تناول البرامج الحوارية التليفزيونية لمشروعات تنمية القرى المصرية واتجاهات الجمهور نحوها "مبادرة حياة كريمة نموذجاً"*

أميرة مصطفى عبد الحميد **

يعانى العالم اليوم من عدة مشكلات على مختلف الأصعدة سواء البيئية والاجتماعية والاقتصادية والغذائية والمشكلات الصحية والسكانية أيضًا، مما أدى لزيادة الحاجة للتوصل إلى حلول أمنية ومستقبلية تساعد فى القضاء على جميع المشكلات التى تهدد المجتمعات على المستوى العالمى. وتعد التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها ومجالات اهتمامها ونظرتها المستقبلية هى أنسب الحلول للقضاء على تلك المشكلات، ولذلك أصبح هناك اهتمام عالمى بشكل ملحوظ بالتنمية المستدامة والتى تسعى الدول لتحقيق أهدافها فى المجالات المختلفة.

وفى إطار تحقيق أهداف التنمية المستدامة، حققت مصر إنجازات عديدة فى عهد الرئيس عبد الفتاح السيسى؛ حيث تم تخطيط وتنفيذ الكثير من المشروعات فعليًا والتى تسهم فى الإصلاح الاقتصادى فى إطار متغيرات غير مسبوقة على المستوى المحلى والإقليمى والعالمى؛ حيث استطاعت خلالها مصر تحقيق العديد من الإنجازات ولا تزال مستمرة فى البناء والتطوير على جميع المستويات السياسية، الصحية، الاقتصادية، السياحية، الثقافية وغيرها.

ويرجع سبب اختيار الباحثة لمشروعات التنمية الريفية بصفة خاصة لمدى أهمية التنمية الريفية فى تحقيق عملية التنمية المستدامة وهى "رؤية مصر ٢٠٣٠" التى تسعى الدولة لتحقيقها متمثلة فى كل من القيادات العليا والمجتمع المدنى، ولقد أكدت العديد من الدراسات العربية والأجنبية المختصة بمجال التنمية على مدى أهمية التنمية الريفية فى تحقيق عملية التنمية الشاملة للدول.

---

* رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه من كلية الآداب، قسم الاجتماع شعبة الاتصال والإعلام، جامعة الإسكندرية، ٢٠٢٤.

** مدرس علم الاجتماع، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

وتعد "مبادرة حياة كريمة" من أهم المشروعات التى تسعى جاهدة لتحقيق التنمية الريفية فى مصر والتى تهدف إلى التخفيف عن كاهل المواطنين بالمجتمعات الأكثر احتياجًا فى القرى المصرية؛ حيث تعتمد المبادرة على تنفيذ العديد من الأنشطة الخدمية والتنموية التى تسهم فى ضمان حياة كريمة لهؤلاء المواطنين وتعمل على تحسين ظروفهم المعيشية ودخل أبناء القرى الريفية حتى يتسنى لهم الحصول على فرص للعمل الشريف، وأن يتم ذلك بمشاركتهم الفعلية فى مختلف المشروعات والخدمات التى تساعد فى تحسين مستوى معيشتهم، بالإضافة إلى مشاركتهم فى توفير احتياجات إقامة تلك المشروعات والإشراف على تنفيذها، والاستفادة من خدماتها، مما يسهم فى تحسين أحوال مواطنى القرى.

ويأتى دور وسائل الإعلام وبصفة خاصة البرامج الحوارية (برامج التوك شو) بالتليفزيون والتى من شأنها أن تعرض للجمهور وتعلمه بجميع المستجدات التى تحدث فى المجتمع المصرى، وأن تسهم فى جعل الجمهور على دراية كاملة بإنجازات الدولة فى المجالات المختلفة، ولم يتوقف دورها عند عرض وتقديم المعلومات للجمهور؛ بل تتولى مسئولية دعم المشروعات التنموية التى تقوم الدولة بتنفيذها؛ حيث تعد البرامج الحوارية ضمن أكثر البرامج جذباً للمشاهدين ويتابعها الجمهور بشكل يومى ويعتمد عليها للحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث وفهم التفاصيل الدقيقة للأحداث المختلفة وكشف غموضها.

لذا تهتم هذه الدراسة بمعرفة دور الإعلام التليفزيونى متمثلاً فى البرامج الحوارية فى معالجة تلك الموضوعات الخاصة بالمشروعات القومية للدولة وبصفة خاصة مشروعات تنمية القرى الريفية فى ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتحقيق التنمية المستدامة من خلال "مبادرة حياة كريمة" كنموذج للدراسة الراهنة، وأيضًا معرفة اتجاهات الجمهور المشاهد نحوها.

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها

مشكلة الدراسة

تحظى البرامج الحوارية التليفزيونية باهتمام ملحوظ لدى قطاع عريض من الجمهور المشاهد؛ حيث يعتمد الجمهور على البرامج الحوارية لمعرفة جميع التطورات والأحداث المجتمعية وفهم كل جوانب القضايا المختلفة؛ حيث أشارت العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية إلى قدرة البرامج الحوارية

على تشكيل اتجاهات الرأى العام لما تتمتع به من تأثير قوى وملموس فى اتجاهات و رؤى الجمهور المشاهد، كما أن الوظيفة الأساسية للبرامج الحوارية التليفزيونية تكمن فى كشف الحقائق وإتاحة المعلومات الموثوقة للجمهور وتوفير ما يحتاجه المشاهد من المعرفة المتعلقة بقضايا معينة تشغل ساحة الرأى العام، بالإضافة إلى دورها فى توعية وتثقيف الجمهور بالأحداث والتطورات التى يشهدها المجتمع ويقع على عاتقها مسئولية توعية الجمهور بأهمية التنمية وتشجيع الدولة على إحداث عملية التنمية بالمجتمع بل الدعوة إليها إذا لزم الأمر.

تسعى مصر لتحقيق استراتيجية التنمية المستدامة ٢٠٣٠، وتتضافر جهود القيادات العليا والمجتمع المدنى بالدولة من أجل تحقيق ذلك ومن أجل تنفيذ العديد من المشروعات التنموية.

