومصادر المعلومات والمواقف تجاه أهداف التنمية المستدامة، والتي قد تكون معروفة بشكل أفضل بسبب التغطية الإعلامية الأوسع؛ حيث تم اقتراح التدريس في ساعات محددة في عديد من الأحيان، وأيضاً لا يزال التزام المعلمين والمدارس الإيطالية بإدماج أقوى لقضايا الاستدامة في البرامج التعليمية، ويجب أن ينظر إلى تعليم الاستدامة على أنه مسؤولية جماعية.

المحور الثالث: دراسات تناولت المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية لقضايا التنمية من منطلق مفهوم الإعلام البنائي:

1- دراسة (أمنية عوض الله، 2024) بعنوان: تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للمشروعات القومية وعلاقتها بقيمة الانتماء لديهم، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبانة على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري في القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أظهرت الدراسة أن ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات التي تخص المشروعات القومية، كما توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة متابعة البرامج الحوارية التي تُعرض بالتلفزيون المصري.

2- دراسة (أميرة البشبيشي، 2023) بعنوان: أطر معالجة مؤتمرات التغيرات المناخية (COP27) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة- دراسة تحليلية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة، بتحليل عينة من البرامج الحوارية المعروضة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة، وهما: برنامج (كلمة أخيرة) على قنا (ON)، وبرنامج (الحكاية) على قناة مصر mbc، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: اهتمام برامج الدراسة بمعالجة قضية التغيرات المناخية، حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات التي تناولت القضية في فترة الدراسة (186) فقرة برامجية، وجاءت قناة (ON) في الترتيب الأول بنسبة (68,3%)، بينما جاءت قناة مصر (mbc) في الترتيب الثاني بنسبة (31,7%).

3- وأكدت دراسة (زهية شابونيه، 2022) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية ضرورة حتمية ومطلب تنموي، تسليط الضوء على المسؤولية الاجتماعية وأهميتها كمطلب تنموي وضرورة حتمية: قد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية بلغت 12 حلقة من برنامج "خط أحمر"، وأشارت النتائج إلى: أن للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية دوراً بارزاً في تشكيل وصناعة الواقع؛ باعتبارها تتناول مواضيع تحاكي الواقع المعيش، من جهة وباعتبارها وسيلة إعلامية مرغوبة وذات سلطة تأثيرية وجودية من جهة أخرى، فرغم ظهور الإنترنت، فلا يزال التلفزيون من أهم وسائل تشكيل الرأي العام، وجاءت حتمية المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية ضرورة ومطلباً تنموياً من أجل تعزيز ممارستها الفعلية في الوسط الإعلامي.

4- واعتبرت دراسة (وجدي عبد الظاهر، 2021) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشؤون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة ممن يتابعون وسائل الإعلام السعودي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين

في وسائل الإعلام السعودي لتناولها أحداث التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية، والمصادر الإعلامية التي تم الاعتماد عليها في جمع هذه المعلومات، كما أكدت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشؤون الداخلية للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المبحوثين ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

5- وتتفق تلك النتائج مع دراسة (منال منصور، 2020) بعنوان: إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية، وتم التطبيق على عينة متعددة المراحل قوامها (500) مفردة من الفتيات بجامعة (بورسعيد) من بين كليات الجامعة البالغ عددها (12) كلية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج، من أهمها: ترى الغالبية من الفتيات عينة الدراسة أن برامج المرأة تهتم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وذلك نسبة 56.1%، كما ترى نسبة 52.0% منهن أن بعد المسؤولية المجتمعية يأتي في مقدمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تهتم بها برامج المرأة، يليه بعد المسؤولية الوطنية، ولم تحظ المسؤولية الدينية الأخلاقية، والمسؤولية نحو الأسرة، والمسؤولية الذاتية، بمستوى اهتمام عال ببرامج المرأة، وفقاً لرأي (عينة الدراسة).

التعقيب على الدراسات السابقة:

- أوضحت بعض الدراسات اختلاف قضايا التنمية المجتمعية حسب موقع الدول؛ حيث ظهرت مجموعة من القضايا مثل تغير المناخ وقضايا شمالية نموذجية، وأن عامل جودة التغطية الإعلامية غير مرتبط بالكم فقط، ولكن قوة الجانب التحليلي والمعلوماتي مهم جداً في التغطية، كما جاء في دراسة (أميرة البشبيشي، 2023)، (سمانيوتو، سيسيليا، 2022)، (وجدي عبد الظاهر، 2021).
- ومن الاطلاع على الدراسات السابقة تبين أن العديد من الدراسات استخدمت المنهج الوصفي، كما جاءت في دراسة (ميادة عبد العال، 2018)، (هاني السمان، 2023).

- ولاحظت الباحثة أن أغلب الدراسات اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، كما جاء في دراسة (منة الله حسين، 2021)، (ميرال عبد الفتاح، 2019).

أوجه إفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:
من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة العربية والأجنبية تعددت أوجه إفادة الباحثة منها:

- 1- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة.
- 2- وضع تساؤلات وفروض الدراسة.
- 3- اختيار المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة.
- 4- تحديد الإطار المعرفي والنظري المناسب والخاص بالدراسة.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

قضايا التنمية المجتمعية:

ويقصد بها إجرائياً.. القضايا التي تتبناها الحكومة المصرية من مشروعات ومبادرات تنموية في إطار "رؤية مصر 2030" وتخدم المجتمع المصري، وتعالجها البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بما يخدم أهداف استراتيجية التنمية المستدامة.

اتجاهات الجمهور:

ويقصد بها إجرائياً.. العوامل السيكولوجية أو نزعة الفرد (الجمهور المعني بالقضية) إلى تكوين اتجاه ما سواء بدرجة العاطفية الإيجابية أو السلبية المرتبطة بهذا الموضوع- هنا نحو- (المشروعات والمبادرات التنموية المجتمعية) التي تعالجها البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية.

أدوات الدراسة:

استمارة الاستبانة إعداد الباحثة:

وتعد إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح بالعينة، لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيق الاستبانة من خلال google form مع المبحوثين، وهو ما يعطي مساحة كبيرة من الحرية للمبحوثين لفهم الأسئلة والإجابة عنها بكل حرية.

متغيرات الدراسة:

■ المتغير المستقل:

وتتمثل في سمات المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية المجتمعية.

■ المتغيرات الوسيطة:

تمثلت في المتغيرات الديمغرافية وتشمل (النوع، السن، الجامعة، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

■ المتغير التابع:

تتمثل في اتجاهات الجمهور نحو القضايا المطروحة.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح عينة من الجمهور المصري ممن تزيد أعمارهم عن 18 عاماً ويتابعون البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

ويشمل مجتمع الدراسة الجمهور المصري في المرحلة العمرية (18) سنة فأكثر، من المحافظات المصرية المهتمة بمبادرات التنمية المجتمعية كمحافظة القاهرة، ومحافظة جنوب سيناء، ومحافظة شمال سيناء، ومحافظة المنيا، ومحافظة سوهاج.

عينة الدراسة:

تطبق الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من مشاهدي البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية، قوامها (428) مفردة من أفراد مجتمع الدراسة، بواقع (245) مفردة (ذكوراً)، و(183) مفردة (إناثاً)، في المرحلة العمرية (18) سنة فأكثر. وكان إجمالي من قال (نعم) على سؤال (هل تتابع نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية) هم 277 مفردة، وكان إجمالي من قال (لا) هم 151 مفردة.

مبررات اختيار عينة الدراسة:

يرجع اختيار عينة الجمهور من الأفراد البالغين 18 عاماً فأكثر إلى طبيعة موضوع الدراسة؛ باعتبارهم يمثلون شريحة مهمة وقطاعاً فاعلاً في المجتمع، حيث إنهم الفئة الأكثر إفادة من مشروعات ومبادرات التنمية المجتمعية باعتبارهم الفئة المهمة في المجتمع المصري.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:

يقتصر تطبيق هذه الدراسة على الجمهور المصري في بعض المحافظات المصرية المهمة بمبادرات التنمية المجتمعية كمحافظة القاهرة، ومحافظة جنوب سيناء، ومحافظة شمال سيناء، ومحافظة المنيا، ومحافظة سوهاج.

