

دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة « رؤية مصر 2030 »

دراسة تطبيقية

د. مني طه محمد

مدرس صحافة- جامعة المنصورة - كلية الآداب
- قسم الإعلام

مقدمة :

ظهر مصطلح التنمية المستدامة لأول مرة في منشور أصدره الإتحاد الدولي من أجل حماية البيئة سنة ١٩٨٠، لكن تداوله علي نطاق واسع لم يحدث إلا بعد أن أعيد استخدامه في تقرير «مستقبلنا المشترك» المعروف بتقرير «برونتلاند» و الذي صدر عام ١٩٨٧ عن اللجنة العالمية للبيئة و التنمية التابعة لمنظمة الأمم المتحدة ، تحت إشراف رئيسة وزراء

النرويج آن ذاك «جرو هارلم برونتلاند».

وقد سبق ظهور هذا المصطلح ظهور مصطلح «التنمية» بعد أن شهدت العقود الأخيرة تطورا في مفاهيم التنمية مع إدراك مختلف لمسبباتها و كيفية ديموميتها، ولعل أهم ما يميز هذا التطور تزايد القناعة بأهمية الثقافة و المعرفة و المشاركة الواسعة في تحقيق هذه التنمية ، و دفعها ، و المحافظة علي معدلاتها .

و كان تبني منظور واسع يتناول العوامل المؤثرة في تحقيق التنمية المستدامة كمفهوم جديد أكثر اتساعا وأشمل للتنمية

(١) .

و تتبنى الإستراتيجية مفهوم التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ باعتبارها محطة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة في مصر تربط الحاضر بالمستقبل لتبني مسيرة تنمية واضحة لوطن متقدم و مزدهر تسوده العدالة الإقتصادية و الإجتماعية و تعيد إحياء الدور التاريخي لمصر في الريادة الإقليمية .

كما تتبنى الإستراتيجية المصرية مفهوم التنمية المستدامة كإطار عام يقصد به جودة الحياة في الوقت الحاضر بما لا يخل بحقوق الأجيال القادمة في حياة أفضل ، و من ثم يركز مفهوم التنمية الذى تتبناه الاستراتيجية علي ثلاثة أبعاد رئيسية تشمل البعد الإقتصادي و البعد الإجتماعي و البعد البيئي^(٢).

وهنا يبرز دور الإعلام كأداة هامة مساعدة في تحقيق التنمية في العصر الحديث بعد أن أثبتت العديد من الدراسات سواء في مصر أو العالم العربي أو دول العالم المختلفة تأثير الإعلام ودوره في المجتمعات المختلفة... فمن خلال وسائل الإعلام تصل المعلومات الأساسية عن التنمية بمجالاتها السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية و البيئية... إلخ إلى جمهورها المستهدف ، كما تناولت العديد من الدراسات خاصة في دول العالم النامي حدود الدور الذى يمكن أن يلعبه الإعلام في مجالات التنمية ، و من هنا ظهر تيار دراسات ما يمكن أن نسميه (تيار الإعلام التنموي) في مجال الدراسات الإعلامية .

وبالتالي تبرز أهمية الإعلام الإلكتروني علي وجه التحديد كوسيلة إعلامية الأقرب والأفضل لقطاع كبير من جمهور وسائل الإعلام ، بل الجمهور الأهم في مجال التنمية ألا و هو قطاع الشباب ، كشريك في التنمية و كمستفيد من نجاح خطط التنمية أو العكس ، و من هنا كان اهتمام الدراسة بدور الإعلام الإلكتروني متمثلا في الصحافة الإلكترونية في المساعدة علي تحقيق التنمية المستدامة بتوعية الشباب بأهميتها و مجالاتها وأهمية المشاركة فيها.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم التراث العلمي للدراسة إلى محورين :

المحور الأول : دراسات شملت تناول الإعلامي للتنمية والتنمية المستدامة ومجالاتها .

المحور الثاني : دراسات تناولت التنمية المستدامة و مجالاتها .