وتأتى ضمن تلك المشروعات "مبادرة حياة كريمة"، تلك المبادرة الرئاسية التى تسعى لتحقيق التنمية الريفية، والتى تمكن مصر من تحقيق رؤيتها للتنمية المستدامة ٢٠٣٠، كما أكدت الدراسات العربية والأجنبية التى اهتمت بمجال التنمية بالإضافة للتجارب العالمية للدول فى مجال التنمية الريفية على مدى أهمية التنمية الريفية فى تحقيق أهداف التنمية الشاملة المستدامة لأى مجتمع، و أن التنمية الريفية هى نواة تحقيق التنمية الشاملة لأنها أكثر المناطق التى يعانى سكانها من الفقر المدقع مما يؤثر بالسلب على الناحية الاقتصادية للدولة ككل، بالإضافة إلى أن عدم توافر الخدمات الأساسية بالمناطق الريفية وعدم الاهتمام بها مقارنة بالمناطق الحضرية يؤدى إلى حدوث فجوة تنموية يجب القضاء عليها مما يؤكد على مدى أهمية التنمية الريفية كونها شرطًا أساسيًا لتحقيق التنمية المستدامة.

ويمكن القول إن المشروعات التنموية تحتاج لمن يدعمها ويقوم بتوعية المواطنين بأهميتها وتوجيههم للقيام بدورهم فى مساندة الدولة وتنفيذ المشروعات التى تحقق عملية التنمية والتى تعود بالنفع على جميع أطياف المجتمع بأكمله، وهذا هو الدور الأساسى لوسائل الإعلام وبخاصة البرامج الحوارية التليفزيونية نظرًا لاعتبارها من أهم أنواع البرامج التى يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات وكما أنها من أكثر البرامج تأثيراً على اتجاهات الجمهور.

ولذا تسعى هذه الدراسة للوقوف على معرفة تناول البرامج الحوارية التليفزيونية لمشروعات تنمية القرى المصرية الأكثر احتياجًا من خلال "مبادرة حياة كريمة" كنموذج للتطبيق ومعرفة اتجاهات الجمهور نحوها.

أهمية الدراسة

- **الأهمية العلمية**

١- تتزامن الدراسة مع بروز المشروع التنموى الذى تقوم به الدولة بقيادة الرئيس السيسى تجاه القرى المصرية وهو "مبادرة حياة كريمة" من أجل تطويرها وإعادة بنائها بما يكفل لمواطنيها حياة كريمة، الأمر الذى يستدعى أن تقوم وسائل الإعلام وبصفة خاصة البرامج الحوارية التليفزيونية بتحليل الأخبار الخاصة بهذه المبادرة ومتابعة أحداثها ونقل المعلومات الخاصة بها للمتلقى.

٢- أصبحت المشروعات التنموية بصفة عامة ومشروع تنمية القرى المصرية بصفة خاصة موضوع حديث يحظى باهتمام كبير محليًا وإقليميًا وعالميًا.

٣- تهتم الدراسة بالتعرف على طبيعة تناول البرامج الحوارية للتنمية الريفية بشكل أكثر عمقًا فى ضوء تجارب العديد من الدول لمعرفة خبراتهم السابقة فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام والبرامج التليفزيونية لديهم تجاه التنمية الريفية، مما يمكننا من معرفة الآليات والسبل والإجراءات المتبعة للاستعانة بدور وسائل الإعلام فى تطوير المناطق الريفية للاستفادة منها فى التجربة المصرية والخروج بتوصيات مهمة بشأن هذا المجال.

٤- تهتم الدراسة بتسليط الضوء حول "مبادرة حياة كريمة" كأحد أهم المشروعات التنموية التى تستهدف الريف المصرى والقرى الأكثر احتياجاً، والتعرف على أهم الإنجازات ونتائج المبادرة وآراء الجمهور المستهدف نحوها.

٥- تفيد الدراسة فى التعرف على دور البرامج الحوارية التليفزيونية تجاه موضوع الدراسة من حيث توعية الجمهور وتشكيل اتجاهاتهم ودعم المشروعات التنموية التى تقوم بها الدولة وبصفة خاصة "مبادرة حياة كريمة" كون البرامج الحوارية التليفزيونية أحد المصادر الأساسية التى يستقى منها الفرد معلوماته والتى تساعده فى معرفة إدراك الواقع المجتمعى الذى يعيش فيه.

- **الأهمية التطبيقية**

١- ندرة الدراسات التى اهتمت بتنمية القرى المصرية بصفة عامة وبدور الإعلام تجاه هذه القضية وبصفة خاصة البرامج الحوارية التليفزيونية لما لها من تأثير قوى فى تشكيل اتجاهات الجمهور بالإضافة لاعتبارها من أكثر البرامج التى يلتف الجمهور العام حولها.

٢- تتيح هذه الدراسة معرفة الكيفية التى تتناول بها البرامج الحوارية التليفزيونية لمشروع تنمية القرى المصرية " مبادرة حياة كريمة " ومعرفة سمات البرامج وخصائصها.

٣- تتيح الدراسة معرفة مدى اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية التليفزيونية فى حصولهم على المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

٤- تعمل الدراسة على رصد درجة معرفة الجمهور بالقضية موضوع الدراسة من خلال ما تتناوله البرامج الحوارية التليفزيونية.

٥- تقوم الدراسة بتحليل ما تتناوله البرامج الحوارية التليفزيونية بشأن موضوع الدراسة والتعرف على اتجاهات الجمهور نحوها.

ثانياً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها

١- أهداف الدراسة

يكمن الهدف الرئيسى للدراسة الراهنة فى التعرف على كيفية تناول البرامج الحوارية التليفزيونية لمشروعات تنمية القرى المصرية "مبادرة حياة كريمة نموذجًا" ومعرفة اتجاهات الجمهور نحوها.

وينبثق من الهدف الرئيسى للدراسة مجموعة من الأهداف الفرعية، وهى كما يلى:

١- تحليل قدرة البرامج الحوارية التليفزيونية فى تناول مشروعات تنمية القرى المصرية وبصفة خاصة "مبادرة حياة كريمة" كنموذج لتلك المشروعات.

٢- التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصرى (عينة الدراسة) على البرامج الحوارية التليفزيونية فى الحصول على المعلومات.

٣- إبراز "مبادرة حياة كريمة" من حيث أهدافها واتجاهاتها ونتائجها.

٤- رصد الموضوعات والقضايا التى تركز عليها البرامج الحوارية التليفزيونية فى تناولها لمشروعات تنمية القرى المصرية (مبادرة حياة كريمة).

٥- التعرف على اتجاهات الجمهور المشاهد للبرامج الحوارية التليفزيونية وآرائه حول ما تقدمه من معالجة لإنجازات الدولة للمشروعات التنموية بالقرى المصرية " مبادرة حياة كريمة" كنموذج لتلك المشروعات.