- الحدود البشرية:

تحدد الدراسة في تناول الجمهور المصري في المرحلة العمرية من (18) سنة فأكثر من (الذكور والإناث).

- الحدود الموضوعية:

يتحدد موضوع الدراسة في دراسة اتجاه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية.

الإطار النظري للدراسة: (نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming Theory):

إن التهيئة المعرفية عملية جدلية تشارك فيها مجموعة مفاهيم تحتوي على مختلف التناقضات، مثل (ترتيب وفوضى، جزئي وكلي، ضمني وصريح، إبداع وإخفاق)، ويتم إعدادها من خلال التفاعلات الحيوية بين الأفراد والمؤسسات والبيئة.

• فروض نظرية التهيئة:

- 1- يقوم الفرض الرئيس للنظرية: على أن الأفراد يستخدمون المعلومات المخزنة لديهم في الذاكرة ويسترجعون تلك المعلومات، ويتم تشييطها عند إصدار الأحكام والتقييمات على أساس تلك المعلومات التي يتم تشييطها.
- 2- وقد صاغ كلٌّ من (Krosnick & Kinder 1990) الفرض الرئيس بأنه: كلما زاد الاهتمام الذي يوجهه الإعلام لمجال معين كلما زاد توجيه الجمهور إليه وزاد استخدام الجمهور لتلك المعلومات في حكمهم العام على الرئيس.
- 3- الفرض النظري: تؤثر الأخبار التلفزيونية على المعايير التي يتم من خلالها تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال قضايا أخرى.

4- الفرض الأميريقي: كلما زاد تركيز الأخبار التلفزيونية على قضية معينة تزداد المعرفة لقضية معينة، فإن المشاهدين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية في تقييمهم العام للحكومات، والرؤساء، والسياسات، والمرشحين السياسيين.

• أهم الانتقادات التي وجهت لنظرية التهيئة المعرفية:

1- أنها تقتصر على المتغيرات التابعة التي تقيس تقييمات بعض جوانب الأداء الرئاسي، وأنها تعتمد على استطلاعات الرأي أو بيانات المؤسسات في أوقات الأزمات، وهو عوامل متغيرة.

2- فإن نظرية التهيئة الإعلامية لا تأخذ في الاعتبار أن تأثير الإعلام على الجمهور قد يختلف باختلاف ظروف الدراسة، وكذلك الشخصيات التي يتم تقييمها، فقد تختلف نتائج تقييم أداء رئيس الدولة أو رئيس الوزراء تجاه قضية عامة عن نتائج تقييم شخصية سياسية أقل بروزاً.

• أوجه الاستفادة من النظرية:

تفيد هذه النظرية في دراسة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية، باعتبار أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور، وذلك بتركيزها على إبراز قضايا التنمية المجتمعية بعمل البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بتسليط الضوء عليها؛ مما يؤدي إلى تركيز انتباه الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية والعناصر المرتبطة بها، وتنشيطها في ذهن المتلقي وتهيئته لإصدار أحكام تقييمية عن كفاية معالجة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالتركيز على إبراز بعض الجوانب الخاصة بها على حساب أوجه أخرى.

نتائج الدراسة:

1. معدل مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالأيام:

جدول (1)

يوضح الجدول معدل مشاهدة عينة الدراسة

للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالأيام

معدل المتابعة	ك	%
يوميًا	96	34.7
3 أيام بالأسبوع	51	18.4
4 أيام بالأسبوع	36	13
يوم بالأسبوع	34	12.3
5 أيام بالأسبوع	31	11.2
يومان بالأسبوع	28	10.1
يوم	1	0.4
الإجمالي	277	100

- يعرض الجدول السابق معدلات متابعة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية حسب التكرار الأسبوعي للمشاهدة، تشير النتائج إلى أن نسبة 34.7% من المشاهدين يتابعون هذه البرامج يوميًا؛ مما يعكس اهتمام ثلث العينة تقريبًا بالمحتوى اليومي المقدم، أما فئة المتابعين لثلاثة أيام في الأسبوع فهي تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 18.4%؛ ما يدل على وجود شريحة كبيرة تفضل المتابعة المتقطعة خلال الأسبوع دون الالتزام اليومي، في المرتبة الثالثة تأتي فئة المتابعين لأربعة أيام في الأسبوع بنسبة 13%؛ مما يعكس اهتمامًا معتدلًا بمتابعة البرامج بانتظام، لكن ليس بشكل يومي، كذلك، المتابعون ليوم واحد في الأسبوع يشكلون 12.3% من العينة، وهو ما يشير إلى وجود جمهور يفضل المتابعة في يوم محدد، ربما نتيجة ارتباطهم ببرامج أو نشرات إخبارية معينة، نسبة المتابعين لخمس أيام في الأسبوع هي 11.2%، ورغم أنها أقل من النسب السابقة، إلا أنها تعكس اهتمامًا واضحًا من جمهور يلتزم بمتابعة شبه يومية، أما المتابعون ليومين في الأسبوع، فيمثلون 10.1% من العينة؛ مما يشير إلى اهتمام أقل نسبيًا مقارنةً بالفئات الأكثر التزامًا، وأخيرًا، المتابعون ليوم واحد فقط يشكلون النسبة الأقل بنسبة 0.4%، وهي نسبة ضئيلة تشير إلى أن هذه الفئة نادرًا ما تهتم بمتابعة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية.

2. دوافع مشاهدة أفراد عينة الدراسة للبرامج التي تتناول جوانب التنمية المجتمعية في رغبتهم بالتعرف على المبادرات والجهود التي تبذلها الدولة: جدول (2)

يوضح الجدول دوافع مشاهدة أفراد عينة الدراسة للبرامج التي تتناول جوانب التنمية المجتمعية في رغبتهم بالتعرف على المبادرات والجهود التي تبذلها الدولة

الوزن النسبي	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً		الدوافع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
63.09	13	36	9	25	16.6	46	35.4	98	26	72	الحصول على معلومات عن قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية الجديدة
60.74	10.8	30	14.8	41	30.3	84	28.9	80	18.8	52	حلقة وصل بين الجمهور والمسؤولين
55.69	10.8	30	14.8	41	30.3	84	28.9	80	15.2	42	الموضوعية والشفافية في عرض القضايا
58.57	12.6	35	11.2	31	25.6	71	30.3	84	20.2	56	تكوين رؤية شاملة حول قضايا التنمية المجتمعية
60.74	8.3	23	14.8	41	24.9	69	29.6	82	22.4	62	الأسلوب الجذاب للمذيع
59.30	11.2	31	13.8	38	23.5	65	30	83	21.7	60	قضاء وقت الفراغ

- يوضح الجدول السابق الدوافع التي تشجع أفراد عينة الدراسة على متابعة البرامج المتعلقة بالتنمية المجتمعية وفقاً للأوزان النسبية لمستويات الاتفاق مع هذه الدوافع، تصدر الحصول على معلومات عن قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية الجديدة القائمة بأعلى وزن نسبي بلغ 63.09%؛ مما يدل على أن الغالبية العظمى من العينة تعتبر هذه البرامج مصدراً رئيساً للحصول على معلومات حول القضايا والمبادرات الحديثة في مجال التنمية، تلاه دافع حلقة وصل بين الجمهور والمسؤولين بنسبة 60.74%؛ مما يعكس إيمان الجمهور بدور البرامج في تسهيل التواصل بين الجمهور والمسؤولين وعرض القضايا المهمة أمامهم، كما حصل دافع الأسلوب الجذاب للمذيع على نفس النسبة 60.74%، مشيراً إلى أن جاذبية المذيع وأسلوبه في تقديم المعلومات، تؤدي دوراً كبيراً في جذب انتباه الجمهور، في المرتبة التالية جاء دافع تكوين رؤية شاملة حول قضايا التنمية المجتمعية بنسبة 58.57%؛ مما يدل على رغبة الجمهور في الحصول على فهم أعمق

وأوسع حول قضايا التنمية، أما دافع قضاء وقت الفراغ فقد حصل على 59.30٪؛ ما يعكس أن هذه البرامج تشكل وسيلة للعديد من المشاهدين لقضاء وقت فراغهم، رغم أن هذا الدافع ليس أساسياً، وأخيراً، سجل دافع الموضوعية والشفافية في عرض القضايا أقل وزن نسبي بلغ 55.69٪، ما يعني أن الجمهور قد يكون أقل اقتناعاً بمدى الموضوعية والشفافية في عرض القضايا، وهو ما يشير إلى ضرورة تعزيز هذه الجوانب لبناء الثقة في البرامج.

