

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

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.

سكرتير التحرير:

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

مديرة اللغة العربية:

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 الحادي والستون - الجزء الثالث - شعبان ١٤٤٣هـ - أبريل ٢٠٢٢ م

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

- التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري (صفحة الفيس بوك نموذجًا)
أ.م.د/ رشا عادل لطفي
١١٩٣
-
- المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصّات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية (بحث جماعي)
١٢٤١
-
- الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية «مبادرة حياة كريمة نموذجًا»
د/سالي أسامة شحاتة
١٤٣٥
-
- الاستراتيجيات الاتصالية لوزارة الصحة والسكان للتعريف بالمبادرات الوطنية الصحية عبر الفيس بوك - دراسة تحليلية
د/ علاء خليفة جميل أحمد
١٤٨١
-
- أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية - دراسة تحليلية
د/ مصطفى عبد الحي عبد العليم
١٥٣٧
-
- الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الفلسطينية والإسرائيلية عبر فيسبوك أثناء أزمة الشيخ جراح وحرب غزة: دراسة تحليلية
د/ أحمد عبده محمد محمود
١٥٧٧
-
- أطر تناول الصحف الإلكترونية للشائعات حول مبادرات تطوير التعليم في مصر - دراسة تحليلية مقارنة
د/ هيثم شعبان السيد العباسي
١٦٢٩

- الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري (دراسة ميدانية)
١٦٩٥ د/ رهام محمد صلاح الدين
-
- إستراتيجيات وأساليب معالجة هاشتاج أزمة الرسوم المسيئة للنبي «صلى الله عليه وسلم» دراسة تحليلية لهشتاج #إلا _ رسول _ الله
١٧٦٥ د/ هاجر شعبان سعداوي
-
- تحليل الخطاب الصحفي لأزمة كورونا بالصحف المصرية «الأهرام نموذجا»
١٨٠٥ د/ أسماء عبد الراضي السمان
-

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بولين)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلإاعة والتلإزيون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	المجلة المصرية لبحوث الراى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام و علوم الاتصال	مجلة بحوث الإعلام و علوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية
المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري
(صفحة الفيس بوك نموذجاً)

The semiological analysis of the efforts
of the Egyptian Armed Forces to achieve the goals
of sustainable development as addressed by the visual
content on the official page of the speaker
(Facebook page as an example)

أ.م.د/ رشا عادل لطفي

أستاذة الإذاعة والتلفزيون المساعد- كلية الإعلام- جامعة بني سويف، ووكيل
الكلية لشئون التعليم والطلاب

rasha.mostafa@masscomm.bsu.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المحتوى المرئي المتعلق بتحقيق أهداف التنمية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلًا سيميولوجيًا، كذلك التعرف على كيفية توظيف هذا المحتوى في إبراز جهود القوات المسلحة لتحقيق أهداف التنمية لمستدامة، ورصد أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي يتم استخدامها عبر صفحة المتحدث العسكري، وتمثلت مشكلة الدراسة في «تحليل المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلًا سيميولوجيًا، والتعرف على مدى إسهام المؤسسة العسكرية المصرية في تحقيق التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر 2030»، وجاءت هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، اعتمادًا على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت النتائج إلى: ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من خلال (التعليقات/ المشاهدات/ المشاركات)، وكانت الاستمالات المنطقية هي أكثر الاستمالات الإقناعية استخدامًا في المحتوى المقدم، وتوصلت نتائج الدراسة السيميولوجية إلى أن: الصورة المقدمة من خلال المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري كانت قد ركزت على تلك الجهود؛ التي تقوم بها المؤسسة العسكرية المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ضمن رؤية مصر 2030، وذلك بالتعاون مع كافة مؤسسات الدولة في إطار إحكام المقاربة الشمولية إلى جانب مقاربة الفرد؛ لتحقيق التقدم والنمو والرخاء لمصر. حماية الأمن القومي لا تتف عند المفهوم العسكري فقط، ولكنها تشمل الأمن السياسي والأمن الاجتماعي والأمن الاقتصادي والأمن البيئي، وهو الهدف الأساسي والرئيس للقوات المسلحة المصرية (من حماية الأمن القومي بمفهومه الشامل ولا يمكن حصر دورها في حماية الحدود فقط).

الكلمات المفتاحية: سيميولوجيا الصورة- الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري- التنمية المستدامة.

Abstract

This study aimed to analyze the visual content related to the achievement of development goals through the official page of the military spokesman on Facebook, as a semiological analysis, as well as to identify how to employ this content in highlighting the efforts of the armed forces to achieve sustainable development goals, It monitored the most important communication strategies that are used through the military spokesperson's page, and the problem of the study was to "analyze the visual content through the official page of the military spokesman on Facebook as a semiological analysis, and to identify the extent of the Egyptian military institution's contribution to achieving sustainable development in light of Egypt's vision 2030." This study is within the framework of descriptive studies, depending on the media survey method, and the results reached: The high rate of interactivity on the publications of the official page of the military spokesperson via the social networking site Facebook through comments/views/participations).

Persuasive use in the content presented, The results reached: The high rate of interactivity on the posts of the official page of the military spokesman via the social networking site Facebook through (comments/views/participations), logical solicitations were the most common, The persuasiveness was used in the content presented, and the results of the semiological study concluded that: The image presented through the visual content through the official page of the military spokesman focused on those efforts undertaken by the Egyptian military institution to achieve the goals of sustainable development within the vision of Egypt 2030, This is done in cooperation with all state institutions within the framework of tightening the holistic approach as well as the individual approach to achieve progress, growth and prosperity for Egypt.

Keywords (The Semiology of the image - The official page of the military spokesperson - Sustainable Development)

تُعد التنمية المستدامة من أهم التطورات في الفكر التنموي الحديث، وانعقدت من أجلها العديد من المؤتمرات الدولية، بل وأصبحت تحتل مكانة الصدارة بين ما يشغل العالم من هموم ومشكلات. وتتضح أهداف التنمية المستدامة، والمعروفة كذلك باسم "الأهداف العالمية للعمل من أجل القضاء على الفقر وحماية كوكب الأرض وضمان تمتع جميع الناس بالسلام والازدهار".



شكل (1) يوضح أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر

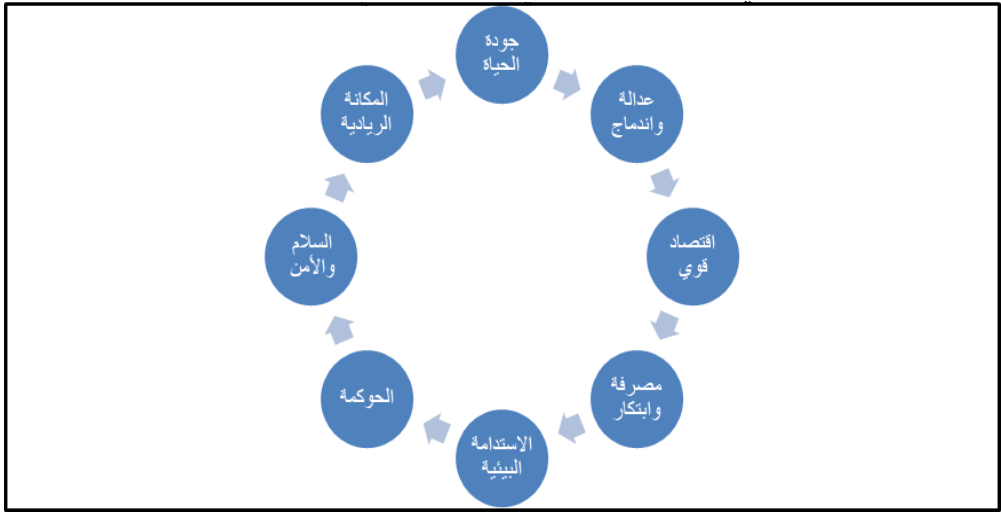
وتستند هذه الأهداف السبعة عشر إلى ما تم إحرازه من نجاحات في تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية السابقة، كما تشمل كذلك مجالات جديدة مثل تغير المناخ، وعدم المساواة الاقتصادية، وتعزيز الابتكار، والاستهلاك المستدام، والسلام، والعدالة، ضمن أولويات أخرى.

لذا شرعت مصر في سبيل تحقيق التنمية المستدامة في وضع آفاق تنموية على المدى البعيد؛ لضمان تلبية احتياجات الجيل الحاضر دون التضحية أو الإضرار بحقوق الأجيال القادمة في حياة أفضل، وتمثل استراتيجية التنمية المستدامة - رؤية مصر 2030 - محطة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة التي تربط الحاضر بالمستقبل، وتستلهم

إنجازات الحضارة المصرية العريقة لتبني مسيرة تنموية واضحة لوطن متقدم ومزدهر، تسوده العدالة الاقتصادية الاجتماعية، وتُعيد إحياء الدور التاريخي لمصر في الريادة الإقليمية.

كما تمثل خارطة الطريق التي تستهدف تعظيم الاستفادة من المقومات والمزايا التنافسية، وتنفيذ تطلعات الشعب المصري في توفير حياة لاثقة وكريمة⁽¹⁾.

ومن ثم يرتكز مفهوم التنمية الذي تتبناه تلك الاستراتيجية على ثلاثة أبعاد رئيسية، تشمل البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي.



شكل (2) يوضح أهداف التنمية المستدامة في مصر

وفي إطار الاهتمام المتزايد من قبل المؤسسات الرسمية بالدولة في تعريف المجتمع الداخلي والخارجي بمصر، بأبرز الملامح والمجالات التي تضمنتها "رؤية مصر 2030"، وحرص تلك المؤسسات على نشر كل ما يتعلق بتلك الرؤية وكيفية تنفيذها، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، فقد وظفت تلك المؤسسات مواقع التواصل الاجتماعي- على اختلافها- في خدمة رفع الوعي والعمق المعرفي ونشر الثقافة التنموية بين فئات المجتمع، والتعريف بالدور المبذول من قبل تلك المؤسسات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الأمر الذي دفع العديد من هذه المؤسسات والهيئات والوزارات الحكومية لاستغلال الإمكانيات المختلفة لتلك المواقع وتوظيفها في إيصال رسالتها الاتصالية، فظهرت الصفحات الرسمية لتلك المؤسسات والوزارات، ثم الصفحات الخاصة بالمتحدث الرسمي لتلك المؤسسات والوزارات، والتي جاء على رأسها الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري

المصري عبر الفيس بوك، حيث يُعد المتحدث الرسمي المسؤول الأول عن علاقة الحكومات والمؤسسات المختلفة بوسائل الإعلام؛ بوصفه القائم بالاتصال الذي يتولى صياغة الرسائل الاتصالية ونشر الأخبار؛ لتوضيح المواقف والاتجاهات والرؤى التي يمكن أن تؤثر في طبيعة الرأي العام.

ويبرز دور الإعلام كأداة مهمة مساعدة في تحقيق التنمية في العصر الحديث؛ بعد أن أثبتت العديد من الدراسات- سواء في مصر أو العالم العربي أو دول العالم- تأثير الإعلام فيها، فمن خلال وسائل الإعلام تصل المعلومات الأساسية عن التنمية بمجالاتها السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية إلى جمهورها المستهدف⁽²⁾.

مراجعة الدراسات السابقة:

انقسمت محاور هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: دراسات تناولت الصفحات الرسمية للمتحدث الرسمي عبر مواقع التواصل:

جاءت منها دراسات عنيت بتحليل المحتوى المقدم عبر صفحة المتحدث الرسمي:

حيث أشارت نتائج دراسة أُجريت بدولة الإمارات العربية إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية دالة بين الاستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة⁽³⁾.

بينما سعت دراسة "سماح المحمدي" للوقوف على مدى اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع الفيس بوك؛ بالتطبيق على أربع صفحات كان من بينها الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري، انطلاقاً من فروض نظرية الاعتماد، وجاء من أبرز العوامل التي تحدد درجة ثقة الشباب المصري في محتوى الصفحات: اسم المتحدث الرسمي أو شهرته، درجة التفاعلية، كثرة عدد المتابعين للصفحة، تحديث المحتوى، إتاحة الحرية للجمهور للتعليق على منشورات الصفحة، وكذلك تضمين الصفحة للفيديوهات والصور⁽⁴⁾.

في حين هدفت دراسة أخرى إلى التعرف على أجندة بناء القضايا العربية والعسكرية في صفحات المتحدث العسكري المصري والإسرائيلي، وأوجه التشابه والاختلاف بينهما على مستوى الأشكال الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى ارتفاع المصادقية والثقة في صفحة المتحدث العسكري المصري، مقابل عدم ثقته المتابعين في صفحة

المتحدث العسكري الإسرائيلي⁽⁵⁾، وسعت دراسة نحو تسليط الضوء على صفحة المتحدث العسكري الإسرائيلي أفخاي أدري على الفيس بوك؛ باعتبارها واحدة من أهم الصفحات الناطقة باللغة العربية التابعة للاحتلال الإسرائيلي؛ وذلك بغية الكشف عن مدى تأثيرها على المتابع العربي وحجم التفاعل معها، وتوصلت الدراسة لبعض النتائج منها: تقدم إطار الاستراتيجية، تلاه الاهتمامات كأكثر الأطر الإعلامية استخداماً في منشورات أدري، في حين كان إطاراً "النتائج الاقتصادية والمسئولية" الأقل استخداماً، وفيما يتعلق بالهدف في منشوراته على الفيس بوك، فكان الإخبار تلاه التفاعل مع الجمهور هما الأعلى ظهوراً، وجاء هدف إظهار وجهة النظر الإسرائيلية في مقدمة الأهداف، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة التفاعل مع المنشورات المقدمة على صفحة المتحدث الرسمي سواء بالتعليقات أو المشاركة⁽⁶⁾، وبالتطبيق على الصفحة ذاتها أُجري تحليل مضمون يهدف إلى رصد درجة الاندماج والتفاعل مع محتواها بين المتابعين لها من العرب؛ عبر رصد كم الإعجاب والمشاركة والتعليقات على منشورات الصفحة، وأشارت نتائج الدراسة إلى بروز أطر القوة والصراع، تلاه الدفاع كأكثر الأطر المستخدمة في منشورات الصفحة، كما تبين ارتفاع معدلات الاندماج والتفاعل على المنشورات من العرب سواء بشكل إيجابي بالإعجاب بها أو سلبي بعدم الإعجاب، لاسيما في فترات الصراع العربي الإسرائيلي مثل الحرب على غزة خلال عام 2014، وتزايدت نسبة التعليقات السلبية على المنشورات مع تزايد حدة الصراع⁽⁷⁾، وحول مدى إفادة القائمين بالاتصال من منشورات صفحة المتحدث العسكري المصري؛ سعت دراسة نحو التعرف على طبيعة المعلومات التي يتم الحصول عليها من الصفحة، بالإضافة لرصد الأشكال الصحفية المستخدمة بصفحة المتحدث العسكري، والتعرف على معدل تصفح القائمين بالاتصال في عدد من الصحف المصرية، تمثلت في: المتحدث العسكري، وعبر استخدام أداتي الاستبانة والمقابلة المتعمقة، توصلت الدراسة لارتفاع مستوى الثقة في البيانات الواردة على صفحة المتحدث الرسمي للمتحدث العسكري بين 80% من عينة الدراسة من القائمين بالاتصال، بينما أشارت النسبة الباقية إلى تعاملهم مع المعلومات الواردة على الصفحة بتحفظ وبعد الرجوع لمصادر أخرى؛ الأمر الذي رفضه المتحدث العسكري نفسه في مقابلة متعمقة أجرتها الباحثة معه⁽⁸⁾.