المحور الأول : دراسات شملت تناول الإعلامى للتنمية والتنمية المستدامة و مجالاتها

١- دراسة أنغام مجدي إبراهيم سليمان (٢٠١٨) (٣)

سعت الدراسة إلي التعرف علي آراء و اتجاهات النخبة المصرية علي اختلافها سواء كانت نخبة اقتصادية أو أكاديمية أو اعلامية نحو تغطية الصحف لقضايا التنمية المستدامة في مصر، ورصد وتحليل أطر الصحف القومية و الحزبية و الخاصة لقضايا التنمية المستدامة في مصر ، ومدي اعتماد النخبة المصرية علي الصحافة المصرية كمصدر لاستفتاء المعلومات عن تلك القضايا و آثار هذا الاعتماد .وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل تعرض المبحوثين للصحف عامة و اتجاهاتهم نحو قضايا ومشروعات التنمية المستدامة ، وأن ثقة المبحوثين من النخبة في المعلومات التي تنشرها الصحف عامة جاءت «إلي حتما» وإن كانوا يثقون أكثر في الصحف القومية عن أي صحيفة أخرى ، كما لا توجد اختلافات بين 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 فقد اشارت نتائج تغطية صحف الدراسة لقضايا التنمية المستدامة إلى قصور تلك التغطية للصحف الثالث ، وتراجع اعتماد نخبة عينة الدراسة على الصحف فحاء معدل قراءتهم للصحف المصرية «نادرا» وانخفض بالتالي معه معدل الإهتمام والثقة والمصداقية للصحف لدى النخبة خاصة في تناولها لقضايا التنمية المستدامة ، وافتقاد الصحافة وظيفة 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.

٢- دراسة محمود محمد زكى عبد الإمام (٢٠١٨) (٤)

والتي عنيت برصد كيفية تغطية القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة استراتيجية التنمية المستدامة «رؤية مصر ٢٠٣٠» ثم مقارنة هذه الإستراتيجية 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 وذلك بالتطبيق على عينة من المضامين المقدمة عبر عدد من القنوات الحكومية والخاصة معتمدا على نموذج «تصور المستقبل» كما هدفت الدراسة إلى

قياس تصورات المصريين للمستقبل بالتطبيق علي عينة منهم وهو الهدف الذي وازاه السعي لفهم الكيفية التي قدمت بها استراتيجية التنمية المستدامة «رؤية مصر ٢٠٣٠» في الفضائيات المصرية الحكومية و الخاصة ثم الاستدلال علي ما بينهما من علاقة وفي ضوء نتائج الدراسة يمكن القول أن الفضائيات المصرية علي اختلاف نمط ملكيتها قد أولت اهتماما واضحا لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ وانعكس ذلك في تنوع أشكال التغطية التليفزيونية لها بين حلقات برمجية كاملة وقرارات خاصة ضمن حلقات برمجية وعروض معلوماتية وتغطيات حية وتقارير مصورة وإعلانات تليفزيونية وفيلما تسجيليا، فضلا عن اشتراك كل القنوات الفضائية المصرية في هذه التغطية للاستراتيجية .

وقد شاب التغطية التليفزيونية لهذه الاستراتيجية قصر المدد الزمنية ، خاصة إذا ما قورنت بالمدي الزمني الطويل للمحتوي غير التنموي ،قلة التركيز علي الربط بين الرؤية والمشروعات التنموية سواء تلك التي نفذت فعلا أو التي لا زالت قيد التنفيذ وهوما ظهر في زيادة نسبة المعرفة بهذه المشروعات مقارنة بالمعرفة بالرؤية ذاتها لدي المبحوثين عينة الدراسة جاءت الإعلانات في المركز الأول في ترتيب المضامين التليفزيونية التي يكثر تعرض المبحوثين لها، فقد جري توظيفها من جانب الدولة في توجيه وسائلها إلي المصريين وذلك من خلال بث إعلانات خاصة ببعض الهيئات الحكومية مثل وزارة التخطيط و المتابعة و الإصلاح الإداري تشرح فيها إنجازاتها للمصريين وخطط عملها ومستهدفاتها.

كما أوضحت الدراسة الميدانية أن مستوي المعرفة بإستراتيجية التنمية المستدامة وصل إلي ٤٠,٢٪ مع إرتفاع نسبة التصور الإيجابي للمستقبل العام منه والشخصي مقارنة بنسبة سلبية تصور المستقبل وذلك في ضوء ارتفاع نسبة المعرفة بالمشروعات التنموية في مصر بين أكثرية المبحوثين محل الدراسة .