3. أهم قضايا التنمية المجتمعية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية:

جدول (3)

يوضح الجدول أهم قضايا التنمية المجتمعية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية

الوزن النسبي	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا
	%	ك	%	ك	%	ك	
74.98	19.9	55	35.4	98	44.8	124	تحسين مستوى الصحة
74.25	19.5	54	38.3	106	42.2	117	تحسين ظروف المعيشة للمواطن وخلق فرص عمل جديدة
73.17	18.8	52	43	119	38.3	106	مواجهة التغيرات المناخية
71.73	19.9	55	45.1	125	35	97	تحسين النقل والطرق
71.37	22	61	41.9	116	36.1	100	توفير فرص التعليم وتحسين مستوياتها
71.13	20.6	57	45.5	126	33.9	94	الانتقال إلى رقمنة الخدمات
69.92	23.8	66	42.6	118	33.6	93	ضمان وجود أنماط إنتاج واستهلاك مستدامة
69.32	24.5	68	43	119	32.5	90	تنمية الموارد المائية

استناداً إلى تحليل نتائج الجدول السابق المتعلق بأهم قضايا التنمية المجتمعية التي يفضل الجمهور متابعتها في البرامج والنشرات الإخبارية، يمكن ملاحظة أن تحسين مستوى الصحة كان الأكثر اهتماماً من قبل الجمهور، حيث حصلت على أعلى وزن نسبي بلغ 74.98٪؛ مما يعكس أهمية كبيرة لهذه القضية كونها تؤثر بشكل مباشر على جودة الحياة، تليها تحسين ظروف المعيشة وخلق فرص العمل التي حصلت على 74.25٪؛ مما يعكس الاهتمام الكبير بتحسين الوضع الاقتصادي وخلق فرص عمل لتعزيز الاستقرار الاجتماعي. كذلك، نال مواجهة التغيرات المناخية اهتماماً ملحوظاً بوزن نسبي قدره 73.17٪؛ مما يعكس زيادة الوعي حول تأثيرات البيئة، جاءت تحسين النقل والطرق

بوزن نسبي قدره 71.73%؛ مما يشير إلى أن تحسين البنية التحتية يشكل جزءاً مهماً من اهتمامات الجمهور في البرامج التنموية، أما توفير فرص التعليم وتحسين مستوياته فقد حصلت على 71.37%؛ مما يدل على الوعي العميق بأهمية التعليم في بناء مجتمعات قوية ومستدامة، في المقابل حصل ضمان وجود أنماط إنتاج واستهلاك مستدامة على أدنى وزن نسبي قدره 69.92%؛ مما يدل على أن هذه القضية قد تكون أقل أهمية بالنسبة لبعض الأفراد مقارنة بالقضايا الأخرى مثل الصحة والوظائف، كما حصلت تنمية الموارد المائية على 69.32%؛ مما يشير إلى وجود اهتمام بالمياه كأحد العوامل الأساسية لاستدامة التنمية، لكنها قد تكون أقل أهمية من بعض القضايا الأخرى مثل الصحة أو التعليم.

4. الاهتمامات التي تدعمها البرامج الحوارية من خلال متابعة أفراد العينة لمبادرات الدولة التنموية:

جدول (4)

يوضح الجدول الاهتمامات التي تدعمها البرامج من خلال متابعة أفراد العينة
مبادرات الدولة التنموية

الاهتمامات	موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
مصلحة المواطن	104	37.5	114	41.2	59	21.3	58.12
النتائج الاقتصادية للمبادرات	80	28.9	143	51.6	54	19.5	54.69
المسؤولية الاجتماعية للمبادرات	99	35.7	126	45.5	52	18.8	58.48
التأمين الصحي	101	36.5	126	45.5	50	18.1	59.21
الصرف الصحي	87	31.4	131	47.3	59	21.3	55.05
مسؤولية الحكومة	97	35	126	45.5	54	19.5	57.76

تظهر نتائج تحليل الجدول السابق أن هناك اهتماماً كبيراً من الجمهور بمبادرات الدولة التنموية التي تركز على تحسين حياة المواطنين وتعزيز استدامة المجتمع، فقد حصل التأمين الصحي على أعلى وزن نسبي قدره 59.21%؛ مما يعكس الاهتمام الكبير بتوفير خدمات التأمين الصحي كجزء أساسي من المبادرات التنموية، يليه المسؤولية الاجتماعية للمبادرات التي حصلت على وزن نسبي قدره 58.48%، ما يدل على أهمية تعزيز المسؤولية الاجتماعية لضمان استدامة التنمية، كما حصلت مصلحة المواطن على وزن نسبي قدره 58.12%؛ مما يعكس دعماً واسعاً للمبادرات التي تضع المواطن في

صلب اهتماماتها، إضافة إلى ذلك، سجلت مسؤولية الحكومة وزناً نسبياً قدره 57.76%؛ مما يعكس الاهتمام بتقييم دور الحكومة في تنفيذ هذه المبادرات. تليها قضية الصرف الصحي التي حصلت على وزن نسبي قدره 55.05%؛ ما يعكس أهمية تحسين البيئة الحضرية وجودة الحياة، وأخيراً حصلت النتائج الاقتصادية للمبادرات على 54.69%؛ ما يشير إلى اهتمام متزايد بتقييم تأثير المبادرات الاقتصادية.

5. أهداف تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية من وجهة نظر الجمهور المصري لقضايا التنمية المجتمعية:

جدول (5)

يوضح الجدول أهداف تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية

الأهداف	دائماً		أحياناً		نادراً		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
الترويج لاستراتيجيات التنمية المجتمعية لمؤسسات الدولة إعلامياً بشكل موسع	118	42.6	108	39	51	18.4	74.74
الترويج لإنجازات الدولة	113	40.8	107	38.6	57	20.6	73.41
إشراك المواطن في عملية التنمية المجتمعية	108	39	103	37.2	66	23.8	71.73
تحسين التصنيف الدولي لمصر على مستوى المبادرات التنموية	99	35.7	112	40.4	66	23.8	70.64
متابعة تطور القرى والمدن المصرية في ظل تطبيق أهداف التنمية المستدامة	97	35	115	41.5	65	23.5	70.52
عرض مفصل لاستراتيجيات التنمية المجتمعية؛ مما يزيد من اقتناع الأفراد بها	83	30	130	46.9	64	23.1	68.96

تظهر نتائج تحليل الجدول، أن هناك اهتماماً كبيراً من الجمهور بتغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية، حيث حصل الترويج لاستراتيجيات التنمية المجتمعية لمؤسسات الدولة إعلامياً بشكل موسع على أعلى وزن نسبي قدره 74.74%؛ مما يعكس أهمية نشر الوعي حول هذه الاستراتيجيات بين المواطنين. تلاه الترويج لإنجازات الدولة الذي حصل على وزن نسبي قدره 73.41%؛ ما يدل على حاجة الجمهور لتعزيز هذه الإنجازات عبر الإعلام لإبراز تقدم الدولة في المجال التنموي. كما أبدى الجمهور اهتماماً كبيراً بمشاركة المواطن في عملية التنمية المجتمعية،

إذ حصلت على وزن نسبي قدره 71.73%؛ مما يعكس أهمية إشراك الأفراد في هذه العملية لبناء مجتمع مستدام. ومن جهة أخرى، أظهرت النتائج أيضاً اهتماماً بتطوير التصنيف الدولي لمصر على مستوى المبادرات التنموية 70.64% ومتابعة تطور القرى والمدن المصرية في ضوء أهداف التنمية المستدامة 70.52%. وفيما يتعلق بعرض استراتيجيات التنمية المجتمعية، حصل على وزن نسبي قدره 68.96%؛ مما يشير إلى أهمية توفير تفاصيل واضحة حول هذه الاستراتيجيات لزيادة اقتناع الأفراد بها.