٢- تساؤلات الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بوضع مجموعة من التساؤلات، وهى كالآتى:

التساؤل الرئيسى كيف تتناول البرامج الحوارية التليفزيونية لمشروعات تنمية القرى المصرية "مبادرة حياة كريمة نموذجًا" وما هى اتجاهات الجمهور نحوها؟ وقامت الباحثة بوضع مجموعة من التساؤلات الفرعية المنبثقة من التساؤل الرئيسى للدراسة مقسمة وفقاً لكل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، وهى كما يلى:

٣- تساؤلات الدراسة التحليلية

فئات الشكل

- ما هى القوالب الفنية التى تناولت من خلال البرامج الحوارية لموضوع الدراسة؟
- كيف تناولت البرامج الحوارية التليفزيونية لمبادرة حياة كريمة من حيث الأسلوب ووسائل الإبراز؟
- ماهية الضيوف المشاركين فى حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة؟
- ما طبيعة التغطية الجغرافية لموضوع الدراسة كما ظهر فى حلقات برامج العينة؟

فئات المضمون

- ماهية القضايا والموضوعات التى اهتمت بها البرامج الحوارية فى تناولها لموضوع الدراسة؟
- ما العبارات التى استخدمتها البرامج الحوارية فى تناول "مبادرة حياة كريمة"؟
- إلى أى مدى تهتم البرامج الحوارية التليفزيونية بقضايا الريف المصرى وسكانه؟
- ما الأسباب وراء تناول البرامج الحوارية عينة الدراسة لموضوع تنمية القرى الريفية؟
- ما دور البرامج الحوارية عينة الدراسة فى تحقيق عملية التنمية الريفية؟
- كيف كان الاتجاه الغالب لدى البرامج الحوارية نحو "مبادرة حياة كريمة" التى تقوم بها الدولة وإلى أى مدى تقوم البرامج بتشجيعها؟
- ما الأطر التى استخدمتها البرامج الحوارية التليفزيونية فى تناول موضوع الدراسة؟
- ما أساليب الإقناع المستخدمة لدى البرامج الحوارية فى عرض موضوع الدراسة؟

تساؤلات الدراسة الميدانية

- ما درجة تعرض الجمهور المصرى عينة الدراسة للبرامج الحوارية التليفزيونية؟
- ما الفرق بين البرامج الحوارية التليفزيونية الحكومية والخاصة من حيث درجة متابعة جمهور العينة؟
- ما مستوى معرفة الجمهور عينة الدراسة بمشروعات تنمية القرى المصرية(مبادرة حياة كريمة كنموذج لها) وما هى اتجاهاته نحوها؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو طريقة تناول البرامج الحوارية التليفزيونية لمبادرة حياة كريمة؟
- ما دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الحوارية التليفزيونية؟
- ما درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على البرامج الحوارية فى الحصول على معلوماتهم نحو مشروعات تنمية القرى المصرية؟
- ما أكثر البرامج الحوارية التى يتابعها الجمهور عينة الدراسة ولماذا؟
- ما تأثير البرامج الحوارية التليفزيونية على الواقع الاجتماعى لجمهور العينة؟
- إلى أى مدى استطاعت "مبادرة حياة كريمة" تحقيق ما يرغب فيه المواطن الريفى؟
- ما الاحتياجات التى يرغب المواطن الريفى بتلبيتها إذا لم تلبها "مبادرة حياة كريمة"؟
- ما السمات الديموجرافية للجمهور عينة الدراسة؟

ثالثاً: التوجه النظرى والإطار المنهجى للدراسة

١- اعتمدت الدراسة على نظريتين **(نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الأطر الإعلامية).**

٢- **نوع الدراسة:** يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التى تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث.

٣- **المنهج: تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامى** survey ويعد ضمن أكثر المناهج استخدامًا فى مجال البحوث العلمية، وهو منهج وصفى Descriptive يهتم بدراسة ظاهرة معينة فى منطقة جغرافية محددة بهدف الحصول على المعلومات التى تفيد فى تفسير الظاهرة موضوع الدراسة.

٤- **أدوات جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة فى جمع البيانات على ما يلى:

أ- **الدراسة الاستطلاعية:** قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية لمعرفة أكثر البرامج الحوارية مشاهدة، وتم إجراء الدراسة على عدد (٥٠) مفردة بحثية من الجمهور العام، وتبين من نتائج الدراسة أن أكثر البرامج الحوارية مشاهدة هى برنامج الحكاية للإعلامى عمرو أديب وبرنامج على مسئوليتى للإعلامى أحمد موسى ممثلة للبرامج الحوارية بالقنوات المصرية الخاصة وبرنامج التاسعة للإعلامى يوسف الحسينى ممثلاً للبرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية.

ب-**أسلوب تحليل المضمون:** قامت الباحثة بعمل مسح إعلامى شامل للبرامج الحوارية الثلاث (برنامج الحكاية للإعلامى عمرو أديب، برنامج على مسئوليتى للإعلامى أحمد موسى، برنامج التاسعة للإعلامى يوسف الحسينى) خلال الفترة من يناير ٢٠١٩ حتى ديسمبر ٢٠٢١؛ حيث تبين اهتمام البرامج الحوارية بالمبادرة عندما أطلقها سيادة الرئيس عبد الفتاح السيسى خلال الأشهر الأربعة الأولى من عام ٢٠١٩ ثم بعد ذلك اهتمت البرامج الحوارية بتغطية أحداث كورونا خلال عام ٢٠٢٠ ثم عاد الاهتمام بشكل ملحوظ وأكثر قوة فى الفترة من أكتوبر ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١.

- **عينة الدراسة التحليلية** :تم سحب عينة عمدية للبرامج الحوارية الثلاث (برنامج الحكاية للإعلامى عمرو أديب، برنامج على مسئوليتى للإعلامى أحمد موسى، برنامج التاسعة للإعلامى يوسف الحسينى) والمتمثلة فى الحلقات المتضمنة لفقرات تتناول "مبادرة حياة كريمة" خلال الفترة من يناير ٢٠١٩ حتى ديسمبر ٢٠٢١، وتم التحليل بمقدار ٩٠ ساعة و٥٨ دقيقة، بإجمالى ٦٩ حلقة للبرامج الثلاث.

ج-**استمارة الاستبيان:** قامت الباحثة باختيار عينة عمدية متاحة من الجمهور المصرى المستهدف لمبادرة حياة كريمة قوامها (٤٠٠) مفردة بحثية من سكان قرى محافظتى أسيوط والبحيرة والذين تتراوح أعمارهم من ١٨ عامًا فأكثر، تم اختيار القرى التى تم الانتهاء فيها من معظم إنجازات المبادرة فى مرحلتها الأولى حتى تستطيع الباحثة الوصول لنتائج أكثر دقة، وتم تقسيم العينة على المحافظتين بسحب ٢٠٠ مفردة بحثية من الإناث والذكور بقرى محافظة أسيوط وسحب ٢٠٠ مفردة بحثية من الإناث والذكور بقرى محافظة البحيرة.