٣- دراسة إلهام يونس أحمد (٢٠١٧)^(٥)

والتي تهدف إلى التعرف علي أطر معالجة قضايا المرأة ومدي التزام برنامج المرأة المصرية في التليفزيون الحكومي بالمسؤولية الإجتماعية في معالجة هذه القضايا المتنوعة السياسية والتعليمية والاقتصادية و الدينية و الصحية و الثقافية وتنتمي الدراسة لحقل الدراسات الوصفية وشملت عينة الدراسة القناة الفضائية الثانية، وبرنامج زينة نموذجاً للبرامج التي تهتم بالمرأة باستخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل محتوى البرامج في الفترة الزمنية الممتدة طوال شهر مارس ٢٠١٦ وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج :غلبة الطابع

الحواري على القوالب الفنية الأخرى المستخدمة ، يليها الحديث المباشر فالأسلوب الخبري ، وقل استخدام عناصر الإبراز ، وكانت الصور الثابتة في مقدمة العناصر المستخدمة بها المادة الفيلمية و التقارير ، كانت المواد المقدمة ذات طابع محلي ، وكانت القضايا الإجتماعية في مقدمة الموضوعات التي تناولها البرنامج يليها القضايا الصحية ثم القانونية وبفارق كبير القضايا الدينية و السياسية وقضايا التعليم ، كما أوضحت الدراسة أن الأطر البارزة في برنامج زينة هو حرص البرنامج علي عرض المرأة كأشئ جميلة تتلخص اهتماماتها في الطهي والديكور و الأزياء و التجميل و البشرة و الشعر و كيفية الإستعداد للزواج ومتجاهلا الجانب الآخر في حياة المرأة التي تشغل الآن مناصب عديدة ، وهو ما يعكس الواقع السلبي للمرأة في التلفزيون الحكومي ، وارتفاع نسبة استخدام إطار المسؤولية ، والإطار الاجتماعي ثم الصحي فالقانوني ، وإطار المكاسب متمثلاً في الجهود التي تبذلها الدولة لتنمية المرأة ، وكانت القضايا المتناولة أغلبها حالية ، و اعتمد البرنامج علي مداخل إقناعية عديدة مثل التوعية و التثقيف الإجتماعي و الصحي ، وندرة التثقيف السياسي و الوعي الثقافي ، يليها مدخل الدعم الذي تقدمه الدولة للمرأة.

٤- دراسة رضا عبد الواحد أمين (٢٠١٧)^(٦)

والتي تناولت مدي اعتماد الجمهور علي الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة وتأثيرات هذا الاعتماد علي معارف الجمهور واتجاهاتهم و سلوكهم فيما له صلة بتلك القضايا وهي تنتمي للدراسات الوصفية و استخدمت منهج المسح ، وتمثل مجتمع الدراسة في جمهور البحرين من خلال دراسة عينه منه مكونة من (٢٥٠) مفردة باستخدام استمارة استبيان و استخدمت نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديدة وكان من أبرز النتائج أن المرحلة العمرية ٢٥-٣٥ في مقدمة الفئات العمرية المهتمة بالموضوع ، وأوضحت الدراسة أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن التنمية المستدامة، بل يقوم بتسطيح الثقافة العامة و البعد عن القضايا الهامة الجادة التي تحدد ملامح الواقع و المستقبل باستثناء الوسائل المتخصصة وإن كانت نسبتها ضئيلة ، ونفي ٨٢٪ من المبحوثين أن تكون شبكات التواصل الإجتماعي مصدرا للمعلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة ، و أن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة جاءت في الإعلام الجديد علي النحو التالي : الحفاظ علي الموارد والطبيعة ، الحفاظ علي البيئة النظيفة ، تحقيق نمو اقتصادي مستدام ، تحقيق معدلات تنمية إجتماعية ، وأن عدد من المبحوثين يتابعون بعض حسابات خاصة بالأأم المتحدة تدهم بالمعلومات عن القضايا المرتبطة بالتنمية

المستدامة كذلك حسابات الوزارات المعنية ، وأنهم يثقون بدرجة كبيرة فيما تقدمه لهم شبكات التواصل الإجتماعي عن التنمية المستدامة ، وأن أبرز التأثيرات المعرفية للتعرض لشبكات التواصل الإجتماعي كانت إثراء المعارف والمعلومات المرتبطة بالتنمية المستدامة لدي المبحوثين ، يليها مساهمتها في تشكيل اتجاهاتهم نحوها ، وانها أعادت ترتيب أولوياتهم تجاه قضايا التنمية المستدامة . أثبتت الدراسة قصورا في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة .

٥- دراسة لامان محمد محمد أحمد وسمر أحمد حسنين مهران (٢٠١٧) (٧)

هدفت الدراسة الوقوف على دور مواقع التواصل الإجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري بالتطبيق على فيسبوك ، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية اعتمادا على تحليل المضمون للبوستات المنشورة على عينة من صفحات الفيس بوك لصفحات مؤسسة آل قره وهي مؤسسة للتنمية المستدامة ، و صفحة مجلس الشباب المصري ، و صفحة منظمة عين البيئية ، و صفحة منظمة إنجاز مصر ، و جمعية إنسان للتنمية و صفحة شركة ريسيكلو بيكيا و جامعة الفلاحين ، كما استخدمت أداة المقابلة المتعمقة مع ٧ من مسؤولي الصفحات التنموية محل الدراسة ، واستخدمت صحيفة الإستبيان على عينة من جمهور الفيس بوك وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها أن مواقع التواصل الإجتماعي لها تأثير كبير على التوعية بالقضايا التنموية وجاءت الموضوعات الثقافية في مقدمة اهتمامات صفحة مجلس الشباب المصري ، صفحة منظمة إنسان ، و صفحة ريسيكلو بيكيا ، وكانت المقالات التنموية في مقدمة الفنون الصحفية و بعدها الأبحاث. وأكد أكثر من ٦٢ ٪ من المبحوثين أن هذه الصفحات تزيد معرفتهم حول الموضوعات الثقافية وغيرها، وتنوعت أهداف المادة المنشورة بين النصح والإرشاد ، و الهدف التعليمي فالإعلامي ، كما توصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك أداة جيدة في جذب قطاع كبير من الشباب والمستخدمين ، و كما تقوم هذه الصفحات بدعوات للمشاركة في أنشطة من خلال الحملات الإعلانية على موقع على فيسبوك ، وأن انخفاض تأثير الفيس بوك على اتخاذ قرار المشاركة في الأعمال التطوعية وازدياد استخدام الصفحات للمحتويات البصرية (الصور) و كل المنشورات على الفيس بوك كانت مصحوبة أيضا بصورة وأحيانا صاحب النص صورة وهاشتاج ، كذلك ظهرت النصوص المصحوبة بفيديو للإنجازات وورش العمل أو المشروعات الخ وكان إبداء الإعجاب بالصفحة في مقدمة أشكال التفاعل مع البوستات المنشورة على صفحات الدراسة ومزجت أغلبها بين اللغة الفصحى

والعامية كما كشفت الدراسة عن قيام الصفحات بدعم بعضهم البعض والتعريف بها.

٦- دراسة نصر الدين عبد القادر عثمان (٢٠١٧)^(٨)

حيث تناول الباحث من خلال دراسته الميدانية توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة والوعي البيئي نموذجاً بالتطبيق على عينة من الإعلاميين خلال الفترة من يناير ٢٠١٦ إلى ديسمبر ٢٠١٦ ، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واستخدم مسح أساليب الممارسة بالنسبة للممارسين للإعلام بأنواعه المختلفة باعتبارهم الأكثر قدرة على تقديم الفائدة وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن أغلبية المبحوثين ٦٤ ٪ منهم يري أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية و اتفق ٧٠٪ من المبحوثين على أن هناك تقصير في الإعلام الجديد في نشر الوعي بالمشكلات البيئية ،ويري ٧٩٪ من المبحوثين من الإعلاميين أن ما يمكن أن ينشر في الإعلام العربي عن البيئة وحمايتها لا يتناسب وأهميتها .