6. تقييم درجة ثقة عينة الدراسة بمستوى تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية:

جدول (6)

يوضح الجدول تقييم درجة ثقة عينة الدراسة بمستوى تغطية البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لقضايا التنمية المجتمعية

العبارة	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
هناك تضليل معلوماتي تقوم به البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية في عرض المبادرات التنموية التي تقوم بها الدولة	55	19.9	71	25.6	85	30.7	43	15.5	23	8.3	58.30
مج الحوارية والنشرات الإخبارية بالمسؤولية الاجتماعية في عرض قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية	42	15.2	89	32.1	80	28.9	36	13	30	10.8	56.95
تلجأ البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لمصادر غير موثوقة في عرض تطورات قضايا التنمية المجتمعية	51	18.4	68	24.5	80	28.9	57	20.6	21	7.6	56.41

العبارة	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
تتسم البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية بالموضوعية والصدق في عرض موضوعات برامج التنمية المجتمعية	44	15.9	87	31.4	71	25.6	42	15.2	33	11.9	56.05
أصدق كل ما تعرضه النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية حول قضايا التنمية المجتمعية	40	14.4	79	28.5	78	28.2	44	15.9	36	13	53.88

- يقدم الجدول السابق تحليلاً لآراء المشاركين حول دور البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية في تغطية قضايا التنمية المجتمعية، حيث تم تصنيف العبارات بناءً على الأوزان النسبية، تصدرت عبارة "التضليل المعلوماتي في عرض المبادرات التنموية" القائمة بوزن نسبي 58.30٪؛ مما يشير إلى اعتقاد قوي بين المشاركين بأن البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية تمارس تضليلاً في عرض المبادرات التنموية التي تقوم بها الدولة، يعكس هذا الشعور الواسع بعدم الشفافية في التغطية الإعلامية لهذه المبادرات، ثم تأتي في المرتبة الثانية عبارة "الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في عرض قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية" بوزن نسبي 56.95٪، وهو ما يشير إلى تقييم إيجابي نسبي، حيث يعتقد عدد كبير من المشاركين أن البرامج تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية في عرض هذه القضايا، ومع ذلك، يعد الوزن النسبي أقل قليلاً من العبارة السابقة؛ مما يعكس بعض الشكوك أو الانتقادات المتعلقة بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، في المرتبة الثالثة جاءت عبارة "استخدام مصادر غير موثوقة في عرض تطورات قضايا التنمية" بوزن نسبي 56.41٪، حيث يعكس هذا الوزن قلقاً واضحاً بين المشاركين بشأن استخدام البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية لمصادر غير موثوقة، هذا يثير شكوكاً حول دقة

وموثوقية المعلومات المقدمة حول قضايا التنمية؛ مما قد يؤثر سلباً على ثقة الجمهور بهذه البرامج.

7. مدى متابعة أفراد عينة الدراسة للمشروعات والبرامج التنموية التالية من خلال وسائل الإعلام:

جدول (7)

يوضح الجدول مدى متابعة أفراد عينة الدراسة للمشروعات والبرامج التنموية التالية من خلال وسائل الإعلام

الوزن النسبي	لم أتابعها		تابعتها إلى حد ما		تابعتها جيداً		المشروعات
	%	ك	%	ك	%	ك	
60.47	18.1	50	43	119	39	108	بناء المدن السكنية الجديدة
60.29	18.8	52	41.9	116	39.4	109	مشروع العاصمة الإدارية الجديدة
59.39	18.1	50	45.1	125	36.8	102	مبادرة 100 مليون صحة
59.21	21.3	59	39	108	39.7	110	المبادرات الرئاسية حياة كريمة
59.03	17.3	48	47.3	131	35.4	98	بناء الطرق والكباري
58.12	23.1	64	37.5	104	39.4	109	محور تنمية قناة السويس
57.58	19.5	54	45.8	127	34.7	96	تطوير الخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين
57.04	20.6	57	44.8	124	34.7	96	دعم المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر
56.50	22	61	43	119	35	97	التحول الرقمي والميكنة الحكومية
56.32	21.7	60	44	122	34.3	95	مشروعات استكشاف الطاقة حقل ظهر
55.05	23.8	66	42.2	117	33.9	94	المحطة النووية بالضبعة
54.51	23.8	66	43.3	120	32.9	91	المشروع القومي لتطوير التعليم
54.33	20.2	56	50.9	141	28.9	80	محور تنمية سيناء
54.33	23.1	64	45.1	125	31.8	88	برامج الدعم النقدي المشروط مثل تكافل وكرامة
53.61	27.8	77	37.2	103	35	97	برامج تحفيز الابتكار وريادة الأعمال مثل مبادرة رواد النيل
53.43	25.3	70	42.6	118	32.1	89	تطوير السكك الحديدية
52.71	23.8	66	46.9	130	29.2	81	استصلاح الأراضي الزراعية
52.53	27.4	76	40.1	111	32.5	90	الاعتماد على الطاقة المتجددة محطة بنيان بأسوان
51.81	26.7	74	43	119	30.3	84	مزارع الثروة السمكية
51.81	25.6	71	45.1	125	29.2	81	برامج تفعيل الشراكة بين الدولة والقطاع الخاص في دعم الابتكار
50.72	27.1	75	44.4	123	28.5	79	إنجازات قطاع السياحة
51.08	28.2	78	41.5	115	30.3	84	تطوير محطات المياه

- تظهر نتائج التحليل الكمي بالجدول السابق أن المشروعات التنموية المتعلقة بالبنية التحتية والصحة العامة تحظى بأعلى مستويات المتابعة من قبل المشاركين في وسائل الإعلام، إذ حصل مشروع بناء المدن السكنية الجديدة على أعلى وزن نسبي بلغ 60.47%؛ مما يدل على متابعة واسعة من الجمهور نظراً لأثره المباشر على الحياة اليومية للمواطنين، يليه مشروع العاصمة الإدارية الجديدة بوزن نسبي 60.29%؛ مما

يعكس اهتماماً مكثفًا بسبب حجمه وأهميته في تطوير البنية التحتية، كما حصلت مبادرة 100 مليون صحة على وزن نسبي 59.39٪؛ مما يعكس اهتماماً كبيراً بالمبادرات الصحية التي تستهدف تحسين صحة المواطنين، أما المبادرات الرئاسية حياة كريمة حصلت على وزن نسبي 59.21٪، وهو ما يعكس تقديراً جيداً لها، خاصة أنها تستهدف تحسين حياة الفئات الأكثر احتياجاً، كذلك، حصل مشروع بناء الطرق والكباري على وزن نسبي 59.03٪؛ مما يعكس اهتماماً جيداً لهذا المشروع الحيوي الذي يسهم في تحسين النقل والمواصلات، مشروع محور تنمية قناة السويس حصل على وزن نسبي 58.12٪؛ مما يبرز اهتماماً بهذه المبادرة الكبيرة التي تسهم في تطوير الاقتصاد الوطني، في المقابل المشروعات ذات الطابع الفني أو الاقتصادي مثل برامج تفعيل الشراكة بين الدولة والقطاع الخاص في دعم الابتكار حصلت على وزن نسبي 51.81٪، وإنجازات قطاع السياحة 50.72٪، وتطوير محطات المياه 51.08٪ حصلت على نسب متابعة أقل؛ مما قد يشير إلى أن هذه البرامج قد تكون أقل وضوحاً أو تأثيراً بالنسبة لبعض المشاركين مقارنة بالمشروعات ذات التأثير المباشر على الحياة اليومية.