د- دليل المقابلة المتعمقة

تم تصميم أداة المقابلة المتعمقة وإجراء عدة مقابلات مع عدد خمسة خبراء من المسئولين التنفيذيين لمبادرة حياة كريمة للحصول على مجموعة من المعلومات عن تنفيذ المبادرة بما يحقق أهداف الدراسة.

رابعاً: نتائج الدراسة

نتائج الدراسة التحليلية

١- احتل برنامج التاسعة- للإعلامى يوسف الحسينى- المرتبة الأولى ضمن برامج العينة الثلاث من حيث تناول "مبادرة حياة كريمة" خلال فترة التحليل، ويليه برنامج على مسئوليتى- للإعلامى أحمد موسى-، ثم برنامج الحكاية- للإعلامى عمرو أديب.

٢- قلت نسبة تناول برنامج الحكاية لمبادرة حياة كريمة خلال فترة التحليل.

٣- ارتفعت نسبة تناول البرامج الحوارية التليفزيونية الحكومية لمبادرة حياة كريمة عن البرامج الحوارية التليفزيونية الخاصة.

٤- جاء ترتيب القضية موضوع الدراسة وسط الحلقات ببرامج العينة فى المرتبة الأولى.

٥- احتل القالب الفنى "الحديث المباشر" المرتبة الأولى فى برامج العينة، يليه القالب الفنى "الحوار"، كما تم تناول القضية من خلال قوالب فنية أخرى مثل التقارير التليفزيونية واللقاء الخارجى والمناقشة.

٦- جاء عرض الفيديو فى المرتبة الأولى ضمن وسائل الإبراز المستخدمة فى عرض القضية موضوع الدراسة، كما اعتمدت البرامج على وسائل إبراز أخرى مثل ذكر الأرقام والإحصاءات، العناوين البارزة، الاتصال بالمسئولين من الوزراء والمحافظين، التعرف على آراء المواطنين والتحدث إلى المتطوعين والمسئولين التنفيذيين للمشروع التنموى ومنسقى المبادرة بالمحافظات المختلفة بالإضافة إلى استخدام الصور الثابتة والبث المباشر من موقع الحدث والاتصال بالمراسلين لمتابعة أعمال التنفيذ لمشروع حياة كريمة بالقرى المصرية، عرض الخرائط والإحصاءات، الاستشهاد بما نشر فى المواقع الرسمية بالسوشيال ميديا والاستشهاد بأقوال الصحف.

٧- عدم تركيز برامج العينة الثلاث على آراء المواطنين بالشكل الكافى بالرغم من كونهم العنصر الأساسى للقضية موضوع الدراسة.

٨- يعد برنامج على مسئوليتى هو الوحيد ضمن برامج العينة الذى تواصل مع المواطنين بشكل مباشر من خلال حلقتين عن طريق الاتصالات الهاتفية أو من خلال مقابلة الجمهور عند تفقد إنجازات المبادرة بإحدى المحافظات، بينما تم الاكتفاء فى بعض الحلقات الأخرى بالبرنامج وبعض حلقات برنامجى الحكاية والتاسعة بالتعرف على آراء المواطنين من خلال عرض التقارير التليفزيونية.

٩- احتل برنامج على مسئوليتى المرتبة الأولى من حيث المدة الزمنية لعرض قضية التنمية الريفية متمثلة فى "مبادرة حياة كريمة"، ويليه برنامجا الحكاية والتاسعة حيث تشابه كلاهما من حيث المدة الزمنية لعرض القضية.

١٠- زادت مشاركة الضيوف فى القضية موضوع الدراسة فى برامج العينة الثلاث.

١١- احتل الاتصال الهاتفى المرتبة الأولى ضمن أشكال مشاركة الضيوف فى القضية، كما اعتمدت البرامج أيضًا فى التواصل مع الضيوف من خلال الحضور فى الأستوديو والاتصال عبر شاشات العرض.

١٢- احتل فى المرتبة الأولى المسئول الحكومى ضمن صفة ضيوف برامج العينة، كما كان كل من الخبراء الأكاديميين وخبراء الاقتصاد، الشباب المتطوعين بمبادرة حياة كريمة ومسئولى منظمات المجتمع المدنى ضمن ضيوف البرامج الحوارية الثلاث.

١٣- جاءت فى المرتبة الأولى التغطية الجغرافية لمبادرة حياة كريمة (عام) أى بجميع المحافظات المعنية بالمبادرة.

١٤- زادت التغطية الجغرافية للبرامج الحوارية خلال متابعتها لإنجازات "مبادرة حياة كريمة" فى محافظات الوجه القبلى (الصعيد) مقارنة بالوجه البحرى.

١٥- ندرة متابعة برامج العينة لإنجازات المبادرة فى المجتمع البدوى والمتمثل فى محافظة مطروح؛ حيث لم تتم متابعتها سوى مرة واحدة فى برنامج على مسئوليتى خلال فترة التحليل.

١٦- اعتمدت برامج العينة الثلاث على عدة عبارات معبرة عن القضية موضوع الدراسة وكانت أبرزها عبارة "أهالينا" والتى جاءت فى المرتبة الأولى، بينما جاءت فى المرتبة الثانية عبارة

"القرى الأكثر فقرًا/احتياجًا"، كما استخدمت العديد من العبارات الأخرى والتى جاء أبرزها "حقوق الإنسان"، "الفقر متعدد الأبعاد"، "الجمهورية الجديدة"، "الجمهورية الثانية"، "تحسين مستوى المعيشة"، "العدالة الاجتماعية"، "تكافؤ الفرص"، "متوسط الفقر"، "التنمية الاجتماعية"، "نموذج تنموى"، "التجربة المصرية"، "فلسفة حياة كريمة"، "فلسفة الحكم"، "الشمول"، "تغيير وجه الحياة".

١٧- ارتفعت نسبة متابعة البرامج الحوارية الثلاث المستمرة لمبادرة حياة كريمة.

١٨- جاء تركيز برامج العينة الثلاث على تشجيع التنمية الريفية فى المجتمع المصرى ضمن أسباب تناول "مبادرة حياة كريمة" فى المرتبة الأولى، كما قامت برامج العينة بتوعية الجمهور بأهمية التنمية، وعرض إنجازات الحكومة ومتابعة أدائها بالإضافة إلى متابعة الأحداث الجارية والتى يقع ضمنها موضوع الدراسة ومتابعة دور المجتمع المدنى ومشاركته فى عملية التنمية.