٧- دراسة نورة بن وهيبة ولمين هماش وفريدة كافي (٢٠١٧)^(٩)

و التي دارت حول دور الإعلام كآلية مهمة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا الربط بين مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها لاعتبار الإعلام ذو 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 أداءها أو الوقوف على العراقيل التي واجهها، واقترحت الدراسة آليات تفعيل دور الإعلام البيئي في مجال حماية البيئة و ترقية المواطنة البيئية كاستغلال الوسائط الإعلامية الجديدة والإهتمام بتحفيز القطاع الخاص للإستثمار في مشاريع وبرامج وأعمال الإعلام البيئي وإدراج مواضيع وقضايا البيئة ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية ، و ضرورة انفتاح القطاعات الرسمية خاصة المحلية منها المعنية بحماية البيئة و حثها على تزويد الإعلاميين بشكل يومي بالمعلومات الجديدة والنشاطات المختلفة الخاصة بالشأن البيئي و تخصيص جزء من موازنة الإدارة المحلية والبيئية لدعم البرامج الإعلامية البيئية تعاون مراكز المعلومات البيئية مع وسائل الإعلام.

٨- دراسة إلهام يونس أحمد (٢٠١٦) (١٠)

و التي هدفت إلى التعرف على طريقة تناول برامج المرأة في الفضائيات الخاصة لقضايا التنمية المستدامة من منظور أخلاقي، و مدى الإلتزام بمعايير و أبعاد المسؤولية الإجتماعية فيما يخص الأبعاد السياسية والتعليمية والاقتصادية والدينية والصحفية والثقافية للتنمية المستدامة، و تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج دراسة الحالة لقناة روتانا خليجية نموذجاً للقنوات الفضائية الخاصة، واستخدمت الدراسة التحليل الكيفي لعينة من البرامج المقدمة للمرأة السعودية وهي برنامج سيدتي المقدم على القناة عينة الدراسة وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها أن البرنامج تناول خلال فترة الدراسة التحليلية عدد (١٩٢) قضية متنوعة اجتماعية وصحية واقتصادية وقانونية وثقافية كان قالب الحوار هو أسلوب المعالجة السائد يليه الحديث المباشر، ثم التقرير، و تركزت وسائل الإبراز في الصور الثابتة والموضوعية، يليها المادة الفيلمية و التقارير المصورة، غلبة النزعة المحلية على مضمون القضايا واشتملت أغلب الحلقات عينة الدراسة على وجود ضيوف بالحلقة وقدمت نماذج متنوعة للمرأة السعودية في مختلف التخصصات، وتنوعت وسائل المشاركة من خلال البرنامج عن طريق الإتصال التليفوني والتواصل مع أسرة البرنامج عبر صفحتها على الفيس بوك و حسابها على تويتر، تقدمت القضايا الاجتماعية القضايا الأخرى كمحور اهتمام الحلقات يليها الإقتصادية ثم القضايا الصحية، وكانت القضايا الاقتصادية هي الأكثر تطرقاً للتنمية المستدامة أو الحفاظ على حقوق الأجيال القادمة من النمو الاقتصادي يليها القضايا الصحية وذلك من خلال ترسيخ القوانين العامة على حرية المرأة العاملة وخصوصياتها، أما بقية القضايا فاتسمت بالحالية دون النظر إلى حقوق الأجيال القادمة، وقد حقق البرنامج عينة الدراسة توازن كبير بين حرية الفرد و مصالح المجتمع و الإلتزام بالبرامج بالمواثيق الأخلاقية وحق الجمهور في المعرفة، وسيطر ملف عمل المرأة على باقي الموضوعات الإقتصادية ذات البعد الإجتماعي، كما أوضحت نتائج الدراسة إلتزام البرنامج بمعايير المسؤولية الاجتماعية و الإلتزامها بمعايير الدفاع عن مصالح المجتمع المستقبلية في معالجة القضايا الصحية المستدامة ونفس الشيء في تناول القضايا القانونية وفي مقدمتها كيفية مواجهة العنف ضد المرأة السعودية، كما غابت القضايا السياسية من قضايا البرنامج كذلك القضايا التعليمية والدينية وأولت اهتماماً منخفضاً بالقضايا الثقافية.