8. آراء عينة الدراسة حول أداء الحكومة في الملفات والمبادرات الخاصة بالتنمية: جدول (8)

يوضح الجدول تقييم آراء عينة الدراسة حول أداء الحكومة في الملفات والمبادرات التنموية

الوزن النسبي	غير موافقة بالمرة		غير موافقة		لا رأي لي		موافقة		موافقة جداً		أداء الحكومة في التنمية المجتمعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65.97	7.2	20	12.3	34	20.9	58	28.5	79	31	86	إنشاء شبكة متميزة من الطرق
63.45	6.9	19	13.7	38	24.9	69	27.8	77	26.7	74	مبادرة حياة كريمة
63.18	9.4	26	11.2	31	23.1	64	30	83	26.4	73	رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة
62.73	9.7	27	10.8	30	23.8	66	30	83	25.6	71	مبادرة 100 مليون صحة
61.82	9	25	15.2	42	18.4	51	34.3	95	23.1	64	إنشاء المدن والمجتمعات الصناعية الجديدة
61.64	6.9	19	14.4	40	25.6	71	31.4	87	21.7	60	إطلاق مشروع المكتبات المتنقلة لتقديم الخدمات الثقافية لقرى "حياة كريمة"
61.55	8.7	24	13	36	22.4	62	35.4	98	20.6	57	توفير السلع والخدمات الأساسية
61.19	7.9	22	13.4	37	27.8	77	27.8	77	23.1	64	إنشاء محطات تحلية مياه البحر بأحدث التكنولوجيا العالمية
59.93	10.1	28	14.4	40	25.6	71	25.3	70	24.5	68	مواجهة تحديات الأمن الغذائي والمائي
59.48	6.9	19	20.6	57	21.3	59	30.3	84	20.9	58	مواجهة التحديات البيئية على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي

الوزن النسبي	غير موافقة بالمرة		غير موافقة		لا رأي لى		موافقة		موافقة جداً		أداء الحكومة في التنمية المجتمعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
59.30	9.4	26	13	36	26.4	73	33.6	93	17.7	49	إنشاء الجامعات الأهلية ذات البرامج التعليمية الحديثة
58.75	10.1	28	14.4	40	26.7	74	27.8	77	20.9	58	برامج رعاية الطفل
58.12	11.9	33	14.1	39	24.5	68	28.5	79	20.9	58	توفير سبل الحياة الكريمة من خلال توفير الخدمات والمرافق الأساسية والبنية التحتية
57.94	14.4	40	10.1	28	23.8	66	32.5	90	19.1	53	توافر المياه وخدمات الصرف الصحى
57.40	8.7	24	18.4	51	27.1	75	26.4	73	19.5	54	توفير برامج تمويلية ميسرة للمشروعات الإنتاجية
56.77	11.9	33	15.2	42	24.5	68	30.7	85	17.7	49	تشغيل عدد كبير من المصريين مما أدى إلى تراجع معدل البطالة
56.32	11.2	31	17.3	48	25.6	71	26.7	74	19.1	53	تنمية الثروة الحيوانية والداجنة والسمكية
55.96	10.5	29	16.6	46	28.9	80	26.7	74	17.4	48	الحد من التلوث
55.05	12.6	35	17	47	25.6	71	27.1	75	17.7	49	نظام التأمين الصحى والاجتماعى الشامل
54.78	13	36	19.1	53	22.7	63	26	72	19.1	53	تطوير العملية التعليمية والنهوض بمستوى المدارس

الوزن النسبي	غير موافقة بالمرة		غير موافقة		لا رأي لي		موافقة		موافقة جداً		أداء الحكومة في التنمية المجتمعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
54.78	13.4	37	18.8	52	22.7	63	25.6	71	19.5	54	عدم القدرة على حل أزمة الدروس الخصوصية
54.69	13	36	19.9	55	22	61	25.6	71	19.5	54	تحسين الأجور والمعاشات
54.60	13.7	38	17.7	49	22	61	29.6	82	17	47	عدم وجود أزمة غذاء داخل مصر
54.06	12.6	35	20.9	58	22.4	62	25.6	71	18.4	51	تحسين مستوى معيشة المصريين
53.43	15.2	42	14.8	41	25.6	71	30	83	14.4	40	تهيئة المناخ الملائم لفرص الاستثمارين
53.70	13.4	37	19.1	53	26	72	22.4	62	19.1	53	القضاء على الفقر

- يوضح التحليل السابق أداء الحكومة في مجال التنمية المجتمعية استناداً إلى تقييم المشاركين لعدة مبادرات ومشاريع، تعكس النتائج تفاوتاً في مستويات الأداء استناداً إلى التوزيع النسبي للآراء. حصل مشروع إنشاء شبكة متميزة من الطرق على أعلى تقدير بنسبة 65.97%؛ مما يعكس تقديراً عالياً لأهمية هذا المشروع في تحسين البنية التحتية وتسهيل حركة النقل، تلاها مبادرة حياة كريمة التي حصلت على 63.45%؛ مما يعكس رضا المشاركين عن جهود الحكومة لتحسين ظروف حياة الفئات الأكثر احتياجاً.

- أما رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة فقد حصلت على 63.18%؛ مما يشير إلى تقييم إيجابي لهذا المشروع الذي يهدف إلى توفير الدعم والخدمات للأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة، كما حصلت مبادرة 100 مليون صحة على 62.73%؛ مما يعكس تقديراً

جيداً لهذه المبادرة الصحية التي تسهم في تحسين الصحة العامة من خلال الفحوصات والعلاج للأمراض المختلفة.

- وفيما يخص إنشاء المدن والمجتمعات الصناعية الجديدة، فقد حصلت على 61.82%؛ مما يعكس اهتماماً بتوسيع المدن الجديدة والمناطق الصناعية بهدف توفير فرص عمل جديدة، كما حظي مشروع المكتبات المتنقلة بتقدير جيد بلغ 61.64%؛ مما يعكس الإعجاب الكبير بهذه المبادرة التي تسعى لتوفير الخدمات الثقافية في المناطق الأقل حظاً.

- من جهة أخرى، فقد حصل توفير السلع والخدمات الأساسية على 61.55%؛ مما يبرز أهمية هذا المشروع في تأمين احتياجات المواطنين من السلع الأساسية، بينما حصل إنشاء محطات تحلية مياه البحر على 61.19%؛ ما يعكس تقديراً عالياً كحل مبتكر لإحدى المشكلات وهي نقص المياه باستخدام تقنيات حديثة، كما حصل مواجهة تحديات الأمن الغذائي والمائي على 59.93%.

9. مدى إفادة المواطن بمبادرات التنمية المجتمعية كما تعكسها آراء عينة الدراسة:

جدول (9)

يوضح الجدول مدى إفادة المواطن بمبادرات التنمية المجتمعية

الوزن النسبي	لم أستفد		استفدت بشكل جزئي		استفدت جداً		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
62.45	18.8	52	37.5	104	43.7	121	رقمنة الخدمات
60.29	19.1	53	41.2	114	39.7	110	السيولة المرورية من خلال الطرق الجديدة
58.66	17	47	48.7	135	34.3	95	توافر المياه
54.33	23.5	65	44.4	123	32.1	89	توفير السلع والخدمات الأساسية
51.44	26.7	74	43.7	121	29.6	82	التمتع بصحة أفضل
47.11	30.7	85	44.4	123	24.9	69	الحياة في بيئة نظيفة
48.19	30.3	84	43	119	26.7	74	مستوى تعليمي أفضل
46.93	31.4	87	43.3	120	25.3	70	الحصول على فرصة عمل
46.03	34.3	95	39.4	109	26.4	73	ضبط أسعار السلع
43.32	35	97	43.3	120	21.7	60	تحسين مستوى المعيشة