١٩- اعتمدت برامج العينة فى أسلوب عرضها لموضوع الدراسة على المعلومات فقط والذى جاء فى المرتبة الأولى، كما اعتمدت أيضًا على الأسلوب التوعوى والأسلوب المعتمد على الأسباب فقط فى عرض القضية موضوع الدراسة.

٢٠- غلب أسلوب الإقناع المنطقى الذى استخدمته برامج العينة فى عرض القضية موضوع الدراسة.

٢١- لم تعتمد البرامج الحوارية الثلاث على الاكتفاء باستخدام الاستمالات العاطفية فقط فى تناول المشروع التنموى "حياة كريمة".

٢٢- احتل الإطار الاجتماعى والتوعوى المرتبة الأولى ضمن الأطر المرجعية المستخدمة فى عرض الموضوع،كما اعتمدت البرامج الحوارية الثلاث على أطر مرجعية أخرى تضم الخبراء والمتخصصين، التصريحات الحكومية، الاطار التاريخى، الإطار السياسى، الاستشهاد بالتجارب الأخرى، الإطار الدينى، العلمى والثقافى.

٢٣- ساد الاتجاه الإيجابى نحو أطراف الموضوع والمتمثلة فى (مؤسسة الرئاسة، الحكومة، وسائل الإعلام، المجتمع المدني، المواطنون) فى كل فقرات العينة.

٢٤- اعتمدت برامج العينة الثلاث على تناول القضية موضوع الدراسة من خلال إطار المسئولية والاهتمامات الانسانية والذى جاء فى المرتبة الأولى، كما تم تناول الموضوع من خلال الإطار الاقتصادى، السياسى، الثقافى وإطار التعاون.

٢٥- تفتقر برامج العينة لتحقيق التوازن فى عرض وجهات النظر المتعددة تجاه القضية حيث سيطرت عرض وجهة النظر الواحدة على معظم فقرات العينة التى تناولت القضية موضوع الدراسة.

٢٦- ساد الاتجاه المؤيد لتحقيق التنمية الريفية وإنجازات "مبادرة حياة كريمة" فى كل فقرات العينة.

٢٧- ركزت برامج العينة خلال القيام بدورها التوعوى بالقضية موضوع الدراسة على التوعية بحق المواطن للعيش فى حياة كريمة والتى جاءت فى المرتبة الأولى، ويليه دفع المواطنين للمشاركة المجتمعية فى عملية التنمية الريفية بالإضافة إلى قيامها بتوعية المشاهد بدور منظمات المجتمع المدنى لتحقيق التنمية الريفية والتوعية بأهمية تنمية القرى الريفية لتحقيق التنمية المستدامة.

٢٨- قلّت توعية برامج العينة الثلاث للجمهور بأهمية تنمية القرى الريفية لتحقيق التنمية المستدامة.

٢٩- جاءت فى المرتبة الأولى تطوير البنية التحتية و التى تضم (السكن الكريم، الصرف الصحى، إنشاء محطات المياه، الكهرباء، الغاز الطبيعى، تبطين الترع وغيرها) ضمن الموضوعات والقضايا التى ركزت عليها البرامج الحوارية التليفزيونية فى تناولها لقضية مشروعات تنمية القرى المصرية "مبادرة حياة كريمة"، تليها فى المرتبة الثانية قضية تطوير قطاع التعليم، يليها فى المرتبة الثالثة قضية تطوير القطاع الصحى، ويليها فى المرتبة الرابعة قضية توفير فرص العمل ويليها مجموعة من القضايا المختلفة المتعلقة بموضوع الدراسة مثل تقديم المساعدات المادية والعينية وتجهيز العرائس وتوزيع كرتونة رمضان على الأسر الأكثر فقرًا واحتياجا، ودفع الديون للغارمات، ورش العمل وحملات التوعية وتوفير المشروعات الصغيرة، محو الأمية، تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (شبكة الإنترنت والهواتف)، إنشاء مركز خدمات متكامل وغيرها.

٣٠- ندرة اهتمام برامج العينة بالتركيز على قضايا تمكين المرأة الريفية على الرغم من أهمية مشاركتها فى عملية التنمية.

نتائج الدراسة الميدانية

١- وجود مستوى متوسط من مشاهدة البرامج الحوارية التليفزيونية لدى أفراد عينة الدراسة.

٢- زادت نسبة المشاهدة للبرامج الحوارية على القنوات التليفزيونية المصرية الخاصة وارتفاع نسبة الذكور فى تلك المشاهدة على الإناث.

٣- زيادة معدل مشاهدة البرامج الحوارية لبرنامجين أسبوعياً بين أفراد عينة الدراسة ويزيد فى ذلك معدل الإناث على الذكور.

٤- ارتفعت نسبة مشاهدة الذكور من أفراد العينة عن مشاهدة الإناث للبرامج الحوارية التليفزيونية.

٥- ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الحوارية مقارنة بمن لا يشاهدونها.

٦- جاء برنامج الحكاية للإعلامى عمرو أديب الأعلى من حيث نسبة المشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة.

٧- جاء توقيت البرامج الحوارية ضمن أهم الأسباب التى تؤدى إلى عدم قدرة بعض المبحوثين على مشاهدة ومتابعة تلك البرامج، وتتناسب أوقات عرض البرامج الحوارية المسائية مع الذكور أكثر من الإناث عينة الدراسة.

٨- جاء فى المرتبة الأولى الموضوعات التى يناقشها البرنامج كأساس لاختيار البرنامج الحوارى الذى تتم مشاهدته لدى الذكور والإناث، ويليها المذيع مقدم البرنامج فى المرتبة الثانية ثم توقيت العرض فى المرتبة الثالثة وأخيرًا القناة التى يبث من خلالها البرنامج لدى الذكور والإناث أفراد عينة الدراسة.

٩- زادت درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة من الذكور والإناث على القنوات التليفزيونية الخاصة فى حصولهم على المعلومات تجاه القضايا المختلفة.

١٠- زادت نسبة اعتماد المبحوثين على البرامج الحوارية التليفزيونية المصرية الخاصة فى الحصول على المعلومات عن المبادرة والتى جاءت فى المرتبة الأولى ضمن مصادر المعلومات التى يعتمد عليها المبحوثون، وجاء اعتماد الإناث على (البرامج الحوارية التليفزيونية المصرية الحكومية، البرامج الحوارية التليفزيونية المصرية الخاصة، النشرات الإخبارية التليفزيونية) فى الحصول على المعلومات عن المبادرة أكثر من الذكور، بينما يعتمد

الذكور على (وسائل التواصل الاجتماعى، من خلال حملات "حياة كريمة" عندما وصلت القرية) كمصادر للحصول على معلومات عن المبادرة أكثر من الإناث.