وعنيت دراسات أخرى بدور المتحدث الرسمي أوقات الأزمات مثل: سعت إحدى الدراسات إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة

والسكان في إدارة أزمة كورونا، والتعرف على الاستراتيجيات التي استخدمها المتحدث في إدارة الأزمة، وأشارت النتائج إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستراتيجيات التي استخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة⁽⁹⁾، بينما اهتمت دراسة طبقت في سويسرا لمعرفة أي المصادر الرسمية وغير الرسمية أكثر فاعلية في توصيل السلوك الصحي الوقائي الموصى به حول تدابير التباعد الاجتماعي والجسدي في ظل انتشار COVID-19، وذلك من خلال دراسة تجريبية على عينة قوامها (705) أشخاص في سويسرا، وأظهرت النتائج أن المتحدث الرسمي الحكومي كان في الواقع أكثر فعالية وتأثيراً من الممثل المشهور لدى الفئات الأكبر سناً في الاستجابة لمقاييس التباعد الاجتماعي، وتبين أن قادة الحكومة يحصلون على درجات قبول وثقة أعلى في أوقات الأزمات⁽¹⁰⁾، بينما نوقش دور المتحدث الرسمي في وزارة الخارجية الروسية (MFA)، حيث تم النظر إلى الدور الرسمي للمتحدث الرسمي في دبلوماسية الخطوط الأمامية وتحليله من خلال عدسة الدبلوماسية العامة؛ لتعزيز السياسة الخارجية للدولة القومية عند التعامل مع الجماهير الأجنبية، والتأثير على الرأي العام، ويتناول هذا البحث أولاً تاريخ ومقاربات المتحدثين الرسميين بالوكالة السوفيتية؛ الذين استهدفوا في المقام الأول الأمريكيين والأوروبيين الغربيين من خلال وسائل الإعلام والتلفزيون، على الرغم من التوافق مع الشروط المقبولة بشكل متبادل للدول المضيفة. ثم يقيم البحث التغييرات في السياسة العالمية وتقنيات الاتصال وقيم البعد الرقمي للدبلوماسية العامة الذي شكل استراتيجيات الاتصال للمتحدث الرسمي. أخيراً، يقيم المقال مسؤوليات المتحدث باسم وزارة الخارجية الروسية ماريا زاخاروفا، ويحدد الاستراتيجيات التي تتبناها عند التواصل مع الجماهير المستهدفة، يخلص البحث إلى أن دور المتحدث الرسمي في الدبلوماسية العامة الروسية أصبح بارزاً بشكل متزايد⁽¹¹⁾، في حين رصدت إحدى الدراسات سمات الخطاب الإعلامي وتحليله للمتحدث الرسمي في أثناء الأزمات عن طريق كيفية طرحه هذه القضايا والأيدولوجيات التي يتبناها، وتوصلت النتائج إلى اختلاف الأطروحات الفكرية المتضمنة في خطاب المتحدث الرسمي لدى الحكومة المصرية لأزمة تفجير الكنائس؛ حيث استخدمت أطروحات وصف الأزمة واقتراح الحلول، في حين اختلفت أزمة جزيرتي تيران وصنافير؛ إذ تفوقت أطروحة التعريف بالأزمة عن

بقية الأطروحات، كما أشارت النتائج إلى أن تقييم ظهور المتحدث الرسمي في البرامج الحوارية كان بنسبة أكبر مناسبة؛ وذلك بسبب القدرة على إقناع الجمهور، جاءت استراتيجية توضيح موقف المؤسسة من أبرز الاستراتيجيات التي يعتمد عليها المتحدث الرسمي في خطابه⁽¹²⁾، وحول فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة وقت الأزمات، وبالتطبيق على استراتيجيتي الإنكار مقابل الاعتراف بالخطأ؛ توصلت دراسة إلى أن اتباع استراتيجية الاعتراف بالخطأ تؤثر بشكل إيجابي على سمعة المؤسسة مقارنة باتباع استراتيجية الإنكار خصوصاً في وقت الأزمة، وكما أشارت نتائج الدراسة التجريبية إلى أن مصداقية المتحدث الرسمي تؤدي دور المتغير الوسيط في تحديد سمعة المؤسسة والنوايا السلوكية نحوها، وأن الاتساق في النوع بين المتحدث الرسمي والجمهور يزيد التأثير العاطفي للمتحدث الرسمي على الجمهور، ومن ثم يؤثر إيجابياً على سمعة المؤسسة⁽¹³⁾، وعن درجة مصداقية المتحدث الرسمي؛ لا سيما في وقت الأزمات، حيث أوضحت دراسة أجريت بالعراق مدى مصداقية المتحدث الرسمي باسم الحكومة لدى الجمهور العراقي؛ بوصفه قائماً بالاتصال يسعى إلى نشر المعلومات التي توضح القرارات الحكومية ومواقفها من مختلف القضايا التي مصالح واهتمامات الجمهور، وقد توصلت الدراسة إلى أن المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية يتمتع بمستوى مصداقية عالية لدى أكثر من نصف عينة الدراسة؛ الأمر الذي انعكس على صورة المتحدث، كذلك فإن مهمة الناطق الإعلامي تمثلت في دعوة وسائل الإعلام لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار، وذلك عن طريق استمارة استبانة وزعت في محافظتي بغداد والسليمانية على (181) شخصاً⁽¹⁴⁾.

بينما عنيت دراسات أخرى بشخصية المتحدث الرسمي والصفات الواجب توافرها فيه:

فبالطبيق على حملات التوعية الصحية، أشارت دراسة إلى أن هوية المتحدث المستخدم بالحملة وطبيعة الاتجاه نحو الرسالة الاتصالية التي يقدمها قد قاماب دور المتغير الوسيط في تحديد درجة مصداقية المتحدث الرسمي، ودرجة قبول الرسالة ومدى الاقتناع بمحتواها، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج التجريبي بأسلوب التحليل العملي من نمط (2×2) شارك فيه (522) من طلاب الجامعة، واستخدمت الباحثة إعلانات توعية صحية لفيروس نقص المناعة المكتسبة "الإيدز"⁽¹⁵⁾.

وأكدت دراسة أخرى أن ممارسي الاتصال بالمؤسسات الأوروبية يلتزمون بدرجة كبيرة بالمعايير المهنية والأخلاقية للتواصل مع الإعلاميين، وحددت الدراسة في عدة جوانب

منها: سرعة ودقة نشر المعلومات عن مؤسساتهم، واحترام احتياجات الجمهور من المعلومات، والتوظيف الجيد لشبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁶⁾، وللتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام السعودية نحو مصداقية المتحدث الرسمي في المؤسسات الحكومية السعودية توصلت دراسة إلى عدة نتائج أهمها: تعدد مصادر العينة في الحصول على المعلومات، وجاء في المركز الأول فئة المسؤولين، تليها فئة المتحدثين الرسميين؛ مما يشير إلى أهمية دور المتحدث الرسمي كونه مصدراً حياً للمعلومات، كما أوضحت النتائج أن معدل ثقة الإعلاميين في المتحدث الرسمي محدودة، وأن هناك حاجة لوضع صيغة جديدة للتعامل بين الإعلاميين والمتحدث الرسمي، وتقدم الدراسة عدة توصيات لتنظيم وتوطيد العلاقة الاتصالية بين الطرفين (الإعلاميين والمتحدثين الرسميين)⁽¹⁷⁾.

المحور الثاني: دراسات شملت الدور الإعلامي في مجالات التنمية والتنمية المستدامة:

سعت إحدى الدراسات لمعرفة مدى إسهام الصحف الإلكترونية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة ومجالاتها، وتحدياتها، وأثر نجاحها أو فشلها على الفرد والمجتمع، وامتداد أثرها في المستقبل، وأهمية المشاركة المجتمعية في تنفيذ خططها في إطار المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وذلك من خلال استخدام الشباب لهذه المواقع على اختلافها ورؤيته لحدود هذا الدور، وتوصلت نتائجها إلى أنه: لم توظف المواقع الثلاثة الإمكانيات التي تمتاز بها الوسيلة الإلكترونية لتحقيق مزيد من الانتشار لمفهوم التنمية المستدامة وتحقيق الحشد الشعبي لتحقيق خططها، على الرغم من تغطية المواقع الصحفية لموضوعات التنمية المستدامة على اختلافها إلا أن نسبة الاقتناع بها متوسطة؛ وذلك لغياب وجود استراتيجية إعلامية ضمن مجالات استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، وبالتالي فإن دور المواقع الصحفية في التوعية بالتنمية المستدامة كان دوراً متوسطاً⁽¹⁸⁾، بينما حاولت دراسة أخرى التعرف على آراء واتجاهات النخبة المصرية نحو تغطية الصحف لقضايا التنمية المستدامة في مصر، ورصد وتحليل أطر الصحف القومية والحزبية والخاصة لتلك القضايا، ومدى اعتماد النخبة المصرية على الصحافة المصرية كمصدر لاستقاء المعلومات عنها وآثار هذا الاعتماد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن ثقة الباحثين أكثر في الصحف القومية عن أي صحيفة أخرى، كما لا توجد اختلافات بن النخبة من حيث المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- مجال العمل- محل الإقامة) وبين اتجاهاتهم نحو

قضايا التنمية المستدامة فهي غير مؤثرة في تشكيل اتجاهاتهم، لم تحظ قضايا التنمية المستدامة بما تستحقه من تغطية؛ مما أدى إلى انخفاض معدل الاهتمام والثقة والمصداقية للصحف لدى النخبة خاصة في تناولها لقضايا التنمية المستدامة، وافتقاد الصحافة وظيفية من أهم وظائفها وهي التأثير والتوجيه وتكوين الآراء والاتجاهات مع احتفاظها بوظيفة الإخبار ونشر المعرفة، وجود نقص واضح في الأخبار المنشورة عن التنمية خلال الفترة الزمنية للتحليل؛ وهو ما أدى بدوره إلى تراجع معدلات اهتمام وثقة النخبة في تغطية الصحف لمثل تلك القضايا⁽¹⁹⁾، في حين عنيت دراسة برصد كيفية تغطية القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة لاستراتيجية التنمية المستدامة "رؤية مصر 2030" ثم مقارنة هذه الاستراتيجية بتصورات الجمهور المصري للمستقبل فيما يتعلق بحياته الخاصة أو ما يتصل بالشأن العام لوطنه ومجتمعه؛ وذلك للوقوف على مدى التطابق الرسمي والشعبي في رؤية المستقبل، وفي ضوء نتائج الدراسة يمكن القول إن الفضائيات المصرية على اختلاف نمط ملكيتها قد أولت اهتماماً واضحاً لاستراتيجية التنمية المستدامة، وانعكس ذلك في تنوع أشكال التغطية التلفزيونية لها بين حلقات برامجية كاملة وفقرات خاصة، ضمن حلقات برامجية وعروض معلوماتية وتغطيات حية وتقارير مصورة وإعلانات تلفزيونية وفيلماً تسجيلياً، فضلاً عن اشتراك كل القنوات الفضائية المصرية في هذه التغطية للاستراتيجية، وقد شاب التغطية التلفزيونية لهذه الاستراتيجية قصر المدد الزمنية، قلة التركيز على الربط بين الرؤية والمشروعات التتموية سواء تلك التي نفذت فعلاً أو التي لا زالت قيد التنفيذ؛ ما ظهر في زيادة نسبة المعرفة بهذه المشروعات مقارنة بالمعرفة بالرؤية ذاتها لدى المبحوثين عينة الدراسة. جاءت الإعلانات في المركز الأول في ترتيب المضامين التلفزيونية التي يكثر تعرض المبحوثين لها، فقد جرى توظيفها من جانب الدولة في توجيه وسائلها إلى المصريين؛ وذلك من خلال بث إعلانات خاصة ببعض الهيئات الحكومية مثل وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري تشرح فيها إنجازاتها للمصريين وخطط عملها ومستهدفاتها، كما أوضحت الدراسة الميدانية أن مستوى المعرفة باستراتيجية التنمية المستدامة وصل إلى (40.2%)، مع ارتفاع نسبة التصور الإيجابي للمستقبل العام منه والشخصي مقارنة بنسبة سلبية تصور المستقبل؛ وذلك في ضوء ارتفاع نسبة المعرفة بمشروعات التنمية في مصر بين أكثرية المبحوثين محل الدراسة⁽²⁰⁾، وللتعرف على أطر معالجة قضايا المرأة ومدى التزام برامج المرأة المصرية في التلفزيون الحكومي بالمسؤولية الاجتماعية في