٩- دراسة لمياء فوزي عمارة (٢٠١٦) (١١)

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التفسيرية والتي تسعى لوصف الواقع و تحليله وتفسيره وتسعي هذه الدراسة إلى رصد وتفسير الخطاب الصحفي للصحف محل الدراسة لقضايا التنمية في دول شرق آسيا وتحديدًا في الصين وماليزيا واليابان، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يسمح بحصر مضمون صحف الدراسة ودراستها بشكل كمي وكيفي، حيث تقوم الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لكافة الموضوعات و الفنون الصحفية (إخبارية و مواد رأي) التي تعرضت لموضوعات التنمية في كل من الصين واليابان وماليزيا واعتمدت الدراسة على أساليب تحليل الخطاب الإعلامي المتمثلة في تحليل القوي الفاعلة و أسلوب تحليل الأطر المرجعية وامتدت الدراسة من يناير ٢٠٠١ إلى ديسمبر ٢٠١٢ لكل من الأهرام والوفد المصري اليوم من خلال أسلوب الشهر الصناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن الصين كانت الدولة الأعلى اهتماما في صحف الدراسة الثلاثة يليها اليابان و بفارق كبير ماليزيا.

جاءت صحيفة الأهرام هي الأكثر اهتماما بإبراز العلاقات المصرية مع الدول الثلاثة، وكذلك حجم التبادل التجاري بيننا وبينهم خاصة الصين وماليزيا في حين أبرزت الوفد التنافس السياسي في حالة اليابان وماليزيا وإبراز سيطرة الحزب الحكومي الواحد في الحكم في الصين وقمعه الحريات، بينما ركزت المصري اليوم على حجم الحريات في الدول الثلاث وندرة عالية في الموضوعات التي لها علاقة بالتنمية في اليابان وهو ما يتماشى مع نمط ملكية كل صحيفة، كما كان اهتمام صحيفة الوفد متوسطا من حيث إبرازها لتجارب التنمية في الدول محل الدراسة وركزت علي المناخ السياسي ومدى الحرية التي تتمتع بها الدول الثلاثة، وبرزت المواد الخبرية في صحف الدراسة كأكثر الأشكال الصحفية تكرارا فيما يتعلق بالتنمية في دول شرق آسيا الثلاثة وركزت الأهرام على المحفزات الإقتصادية على باقي المحفزات التي ساعدت على التنمية في الصين، وتقدمت المحفزات الإدارية بالنسبة لليابان، فيما أبرزت المصري اليوم المحفزات الثقافية كما أبرزت صحف الدراسة معوقات التنمية في الدول الثلاثة متمثلة في المنافسات الخارجية الصراعات الداخلية و الكوارث الطبيعية و الفساد و افتقاد الأمن الداخلي و انتشار جرائم السرقات وكان الإعتماد على المصادر الخارجية خاصة وكالات الأنباء في مقدمة المصادر، وتمثلت الأطر المرجعية في المرجعية التاريخية والواقعية والمرجعية الشخصية و المرجعية الثقافية و اختفت تماما مواد الرأي في المصري

اليوم، وتمثلت القوى الفاعلة الضاغطة سلبيا على التنمية في القوى الخارجية للولايات المتحدة والإتحاد الأوروبي.

١٠ - دراسة أحمد حسن السمان (٢٠٠٩) (١٢)

استهدفت الدراسة استشراف سبل اسهام الصحافة المصرية في تحقيق التنمية المستدامة في مصر واستكشاف الأدوار التي يمكن من خلالها القيام بذلك والشروط التي تمكن الصحافة من القيام بهذه الأدوار في مصر حتى عام ٢٠٢٠ ، وقام الباحث ببناء عدد من السيناريوهات ذات الارتباط بالتطورات في البيئة الدولية الإقليمية وتأثيرها على مسار التنمية المستدامة في مصر و البيئة الداخلية وتأثيرها على أولويات التنمية المستدامة وتداخل البيئة الدستورية والتشريعية و السلطات الثلاث و المؤسسات السياسية الوسيطة من أحزاب ومنظمات مجتمع مدني في خلق مناخ مواتي للتنمية المستدامة يمكن للصحافة المساهمة في تحقيقها ، و قام الباحث بدراسة البيئة الصحفية من قوانين وتشريعات و مؤسسات حاكمة للعمل الصحفي و دراسة أنماط المؤسسات الصحفية في مصر، واستخدمت الدراسة منهج التعقد، وتنتمي الدراسة إلى نوع الدراسات المستقبلية وتتبنى النمط الإستهدافي للوصول إلى سيناريوهات ترسم صورة محتملة مرغوبة للأوضاع المستقبلية واستخدمت الدراسة أسلوب شجرة العائلة كما استخدمت أسلوب دلفي في استطلاع آراء ذوي الخبرة واعتمدت الدراسة على عدد من النخب صحفيون وخبراء أكاديميون ، وامتد الإطار الزمني للدراسة بدءا من عام ٢٠٠٥ حتى عام ٢٠٢٠ أي في إطار المستقبل المتوسط واستخدم الباحث فكر التعقد و نظرية الفوضى لبحث إسهام الصحافة في تحقيق التنمية المستدامة وتوصلت الدراسة إلى أن هناك توافقا كبيرا بين توجهات الخبراء نحو السيناريوهات المطروحة وتبنت الدراسة فكرة أن يسود في هذه الفترة سيناريو الأعمال كالمعتاد حيث لا يتوقع حدوث تغيرات تؤثر في هيكلية النظام وبنيته ووظائفه .