١١- وجود مستوى متوسط من الاعتماد على البرامج الحوارية التليفزيونية كمصدر للمعلومات لدى أفراد عينة الدراسة ويزيد فى ذلك الذكور على الإناث، كما يعتمد أفراد العينة بأسيوط على البرامج الحوارية التليفزيونية كمصدر للمعلومات أكثر من أفراد العينة بالبحيرة.

١٢- فيما يتعلق بمستوى الموافقة على عبارات تأثيرات البرامج الحوارية على الواقع الاجتماعى، تبين تساوى النسب المئوية بين الذكور والإناث فيما يخص العبارات (اكتساب معرفة تمكنى من تصور ما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل، التعرف على ما يحدث فى المجتمع، أن أعبر عن رأيى فى القضايا المطروحة، أشارك بالمناقشة مع الأصدقاء فيما أشاهده بالبرامج الحوارية)، وارتفعت نسبة الذكور على الإناث فى عبارات (تعلم كيفية التعامل بنجاح مع المواقف والمشاكل التى تواجهنى، تساعدنى البرامج الحوارية على تكوين وجهات نظرى تجاه القضايا المختلفة ، أشارك بالمناقشة مع أفراد أسرتى فيما أشاهده بالبرامج الحوارية)، بينما ارتفعت نسبة الإناث على الذكور فى عبارات (أن أظل متابعا للأحداث أولا بأول، أن أشعر بأننى جزء من حدث دون التواجد داخله). وجاءت عدم الموافقة لدى الذكور والإناث على عبارات (أن أكتشف طرقًا أفضل للتواصل مع الآخرين، أشغل وقت فراغى، غيرت البرامج الحوارية بعض أفكارى السلبية).

١٣- مما يدل على تأثير البرامج الحوارية فى الواقع الاجتماعى سواء للذكور أو الإناث أفراد عينة الدراسة، ويظهر ذلك فى الحصول على المعلومات والمعرفة ومناقشة الأحداث مع الأصدقاء وأفراد الأسرة والاهتمام بمتابعة الأحداث مما يدل على تأثير البرامج الحوارية فى الجانب الثقافى والفكرى والاجتماعى للمشاهدين من أقراد العينة الذكور والإناث.

١٤- وجود مستوى متوسط لتأثيرات البرامج الحوارية على الواقع الاجتماعى من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

١٥- وفيما يتعلق بمستوى الموافقة على عبارات الاهتمام ومتابعة "مبادرة حياة كريمة" بالبرامج الحوارية ، تبين زيادة الموافقة على عبارتى (اهتمت البرامج الحوارية التليفزيونية بمبادرة حياة كريمة، أيدت البرامج الحوارية مبادرة حياة كريمة) فى أسيوط عن البحيرة، بينما زادت نسبة

المعارضة لعبارات (اهتمت البرامج الحوارية التليفزيونية بالقرى المصرية قبل البدء فى مشروع حياة كريمة، اهتمت البرامج الحوارية بالمبادرة فى بدايتها فقط وقل اهتمامها بالمبادرة فيما بعد) فى أسيوط عن البحيرة، وزادت الاستجابة بمحايد فى عبارة (ركزت البرامج الحوارية فى تغطيتها لمبادرة حياة كريمة على بعض القرى دون الأخرى) فى أسيوط عن البحيرة، ويدل ذلك على شعور المبحوثين بأسيوط ممثلة لسكان الصعيد بعدم الاهتمام السابق بمشكلاتهم من قبل البرامج الحوارية وشعورهم بالاهتمام بقضاياهم ومشكلاتهم بعد بداية "مبادرة حياة كريمة" والاهتمام الإعلامى بها ممثلاً فى البرامج الحوارية التليفزيونية والتى ركزت بالفعل على أهالى الصعيد أكثر من الوجه البحرى نظراً لما عانت منه قرى الصعيد لسنوات عدة من انعدام للخدمات الأساسية مقارنة بقرى الوجه البحرى.

١٦- وجود مستوى متوسط من اهتمام البرامج الحوارية التليفزيونية بمبادرة حياة كريمة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

١٧- ارتفعت نسبة تفضيل أفراد العينة لنوعية البرامج التى تعتمد على مشاركة الجمهور بالبرنامج بالحضور أو الاتصال الهاتفى أو عبر وسائل التواصل الاجتماعى فى المرتبة الأولى، ويليه عندما يتحدث المذيع مباشرة للجمهور بدون ضيوف (الحديث المباشر) فى المرتبة الثانية، ثم عندما يكون هناك حوار بين المذيع وأكثر من ضيف لمناقشة القضية المطروحة (الحوار) فى المرتبة الثالثة، وأخيرًا عندما يتم التركيز على ضيف واحد ويعرض وجهة نظره بتعمق تجاه القضية المطروحة، ويفضل الذكور لمشاركة الجمهور بالبرنامج أكثر من الإناث.

١٨- جاءت عبارة (أتابعها عندما يكون هناك حدث أو قضية يثير التوتر بالمجتمع) فى المرتبة الأولى كأحد الدوافع وراء متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية، ويليه فى المرتبة الثانية (معرفة الأحداث الجارية وكل ما هو جديد)، ثم فى المرتبة الثالثة (الاهتمام بمعرفة طريقة عرض الموضوعات والقضايا المختلفة)، ثم فى المرتبة الرابعة (متابعة أداء الحكومة)، ثم (تساعدنى على تشكيل وجهة نظرى تجاه القضايا المختلفة) و(تساعدنى على فهم الواقع وتزيد من معلوماتى)، وأخيرًا (من أجل التسلية وشغل أوقات الفراغ) و(أصبحت عادة يومية)، وارتفعت نسبة الإناث عن الذكور أفراد عينة الدراسة.

١٩- ارتفاع معدل السماع عن "مبادرة حياة كريمة" وتساوى الذكور والإناث أفراد عينة الدراسة فى ذلك.

٢٠- جاءت فى المرتبة الأولى معرفة أفراد عينة الدراسة بأسيوط والبحيرة عن "مبادرة حياة كريمة" أنها مبادرة هدفها تحسين البنية الأساسية والخدمات الأساسية للقرى الريفية (مياه، صرف صحي، طرق المواصلات، تبطين الترع وغيرها) ضمن ما يعرفه المبحوثون عن المبادرة.

٢١- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بالبنية التحتية، وتساوى مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بالبحيرة والمبحوثين فى أسيوط.

٢٢- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بالبنية التحتية، وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بأسيوط عن المبحوثين فى البحيرة.