- يوضح الجدول السابق مدى إفادة المواطنين من مبادرات التنمية المجتمعية بناءً على آراء المشاركين في المجالات المختلفة، احتلت رقمته الخدمات المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ 62.45%؛ مما يدل على أن هذه المبادرة كانت الأكثر إفادة بالنسبة للمواطنين، حيث يعكس هذا الترتيب الدور الحيوي للتحويل الرقمي في تسهيل الخدمات اليومية وتوفير الوقت والجهد؛ مما يسهم في تحسين جودة الحياة بشكل عام، في المرتبة الثانية جاءت السيولة المرورية من خلال الطرق الجديدة بوزن نسبي بلغ 60.29%؛ مما يشير إلى الأثر الكبير الذي أحدثته مشاريع البنية التحتية الجديدة في تحسين حركة المرور وتخفيف الازدحام؛ مما يقلل من زمن التنقل ويحسن الوصول إلى المناطق المختلفة.
- أما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها توافر المياه بوزن نسبي 58.66%؛ مما يعكس أهمية توفير المياه كعامل أساسي يؤثر بشكل مباشر على حياة المواطنين، ويعزز لديهم الشعور بالأمان والاستقرار فيما يتعلق بالموارد الطبيعية، حصل توفير السلع والخدمات الأساسية على وزن نسبي 54.33%؛ مما يشير إلى أن المواطنين يستفيدون من الجهود المبذولة لتأمين السلع الأساسية؛ مما يساعد في استقرار حياتهم اليومية، على الرغم من بعض التحديات التي قد تواجه توفر هذه السلع في بعض الأحيان، أما التمتع بصحة أفضل فقد حقق وزناً نسبياً بلغ 51.44%؛ مما يعكس اهتمام الحكومة والجهات المعنية بتحسين الخدمات الصحية، لكن هناك حاجة مستمرة لتعزيز جودة الرعاية الصحية بشكل أكبر لتلبية توقعات المواطنين.
- فيما يتعلق بالمجالات ذات الاستفادة الأقل، حصل مستوى تعليمي أفضل على وزن نسبي 48.19%. ورغم أهمية التعليم كركيزة للتنمية، يبدو أن هناك فجوة بين التوقعات والنتائج الفعلية؛ مما يستدعي تطوير النظام التعليمي ومواءمته مع الاحتياجات العصرية. جاء الحياة في بيئة نظيفة بوزن 47.11%؛ مما يشير إلى أن هناك تقديراً لأهمية الحفاظ على البيئة، إلا أن الفائدة من المبادرات البيئية لا تزال محدودة؛ مما يتطلب زيادة الوعي البيئي وتكثيف الجهود لتحسين النظافة العامة.
- وأخيراً، حصل الحصول على فرصة عمل وضبط أسعار السلع على أوزان نسبية بلغت 46.93% و 46.03% على التوالي؛ مما يعكس أن التحديات المتعلقة بسوق العمل

وارتفاع الأسعار ما زالت من أهم العقبات التي تؤثر على جودة حياة المواطنين. يعتبر ارتفاع معدلات البطالة وزيادة تكاليف المعيشة من القضايا الملحة التي تتطلب حلولاً فعالة لتخفيف العبء على الأسر، أما تحسين مستوى المعيشة فقد جاء في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 43.32%؛ مما يشير إلى أن الجهود المبذولة في هذا المجال لم ترق بعد إلى مستوى التطلعات. يعكس هذا الحاجة إلى زيادة الاستثمارات والتخطيط الاستراتيجي لتحقيق تحسينات ملموسة في حياة المواطنين، خاصة في ظل الضغوط الاقتصادية التي تؤثر على الفئات المختلفة.

10. التأثيرات المعرفية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري:

جدول (10)

يوضح الجدول التأثيرات المعرفية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري

الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
66.06	17	47	33.9	39	49.1	136	أصبح لدي معلومات عن المشروعات التنموية الجديدة
59.39	22.7	63	35.7	99	41.5	115	أصبح لدي وعي بالتحديات التي تواجه مشروعات التنمية المجتمعية
57.76	20.9	58	42.6	118	36.5	101	أعرف بعض نتائج التنمية المجتمعية بالمستقبل
56.68	22	61	42.6	118	35.4	98	هناك ارتفاع ملحوظ في معدلات التنمية في المجتمع
55.96	20.9	58	46.2	128	32.9	91	معرفة القوانين الجديدة التي تشجع على الاستثمار
53.43	22	61	49.1	136	28.9	80	هناك قصور معلوماتي عن قضايا التنمية والمبادرات المجتمعية الجديدة

يوضح الجدول السابق تأثير البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تتناول قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري، حيث تبين النتائج توزيعاً متبايناً في درجة الوعي والمعرفة لدى المشاركين في مختلف المجالات المتعلقة بالتنمية المجتمعية، تصدرت عبارة "أصبح لدي معلومات عن المشروعات التنموية الجديدة" القائمة بنسبة 66.06%؛ مما يشير إلى زيادة ملحوظة في معرفة المواطنين بالمشروعات التنموية، في المرتبة الثانية، حصلت عبارة "أصبح لدي وعي بالتحديات التي تواجه مشروعات التنمية المجتمعية" على وزن نسبي 59.39%؛ مما يعكس تحسناً في وعي المواطنين بتحديات هذه

المشروعات، كما حصلت عبارة "أعرف بعض نتائج التنمية المجتمعية في المستقبل" على وزن نسبي 57.76%؛ ما يدل على أن المواطنين أصبح لديهم فكرة نسبية حول نتائج هذه المشروعات في المستقبل، أما عبارة "هناك ارتفاع ملحوظ في معدلات التنمية في المجتمع" فقد حصلت على وزن نسبي 56.68%؛ مما يعكس شعور المواطنين بتحسين معدلات التنمية، رغم وجود نسبة من المحايدين. كما حققت عبارة "معرفة القوانين الجديدة التي تشجع على الاستثمار" وزناً نسبياً 55.96%؛ ما يشير إلى وعي نسبي بالقوانين التي تهدف إلى تشجيع الاستثمار، وأخيراً، أظهرت عبارة "هناك قصور معلوماتي عن قضايا التنمية والمبادرات المجتمعية الجديدة" وزناً نسبياً 53.43%؛ مما يعكس فجوة معرفية ملحوظة في هذا المجال.

11. التأثيرات الوجدانية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري: جدول (11)

يوضح الجدول التأثيرات الوجدانية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري

م	العبارة	موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	
1	تدعيم جهود الدولة في تطوير الطرق والمدن	130	46.9	104	37.5	43	15.5	65.70
2	تغذية الشعور بالولاء والانتماء وحب الوطن	116	41.9	104	37.5	57	20.6	60.65
3	الإسهام في تصحيح الصورة الذهنية عن الدولة المصرية	104	37.5	119	43	54	19.5	59.03
4	هناك توقف تدريجي في مواجهة ارتفاع الأسعار	107	38.6	107	38.6	63	22.7	57.94
5	الحكم على البرامج التنموية في ضوء احتياجات المجتمع	85	30.7	132	47.7	60	21.7	54.51
6	هناك قوانين جديدة تشجع على الاستثمار	84	30.3	132	47.7	61	22	54.15

- يوضح الجدول السابق التأثيرات الوجدانية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري، تظهر النتائج أن غالبية المشاركين يدعمون الجهود الحكومية في تطوير البنية التحتية، مثل الطرق والمدن، بنسبة 65.70%؛ مما يعكس تأثير البرامج في تعزيز هذا الدعم. كما يظهر أن هذه

البرامج تسهم بشكل كبير في تغذية مشاعر الولاء والانتماء وحب الوطن، حيث حصلت العبارة المتعلقة بذلك على وزن نسبي 60.65٪، علاوة على ذلك، تبين أن هناك تأثيراً ملموساً في تحسين الصورة الذهنية عن الدولة المصرية، حيث حصلت العبارة المتعلقة بتصحيح هذه الصورة على وزن نسبي 59.03٪، ومع ذلك، رغم التقدم في بعض المجالات، مثل دعم القوانين الجديدة التي تشجع على الاستثمار 54.15٪ يشعر المواطنون بتباطؤ في معالجة قضايا مثل ارتفاع الأسعار، حيث أظهرت النتيجة الخاصة بتوقف ارتفاع الأسعار نسبة 57.94٪. ويظهر أيضاً أن المشاركين يقيمون البرامج التنموية بناءً على احتياجات المجتمع، بنسبة 54.51٪،

12. التأثيرات السلوكية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري:

جدول (12)

يوضح الجدول التأثيرات السلوكية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات الجمهور المصري