معالجة القضايا المتنوعة السياسية والتعليمية والاقتصادية والدينية والصحية والثقافية، توصلت دراسة إلى غلبة الطابع الحوارى على القوالب الفنية الأخرى المستخدمة، يليها الحديث المباشر فالأسلوب الخبرى، وقلَّ استخدام عناصر الإبراز، وكانت الصور الثابتة في مقدمة العناصر المستخدمة بها المادة الفيلمية والتقارير، كانت المواد المقدمة ذات طابع محلي، وكانت القضايا الاجتماعية في مقدمة الموضوعات التي تناولها البرنامج، يليها القضايا الصحية ثم القانونية وبفارق كبير القضايا الدينية والسياسية وقضايا التعليم، ارتفاع نسبة استخدام إطار المسؤولية، والإطار الاجتماعي ثم الصحي فالقانوني وإطار المكاسب متمثلاً في الجهود التي تبذلها الدولة لتنمية المرأة، وكانت القضايا المتناولة أغلبها حالية⁽²¹⁾، وللتعرف على مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، وتأثيرات هذا الاعتماد على معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم فيما له صلة بتلك القضايا، جاءت النتائج لتوضح أن المرحلة العمرية (25: 35) في مقدمة الفئات العمرية المهتمة بالموضوع، وأوضحت الدراسة أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن التنمية المستدامة، بل يقوم بتسطيح الثقافة العامة والبعد عن القضايا المهمة الجادة التي تحدد ملامح الواقع والمستقبل باستثناء الوسائل المتخصصة وإن كانت نسبتها ضئيلة، ونفت أغلبية العينة أن تكون شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة، وأن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة جاءت في الإعلام الجديد على النحو التالي: الحفاظ على الموارد والطبيعة، الحفاظ على البيئة النظيفة، تحقيق نمو اقتصادي مستدام، تحقيق معدلات تنمية اجتماعية، وأن عدد من المبحوثين يتابعون بعض حسابات خاصة بالأمم المتحدة تدهم بالمعلومات عن القضايا المرتبطة بالتنمية المستدامة كذلك حسابات الوزارات المعنية، وأنهم يثقون بدرجة كبيرة فيما تقدمه لهم شبكات التواصل الاجتماعي عن التنمية المستدامة، وأن أبرز التأثيرات المعرفية للتعرض لشبكات التواصل الاجتماعي كانت إثراء المعارف والمعلومات المرتبطة بالتنمية المستدامة لدى المبحوثين، يليها إسهامها في تشكيل اتجاهاتهم نحوها، وأنها أعادت ترتيب أولوياتهم تجاه قضايا التنمية المستدامة، كما أثبتت الدراسة قصوراً في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة⁽²²⁾.

بينما حاولت إحدى الدراسات الوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري بالتطبيق على فيسبوك، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل

الاجتماعي لها تأثير كبير على التوعية بالقضايا التنموية، وجاءت المقالات التنموية في مقدمة الفنون الصحفية وبعدها الأبحاث، وأكدت أغلبية المبحوثين أن هذه الصفحات تزيد معرفتهم حول الموضوعات الثقافية وغيرها، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك أداة جيدة في جذب قطاع كبير من الشباب والمستخدمين، كما أثبتت ازدياد استخدام الصفحات للمحتويات البصرية (الصور)، وكل المنشورات على الفيس بوك كانت مصحوبة أيضاً بصورة، وأحياناً صاحب النص صورة وهاشتاج، كذلك ظهرت النصوص المصحوبة بفيديو للإنجازات وورش العمل أو المشروعات، وكان إبداء الإعجاب بالصفحة في مقدمة أشكال التفاعل مع البوستات المنشورة على صفحات الدراسة ومزجت أغلبها بين اللغة الفصحى واللغة العامية⁽²³⁾.

وعن توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة والوعي البيئي نموذجاً تم التطبيق على عينة من الإعلاميين خلال الفترة من يناير إلى ديسمبر 2016، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها: أن أغلبية المبحوثين ترى أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية، واتفق 70٪ من المبحوثين على أن هناك تقصيراً في الإعلام الجديد في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، كما أن ما ينشر في الإعلام العربي عن البيئة وحمايتها لا يتناسب وأهميتها⁽²⁴⁾، ودارت حول دور الإعلام كآلية مهمة لإحداث التغيير داخل المجتمع، وكذا الربط بين مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها؛ لاعتبار الإعلام ذي أبعاد مختلفة، وتهتم الدراسة بتبادل دور الإعلام في نشر الوعي البيئي على المستوى الدولي والعربي؛ وذلك من خلال التطرق إلى أبرز الوسائل المعتمدة في هذا المجال ووظائفها وتقييم أدائها، أو الوقوف على العراقيل التي واجهها، واقتربت الدراسة آليات تفعيل دور الإعلام البيئي في مجال حماية البيئة وترقية المواطنة البيئية كاستغلال الوسائط الإعلامية الجديدة، والاهتمام بتحفيز القطاع الخاص للاستثمار في مشاريع وبرامج وأعمال الإعلام البيئي، وإدراج مواضيع وقضايا البيئة ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية، وضرورة انفتاح القطاعات الرسمية خاصة المحلية منها المعنية بحماية البيئة، وحثها على تزويد الإعلاميين بشكل يومي بالمعلومات الجديدة والنشاطات المختلفة الخاصة بالشأن البيئي، وتخصيص جزء من موازنة الإدارة المحلية والبيئية لدعم البرامج الإعلامية البيئية، وتعاون مراكز المعلومات البيئية مع وسائل الإعلام⁽²⁵⁾، بينما هدفت دراسة إلى التعرف على اتجاهات وأنماط التغطية الإعلامية لعشرة تحديات تتعلق بالاستدامة في خمس دول (أستراليا، كندا، ألمانيا، المملكة المتحدة،

الولايات المتحدة)، وخلصت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية المتعلقة بتغير المناخ والفقر يمكن أن توصف بأنها أساساً معلوماتية، كما اهتمت التغطية الإعلامية بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والتنوع البيولوجي، مع وجود اختلافات واضحة في الاتجاهات والأنماط العامة على مستوى البلدان عينة الدراسة⁽²⁶⁾، في حين سعت دراسة كولومبية إلى التعرف على دور وسائل الإعلام القومية والمحلية في دعم الجهات والأطر الحكومية أو البديلة المتعلقة بالأجندات المؤسسية والإنمائية والسلام وحقوق الإنسان، وأوضحت النتائج أن وسائل الإعلام عززت الأطر الحكومية فيما يتعلق بالقضايا المؤسسية والإنمائية، والأطر البديلة التي تدعو إليها الجهات الفاعلة الأخرى فيما يتعلق بقضايا السلام وحقوق الإنسان⁽²⁷⁾.

المحور الثالث: دراسات حول التنمية المستدامة ومجالاتها:

حول تزايد الاهتمام بالتعليم التكنولوجي والتعليم من أجل التنمية المستدامة وما يسمى بالآلات الخضراء، طُبقت إحدى الدراسات بالتركيز على التعليم في خدمة التنمية المستدامة (ESD) والتقارب المتزايد بين التكنولوجيا والتعليم من أجل التنمية المستدامة، فهي لا تعارض المفاهيم التقليدية للتكنولوجيات والنقد الموجه لها إلا بشكل محدود، وقدمت هذه الورقة نظرة مختلفة تماماً؛ فهي تحاول أن تجد إجابة لأولئك المشككين في قدرة التكنولوجيا على تحقيق التنمية المستدامة أي الجوانب البيئية والاجتماعية معاً، كذلك تدعو الورقة لاستكمال منهج الابتكار البيئي بمنظور يستكشف به آفاق الحداثة «الخضراء» إذا كانت هناك نية صادقة في محو الأمية التقنية على نطاق أوسع⁽²⁸⁾.

في حين سعت إحدى الدراسات لمعرفة العلاقة السببية بين الابتكار والتكنولوجيا وبين انبعاثات ثاني أكسيد الكربون المصاحب للنمو الاقتصادي، كذلك استهلاك الكهرباء، وأسعار الطاقة في ماليزيا، وذلك من خلال تحليل البيانات في الفترة من (1971-2013) باستخدام اختبارات العلاقات السببية، وتشير النتائج إلى الارتباط السلبى بين التقدم التكنولوجي وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون في المدى القصير⁽²⁹⁾، وحول التنمية المستدامة والتعليم العالي: هدفت ورقة إلى تقديم وصف للإنجازات خلال عقد الأمم المتحدة للتعليم من أجل التنمية المستدامة (2005-2014) مع التركيز على التعليم العالي، وتحدد بعض القضايا الرئيسية التي ستواجه التنمية المستدامة في السنوات القادمة، وقدم تحليلاً للتطورات الماضية مع استمرار التقييم للتركيز على التنمية المستدامة؛ وذلك من قبل المجلة الدولية للاستدامة في التعليم العالي، وأشارت الورقة

العلمية إلى مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة الذي عقد في ريودي جانيرو يونيو 2012، مع التركيز بوجه خاص على وثيقة "المستقبل الذي نريده"، وقدمت الورقة مجموعة مقترحات وتدابير لتدرسها البلدان الصناعية والبلدان النامية على حد سواء لترجمة مبادئ التنمية المستدامة إلى واقع ملموس⁽³⁰⁾. كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة متمثلة في:

- للمتحدث الرسمي تأثير على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها.
- غلبة الطابع الرسمي على صفحة المتحدث العسكري المصري.
- تُعد صفحة المتحدث الرسمي مصدراً جذاباً للانتباه عبر استخدامها للصور والفيديوهات.
- بروز أطر القوة والصراع، ثم إطار الدفاع كأكثر الأطر المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري.
- ارتفاع مستوى الثقة في البيانات الواردة على صفحة المتحدث الرسمي للمتحدث العسكري.
- المتحدث الرسمي أكثر فعالية وتأثيراً في المجتمع المحيط به من أي شخصيات أخرى، حيث يعد مصدراً حياً للمعلومات.
- جاءت استراتيجية توضيح موقف المؤسسة من أبرز الاستراتيجيات التي يعتمد عليها المتحدث الرسمي في خطابه.
- اتباع استراتيجية الاعتراف بالخطأ تؤثر بشكل إيجابي على سمعة المؤسسة؛ مقارنة باتباع استراتيجية الإنكار خاصة في وقت الأزمة.
- أشارت نتائج الدراسة التجريبية إلى أن مصداقية المتحدث الرسمي تؤدي دور المتغير الوسيط في تحديد سمعة المؤسسة والنوايا السلوكية نحوها.
- أهمية التواصل بين المسؤولين الإعلاميين بالمؤسسات والجمهور.
- من أبرز المعايير المهنية التي تلتزم بها الصفحات الخاصة بالمتحدث الرسمي هي التوظيف الجيد لشبكات التواصل الاجتماعي.
- اختلفت نتائج الدراسات السابقة ما بين وجود نقص واضح في الأخبار المنشورة عن التنمية"، وهو ما أدى بدوره إلى تراجع معدلات اهتمام وثقة النخبة في تغطية الصحف لمثل تلك القضايا، وبين وجود اهتمام أولته الفضائيات المصرية على

- اختلاف نمط ملكيتها لاستراتيجية التنمية المستدامة؛ والذي ظهر منعكساً في تنوع أشكال التغطية التليفزيونية لها.
- يزداد التصور الإيجابي للمستقبل العام والشخصي لدى المصريين كلما ارتفعت نسبة المعرفة بمشروعات التنمية.
 - كانت أطر المسؤولية هي أبرز الأطر المستخدمة في برامج الإعلام التنموي.
 - يلجأ الأفراد بنسبة كبيرة إلى الحسابات الرسمية للوزارات لاستقاء المعلومات الصحيحة عن خطط التنمية المستدامة وطرق تنفيذها.
 - كانت أبرز التأثيرات المعرفية للتعرض لشبكات التواصل الاجتماعي هي إثراء المعارف والمعلومات المرتبطة بالتنمية المستدامة، يليها إسهامها في تشكيل الاتجاهات نحوها، وأنها أعادت ترتيب أولويات الجمهور تجاه قضايا التنمية المستدامة.
 - أثبتت النتائج قصوراً في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة.
 - تركزت وسائل الإبراز لمعالجة وتغطية قضايا التنمية في الصور الثابتة والموضوعية، المادة الفيلمية والتقارير المصورة.
 - جاءت من أبرز النظريات التي اعتمدها الدراسات السابقة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، والتسويق الاجتماعي.
 - فيما يتعلق بالمنهج المستخدمة: اعتمدت أغلب الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث على المنهجين المسحي والوصفي، كما اعتمدت بعض الدراسات على المنهج التجريبي، والأسلوب المقارن.
 - وتنوعت الدراسات ما بين التجريبية والتحليلية والميدانية، والتطبيقية، وتحليل البيانات.
 - مثلت العينات تنوعاً ما بين العمدية والعشوائية.
- الإفادة من الدراسات السابقة:**

- 1- أسهمت هذه الدراسات في صياغة المشكلة صياغة واضحة ومحددة، وتحديد متغيرات الدراسة، وتوسيع الرؤى لإدراك أهدافها.
- 2- المساعدة في تحديد العينة المناسبة للدراسة.

- 3- أسهمت الدراسات السابقة في إثراء أدبيات الدراسة الحالية المتعلقة بمفهوم التنمية المستدامة
- 4- الاطلاع على الإطار النظري للدراسات المتعلقة بنفس الموضوع والإفادة من نتائجها.
- 5- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد المنهج المناسب للدراسة.
- 6- الاطلاع على كيفية توظيف المحتوى المرئي في تنمية الوعي المعرفي بما تقدمه المؤسسة العسكرية من خدمات تخدم أهداف التنمية ضمن رؤية مصر 2030.
- 7- ساعدت في تحديد واختيار الأساليب الإحصائية المناسبة.
- 8- أسهمت في مقارنة النتائج التي توصلت لها الدراسة مع الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

في ضوء سعي المؤسسات الرسمية المصرية وصانعي القرار السياسي بالدولة إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لشرح وتفسير الأدوار المختلفة التي تقوم بها تلك المؤسسات، لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وخدمة المجتمع بشكل عام، وكذلك تشكيل الوعي الفكري والمعرفي بالرؤية المستقبلية لمصر، والمعروفة باسم (رؤية مصر 2030)، وفي محاولة للتوعية بأبعاد ومحاور تلك الرؤية ومجالاتها والقطاعات التي تشملها، ومع زيادة نسبة متابعي تلك الصفحات، تمثلت مشكلة هذه الدراسة في "تحليل المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلاً سيميولوجياً، والتعرف على مدى مساهمة المؤسسة العسكرية المصرية في تحقيق التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر 2030".