١١ - دراسة أمال جريس جريسات وجميل الجالودي (٢٠٠٦) (١٣)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط التنموي في الأردن والمتمثلة بأصحاب القرار والإعلاميين والمواطنين والتعرف على الفروق الاحصائية في دور الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط وفق متغيرات صفة المستجيب، والمؤهل العلمي، والفئة العمرية، للأطراف المعنية بعملية التخطيط، تكونت عينة الدراسة من (٤١١) مفردة من العاملين في الهيئات التخطيطية

في إقليم الوسط، والإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة، والمواطنين في مختلف التنظيمات الرسمية وغير الرسمية في إقليم الوسط من خلال صحيفة الإستبيان، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج ومنها وجود دور فعال نسبياً لوسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بمراحل العملية التخطيطية المدروسة وهي جمع المعلومات، والتشخيص والسياسات المحلية والإعداد، والإقرار والتنفيذ، والمتابعة من وجهة نظر جميع فئات الدراسة سواء أكانوا من أصحاب القرار أو الإعلاميين، أو المواطنين. كما أشارت نتائج الدراسة لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط تبعاً لتغير صفة المستجيب في كل من مجالات جمع المعلومات و مجال التشخيص، ومجال السياسات المحلية، ومجال الإعداد، ومجال التنفيذ، ومجال المتابعة، وفي حين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للجمهور من العاملين في الهيئات التخطيطية. في حين لم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين فئة المواطنين وفئة الإعلاميين وفئة الهيئات التخطيطية فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي في مجال الإقرار، كما ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي ودور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط في كل من مجالات جمع المعلومات، والتشخيص، والسياسات المحلية، والإعداد، والإقرار، والمتابعة.

فالجميع يدرك أهمية وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي بغض النظر عن المؤهل العلمي. وإن كانت هناك علاقة وفقاً لتغير السن لصالح الفئة العمرية الأكبر ٣٦-٤٥ سنة .

١٢ - دراسة رحاب إبراهيم عيسى (١٩٩٩)^(١٤)

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الإستطلاعية الوصفية التي تهدف إلى رصد وتحليل الظاهرة وطبيعة العلاقات المتبادلة بين أطرافها، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لمسح جمهور وسائل الإعلام من خلال صحيفة الإستبيان واستمارة مقابلة مكتبية للقاتمين بالإتصال، كذلك منهج مسح المادة الإعلامية عن طريق تحليل المضمون للمادة الإعلامية في الصحف، وعينة الدراسة المتمثلة في الأهرام، الوفد، الأهالي، والأحرار، والشعب، مجلة أكتوبر وتم إجراء الدراسة التحليلية في الفترة من يناير إلى آخر يونيو ١٩٩٨، أما مجتمع الدراسة البشرية تمثل في جمهور الصفوة التكنوقراطية من