٢٣- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بالقطاع الزراعى والتنمية الزراعية وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بالبحيرة عن المبحوثين فى أسيوط.

٢٤- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بالقطاع الزراعى والتنمية الزراعية، وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين فى أسيوط عن المبحوثين بالبحيرة.

٢٥- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع الصحة وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بأسيوط عن المبحوثين فى البحيرة.

٢٦- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع الصحة وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين فى أسيوط عن المبحوثين بالبحيرة.

٢٧- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع التعليم وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بالبحيرة عن المبحوثين فى أسيوط.

٢٨- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع التعليم وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين فى أسيوط عن المبحوثين بالبحيرة.

٢٩- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع تساوى مستوى وعى المبحوثين بالبحيرة وأسيوط بمعظم إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٣٠- ارتفاع مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثين بأسيوط عن المبحوثين فى البحيرة.

٣١- وجود مستوى متوسط لوعى أفراد عينة الدراسة بإنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بتمكين المرأة الريفية كما زاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثات بأسيوط عن المبحوثات فى البحيرة.

٣٢- انخفاض مستوى وعى أفراد عينة الدراسة بأن البرامج الحوارية التليفزيونية تشير إلى إنجازات "مبادرة حياة كريمة" المتعلقة بتمكين المرأة الريفية وزاد مستوى الوعى بذلك لدى المبحوثات فى البحيرة عن المبحوثات فى أسيوط.

٣٣- يرى معظم أفراد العينة أن البرامج الحوارية التليفزيونية تغطى "مبادرة حياة كريمة" بصفة عامة بشكل جيد، مما يعنى وجود مستوى متوسط من تغطية البرامج الحوارية التليفزيونية لمبادرة حياة كريمة بصفة عامة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ولكن ارتفعت النسبة فى محافظة أسيوط ممثلة للوجه القبلى عن محافظة البحيرة ممثلة للوجه البحري، كما ارتفعت النسبة لدى الذكور عن الإناث أفراد عينة الدراسة.

٣٤- ارتفاع مستوى الإنجازات التى قدمتها "مبادرة حياة كريمة" من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ورضا المبحوثين بشكل عام عن إنجازات المبادرة، بينما كان رضا الذكور أكثر من الإناث عن إنجازات المبادرة، وكان رضا المبحوثين عينة الدراسة بأسيوط أعلى من رضا المبحوثين بالبحيرة.

٣٥- نجحت البرامج الحوارية التليفزيونية فى تحقيق جانب "ترتيب الأولويات "ضمن التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد الجمهور على مشاهدة البرامج الحوارية فى متابعتهم لمبادرة حياة كريمة؛ حيث استطاعت البرامج الحوارية وضع "مبادرة حياة كريمة" ضمن أولويات اهتمام الجمهور عينة الدراسة والذى داوم معظمه على متابعة عملية التنمية الريفية المتحققة فى إنجازات "مبادرة حياة كريمة".

٣٦- استطاعت البرامج الحوارية التليفزيونية تحقيق الدعم المعنوى ورفع الروح المعنوية ضمن التأثيرات الوجدانية (العاطفية) المترتبة على اعتماد الجمهور على مشاهدة البرامج الحوارية فى متابعتهم لمبادرة حياة كريمة وارتفعت فى ذلك نسبة الذكور أكثر من الإناث أفراد عينة الدراسة، كما ارتفعت النسبة لدى أفراد العينة بأسيوط أكثر من أفراد العينة بالبحيرة.

٣٧- ارتفعت نسبة سلوك الخمول بدلاً من سلوك النشاط لدى الجمهور المشاهد من أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور على مشاهدة البرامج الحوارية فى متابعتهم لمبادرة حياة كريمة، وأكدت النتائج على ارتفاع سلوك النشاط لدى الذكور عن الإناث أفراد عينة الدراسة، وارتفاع سلوك النشاط لدى أفراد عينة أسيوط عن أفراد عينة البحيرة.

٣٨- معظم أفراد العينة من الذكور والإناث لا يمتلكون دخلًا شهريًا ثابتًا.

٣٩- جاءت أهم مقترحات المبحوثين للتطوير متضمنة ضرورة وجود رقابة ومتابعة لتنفيذ المشروعات التنموية

نتائج المقابلات المتعمقة

١- اعتمدت الدولة متمثلة فى وزارة التضامن الاجتماعى على جانب البحث العلمى وتطبيق العمل الميدانى فى الحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة لتحديد القرى الأكثر احتياجاً والأسر الأولى بالرعاية التى تستهدفها "مبادرة حياة كريمة".

٢- أصبحت التجربة المصرية للتنمية الريفية مرجعاً للكثير من الدول فى مجال تحقيق التنمية المستدامة.

٣- زادت مشكلات الأهالى بالصعيد (الوجه القبلى) مقارنة بمشكلات الأهالى بريف الوجه البحرى.

٤- تتركز مشكلات الأهالى بقرى الريف المصرى فى انعدام الحياة الآدمية وضعف الخدمات الأساسية.

٥- غلب على أهالى القرى المستهدفة الشعور بالقلق وعدم الثقة فى تنفيذ مشروع حياة كريمة قبل البدء الفعلى فى المبادرة.

٦- شعور المواطنين بالفرحة والرضا عن الأداء الحكومى بعد البدء فى تنفيذ مشروع حياة كريمة على أرض الواقع.

٧- يوجد بعض المواطنين ممن يقومون بالتركيز على استفادتهم الفردية للمبادرة دون الاهتمام بإنجازات المبادرة تجاه المجتمع الريفى بأكمله.

٨- يحافظ معظم الأهالى على الخدمات المقدمة بينما يوجد بعض المؤشرات التى تؤكد على احتياج بعض الأهالى إلى التوعية بالحفاظ على إنجازات المبادرة.

٩- يقوم المجتمع المدنى بدور بارز فى إطار الخدمات التى تقدمها المبادرة للريف المصرى اعتمادًا فى ذلك على تمويل المبادرة والوصول لأكبر قدر من المستفيدين من الأهالى وتقديم الخدمات الخاصة بالمسكن والبنية التحتية والخدمات الصحية والتعليمية وتقديم المساعدات الاجتماعية.

١٠- ارتفاع نسبة المتطوعين من الشباب فى "مبادرة حياة كريمة" من الذكور والإناث ضمن أهالى القرى المستهدفة وخارجها.

١١- كان للحرب الروسية الأوكرانية تأثير على ارتفاع الميزانية المخصصة للمبادرة بسبب زيادة أسعار مواد البناء.