أهمية الدراسة: تتمثل في:

- 1) قلة الدراسات التي تتناول الدور التنموي للمؤسسة العسكرية.
- 2) الندرة النسبية للدراسات التي قامت بالتحليل السيميائي لصفحة المتحدث العسكري.
- 3) الحاجة إلى المزيد من الدراسات التي تساعد على فهم الواقع والمستقبل الإعلامي للعلاقة بين وسائل الإعلام بشكل عام، ووسائل الاتصال الحديثة والمتحدث الرسمي للمؤسسات الحكومية.

- 4) حداثة وظيفة المتحدث العسكري، أو الرسمي بشكل عام في المؤسسات العربية؛ مما يتطلب ضرورة بحثها وتحديد آلياتها خاصة فيما يتعلق بشرح أدوار تلك المؤسسات في تحقيق أهداف التنمية.
- 5) أهمية الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي في كسب ثقة الرأي العام.
- 6) تُعد الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري هي أحد مصادر استقاء المعلومات الرئيسية عن المؤسسة العسكرية، بالإضافة إلى الموقع الرسمي لوزارة الدفاع، وكذلك الصفحة الرسمية للشئون المعنوية.
- 7) الدور التعزيزي الذي تقوم به صفحة المتحدث العسكري، فهو من أقوى الأسلحة التي تستخدمها المؤسسة العسكرية لبناء استراتيجيتها وتحسين صورتها الذهنية لدى الرأي العام.
- 8) ما تقدمه صفحة المتحدث العسكري من شرح وتفسير وتوضيح للأدوار التي تقوم بها المؤسسة العسكرية لتحقيق أهداف التنمية بالإضافة إلى دورها الرئيس في حفظ الأمن والأمان للبلاد.

أهداف الدراسة:

تمثلت أهداف الدراسة في:

- ❖ تحليل المحتوى المرئي المتعلق بتحقيق أهداف التنمية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك تحليلاً سيميولوجياً.
- ❖ التعرف على كيفية توظيف المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري في إبراز جهود القوات المسلحة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- ❖ رصد أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي يتم استخدامها عبر صفحة المتحدث العسكري.
- ❖ رصد وتحليل الفنون البصرية التي تم توظيفها.
- ❖ إدراك سمات التفاعلية التي تمت مع المحتوى المرئي المتعلق بأهداف التنمية.
- ❖ التعرف على أهم الاستمالات الإقناعية التي تم الاعتماد عليها في المحتوى المرئي محل الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة:

الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري: عقيد أركان حرب/ غريب عبد الحافظ غريب، وبلغ حجم المتابعين لها ما يزيد عن ثمانية ملايين متابع، ويرتفع حجم التفاعل عليها

بشكل ملحوظ، وبدأت الصفحة في أكتوبر 2012، ويتمثل غرض إنشاء الصفحة في تلبية حاجة الشعب المصري، ووسائل الإعلام المختلفة للمعلومات الموثقة والمؤكدّة عن الأحداث والمواقف المتعلقة بالمؤسسة العسكرية، وتحقيق المزيد من التواصل المباشر والحميم بين القوات المسلحة والشعب المصري، وقادة الرأي ووسائل الإعلام، وذلك طبقاً للبيان المنشور على الصفحة بتاريخ 23 أكتوبر 2012، وتعدّ هذه الصفحة واحدة من أكثر الصفحات التي أجري على محتواها دراسات وبحوث علمية⁽³¹⁾.

مفهوم التنمية:

هي العمليات التي يمكن بها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية، ولمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأكبر قدر مستطاع⁽³²⁾.

يقصد بالتنمية المستدامة:

إنها التنمية التي تلبى احتياجات البشر في الوقت الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تحقيق أهدافها، حيث تركز وفقاً لهذا المفهوم على النمو الاقتصادي-الإشراف البيئي-المسئولية الاجتماعية، وقد عرفها تقرير "مستقبلنا المشترك" بأنها التنمية التي تلبى احتياجات الحاضر دون أن يعرض للخطر قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها⁽³³⁾.

أبعاد ومكونات التنمية المستدامة⁽³⁴⁾:

أولاً: البعد البيئي:

- المحافظة على الجو من التلوث.
- حماية الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون الحامية للأرض.

ثانياً: البعد الاقتصادي: وتتمثل مكونات هذا البعد في:

- ✓ استعمال الأدوات الاقتصادية للحفاظ على البيئة.
- ✓ تقوية دور التجارة والصناعة من خلال ترقية الإنتاج النظيف وتشجيع مبادرات المؤسسات في مجال البيئة.
- ✓ وضع موارد وآليات مالية للحفاظ على البيئة.
- ✓ المساواة في توزيع الموارد.

ثالثاً: البعد الاجتماعي وتمثل مكوناته في:

✓ الإنصاف بين الأفراد والأمم والأجيال بجانب تقليص الفجوة بين الشمال والجنوب.

✓ التوازن بين النمو الاقتصادي والنمو الديموجرافي.

✓ الاستخدام الكامل للموارد البشرية بمعنى إعادة توجيه الموارد.

رابعاً: البعد التكنولوجي: ويتمثل في استعمال تكنولوجيات أنظف في المرافق الصناعية، والأخذ بالتكنولوجيا الحديثة في تقليل الانبعاثات السامة.

رؤية مصر 2030: تمثلت هذه الرؤية في العبارة التالية: "بقوة وعزيمة المصريين وبحلول عام 2030 ستكون مصر الجديدة القائمة على العدالة والتنمية المستدامة، ذات اقتصاد تنافسي ومتنوع يعتمد على الابتكار والمعرفة، يستثمر عبقرية المكان والإنسان ويرقى بجودة الحياة وسعادة المصريين". وتسعى الدولة المصرية لتحقيق هذه الرؤية من خلال العمل على السياسات الخارجية، وتقوية آواصر الترابط مع كافة الدول سواء العربية أو الأفريقية أو الإسلامية، وكافة الدول الخارجية، وكذلك بالعمل عليها في السياسات الداخلية، والتي تمثلت في ثلاث محاور:

- المحور الاقتصادي ويشمل تطوير (الاقتصاد- الطاقة- الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية).

- المحور الاجتماعي ويشمل تطوير (التعليم- الابتكار والمعرفة- الصحة- العدالة الاجتماعية).

- المحور البيئي ويشمل تطوير (البيئة- التنمية العمرانية).

جهود القوات المسلحة في المشاركة بخطة التنمية الشاملة بالدولة:

تمثل القوات المسلحة إحدى الركائز الرئيسة لقوى الدولة الشاملة، والتي تشكل في مضمونها قيم وثوابت الأمن القومي المصري، وفي إطار حركة التنمية الكبرى التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي تقوم الهيئة الهندسية باستغلال فائض الطاقة من الإمكانيات لتنفيذ مهمة القوات المسلحة في المشاركة في خطة التنمية الشاملة للدولة لتخفيف المعاناة عن شعب مصر العظيم.

الركائز الأساسية لمشاركة الهيئة الهندسية للقوات المسلحة في مشروعات التنمية:

▪ تنفيذ جميع المشروعات المكلفة بها القوات المسلحة بأعلى جودة وفي أقل وقت وبأقل تكلفة مالية.

- إقامة المشروعات الكبرى في المجالات التنموية المختلفة والتي تتطلب دقة عالية في الأداء وسرعة في التنفيذ.
- الإسهام في تحويل المناطق الواعدة إلى مناطق جذب للسكان ولللأنشطة المختلفة؛ مما يشجع القطاع الخاص على المشاركة في خطط التنمية.
- إنشاء وتطوير البنية الأساسية وشبكات المرافق والتي تعتبر الأساس لأي مشروع تنموي.
- التعاون والتنسيق التام مع كافة أجهزة وقطاعات الدولة لتحقيق الأهداف.
- تشغيل الشركات المدنية (قطاع عام/ خاص) وتوفير فرص عمل للشباب.
- تدريب الأفراد (الضباط الإحتياط/ الجنود المهندسين) لإمداد المجتمع بالكفاءات المهنية اللازمة لتنفيذ خطط التنمية.



شكل رقم (3) يوضح جهود القوات المسلحة في المشاركة بخطة التنمية المستدامة بالدولة

تساؤلات الدراسة: تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما الموضوعات التي ركزت عليها الصورة التلفزيونية (الفيديوهات التي تم نشرها عبر صفحة المتحدث العسكري على الفيس بوك) المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة خلال فترة التحليل لخدمة وتحقيق أهداف التنمية المستدامة؟
- 2- ما أبرز الاستراتيجيات الاتصالية التي تم استخدامها في المحتوى المرئي عينة التحليل؟
- 3- ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في المحتوى المرئي عينة الدراسة؟
- 4- ما أنواع الصور التلفزيونية المستخدمة؟
- 5- ما أبرز المعينات البصرية التي تم توظيفها داخل المحتوى المرئي عينة التحليل؟
- 6- ما أبرز الجهود المبذولة من القوات المسلحة والتي تم التركيز عليها خلال فترة التحليل؟
- 7- ما أشكال التفاعلية التي تمت مع المحتوى المرئي عينة الدراسة؟

المدخل النظرية للبحث:

أفادت الباحثة من معطيات النظرية السيميائية التي تتيح دراسة العلامات اللغوية وغير اللغوية، عبر آليات متعددة لدراسة العلاقة بين الصورة واللغة، كما أنها أداة مفاهيمية تعتمد عليها وسائل الإعلام أو الأفراد لكشف المعلومات وتقديمها، وتعرض طرقاً لفهم القضية أو الحدث، كما أفادت الباحثة من نموذج التسويق السياسي في تحديد الاستراتيجيات الاتصالية التي تم الاعتماد عليها في التسويق لجهود القوات المسلحة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة أو ما يعرف ب (رؤية مصر 2030).

نوع الدراسة:

تقع هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، التي تقوم على رصد وتوصيف دقيق للصور التلفزيونية المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة المصرية والتي تهدف لتحقيق رؤية مصر 2030 المرتبطة بالتنمية المستدامة، بطريقة كمية وكيفية خلال فترة زمنية معينة، ومن ثم تحليل وتفسير دلالة التغطية المصورة لأنشطة القوات المسلحة المصرية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، لمسح مضمون الصور التلفزيونية

المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة المصرية خلال الفترة من (يناير 2021 م وحتى يناير 2022م)، وإجابة عن إشكالية الدراسة والتساؤلات المطروحة.

أدوات الدراسة: اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

- أداة تحليل المضمون: لتحليل مضمون جميع الصور التلفزيونية المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة المصرية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري، بطريقة الحصر الشامل خلال فترة الدراسة، وقد مثل كل فيديو وحدة للتحليل، وفقا لتساؤلات البحث، حيث قامت الباحثة بإعداد استمارة لتحليل المضمون تضمنت الفئات التالية:

1- فئة موضوعات الفيديوهات المصورة:

- ✓ هدف التنمية الذي تم التركيز عليه (الهدف الرئيس/ الهدف الفرعي).
- ✓ الجهود المبذولة من قبل القوات المسلحة (استصلاح أراضي/ تحويل مناطق واعدة إلى مناطق جذب للسكان/ إنشاء وتطوير شبكات الطرق/ إنشاء وتطوير شبكات المرافق/ معارض نوعية متخصصة/ التعاون مع القطاعات الأخرى/ اكتشافات علمية/ مكافحة جائحة كورونا/ تدريبات عسكرية/ إرسال مساعدات/ استخدام القوى الناعمة للتوعية بأهداف التنمية).
- 2- فئة أنواع الصور الفيلمية وتشمل (شخصية- موضوعية).
- 3- فئة المعايينات البصرية وتشمل: (صورة فيلمية حية/ صورة فيلمية أرشيفية/ صورة ثابتة/ جرافيك وإنفوجرافيك/ صورة باستخدام تقنية ثلاثية الأبعاد/ خرائط / أخرى).
- 4- فئة استراتيجيات الاتصال (الدفع- الجذب- الإقناع- بناء الإجماع- الحوار).
- 5- فئة الاستمالات الإقناعية (منطقية/ عاطفية/ الاثنان معا).
- 6- فئة التفاعلية (عدد التعليقات/ عدد المشاهدات/ عدد المشاركات).

2- التحليل السيميولوجي:

حيث إن الدراسة تهدف إلى فهم وإدراك الدلالات الرمزية للصورة التلفزيونية المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة والمتمثلة في رؤية مصر 2030، فتسعى إلى تفكيك مكونات المحتوى للتعرف على المعاني الضمنية، فقد تم الاعتماد على التحليل السيميولوجي لمضمون الصورة وهو ذلك الإجراء أو الاستراتيجية البحثية التي تستهدف استكشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي⁽³⁵⁾، فإذا كان هذا النسق صورة أو رسماً فإن التحليل هنا هو تجزئة مكونات هذه البنائات لمعرفة مدى

تماثلها، أو تقابلها باعتبارها نظائر، ومن ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق، ونجد أن التحليل السيميولوجي يعتمد عدة مقاربات، منها مقارنة مارتن جولي Martine Joly، والتي ترى أن الأنساق البصرية تتميز ببناء محكم تتضافر فيه مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة، وهناك بعض العناصر التي تتوافر في نسق وتغيب في آخر، إلا أن هناك عناصر مشتركة في كل نسق بصري، وتشمل علامات أيقونية وعلامات تشكيلية، أما مقارنة رولان بارث والتي بدأت مع الستينات؛ حيث قام بتوظيف التحليل السيميولوجي على الصورة، وبين أن المعاني توجد في نظامين أو مستويين: المستوى التعييني للدليل والمستوى التضميني للدليل.

ويعني المستوى التعييني Denotation المعنى الفوري أو البديهي السطحي للصورة أو القراءة الأولية، فهو وصف أولي تعييني للصور، هذا المستوى هو وصف جزئي لا يمكنه أن يوصلنا لكل معنى الصورة، ففي هذا المستوى يتم الإجابة عن السؤال (ماذا) وهو يساعد على تحديد الموضوع الذي تعالجه الصورة ويعرفنا على محتواها، أي أنه وصف دقيق للقطات المصورة لكل فيديو داخل المحتوى المرئي على حدة.