العبارة	موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أصبحت أكثر حرصاً على ترشيد استخدام الماء	133	48	90	32.5	54	19.5	64.26
الإسهام في دعم أنشطة التنمية المجتمعية	104	37.5	118	42.6	55	19.9	58.84
أصبحت أشارك في الحد من انتشار الأمية لتحسين مستوى التعليم في مصر كعمل تطوعي	90	32.5	123	44.4	64	23.1	54.69
أصبح لدي حافز للابتكار	75	27.1	141	50.9	61	22	52.53
أشارك في مبادرات التنمية الجديدة مثل مبادرة 100 مليون صحة، وحياة كريمة كعمل تطوعي	88	31.8	115	41.5	74	26.7	52.53
أشارك في عملية الاستثمار	65	23.5	142	51.3	70	25.3	49.10

يوضح الجدول السابق التأثيرات السلوكية للبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تقدم قضايا التنمية المجتمعية على اتجاهات وسلوكيات الجمهور المصري، تشير النتائج إلى تنوع في استجابة المشاركين تجاه مختلف الأنشطة المتعلقة بالتنمية المجتمعية، فقد تصدرت عبارة "أصبحت أكثر حرصاً على ترشيد استخدام الماء" القائمة بوزن نسبي 64.26٪، مما يعكس زيادة في وعي المواطنين بأهمية الحفاظ على المياه، كما أظهرت

العبارة "الإسهام في دعم أنشطة التنمية المجتمعية" وزناً نسبياً بلغ 58.84٪؛ مما يشير إلى رغبة كبيرة لدى المشاركين في دعم المبادرات التنموية، بالإضافة إلى ذلك، بدأ العديد من المشاركين في المشاركة في مكافحة الأمية كعمل تطوعي، حيث حصلت العبارة "أصبحت أشارك في الحد من انتشار الأمية لتحسين مستوى التعليم في مصر كعمل تطوعي" على وزن نسبي 54.69٪، كما أظهرت النتائج تأثيراً ملحوظاً للبرامج في تحفيز الابتكار، حيث حصلت عبارة "أصبح لدي حافز للابتكار" على 52.53٪، في الوقت نفسه، أظهرت النتائج زيادة في المشاركة في المبادرات التنموية الجديدة مثل "مبادرة 100 مليون صحة، وحياة كريمة"، حيث حصلت العبارة على نفس النسبة، أما المشاركة في الأنشطة الاستثمارية فكانت أقل بشكل ملحوظ، حيث حصلت العبارة "أشارك في عملية الاستثمار" على وزن نسبي بلغ 49.10٪.

أهم نتائج الدراسة:

أنماط متابعة البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية:

تشير النتائج إلى أن نسبة كبيرة من العينة (34.7٪) تتابع البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية يومياً؛ مما يعكس الاهتمام الكبير بالمحتوى الإخباري، خاصة في ظل الأوضاع السياسية والاقتصادية التي تفرض الحاجة إلى المتابعة المستمرة. وتظهر النسب المتفاوتة للفئات الأخرى (بين المتابعة اليومية والمتقطعة) وجود اختلافات في العادات الإعلامية، حيث يفضل البعض المتابعة المكثفة، بينما يفضل آخرون المتابعة حسب الحاجة أو الاهتمام بالموضوعات المطروحة.

هذه النتائج تتماشى مع الدراسات التي تؤكد أن الاستهلاك الإعلامي يعتمد على دوافع متعددة، مثل الحاجة إلى المعلومات، وبناء الرأي، وحتى الترفيه. كما أن نسبة المتابعين القليلة جداً (0.4٪) تعكس فئة قد تعتمد على وسائل أخرى مثل وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، وهو ما يتطلب دراسات إضافية لفهم التحولات في أنماط استهلاك الأخبار.

دوافع متابعة البرامج المتعلقة بالتنمية المجتمعية

تصدر الحصول على المعلومات حول قضايا التنمية والمبادرات الاجتماعية قائمة الدوافع بنسبة 63.09%؛ مما يدل على أن الجمهور ينظر إلى هذه البرامج كوسيلة رئيسية للتعرف على الجهود التنموية. كما أن نسبة 60.74% التي حصل عليها دافع "حلقة الوصل بين الجمهور والمسؤولين" تعكس اهتمام الأفراد بدور الإعلام في تعزيز الشفافية والمساءلة.

من اللافت أيضاً أن جاذبية المذيع وأسلوبه في تقديم المعلومات كان له تأثير مماثل (60.74%)؛ مما يشير إلى أن الجانب الشخصي والتفاعلي في البرامج قد يكون بنفس أهمية المحتوى نفسه. أما الموضوعية والشفافية في عرض القضايا فقد حصلت على أقل وزن نسبي (55.69%)؛ مما يشير إلى أن الجمهور لديه بعض الشكوك حول نزاهة التغطية الإعلامية، وهو ما يتطلب تعزيز الاستقلالية الإعلامية لبناء ثقة المشاهدين.

الاهتمام بمبادرات الدولة التنموية:

عكست النتائج اهتماماً واضحاً بالمبادرات التنموية، خاصة تلك التي تتعلق بالتأمين الصحي (59.21%)، والمسؤولية الاجتماعية للمبادرات (58.48%)؛ مما يشير إلى إدراك واسع لأهمية هذه البرامج في تحسين جودة الحياة. كما أن الاهتمام بمسؤولية الحكومة (57.76%) يعكس تطلعات الجمهور لمتابعة تنفيذ هذه المبادرات بجدية.

أما الصرف الصحي (55.05%) والنتائج الاقتصادية للمبادرات (54.69%) فحصلوا على نسب أقل نسبياً؛ مما يشير إلى أن هذه القضايا، رغم أهميتها، لا تحظى بنفس الأولوية في اهتمامات الجمهور، أو أن التغطية الإعلامية لهذه الجوانب لا تبرزها بالشكل الكافي.

تغطية البرامج الحوارية لقضايا التنمية المجتمعية:

تشير النتائج إلى أن هناك تركيزاً إعلامياً على الترويج لإنجازات الدولة (73.41%) والترويج لاستراتيجيات التنمية (74.74%)، وهو ما يعكس دور الإعلام في تشكيل الرأي العام حول جهود الدولة التنموية. كما أن نسبة 71.73% التي حصلت

عليها "مشاركة المواطن في عملية التنمية" تدل على وعي الجمهور بأهمية التفاعل والمشاركة في العملية التنموية.

لكن هذه النتائج تطرح تساؤلات حول مدى التنوع في التغطية الإعلامية، حيث يبدو أن التركيز الأساس ينصب على الإنجازات الرسمية أكثر من تقديم تحليلات نقدية أو استعراض التحديات.

تقييم الجمهور لدور البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية:

تعكس نسبة 58.30% التي حصلت عليها عبارة "التضليل المعلوماتي في عرض المبادرات التنموية" مخاوف الجمهور بشأن دقة المعلومات المقدمة. كما أن نسبة 56.41% التي أظهرت قلقاً بشأن "استخدام مصادر غير موثوقة" تشير إلى أن بعض المشاهدين يشككون في مصداقية هذه البرامج.

رغم ذلك، فإن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية حصل على تقييم إيجابي نسبي (56.95%)؛ مما يشير إلى أن الجمهور لا يرى الصورة سلبية بالكامل، ولكنه يتطلع إلى تحسين جودة التغطية الإعلامية وزيادة الشفافية.

الاستنتاجات والتوصيات:

1. تعزيز المصداقية والشفافية: يجب على المؤسسات الإعلامية التركيز على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول قضايا التنمية، وتجنب الخطاب الترويجي المفرط الذي قد يفقد ثقة الجمهور.
2. تنويع المحتوى الإعلامي: بدلاً من التركيز على إنجازات الدولة فقط، يمكن تقديم تحليلات نقدية واستعراض قصص نجاح من المجتمع لتعزيز التفاعل والمشاركة.
3. تحسين الأساليب التقديمية: نظراً لأن أسلوب المذيع له تأثير قوي، فمن الضروري الاستثمار في تطوير مهارات الإعلاميين لجعل المحتوى أكثر جاذبية ومصداقية.
4. تشجيع التفاعل بين الجمهور والمسؤولين: يمكن تعزيز هذا الدور عبر منصات التواصل الاجتماعي أو تقديم برامج تفاعلية تشرك الجمهور بشكل مباشر في النقاشات حول قضايا التنمية.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج أهمية الإعلام في تشكيل تصورات الجمهور حول التنمية، لكنها تبرز أيضاً الحاجة إلى تطوير أساليب التغطية الإعلامية لتعزيز الثقة والمشاركة الفاعلة.