١٢- تتركز الإنجازات الأساسية للمبادرة فى توفير سكن كريم، تطوير البنية التحتية وخدمات التعليم والصحة وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وإنشاء الملاعب ومراكز الشباب ومركز الخدمات المتكامل.

١٣- تتركز التدخلات الاجتماعية للمبادرة فى (حصر ذوى الهمم وتقديم ما يحتاجونه من خدمات، وإطلاق حملات التوعية، تجهيز العرائس، إنشاء مراكز الطفولة والأمومة).

١٤- لا توجد مطالب أخرى لأهالى القرى المستهدفة بخلاف ما توفره المبادرة من خدمات.

١٥- توجد رقابة من قبل الدولة على تنفيذ مشروع حياة كريمة حيث تخصص لجنة برئاسة مجلس الوزراء وينبثق منها عدة لجان فرعية للقيام بمهمة متابعة ورقابة كل جوانب المشروع التنموى.

١٦- تقوم الوزارات بدور المشارك والمساند للمبادرة إلى جانب دور المتابعة والرقابة.

١٧- لم تقم الدولة بوضع خطة مستقبلية لما بعد تنفيذ المبادرة فالاتجاه السائد هو إنجاز المشروع.

١٨- أجمع المسئولون التنفيذيون على أن البرامج الحوارية كانت تركز فى بداية تناولها لموضوع "مبادرة حياة كريمة" على توفير المعلومات الدقيقة حول القضية ولكن بعد ذلك أصبح التناول أكثر سطحية عن ذى قبل.

١٩- اتفق المسئولون على أن البرامج الحوارية التليفزيونية أثناء تناولها للمبادرة لم تذكر كل الجهود المبذولة فى تنفيذ أعمال المبادرة بل يتم الاستماع للقليل والذين يتحدثون من وجهة نظرهم الخاصة ولا يصفون التفاصيل الدقيقة والكاملة للمبادرة.

٢٠- يرى المسئولون أن البرامج الحوارية تحتاج إلى القيام بدورها التوعوى الكافى للمواطنين فيجب أن تستثمر فرصة تأثيرها فى أذهان المواطنين وتوعية الجمهور البسيط بالجهود المبذولة فى المبادرة.

٢١- اقترح أحد المسئولين التنفيذيين خلال المقابلة معه أن يتم تخصيص برنامج تليفزيونى قائم بذاته لرصد إنجازات "مبادرة حياة كريمة" ونقل أعمال المشروع مباشرة من واقع الحدث بقرى المبادرة.

خامساً: توصيات الدراسة

١- ضرورة توعية المواطنين عن طريق وسائل الإعلام ومن خلال المجالس المحلية بخطة الحكومة فى التنمية وخطوات تنفيذ المشروع وإخطار المواطنين المعنيين بالمبادرة بجميع التفاصيل التى يحتاجونها فيما يخص مشروعات حياة كريمة للحفاظ على الثقة بين الحكومة والمواطنين ولحق المواطن فى المعرفة.

٢- توصى الدراسة الراهنة بضرورة الاهتمام بقضايا الوعى لدى الجمهور العام المصرى فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية.

٣- ضرورة اهتمام البرامج الحوارية بآراء ووجهات نظر المواطنين فى القضايا المتعلقة بهم باعتبارهم الأشخاص الأولى بالتعبير عن وجهات نظرهم مما يحقق مصداقية المشاهد فى وسائل الإعلام.

٤- تعزيز فكرة الوعى الجمعى لدى المواطن من خلال وسائل الإعلام والندوات التوعوية والتثقيفية نظراً لوجود بعض من المواطنين لا تعنيهم إنجازات المبادرة للمجتمع الريفى بأكمله بل يطلبون إنجازات فردية وشخصية لهم وهذا من الصعب تحقيقه ويحتاج لتوعية.

٥- ضرورة أن يتولى القائمون بالاتصال بالبرامج الحوارية التليفزيونية مسئولية إحداث التوازن بين البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة وطبيعة ما تعرضه من موضوعات، فالبرنامج الحاصل على أعلى نسبة مشاهدة لدى الجمهور العام المصرى هو البرنامج الأحق بأن يكون الأكثر بين

البرامج الأخرى من حيث تناول موضوعات وقضايا مجتمعية مهمه مثل قضايا التنمية بالمجتمع المصرى والمبادرات الرئاسية.

٦- يجب عدم تغافل القائمين بالاتصال لأى من المحافظات المصرية المعنية بالقضية المعروضة منعاً لشعور سكانها بالتحيز لباقى المحافظات.

٧- أن يقوم صانعو القرار بوضع خطة مستقبلية لمرحلة ما بعد تنفيذ المبادرة للحفاظ على عملية التنمية واستمرارية التطوير.

٨- اهتمام البرامج الحوارية بقضية تمكين المرأة الريفية بصفة خاصة وقضايا تمكين المرأة بصفة عامة نظراً لأهمية دورها فى عملية التنمية.

٩- الاهتمام بالتبصر واستشراف المستقبل فيما يتعلق بإحداث عملية التنمية بالمجتمع المصرى من جانب صانعى القرار من ناحية ومن جانب الدراسات الاجتماعية والإعلامية من ناحية أخرى.

١٠- أن تقوم البرامج الحوارية التليفزيونية بالتركيز على التواصل مع الجمهور عن طريق وسائل التواصل الاجتماعى نظراً لاهتمام الجمهور المتزايد بتلك الوسائل مما يحقق نسب مشاهدة أعلى للبرامج الحوارية ويزيد من تفاعل الجمهور نحو القضايا المعروضة.

١١- محاولة اختيار المواعيد التى تناسب أغلب المشاهدين الموجه لهم الرسالة الإعلامية وفق ظروف العمل للفئات الاجتماعية المختلفة حتى يتاح لأغلب الفئات الجماهيرية متابعة البرامج الحوارية والاستفادة منها مما يساعد على اتساع القاعدة الجماهيرية لتلك البرامج.

١٢- ضرورة تشجيع الدولة للمواطنين بالقرى على شغل الوظائف المتعلقة بالأعمال الزراعية للمساهمة فى تطوير القطاع الزراعى وتحقيق ما تهدف إليه التنمية الريفية بالمجتمع المصرى وعدم التركيز فقط على الأعمال ذات الطابع الحضرى.

١٣- أن تتبنى وسائل الإعلام من خلال الإعلانات التليفزيونية بصفة خاصة فكرة تشجيع المواطنين بالقرى على ضرورة الاهتمام بالأعمال الزراعية مما يسهم فى تحقيق التنمية الريفية والتأكيد على مدى أهمية ذلك فى عملية تطوير وبناء الدولة.