أما المستوى التضميني Connotatio فهو النظام التالي للفهم وهو أعمق مستوى في قراءة الصورة، والوصول إلى المعنى الحقيقي العميق للصورة ويتم على مستوى المدلول أو الدلالة التضمينية؛ فالصورة في مستواها التضميني تصبح نسيجا من العلاقات التي تبتثق من قراءات متعددة وهنا يطرح السؤال "ماذا" (36)، أي أن هذا المستوى يتعلق بتفكيك مختلف الدلالات الإيحائية للخطابات الإعلانية بشقيه (اللفظي وغير اللفظي)، ويضم المستوى اللفظي (نصوص المادة التعليقية، الشعار، نصوص المادة المكتوبة)، في حين يضم المستوى غير اللفظي (الصورة، الصوت، اللون، طريقة الأداء، الإشارات والإيماءات، الموسيقى والمؤثرات الصوتية، حجم اللقطة، زوايا الكاميرا، الديكور) للوقوف على الدال والمدلول.

وبناء على ما سبق، نجد أن طبيعة هذه الدراسة قد اقتضت الاعتماد على مقاربتين "رولان بارث ومارتن جولي" حيث شملت شبكة التحليل:

-المقاربة الوصفية. - المقاربة الأيقونية. - المقاربة السيميولوجية أو التضمينية.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كل المحتوى المرئي (الفيديوهات المصورة) المقدم عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك.

عينة الدراسة:

تتحدد عينة الدراسة في تحليل المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر الفيس بوك، والذي يبرز الجهود التي قامت بها القوات المسلحة المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وما يخدم رؤية مصر 2030 خلال الفترة (من يناير 2021م وحتى يناير 2022م)، حيث ضمت الفترة الزمنية عدد (224) فيديو مصورا، خلافاً عن الصور الثابتة والإنفوجراف، كما تم إجراء التحليل السيميولوجي على (اثنين من الفيديوهات) المصورة ممن تناولت بشكل واضح أحد أهداف التنمية المستدامة التي سعت المؤسسة العسكرية لتحقيقها؛ وذلك للوقوف على المعاني الضمنية التي يحملها هذا المحتوى، وقد تم اختيار هذه الفيديوهات وفقاً لنسب التفاعل عليها من قبل متابعي صفحة المتحدث العسكري (سواء بعدد التعليقات أو عدد المشاهدات أو عدد مرات إعادة المشاركة) داخل كل محور رئيس من محاور التنمية، وقد حددت الباحثة وحدة التحليل الخاصة بها (الدقيقة الزمنية)؛ نظرا لطول الفيديوهات المقدمة (عينة الدراسة)، والتي تتراوح مدتها ما بين ثلاث دقائق إلى أربع عشرة دقيقة، فقد اختارت الباحثة دقيقة واحدة فقط من كل محتوى، ليتم تحليلها سيميولوجيا، حيث تم تقديم وصف كامل للفيديو قبل بدء التحليل السيميولوجي، وهذه الفيديوهات التي تحمل عناوين:

1/ كنوز مصرية.

2/ يد تحمي ويد تبني.

اختبار الصدق والثبات:

تم عرض فئات التحليل قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين (***) لقياس صدقها، وتم إجراء التعديلات المطلوبة على كل فئة بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم؛ بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه.

وبعد التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته والتأكد من أنها تقيس فعلاً ما صممت لقياسه، تم التعاون مع باحثين (***) تم شرح فئات ووحدات التحليل لهما، وقامت كل

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

- أ.د/ حازم البنا أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية التربية النوعية- جامعة الزقايق.
- أ.د/ حسن علي أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة السويس والعميد الأسبق للكلية.
- أ.د عبد العزيز السيد أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام- جامعة بني سويف.
- أ.م.د/ ريهام درويش أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب- جامعة كفر الشيخ.
- أ.م.د/ سلوى أبو العلا أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب- جامعة المنيا.
- أ.م.د/ ممدوح مكاوي أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد- كلية الإعلام والاتصال- جامعة الإمام محمد بن سعود.

باحثة بالإضافة إلى الباحثة نفسها بتحليل عينة صغيرة تتكون من (10 فيديو) داخل صفحة الدراسة، وبناءً على مقارنة نتائج تحليل كل باحثة بنتائج تحليل الباحثين الآخرين؛ تم تعديل بعض فئات ووحدات التحليل لتصبح أكثر وضوحاً، ثم أُعيد التحليل بالتعاون مع مجموعة الباحثين لعينة صغيرة أخرى، وفي النهاية تم الوصول إلى نسبة تماثل لم تقلّ عن 91% بين كل اثنين من الباحثين؛ مما يشير إلى ارتفاع معامل ثبات التحليل الذي وصل إلى 0.9

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية في تحليل بيانات الدراسة والتي تم معالجتها باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج "SPSS": (التكرارات البسيطة والنسب المئوية).

*** تم التعاون مع الباحثين: غادة يحيى، وفاطمة الزهراء محمد المعيدتان بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة بني سويف.

أولاً: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة:

جدول (1) يوضح الموضوعات التي تضمنها المحتوى المرئي عينة الدراسة

%	ك	الفئة				
		%	ك			
34%	83	16%	12	التعليم	المحور الاجتماعي	هدف التنمية الرئيس
		6.5%	5	الابتكار والمعرفة		
		24%	18	الصحة		
		46%	36	الثقافة		
		6.5%	5	العدالة الاجتماعية		
		100	76	الإجمالي= ن		
		2%	5	40		
60	3			التنمية العمرانية		
100	5			الإجمالي		
4%	9	78%	7	الاقتصاد	المحور الاقتصادي	
		-	0	الطاقة		
		22%	2	الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية		
		100	9	الإجمالي		
11%	25	مساعدات طبية وإنسانية				
17%	37	تدريبات عسكرية مشتركة				
32%	72	أنشطة خاصة بالمؤسسة العسكرية				
100%	224	الإجمالي				

توضح نتائج الجدول السابق تنوع الموضوعات التي يتناولها المحتوى المرئي المقدم عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على الفيس بوك، حيث شملت الموضوعات المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة وفقاً لمحاورها الرئيسية: تصدر المحور الاجتماعي كافة المحاور التنموية التي برزت بها جهود القوات المسلحة المصرية؛ حيث بلغت نسبة المحتوى المرئي المتعلق به (34%)؛ ويرجع ذلك لتنوع المجالات التي يتضمنها هذا المحور والذي جاء بند الاهتمام بالثقافة في مقدمة اهتمامات القوات

المسلحة، فبذلت قصاري جهدها لترسيخ المبادئ والقيم المختلفة، وكذلك إعداد محتوى مرئي يوضح الدور العظيم الذي قام به رجال الجيش المصري خلال فترات الحروب المختلفة كحرب 1973، كذلك فقد تم إعداد مواد فيلمية تبرز أهم القادة وقادة الأفرع للقوات المسلحة: كفيلم الرئيس أنور السادات والفريق سعد الدين الشاذلي وغيرها من القيادات الحربية، كما تم تقديم مواد ثقافية باستخدام القوة الناعمة من أفلام وأغنيات لإخبار الأجيال الجديدة بما قدمه أجدادهم للحفاظ على أرض الوطن، وبت قيم الولاء والانتماء، ونظرا لطبيعة الحدود الزمنية لفترة التحليل والتي قد سبق ذكرها، فقد وافق ذلك الأزمة الوبائية التي اجتاحت العالم بأكمله (جائحة كورونا ومتحوراتها)، جاء بند الصحة أحد أبرز الجهود التي قُدمت، فنجد أن القوات المسلحة لم تتهاون في مساعدة كافة قطاعات الدولة للتصدي لهذه الجائحة من خلال تعقيم المصالح الحكومية الكبرى، ودور العبادة في المناسبات المختلفة، وكذلك المرافق الحيوية الكبرى كمحطة قطارات رمسيس، وموقف سيارات المنيب وعبود وتوزيع الكمامات والمطهرات ومواد التعقيم علي المواطنين، وإنتاج مواد فيلمية توضح ضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية حفاظاً على سلامة المواطن والوطن كفيلم (حياتك أمانة)، ثم جاء بند التعليم والذي ظهر جلياً قدرة المؤسسة العسكرية على إعداد طالب مدرب على أحدث الطرق القتالية؛ حيث جاء المحتوى المرئي ليوضح جلياً دقة الاختيار سواء من خلال المدارس العسكرية أو الكليات العسكرية والتي يتم إجراء اختبارات اختيار الطلاب بها بكل حيادية وتوازن مع الحفاظ على كافة القواعد؛ وهو ما يبرز شفافية ونزاهة تلك المؤسسة؛ والذي يعد أبرز أهداف التنمية المستدامة (اقتصادياً)، كذلك الاهتمام بالبحث العلمي انطلاقاً من دعوة رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي لبناء الإنسان، فتقوم أكاديمية ناصر العسكرية بتقديم الدورات الأكاديمية المهارية والنوعية المختلفة، فيما جاء دورها فيما يتعلق بتحقيق العدالة الاجتماعية بتنفيذ دعوة رئيس الجمهورية خلال حفل "قادرون باختلاف" لذوي الهمم لعام 2022م، بزيارة أفرع القوات المسلحة وتحقيق أمنيات الشباب والأطفال منهم، ثم برزت جهود القوات المسلحة المصرية جلية في المحور البيئي من خلال التنمية البيئية والعمرانية؛ والتي شملت (استصلاح الأراضي وتحويل المناطق الواعدة كسيناء والجلالة والعلمين الجديدة إلى مناطق جذب للسكان، كذلك إنشاء وتطوير البنية الأساسية وشبكات الطرق والمرافق)، كما تحملت على عاتقها تنفيذ المبادرة التي أطلقها رئيس الجمهورية (حياة كريمة) لتطوير الريف المصري على مستوى الجمهورية.

ثم جاءت الموضوعات المتعلقة بالأنشطة التدريبية للأفرع المختلفة للقوات المسلحة والتي بلغت نسبتها (32%)، في حين جاء المحتوى الذي يوضح التدريبات المشتركة للقوات المسلحة المصرية مع دول أخرى كالصين وروسيا والسعودية والأردن بنسبة (17%)، ثم جاء المحتوى المرئي الذي يوضح إرسال المساعدات الطبية والغذائية لدول عربية وغير عربية بنسبة (11%)، وهو ما تفسره الباحثة بأن المؤسسة العسكرية المصرية قد أخذت على عاتقها عبء حماية الوطن وحماية أراضيه من خلال بناء جيش قوي من حيث العدة والعتاد، كما تسعى القوات المسلحة المصرية دائماً إلى مواكبة التطور في كافة النواحي العسكرية، وتفتيحاً لتوجيهات السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي فتتحمل القوات المسلحة أيضاً مساعدة الأشقاء العرب والأفارقة أثناء الأزمات بما أتيح لها من مساعدات غذائية وطبية؛ مما يرسخ العلاقات المصرية ويعيد لمصر مكانتها الرائدة.

ومما سبق: نجد أن جهود القوات المسلحة المصرية لم تقتصر فقط على حماية الوطن والدفاع عن أراضيه ضد أي معتد، بل امتدت لتطوير وتنمية هذا الوطن، حيث يتضح التضافر بين الحفاظ أمن الدولة المصرية وسيادتها، وكونه أحد أهم العوامل التي تساعد على التطور والتنمية.

جدول (2) يوضح نوع الصور المتضمنة في المحتوى المرئي عينة الدراسة

الصور	ك	%
شخصية	34	15%
موضوعية	66	29%
الاثنان معا	124	55%
الإجمالي	224	100%

تُشير نتائج الجدول السابق أن المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري كان قد اعتمد على الدمج بين الصور الشخصية والصور الموضوعية؛ حيث بلغت نسبة الاعتماد عليهما معاً (55%)، تلاها الصور الموضوعية (29%)، ثم الصور الشخصية (15%)، وتؤكد هذه البيانات علي قدر المصادقية التي تعمل بها المؤسسة العسكرية، حيث تسهم مثل هذه الصور في التعبير عن كافة الأحداث، والأنشطة، والجهود التي تبذلها المؤسسة العسكرية في تحقيق رؤية مصر في التنمية المستدامة (الإنشاءات- البنية التحتية للمرافق والطرق- التدريبات العسكرية المشتركة- إعادة الإعمار- تطوير الريف المصري- حضور رئيس الجمهورية ووزير الدفاع وكافة القيادات للاختبارات التي تعقد للكليات العسكرية كنوع من الشفافية).

مما سبق نجد أن الاعتماد على هذا النوع من الصور ساعد ذلك على تقليل نسب التشكيك في تلك الجهود وفي المشروعات التي يتم إنجازها على أرض الوطن، سعياً للنهوض بشعبه العظيم.

جدول (3) يوضح نوع المعاينات البصرية المتضمنة في المحتوى المرئي عينة الدراسة

الصور	ك	%
فيلمية حية	182	33%
فيلمية أرشيفية	94	17%
ثابتة	116	21%
جرافيك / انفوجرافيك	52	9%
بتقنية ثلاثية الأبعاد	66	12%
خرائط	38	7%
الإجمالي	548=ن	100%

* حيث تم احتساب قيمة ن التكرارية وفقاً

تبرز النتائج السابقة أهمية المادة الفيلمية الحية التي تقدم من خلال المحتوى المرئي عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبتها (33%)، تلتها الصور الثابتة بنسبة (21%)، ثم المادة الفيلمية الأرشيفية بنسبة (17%)، ثم استخدام التقنية ثلاثية الأبعاد بنسبة (12%)، وهو ما يؤكد حرص القوات المسلحة المصرية على كسب ثقة الرأي العام بتقديم الواقع الفعلي الموجود بأرض الواقع.