المراجع العربية والأجنبية:

- 1- البشبيشي، أميرة جمال الدين. (2023). أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP27) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، 64(3).
- 2- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجامعة الافتراضية السورية.
- 3- خالد، حمدي عز العرب محمد. (2021). العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية لإدارة القضايا الصحية وعلاقته باتجاهات الجمهور في صعيد مصر نحو الأداء الحكومي (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
- 4- زايد، انتصار السيد محمد محمود. (2023). دور المواقع الإخبارية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو أبعاد التنمية المستدامة وتأثيرها على توجهاتهم نحو المستقبل في ضوء رؤية مصر 2030. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. 22(2).
- 5- السمان، هاني إبراهيم. (2023). دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو تمكين الشباب في ضوء أهداف التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. 2023(82).
- 6- شابونية، زهية بو الفلفل إبراهيم. (2022). المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية ضرورة حتمية ومطلب تنموي إلى تسليط الضوء على المسؤولية الاجتماعية وأهميتها كمطلب تنموي وضرورة حتمية. مجلة آفاق للعلوم. 7(1).
- 7- عبد الظاهر، وجدي حلمي. (2021). المسؤولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشؤون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. 76(43).
- 8- علام، محمد فاروق مسعود محمد. (2024). فعالية المشروعات التنموية بالمجتمعات المحلية في ضوء المبادرات القومية. التربية (الأزهر): مجلة علمية محكمة للبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، 43(201).
- 9- عوض الله، أمنية محمود. (2024). تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للمشروعات القومية وعلاقتها بقيمة الانتماء لديهم. مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 21(21).
- 10- عوض الله، أمنية محمود. (2024). معالجة الفضائيات المصرية للمشروعات القومية. مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 22(22).
- 11- القرعاوي، رانيا جمال مصطفى. (2021). التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وعلاقته بمعارف الجمهور السعودي نحو الطاقة المتجددة (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
- 12- قناوي، عبده. (2023). الهوية البصرية لمواقع المؤسسات الخيرية وانعكاسها على تحفيز الجمهور للتبرع: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. 13(13).
- 13- محمدي، سماح محمد. (2022). تأثير المعالجة الإعلامية لإعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة على معارف الجماهير واتجاهاتهم نحوها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. 21(1).
- 14- منصور، منال عبده محمد. (2020). إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية. مجلة البحوث الإعلامية. 54(54-ج7).
- 15- Kalogeropoulos, A., Albæk, E., de Vreese, C. H., & Van Dalen, A. (2015). The predictors of economic sophistication: Media, interpersonal communication and

- negative economic experiences. *European Journal of Communication*, 30(4), 385-403.
- 16- Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge management research & practice*, 1(1), 2-10.
 - 17- Smaniotto, C., Brunelli, L., Miotto, E., Del Pin, M., Ruscio, E., & Parpinel, M. (2022). Sustainable Development Goals and 2030 Agenda—Survey on awareness, knowledge and attitudes of Italian teachers at public mandatory schools, 2021. *Sustainability*, 14(12).
 - 18- Van der Brug, W., Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2007). **op. cit.**
 - 19- Van der Brug, W., Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2007). Media priming in a multi-party context: A controlled naturalistic study in political communication. *Political Behavior*, 29, 115-141.

References

- Al-Bishbishi, Amira. (2023). 'atar muealajat mutamar altaghayurat almunakhia (COP27) bialbaramij alhawariat fi alfadayiyaat almisriat alkhassati- dirasat tahliliata, majalat albuḥuth al'ielamiati, 64(3).
- Khaled, Hamdia. (2021). aleawamil almuathirat fi almuealajat al'ielamiat li'iidarat alqadaya alsihyat waealaqatih biaitijahat aljumhur fi saeid misr nahw al'ada' alhukumii (risalat majistir ghayr manshuratin). kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira.
- Zayed, Intisar. (2023). dawr almawaqie al'iikhbariat almisriat fi tashkil aitiyahat alshabab aljamieii nahw 'abead altanmiat almustadamat watathiriha ealaa tawajuhatihim nahw almustaqbal fi daw' ruyat misr 2030. almajalat almisriat libuḥuth alraay aleama. 22(2).
- Al-Samman, Hani. (2023). dawr almawaqie al'iikhbariat fi tashkil aitiyahat aljumhur nahw tamkin alshabab fi daw' 'ahdaf altanmiat almustadamat. almajalat almisriat libuḥuth al'ielami. 82(5).
- Shabouniya, Zahia. (2022). almaswuwliat alaijtimaeiat lilbaramij altilfizyuniat alhawariat alaijtimaeiat alearabiat darurat hatmiat wamatlab tanmawiin 'ilaa taslit aldaw' ealaa almaswuwliat al'ijtimaeiat wa'ahamiyatiha kamatlab tanmawiin wadarurat hatmiatin. majalat afaq lileulumi. 7 (1).
- Abdel-Zaher, Wagdy. (2021). almaswuwliat alaijtimaeiat wal'amniat lil'ielam alsaeudii fi muajahat altadakhul alkharijii lishuwn almalakat aldaakhiliat wa'atharih ealaa altanmiat almustadamat. almajalat almisriat libuḥuth al'ielami. 76(2).
- Allam, Muhammad. (2024). faealiat almashrueat altanmawiat bialmujtamaeat almahaliyat fi daw' almubadarat alqawmiati. altarbia (al'azhar): majalat eilmiaat muhakmat libuḥuth altarbawiat walnafsiat walaijtimaeiat, 43(4).
- Awad Allah, Omniya. (2024). taearad alshabab almisrii lilbaramij alhawariat fi alfadayiyaat almisriat lilmashrueat alqawmiat waealaqatiha biqimat alaintima' ladayhim. majalat buḥuth al'ielam waeulum alaitisali, 21(4).
- Awad Allah, Omniya. (2024). muealajat alfadayiyaat almisriat lilmashrueat alqawmiati. majalat buḥuth al'ielam waeulum alaitisali, 22(5).
- Al-Qarawi, Rania. (2021). altaearud liwasayil al'ielam altaqlidiat waljadidat waealaqatih bimaearif aljumhur alsaeudii nahw altaaqat almutajadida (risalat majistir ghayr manshuratin). kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira.
- Qanawi, Abdo. (2023). alhuiat albasariat limawaqie almuasasat alkhayriat waineikasiha ealaa tahfiz aljumhur liltabaruea: dirasat maydaniati. almajalat aleilmiaat libuḥuth al'ielam watknuluja alaitisal. 13(13).
- Mohammadi, Samah. (2022). tathir almuealajat al'ielamiat li'ielan aljumhuriat aljadidat wamashrue aleasimat al'iidiariat aljadidat ealaa maearif aljamahir waitijahatihim nahwahuma. almajalat almisriat libuḥuth alraay aleama. 21(1).

- Mansour, Manal. (2020). 'iidrak alfataat aljamieiat limafhum almasyuwliat alaijtimaeiat almuqadam fi baramij almar'at bialqanawat alfadayiyat waealaqatih bimusharaktiha alsiyasiati. majalat albuḥuth al'iīlamīati. 54(3).
- Kalogeropoulos, A., Albæk, E., de Vreese, C. H., & Van Dalen, A. (2015). The predictors of economic sophistication: Media, interpersonal communication and negative economic experiences. *European Journal of Communication*, 30(4), 385-403.
- Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge management research & practice*, 1(1), 2-10.
- Smaniotto, C., Brunelli, L., Miotto, E., Del Pin, M., Ruscio, E., & Parpinel, M. (2022). Sustainable Development Goals and 2030 Agenda—Survey on awareness, knowledge and attitudes of Italian teachers at public mandatory schools, 2021. *Sustainability*, 14(12).
- Van der Brug, W., Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2007). **op. cit.**
- Van der Brug, W., Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2007). Media priming in a multi-party context: A controlled naturalistic study in political communication. *Political Behavior*, 29, 115-141.

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 74 April 2025 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob 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.