جدول (4) يوضح استراتيجيات الاتصال المستخدمة لإبراز دور المؤسسة العسكرية في جهود التنمية المستدامة في المحتوى المرئي عينة الدراسة

استراتيجيات الاتصال	ك	%
الإعلام	223	24%
الإقناع	118	13%
الإجماع	217	24%
الحوار	87	9%
الجذب	146	16%
الدفع	131	14%
الإجمالي (ن)	922	100%

تبين نتائج الجدول السابق تقدم استراتيجيتي (الإعلام والإجماع) كأكثر استراتيجيتين تم استخدامهما في المحتوى المرئي عينة الدراسة بنسبة (24%)، تلاها استراتيجية الجذب بنسبة (16%)، ثم استراتيجية (الدفع) بنسبة (14%)، ثم استراتيجية (الإقناع) بنسبة (13%)، وأخيراً جاءت استراتيجية (الحوار) بنسبة (9%)،

ويأتي هذا توضيحاً للغرض الذي أنشئت من أجله الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري وهو الإعلام بكافة أنشطة المؤسسة العسكرية؛ وليصبح هذا المحتوى المقدم هو الوسيلة الذي تستطيع من خلاله المؤسسة العسكرية إجماع الآراء حول ما يتم إنجازه، وكذلك توضيحاً لذلك الدور بكل شفافية، في محاولة منها لجذب العدد الأكبر من رواد مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع هذا المحتوى، والدفع بهم نحو الأعمال التي تخدم الوطن كالمحافظة على وحدة أراضيه والتصدي لأي أعمال مفرضة، وكذلك المحافظة على الالتزام بالإجراءات الاحترازية؛ حفاظاً على صحة الأفراد، وغرس بعض القيم كالولاء والانتماء، وإبراز الجهد المبذول في إعداد كوادر عسكرية جيدة قادرة على المنافسة، وبناء جيش مجهز على أعلى المستويات العسكرية استطاع من خلاله أن يحصل على الترتيب الثالث على مستوى العالم من حيث التسليح، وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (مروة السعيد، 2021).

جدول (5) يوضح الاستمالات الإقناعية المستخدمة لإبراز دور المؤسسة العسكرية في جهود التنمية المستدامة في المحتوى المرئي عينة الدراسة

الاستمالات الإقناعية	ك	%
منطقية	116	52%
عاطفية	51	23%
الاثنان معاً	57	25%
الإجمالي	224	100%

تشير نتائج الجدول السابق إلى تقدم الاستمالات المنطقية كأكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً في المحتوى المرئي عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبتها (52%) والذي اعتمد على تقديم الأدلة والبراهين والمعلومات والإحصائيات، تلاها الاعتماد على نوعي الاستمالات (المنطقية والعاطفية معاً) بنسبة (25%)، وأخيراً يأتي الاعتماد على الاستمالات العاطفية بنسبة (23%) والذي حمل بداخله التحيز لكافة الأنشطة المقدمة، بالإضافة إلى محاولة التأثير في الرأي العام باستخدام القوى الناعمة من أغانٍ ومشاهد تمثيلية تتلامس والمشاعر العاطفية والجمهور، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى طبيعة المحتوى المقدم الذي شمل التدريبات العسكرية وأنشطة المؤسسة العسكرية ودقة البيانات المقدمة، حيث يعبر ذلك عن جدية المحتوى المرئي المقدم عبر الصفحة الرسمية

للمتحدث العسكري، والذي كان أحد أسباب جذب المتابعين لها، وزيادة الثقة فيما يقدم، وهو ما تتفق معه نتائج كل من خالد الشال، وسماح المحمدي.
وفيما يتعلق بالتفاعلية للمحتوى المرئي المقدم عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري:

بلغ عدد الفيديوهات التي تعبر عن المحتوى المرئي عينة التحليل (224) فيديو، ونظراً لزيادة عدد المتابعين للصفحة- كما تم ذكره- وتباين التفاعلية على كل فيديو بشكل مستقل من (تعليقات/ مشاركات/ مشاهدات)؛ فكان من الصعب إدراج كافة تفاصيل التفاعلية بشكل مستقل لكل فيديو خلال البحث، إلا أنه يمكن أن نجد الارتفاع الشديد لهذه التفاعلية من قبل الجمهور، والتي وصلت في بعض المواد الفيلمية لأكثر من 2 مليون مشاهدة، و950 ألف تعليق، فيما وصلت المشاركات في أحد الفيديوهات إلى 143 ألف مشاركة، وهو ما يوضح أهمية ما يقدم خلال هذه الصفحة، وكم المتابعة والتفاعلية؛ مما يستلزم الحرص على استمرارية تقديم محتوى يحمل كافة القيم المهنية والأخلاقية.

ثانياً: نتائج التحليل السيميولوجي للدراسة:

بطاقة عن المحتوى المرئي المقدم عبر الصفحة الرسمية:

- اعتمدت الباحثة وحدة (الدقيقة) كوحدة أساسية لتحليل المحتوى المرئي عينة الدراسة.
- جاءت جميع الفيديوهات المصورة التي تم عرضها عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري من إنتاج إدارة الشؤون المعنوية، وهي إحدى إدارات وزارة الدفاع المصرية، وتعتبر الواجهة الإعلامية للقوات المسلحة والتي يصدر عنها أي خبر رسمي يتعلق بها، كما تُعد هذه الإدارة هي المسؤولة عن المراكز الإعلامية والنفسية للقوات المسلحة، وهي مصدر الإعلام العسكري المصري، الذي يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف السياسي والعسكري للدولة، ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة، وكذا لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة.
- بدأت جميع الفيديوهات المصورة بصورة ثابتة لشعار القوات المسلحة المصرية، والذي يتضح فيه الشعارات المميزة لكل أفرع القوات المسلحة المصرية، ثم لولجو إدارة الشؤون المعنوية،



يصحبهما موسيقى تميل للموسيقى العسكرية موحدة، ويحمل شعار إدارة الشؤون المعنوية كلمات مكتوبة هي (الوعي والإيمان)، حيث عبر هذا الشعار عن مدى وعي المؤسسة العسكرية بكل مجريات ومتطلبات الأمور، وما يكاد للوطن من مكائد داخليا وخارجيا سعياً لزعزعة استقراره، وكذلك الوعي بالاحتياجات الأساسية للحياة العسكرية والمدنية، وإدراك حال المواطن المصري في جميع المستويات (النفسية-الاقتصادية-الاجتماعية...) التي ربما يتخذها العدو زريعة والعمل عليها، كذلك الوعي باحتياجات الدولة المصرية وقيادتها لتحقيق التنمية في كافة المجالات، والإيمان بالعهيدة العسكرية للقوات المسلحة، كما جاءت الصورة الموجودة بالشعار (اللوجو) مقسمة إلى قسمين، الأول وعلى الجانب الأيمن علم جمهورية مصر العربية بألوانه الثلاثة الأحمر والأبيض والأسود؛ ليعبر هذا القسم عن العزة والكرامة المتمثلة في راية الدولة، كما عبر عن ولاء وانتماء إدارة الشؤون المعنوية للدولة المصرية واتخاذ علمها شعاراً لها، كما يدل وجود العلم في الجهة اليمنى على تمسك القوات المسلحة المصرية بالهوية القومية العربية لها (الجهة اليمنى: كناية عن اللغة العربية التي يتم كتابتها بدءاً من الجهة اليمنى)، في حين جاء القسم الثاني على الجانب الأيسر من الصورة على شكل (خلية النحل السداسية بلونها الأصفر) ليعبر عن الأنشطة المتعددة التي تقوم بها أقسام إدارة الشؤون المعنوية، وتنظيمها في أداء أعمالها، مثل قسم مركز خدمة المواطنين، وهو القسم الخاص بجميع خدمات الأفراد (العسكريين) والمدنيين من أسر رجال القوات المسلحة المصرية؛ حيث يتم تقديم الخدمات لهم فيما يتعلق بالأندية الاجتماعية/ رحلات الحج والعمرة.. وغيرها من الخدمات، ويأتي القسم الثاني متمثلاً في المركز الإعلامي من خلال دلالة الصورة الصغيرة (الورقة والقلم) دلالة عن الأنشطة التحريرية والنشر وتحليل المعلومات، ووجود صورة أخرى (قمر صناعي) دلالة على أنشطة قسم المشاهدة ونظم المعلومات والدعم الفني، حيث يأتي من أبرز مهام هذا القسم إعداد الحملات الإعلامية والتوعوية، ونشر المادة الإعلامية عبر منصات

التواصل الاجتماعي التابعة للقوات المسلحة، وجمع كل ذلك في (يد أحكمت قبضتها على ساري العلم) حفاظاً على راية الدولة، وخدمة لأبنائه.

بطاقة فنية عن المحتوى المرئي المقدم:

■ اعتمد تصوير جميع المحتوى المرئي الذي تم تقديمه عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على كاميرات عالية الجودة من نوعية (4K)، المعروفة بالدقة فائقة الوضوح 4 أضعاف مقارنة بدقة 1080 بكسل، بمعدل (2160 × 3840) بكسل، أو بتسويق DCI بمعدل (2160 × 4095) بكسل على بعض الكاميرات، وهو ما ساعد على نقاء الصورة المقدمة، وقد ساعدت هذه التقنية في إضفاء وضوح للصورة بدقة ألوان أكثر عمقاً وحدة تباين معززة، إضافة إلى مستويات سطوع مثالية يمكنها أن تظهر على الشاشة عندما يحتاجها المشاهد، الأمر الذي يتيح للمشاهدين الاستمتاع بنفس مستوى السطوع بغض النظر عن البيئة المحيطة أو تغير الوقت. ومع تجهيز التلفاز بصورة مليئة بالحيوية والديناميكية نتيجة احتوائها على أكثر من مليار لون، يقدم جهاز تلفاز QLED حجم ألوان دقيق بنسبة 100٪، حيث يتم توفير تلك الألوان بواسطة تكنولوجيا العرض النقط Quantum Dots التي طورتها سامسونج لتتيح للمشاهدين الاستمتاع بتجربة مشاهدة حية وغنية بدرجة ألوان مثالية حتى في المشاهد الأكثر سطوعاً.

■ **الرسالة التشكيلية:** جاءت الصورة داخل كل لقطة مفعمة بالحيوية تستحوذ على عين القارئ؛ مما يكسبها مزيداً من الإقناع بمضمونها المكتز بالدلالات، حيث حققت بساطة تكوينها وعدم ازدحامها رؤية أكثر وضوحاً للمشاهد وأكثر راحة لعينه، وهو ما انعكس على سهولة الحركة بين عناصرها، وقد جاء زمن تصوير أغلب اللقطات بالنهار والذي يدل على العمل والانطلاق.



من حيث أحجام اللقطات:

✓ اعتمدت افتتاحية المحتوى المرئي عينة الدراسة جميعها في المقدمة على حجم اللقطة البعيدة جداً (Very Long shot)؛ وذلك لتقديم معالم المشهد كاملة ولتوضيح صورة عامة عن المشروع الذي تم تحقيقه أو إنجازه.

✓ ثم حجم اللقطة البعيدة (Long shot) والذي تم استخدامه في استعراض المشهد كاملاً، كما أضفى على المشاهد إحساس رؤية العين المجردة لكل تفصيلاً داخل موقع التصوير.

✓ حجم اللقطة القريبة (close up shot) وهو أحد أهم أدوات المخرج للتعبير عن جودة وصلاحيته وكفاءة ما يتم تصويره، وفيه يتم لفت الانتباه إلى ما تم تحقيقه وإنجازه.

✓ حجم اللقطة المتوسطة (medium shot) حيث يستخدم هذا الحجم في التعرف على إشارات وحركات الجسم كالأرجل والأيدي، ويساعد في الانتقال ما بين اللقطات القريبة والبعيدة، وهو ما تم الاعتماد عليه عند الاستعانة بمشاهد لأفراد أو شخصيات بارزة.

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

وعلى ما سبق يمكن القول بأنه كان هناك إدراك تام بالمصطلحات التي تعبر عنها أحجام الصورة المأخوذة بالكاميرا وهو ما يتم بشئ من الاحترافية ما بين الإخراج ومدير التصوير باتفاق مسبق بينهم على المغزى من هذه اللقطة، وكيفية توظيف أحجام وزوايا الكاميرا فيها لتوصيل المعنى للمشاهد ضمناً.

المحتوى الأول (كنوز مصرية):

تاريخ البث 2021/1/23 مدة المحتوى المرئي: 9 دقائق و20 ثانية.

يندرج هذا المحتوى تحت تحقيق أهداف محور التنمية الاقتصادية (اقتصاد).

وصف المحتوى:

يأتي هذا المحتوى ليوضح دور الدولة والقوات المسلحة في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية في مجال الاستزراع السمكي، والحيواني، وتنمية الثروة المحجرية من خلال لقطات مصورة، يصحبها تعليق صوتي، أو مقتطفات من حديث رئيس الجمهورية فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية من خلال المشروعات القومية المختلفة، واختتم المحتوى بأغنية

مع تسليط الضوء على استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية في خدمة هذه المشروعات، وتوضيح العائد منها على المدى القريب والبعيد؛ والذي يهدف لتوفير احتياجات المواطن المصري من الغذاء، وتوفير فرص عمل للشباب، وفتح آفاق جديدة للاستثمار.



الإطار الزماني والمكاني للمحتوى:

افتتاح المشروعات القومية الكبرى بمناطق مختلفة: مشروع الفيروز للاستزراع السمكي شرق التفريعة، مشروع الاستزراع السمكي (النوبارية) ببورسعيد، المشروع القومي لتنمية الثروة الحيوانية الفيوم (قبلي قارون)، مشروع استثمار الثروة الحجرية برأس سدر والعين السخنة (يناير 2021).

الرسالة الأيقونية:

المدائل في المستوى الثاني	المدائل في المستوى الأول	الدوال الأيقونية	رقم الدقيقة
تضافر جهود الدولة والقوات المسلحة في تحقيق أهداف التنمية.	الرئيس السيسي أثناء افتتاح أحد المشروعات في حضور ضباط يرتدون زي القوات المسلحة المصرية	الأشخاص	(1)
الدولة القوية تبنى بسواعد أبنائها	عمال- أطفال- سيدات		
تنوع المشروعات القومية واتسارها في جميع أرجاء الجمهورية.	مصانع- بحيرات استزراع سمكي- مناطق سياحية- مباني ومنشآت تحمل اسم تحيا مصر- مجمعات سكنية جديدة	الأماكن	

الرسالة التضمينية:

قوة الدولة في قوة رئيسها وقواتها المسلحة التي تقف دائماً خلف القيادة السياسية، حيث أوضح التعليق الصوتي المصاحب لهذه الدقيقة إصرار الدولة المصرية وقيادتها للسعي نحو التنمية في شتى المجالات، فجاءت جملة (الدولة قالت كلمتها) مصاحبة لصورة الرئيس السيسي وخلفه مجموعة من ضباط القوات المسلحة في افتتاح أحد المشروعات القومية (مع إشارة يد له تدل على الإصرار)، ثم مشهد آخر يحمل تعليقاً صوتياً (وسرعت خطاويها) مصاحب لصورة (إنشاءات لمبانٍ ومصانع ومزارع سمكية وحيوانية ومجمعات كبيرة) ذات حركة سريعة مع إيقاع موسيقي حماسي (كالمعتاد على مسامع المشاهد من مقاطع موسيقية في الاحتفالات العسكرية) في الإشارة إلى السرعة، في حين

جاء التعليق الصوتي المصاحب لصور حية من مواقع المشروعات القومية المختلفة عبارة عن جزء من حديث للرئيس السيسي يقول فيه بصوته: (خليني أقولكم أن اللي شايفينه قدامكم دي خطوة على طريق، ده مش كل الطريق) دلالة على كثرة وتعدد المشروعات القومية الكبرى التي تستهدف الدولة تحقيقها تعاوناً مع القوات المسلحة المصرية، وبتكاتف جهود أبنائها من الرجال والنساء والعمال، في حين تأتي صورة الطفل لتعبر عن المستقبل المشرق بإذن الله، كما احتوت هذه الدقيقة على صورة (لعامل يخرج من نفق مظلم إلى مكان مضيئ) صاحبها تعليق صوتي (مشاريع قومية أعطتنا الأمل في المستقبل ونورت طريق حلمنا)، حيث تم الاستعانة بحجم اللقطة البعيدة (long shot)، وزاوية تصوير (رأسية منخفضة) للعامل: لتظهره أكثر طولاً، وقوة وإجلالاً له، كما إنها تبعث في نفس المشاهد إحساساً بقدرة هذا العامل على السيطرة هذا على المستقبل من خلال العمل الجاد.

المحتوى الثانى (يد تحمى ويد تبني):

تاريخ البث 28 / 6 / 2021 مدة المحتوى المرئي: 4 دقائق و19 ثانية.

يندرج هذا المحتوى تحت تحقيق أهداف محور التنمية الاجتماعي (تعليم/ ابتكار/ صحة/ ثقافة/ عدالة اجتماعية).

وصف المحتوى:

يأتي هذا المحتوى ليوضح الدور العظيم والجليل للقوات المسلحة المصرية في إنقاذ الدولة المصرية من السقوط في الهاوية بعد أحداث 25 يناير 2011 وما تلاها من تبعات في محاولة النيل من أمنها وأمان شعبها، وحتى إجراء انتخابات رئاسية مبكرة خلال المرحلة الانتقالية؛ وهو ما يعني كفاءتها في أداء مهامها وتحملها الصعاب في السلم والحرب.

ثم الدور البارز لها بعد ثورة 30 يونيو 2013 والسعي بخطى واسعة للنهوض بالأمة المصرية في شتى المجالات، مع توضيح أبرز المشروعات القومية التي قامت القوات المسلحة بتنفيذها.

الإطار الزمانى والمكانى للمحتوى:

(بدءاً من يناير 2011 وحتى يونيو 2021).

الرسالة الأيقونية:

رقم الدققة	الدوال الأيقونية	المدائل في المستوى الأول	المدائل في المستوى الثاني
(1)	الأشخاص	طلبة الكليات الحربية	الجيش المصري جيش نظامي تكونت عناصره من أبناء مصر البواسل
		الرئيس السيسي وكبار قيادات القوات المسلحة	تضامن قيادات الدولة للحفاظ على أمن الوطن ومقدراته
		الشعب المصري متظاهراً	رفض الشعب لما كان يحدث ومطالبته بتدخل قواته المسلحة إدراكاً لحيادتها
		شيخ- قسيس- شباب الحركات السياسية - رجال الأحزاب	كافة طوائف الشعب تشارك في بناء دولتهم
الأشياء	علم مصر يرفرف فوق سماءها	توثيق مفهوم سيادة الدولة	
	دبابات- أسلحة- ذخيرة	قوة التسليح للجيش المصري، ولا أحد يستطيع التعدي على أراضيه بإذن الله	
	عربات دفع رباعي- ذخيرة حية - سيارات مفخخة- عمليات تخريب	شدة ما تعرضت له مصر من إرهاب ممنهج	

الرسالة التضمينية:

- ✓ مفهوم سيادة الدولة يتحقق بالسيطرة على حدودها، والحفاظ على أراضيها ضد أي معتد.
- ✓ الحفاظ على أمن مصر في السلم والحرب هو الهدف الرئيس للقوات المسلحة.
- ✓ إدراك حجم الخطر الذي كانت تواجهه مصر سعياً لتحقيق مخططات تهدد أمن الوطن وأمانه، من خلال العمليات الإرهابية.

أوضح التعليق الصوتي المصاحب لهذه الدققة المهام الأساسية للقوات المسلحة والتي تسعى لتحقيقها، وهو حماية الوطن وشعبه والحفاظ على مقدراته، ف جاء التعليق المصاحب للصورة (القوات المسلحة المصرية أقسم رجالها يمين الولاء بأن تظل راية مصر عالية خفاقة تعانق السماء)، في حين جاء في الخلفية الصوتية أداء القسم العسكري (أعاهد الله).



ثم جاء المشهد التالي في ذات الدقيقة ليوضح طلاب الكليات العسكرية أثناء أداء يمين الولاء، وهو ما يؤكد على أن كافة عناصر الجيش المصري هم من أبنائه أي أنه جيش نظامي، يعتمد على أبناء وطنه ولا يعتمد على عناصر مرتزقة، وهو ما حملته لفظ (العسكر) الذي أطلقه البعض أثناء أحداث يناير 2011 حيث سعت هذه الحملة المنهجية إلى تشكيك الشعب في جيشه، وهو ما لم تستطع المخططات المرسومة أن تتجح فيه .



الرسالة الأيقونية:

رقم الدقيقة	الدوال الأيقونية	المدائل في المستوى الأول	المدائل في المستوى الثاني
(3)	الأشخاص	عمال داخل مصانع	العمل المستمر
		الرئيس السيسي في زيارة للمصانع ومشروعات، وخلفه رجال القوات المسلحة	رغبة الدولة في تحقيق التنمية استناداً على القوات المسلحة
		أطفال داخل عشوائيات	مستقبل مظلم
	الأماكن	مصانع	التنمية والعطاء
		مباني داخل عشوائيات	الوضع السيئ الذي آل إليه الفساد
		مدن جديدة- العاصمة الإدارية- مشروعات قومية كبرى ومتنوعة	سعي الدولة لإحداث نهضة تنموية في شتى المجالات

الرسالة التضمينية:

- ❖ مصر دولة آبية قوية رغم التحديات.
- ❖ الدولة المصرية تستطيع أن تقهر الأزمات لتغير الواقع وتنهض مستندة على جيش قوي.
- ❖ الحفاظ على الأمن الداخلي والخارجي هو أحد الركائز الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة.



الخلاصة ومناقشة النتائج:

أولاً: نتائج تحليل المضمون:

- برزت جهود القوات المسلحة المصرية جلية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة فيما يتعلق بمحاورها المختلفة (الاجتماعي-الاقتصادي-البيئي).
- جاءت الصور الموضوعية أبرز أنواع الصور المستخدمة في المحتوى المرئي المقدم عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري خلال فترة التحليل.
- اعتمد المحتوى المرئي عينة الدراسة على المواد الفيديوية الحية لإبراز الجهود التي تبذلها القوات المسلحة لتحقيق أهداف التنمية.
- اعتمد المحتوى المرئي عينة الدراسة على استراتيجتي (الإعلام والإجماع) كأكثر استراتيجيات الاتصال استخداماً.
- جاءت الاستمالات المنطقية أكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً.
- أوضح ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من خلال (التعليقات/المشاهدات/المشاركات) مدى أهمية الدور الذي تقوم به هذه المنصات في

التواصل مع المجتمع، وكذلك شرح وتوضيح دور القوات المسلحة المصرية في دعم خطط التنمية، وزيادة الوعي بأهداف ورؤية مصر 2030.

بدأت كافة فيديوهات المحتوى المرئي الخاص بتقديم المساعدات الطبية والغذائية إلى الدول الشقيقة بجملة (تنفيذاً لتوجيهات القيادة السياسية)، وهو ما يوضح أن القيادة السياسية في مصر تسعى لتوطيد العلاقات مع كافة الدول، وخلق أواصر صلة جيدة تضمن لمصر التواجد الفعال داخل المجتمع الدولي.

ثانياً: نتائج التحليل السيميولوجي:

انطلاقاً من التحليل السيميولوجي للصورة التلفزيونية المصاحبة لأنشطة القوات المسلحة المصرية بهدف معرفة أبعادها ودلالاتها، حيث تُعد الصورة نسقاً أيقونياً دالاً يتضافر ويتفاعل بداخله مجموعة من العلامات والرموز؛ توصلت الدراسة إلى أن: الصورة المقدمة من خلال المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري كانت ركزت على تلك الجهود التي تقوم بها المؤسسة العسكرية المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ضمن رؤية مصر 2030، وذلك بالتعاون مع كافة مؤسسات الدولة في إطار

إحكام المقاربة الشمولية إلى جانب مقاربة الفرد لتحقيق التقدم والنمو والرخاء لمصر. إن الهدف الأساسي والرئيس للقوات المسلحة المصرية هو حماية الأمن القومي بمفهومه الشامل ولا يمكن حصر دورها في حماية الحدود فقط، أو ترك الدولة تفرق في أزماتها دون التدخل وحل تلك الأزمات، فحماية الأمن القومي لا تقف عند المفهوم العسكري فقط، ولكنها تشمل الأمن السياسي الاجتماعي والاقتصادي والأمني والعسكري والبيئي، فإذا حدث أي خلل في أي عنصر يؤثر بشكل مباشر على الأمن القومي للدولة، كما أنه يؤثر على استقرارها ووحدتها. لقد ظهر دور الجيش خلال ثورة يناير عندما انحازت لمطالب الشعب المصري ورفضت أن تتحاز لطرف آخر، وذلك حفاظاً على إرادة الشعب، وتحمل قيادات المجلس الأعلى للقوات المسلحة وقتها الكثير من الانتقادات، وعندما خرج الشعب مرة أخرى في 30 يونيو ضد جماعة الإخوان انحازت القوات المسلحة للشعب مرة أخرى حفاظاً على الأمن والاستقرار داخل الدولة.

عند تحليل الصور الموجودة في أغلب فيديوهات المحتوى المرئي ومطابقتها مع التعليق أو الصوت المصاحبة لها لاحظت الباحثة الربط الدائم بين صورة الرئيس السيسي،

ومصاحبته لكلمات (مصر - الدولة - الوطن) وهو ما يعني أنه يتم الربط بين الوطن وشخص الرئيس السيسي.

وعلى الجانب التقني أوضحت النتائج ما يلي:

- جاء إنتاج المحتوى المرئي المذاع عبر الصفحة الرسمية تابعاً لإدارة الشؤون المعنوية بالقوات المسلحة المصرية باستخدام أحدث تكنولوجيا التصوير؛ مما أكسبه جودة عالية للصورة، سمحت لعين المتلقي إدراك قيمة ما يتم إنجازه على أرض مصر، كما أثبت للمتلقي مدى مصداقية هذا المحتوى نظراً لصدوره عن جهة مسؤولة.
- اعتمدت افتتاحية المحتوى المرئي عينة الدراسة جميعها في المقدمة على حجم اللقطة البعيدة جداً (Very Long shot) والتي تستخدم كلقطة تأسيسية لتوضيح المكان الذي يتم التصوير فيه، وللسماح للمشاهد بفهم المكان وأماكن الأشخاص فيه، وهو ما يكسب الجمهور الإحساس بالتواجد داخل أماكن تلك المشروعات.
- كان هناك إدراك تام بالمصطلحات التي تعبر عنها أحجام الصورة المأخوذة بالكاميرا؛ وهو ما تم بشئ من الاحترافية ما بين الإخراج ومدير التصوير باتفاق مسبق بينهم على المغزى من هذه اللقطة، وكيفية توظيف أحجام وزوايا الكاميرا فيها لتوصيل المعنى للمشاهد ضمناً.

قائمة المراجع:

- (1) رؤية مصر. 2030. <http://www.cabinet.gov.eg/Arabic/GovernmentStrategy/Pages/Egypt'sVision>.
- (2) عبدالرحمن محمد حسن. "التنمية المستدامة ومتطلبات تحقيقها"، الملتقى العلمي: استراتيجية الحوكمة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة. جامعة المنستلية، الجزائر، 2011.
- (3) خالد محمد الشال. "اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات الأمنية في وارة الداخلية بالإمارات العربية المتحدة: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب: جامعة المنصورة، 2019).
- (4) سماح المحمدي. "اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، مجلد 2، ع 18، 2019، ص 1: 79.
- (5) رالا عبدالوهاب. "بناء أجندة القضايا العربية والعسكرية في صفحات المتحدث العسكري: دراسة مقارنة بين مصر وإسرائيل"، مجلة الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
- (6) محمد زيدان الخرابشة. "الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيس بوك: دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2018).
- (7) yarchi, Tal Samuel azran & Moran. "military public diplomacy 2.0 the Arabic face book page of Israeli defense forces spokes personal ." the Hague journal of diplomacy ,VO:13,Issue:3, (2018) : PP : 323-344.
- (8) سهير عثمان عبدالحليم. "توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية: دراسة ميدانية على المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، العدد 50/ مارس، 2015.
- (9) مروة السعيد السيد. "اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، العدد 56، ج 3، 2021: ص ص 1150: 1206.
- (10) Ahmad Abu-Akel, Andreas Spitz, Robert West. "Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic ." Jan 12, 2021. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33510664/> (accessed feb 4, 2022)
- (11) Krasnyak, Olga. ", Foreign ministry's spokesperson in public diplomacy: a case of Russia,." Russian Journal of Communication, Volume 12, Issue 2, 2020.
- (12) نها نبيل الأسوددي. "استراتيجية مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية (دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي)"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، شعبة الاتصال والإعلام، 2018).
- (13) Hannelore Crijnsa, An-Sofie Claeysb, Veroline Cauberghea, Liselot Huddersa, ". " Who says what during crises? A study about the interplay between gender similarity with the spokesperson and crisis response strategy ". Journal of Business Research, 79, (2017), : , p p 143-151.
- (14) علي عبد الهادي عبد الأمير. "مصادقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي: دراسة مسحية"، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد 10، ع (41)، 2018.
- (15) Announcements, HIV Public Service. "The Responses to Xiao Wang," 27 Mediating Role of Attitude toward the Ad and Source Identification", " Intercultural Communication Studies XXVII: 1,, 2018.

(16) A.Zerfass, D.Verčič,D.VerčičM.Wiesenberga. "The dawn of a new golden age for media relations?: How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices." Volume 42, Issue 4, November 2016: Pages 499-508.

(17) شارع بن مزيد البقمي. "اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين في مدينة جدة". المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال السعودية، (13)، مايو، 2015: ص ص 44: 54.

(18) مني طه محمد. "دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة" رؤية مصر 2030، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع: 25، أبريل/ يونيو، 2019: ص ص 72 : 151.

(19) أنغام مجدي إبراهيم سليمان. "التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها: دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام)، 2018.

(20) محمود زكي. "التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030" وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل". رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2018).

(21) إلهام يونس. "تناول قضايا تنمية المرأة الريفية في برامج تلفزيون الدولة من منظور المسؤولية الاجتماعية دراسة تحليلية"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع 2، 2017.

(22) رضا عبد الواحد أمين. "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية على الجمهور البحريني"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 17، يوليو/ ديسمبر، 2017.

(23) لإمان محمد، سمر أحمد حسنين. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري على فيسبوك "نموذجًا"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع(19)، أكتوبر- ديسمبر، 2017.

(24) نصر الدين عبد القادر عثمان. "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة- الوعي البيئي نموذجًا- دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، ع 15، يونيو، 2017.

(25) نورة بن وهيب و لمن هماش وفريدة كافي. "دور الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في الوطن العربي: قراءة في تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، المؤتمر العلمي الرابع "القانون الإعلامي. جامعة طنطا: كلية الحقوق، 22- 23 أبريل، 2017.

(26) Ralf Barkemeyer, Philippe Givry and Frank Figge. Trends and patterns in sustainability – related media coverage: A classification of issue – level attention. Environment and Planning C: politics and Space, 1-26. Doi: 10.1177/2399654417732337. Retri, 2017.

(27) Mejia, Catalina Montoya Londono and Vallejo. " Development vs. peace? The role of media in the Law of Victims and Land Resitition in Colombia, ." Media, War & Conflict. 1 22, 2017. . Retrieved From: <http:// Sagepub.com>. Accessed in.

(28) Beniamin knutsson. "Green machines? Destabilizing discourse in technology education for sustainable development critical education." <http:// search. ebsco host.com.>, 2018

(29) Kwang – jing yii, caroline geetha. "The nexus between technology innovation and CO2 emissions in Malaysia: evidence from gramger." 2017: 105.

(30) Walter leal filho. " evangelos manolas, paul pace. The future we want: key issues on sustainable development in higher education after rio and the un decade of education for sustainable development." International journal of sustainability in hgher education, 16(1),, 2015.

- (31) الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلحة. بلا تاريخ.
 (32) إبراهيم عصمت مطاوع. "التنمية البشرية بالتعليم والتعلم في الوطن العربي". بقلم دار الفكر العربي، ص: 10-11. القاهرة، 2003.
- (33) Mellen, Jason. " Sustainability and education: imagining a framework for our field." paper presented at the annual meeting of the 54th Annual conference of the comparative and international Education society, . "shaver House hotel, Chicago, Illinois,: online<PDF>2016-12-07http://citation.allacademic.com/meta/p400404_index.htmL, Feb 28, 2010.
- (34) Luu, Jodie. "'New Media of cultural sustainability through the Art' ". Paper presented at the annual meeting of the international communication Association,. Sheraton phoenix Downtown, phoenix, AZ,: Online >Application/PDF>.2016-12-07http://citation.allacadenci.com/meta/pp55240_index.html, May 24, 2012.
- (35) محمد فرحات. "التوظيف الدلالي للغة الصامتة والشعارات المصاحبة لأيقونات التنظيمات الإرهابية في الصحف المصرية خلال العقد (2011-2020م)". مجلة الاتصال الجماهيري، (جامعة بني سويف: كلية الإعلام)، 2020: ص 1 : 46.
- (36) فايزة يخلف. "دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الأفريقية". رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان، 1996: ص 69-70.

References

- .<http://www.cabinet.gov.eg/Arabic/GovernmentStrategy/Pages/Egypt'sVision>.
- Hassan, A. (2011). "altanmiat almustadamat wamutatalibat tahqiqiha", almultaqaa aleilamii: astiratijiat alhawkamat fi alqada' ealaa albitalat watahqi altanmiat almustadamati. jamieat Mastalia, Aljazayar.
- Alshaal, K. (2019). "aitijahat alnukhbat nahw dawr almutahadith alrasmii fi 'iidarat al'azamat al'amniat fi warat aldaakhiliat bial'iimarat alearabiat almutahidati: dirasat maydaniatan". risalat majistir ghayr manshuratin, (kuliyyat Aladab: jamieat Almansura).
- Almuhamadi, S. (2019). "aetimad alshabab almisrii ealaa safahat almutahadithin alrasmiiyn lilmuasasat alhukumiat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii: dirasatan maydaniatan". almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, (jamieat alqahirati: kuliyyat al'ielami), 18(2),1: 79.
- Aabd Alwhab, R. (2018). "bana' 'ajandat alqadaya alearabiat waleaskariat fi safahat almutahadith aleaskarii: dirasat muqaranat bayn misr wa'israyiyl", majalat alraay aleama, (jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielam).
- Alkharabisha, M. (2018). "al'iitar al'ielamii lildieayat al'israyiyyiat ealaa alfis buk: dirasat tahliliatan lisafhat almutahadith alrasmii biaism aljaysh al'israyiyyii", risalat majistir ghayr manshuratin, (Al'urdunn: jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyyat Al'ielam).
- yarchi, Tal Samuel azran & Moran. "military public diplomacy 2.0 the Arabic face book page of Israeli defense forces spokes personal ." the Hague journal of diplomacy ,VO:13,Issue:3, (2018) : PP : 323-344.
- Abd-Alhalim, S. (2015). "tawzif madmun alsafahat alrasmiiat bimawaqie altawasul alaijtimaeii fi alsahafat almisriat khilal almarhalat alaintiqaliati: dirasatan maydaniatan ealaa almuharirin aleaskariiyin fi alsuhuf alqawmiat walkhasati", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 50,.
- Alsayid, M. (2021). "aitijahat alnukhbat nahw dawr almutahadith alrasmii liwizarat alsihat walsukaan fi 'iidarat 'azmat kuruna: dirasat maydaniatan", majalat albuahuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami), 56(3), 1150: 1206.
- ⁽¹⁰⁾ Ahmad Abu-Akel, Andreas Spitz, Robert West. "Who Is Listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic ." Jan 12, 2021. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33510664/> (accessed feb 4, 2022)
- ⁽¹¹⁾ Krasnyak, Olga. ", Foreign ministry's spokesperson in public diplomacy: a case of Russia,." Russian Journal of Communication, Volume 12, Issue 2, 2020.
- Al'asdudi, N. (2018). "astiratijiat muajahat al'azamat ladaa alhukumat almisria (dirasatan fi tahlil khitab almutahadith alrasmii)", risalat dukturah

- ghayr manshuratin, (jamieat Al'iiskandaria, kuliyyat aladab, qism alaijtimae, shuebat alaitisal wal'ielama.
- Hannelore Crijnsa, An-Sofie Claeysb, Veroline Cauberghea, Liselot Huddersa,. "" Who says what during crises? A study about the interplay between gender similarity with the spokesperson and crisis response strategy ". Journal of Business Research,79, (2017),: ,p.p p143-151.
 - Al'amir, A. (2018). "mirdaqiat almutahadith alrasmiu lilhukumat ladaa aljumhur Aleiraqi: dirasat mashiatur", majalat albahith al'ielamii, mujalad 10, (41).
 - Announcements, HIV Public Service. "The Responses to Xiao Wang,"27Mediating Role of Attitude toward the Ad and Source Identification",. Intercultural Communication Studies XXVII: 1., 2018.
 - A.Zerfass, D.Verčič,D.VerčičM.Wiesenberga. "The dawn of a new golden age for media relations?: How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices." Volume 42, Issue 4, November 2016: Pages 499-508.
 - Albaqmi, S. (2015). "aitijahat al'ielamiyn nahw mirdaqiat almutahadith alrasmi: dirasatan maydaniat ealaa eayinat min al'ielamiyn fi madinat jida". almajalat allearabiat lil'ielam walaitisali, aljameiat Alsaedia lil'ielam walaitisal Alsaedia, 13 , 44: 54.
 - Muhamad, M. (2019). "dawr almawaqie alsahufiat fi taweat alshabab almisrii bialtanmiat almustadama "ruyat misr 2030", almajalat allearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 25, 72 : 151.
 - Sulayman, A. (2018). "altaghtiat alsahufiat liqadaya altanmiat almustadamat fi misr waitijahat alnukhbat nahwaha :dirasat tatbiqiatin", risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Almansura: kuliyyat aladab, qism Al'ielam).
 - Zaki, M. (2018). "altaghtiat altilifizyuniat liastiratijiat altanmiat almustadamat waruyat masr2030" waealaqatuha bitasawurat Aalmisiriyy ilmustaqbali". risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira : kuliyyat Al'ielam).
 - Yunis, I. (2017). "tanawal qadaya tanmiat almar'at alriyfiat fi baramij tilifizyun aldawlat min manzur almasuwliat alaijtimaeiat dirasat tahliliata", majalat Albuhuth waldirasat Al'ielamia, 2.
 - Amin, R. (2017). "aietimid aljumhur ealaa al'ielam aljadid kamasdar liilmaelumat ean qadaya altanmiat almustadamat dirasatan maydaniatan ealaa aljuhur albahraynii", almajalat Alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 17.
 - Muhamad, L., Hasnin, S.(2017). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi daem juhud altanmiat bialmujtamae almisrii ealaa fisbuk "nmwdhjan", almajalat Alearabiat libuhuth al'ielam wal'ititali, (19).

- Outhman, N. (2017). "tawzif al'ielam aljadid fi nashr alwaey biqadaya altanmiat almustadamati- alwaey albiyiyu nmwdhjan- dirasat maydaniatin", majalat buhuth alealaqat aleamat bi Alsharq Al'awst, 15.
- Wahiba, N., w limin Humash, L., Kafi, F. (2017). "dawr al'ielam fi tahqiq altanmiat almustadamat fi alwatan alearabii: qira'atan fi tatawur al'ada' walwasilat walwazifati", almutamar aleilmiu alraabie "alqanun al'ielamii. jamieat Tanta: kuliyat Alhuquqi, 22- 23.
- Ralf Barkemeyer, Philippe Givry and Frank Figge. Trends and patterns in sustainability – related media coverage: A classification of issue – level attention. Environment and Planning C: politics and Space, 1-26. Doi: 10.1177/2399654417732337. Retri, 2017.
- Mejia, Catalina Montoya Londono and Vallejo. " Development vs. peace? The role of media in the Law of Victims and Land Resitition in Colombia, ." Media, War & Conflict. 1 22, 2017. . Retrieved From: [http:// Sagepub.com](http://Sagepub.com). Accessed in.
- Beniamin knutsson. "Green machines? Destabilizing discourse in technology education for sustainable development critical education." [http:// search. ebsco host.com.](http://search.ebscohost.com), 2018
- Kwang – jing yii, caroline geetha. "The nexus between technology innovation and CO2 emissionsin Malaysia: evidence from gramger." 2017: 105.
- Walter leal filho. " evangelos manolas, pauul pace. The future we want: key issues on sustainable development in higher education after rio and the un decade of education for sustainable development." International journal of sustainabilityin hgher education,16(1),, 2015.
- <https://www.facebook.com/EgyArmySpox>
- Mutawiea, I. (2003).. "altanmiat albashariat bialtaelim waltaealum fi alwatan alearabii". biqalam dar Alfikr Alearabii, Alqahira. 10- 11
- Mellen, Jason. " Sustainability and education: imagining a framework for our field." paper presented at the annual meeting of the 54th Annual conference of the comparative and international Education society, . "shaver House hotel, Chicago, Illinois,: online<PDF>2016-12-07http://citation.allacademic.com/meta/p400404_index.html, Feb 28, 2010.
- Luu, Jodie. ""New Media of cultural sustainability through the Art" ." . Paper presented at the annual meeting of the international communication Association,. Sheraton phoenix Downtown, phoenix, AZ,: Online>Application/PDF>.2016-12-07http://citation.allacenci.com/meta/pp55240_index.html, May 24, 2012.

- Farahat, M. (2020). "altawzif aldalalii lilughat alsaamitat walshiearat almusahibat li'ayqunat altanzimat al'iirhabiat fi alsuhuf almisriat khilal aleaqd (2011- 2020mu). "majalat alaitisal aljamahirii, (jamieat Bani Suayf: kuliyyat Al'ielam), 1 : 46.
- Yakhlif, F. (1996). "dawr alsuwrat fi altawzif aldalalii lilrisalat al'iielaniati: dirasat tahliliat simiulijiatan lueayinatan min 'iielanat majalat althawrat Al'afriqia". risalat majistir ghayr manshurat fi eulum al'ielam walaitisali, Aljazayar, Jwan,: 69- 70.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of 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 : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, 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 61 April 2022 - part 3

● 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.