أساتذة الجامعات، الأطباء، المعلمون، المهندسون، المهندسون الزراعيون في إطار محافظة القاهرة الكبرى، واستخدمت الدراسة التحليل الكمي والكيفي للقضايا البيئية المتناولة في صحف ومجلات الدراسة.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن قضية تلوث الماء جاءت في مقدمة ترتيب أولويات قضايا البيئة في الصحافة، وفي المرتبة الأخيرة التلوث الإشعاعي وتفاوتت الصحف والمجلات عينة الدراسة في تناولها لقضايا البيئة والتي تمثلت في التخلص من النفايات، حماية التنوع البيولوجي، قضايا علاج البيئة وتلوث الهواء، والأمراض الناتجة عن التلوث البيئي وتلوث التربة، وقضايا الإسكان والمرافق، تلوث الغذاء قضية العشوائيات، الضوضاء، الفقر والجوع وتجريف الأرض الزراعية، حماية النيل من مخلفات المصانع، وكانت جريدة الأهرام في مقدمة ترتيب الخريطة الصحفية لجمهور الصفوة ثم روز اليوسف للمجلات، وكانت قضية تلوث الماء في مقدمة أولويات الصفوة عينة الدراسة، وكان التليفزيون في مقدمة الوسائل الأفضل في معالجة قضايا البيئة من وجهة نظرهم وكان أكثر من نصف الصفوة عينة الدراسة ٥٥,٥٪ من المتابعين لقضايا البيئة.

١٣- دراسة محمد سعد إبراهيم (١٩٩٤) (١٥)

وقد هدفت الدراسة الى مسح مضامين الصحف القومية والحزبية المتعلقة بقضايا التنمية السياسية وتحديد سماته واتجاهاته ومصادره ووظائفه وصولاً إلى تفسير وتحليل العلاقة بين الصحافة وعملية التنمية السياسية في إطار التعددية الحزبية، اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن لعقد مقارنات على خمس مستويات مستوى الصحف القومية، مستوى الصحف الحزبية، على مستوى الصحف القومية والحزبية، وبين الصحف القومية والحزبية المعارضة، بين حقبة السبعينات والثمانينيات، اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي في مسح المفاهيم المتعلقة بالتنمية السياسية ومدى تطورها، وتتبع التجارب الحزبية المصرية، ومدى تطور التجربة الحزبية في حقبة السبعينات والثمانينيات، وتطور العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية استخدمت الدراسة تحليل المضمون، والتحليل الكيفي ومقاييس الدلالة لاختبار دلالة الفروق بين معالجات الصحف لقضايا التنمية السياسية ثم استخدام اختبار كاي (CHI-SQUAR) (مربع كاي).

كما استخدمت أداة الملاحظة بالمشاركة لرصد علاقات العمل داخل الصحف الحزبية والقومية وعلاقة الصحافة بالسلطة السياسية.

وإنعكاسها على الممارسات الصحفية. عينة الدراسة الزمنية في الفترة من (١ يناير

١٩٧٧ الى - ٣١ ديسمبر ١٩٨٨) بأسلوب الحصر الشامل لكل المواد الإعلامية المنشورة في صحف الدراسة وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج :

غلبة الطابع الرسمي على معالجات الصحف لقضايا التنمية السياسية . وكانت صحيفة الأهالي في مقدمة الصحف التي اهتمت بقضايا التنمية السياسية يليها الوفد والشعب ثم الأحرار ومايو فقد أولياها اهتماما متوسطا وانخفض حجم الاهتمام في كل من أخبار اليوم والأمة والجمهورية , إختلفت أولويات الإهتمام بالتنمية السياسية وفق اختلاف نوعية الصحف واتجاهاتها وموقعها من السلطة , تصدرت قضايا المشاركة السياسية والهوية اهتمامات الصحف القومية بينما تصدرت قضايا العنف السياسي والشرعية السياسية مقدمة أولويات الصحف الحزبية والمعارضة , واتسع هامش الحرية والتعدد , وبروز الرأي الآخر و بوجه خاص في حقبة الثمانينيات ولم تقم الصحف القومية بدورها القومي فيما يتعلق بإدارة الحوار بين كافة القوى السياسية وصياغة حد أدنى من الإجماع الوطني حول الثوابت والأولويات القومية ومحدودية التنوع في المصادر الصحفية .

المحور الثاني : دراسات تناولت التنمية المستدامة ومجالاتها.

١ - دراسة بنيامين كنتسون (٢٠١٨) (١٦)

حول تزايد الإهتمام بالتعليم التكنولوجي والتعليم من أجل التنمية المستدامة وما يسمى بالآلات الخضراء ، وهي تركز علي التعليم في خدمة التنمية المستدامة (ESD) والتقارب المتزايد بين التكنولوجيا والتعليم من أجل التنمية المستدامة، فهي لا تعارض المفاهيم التقليدية للتكنولوجيات، والنقد الموجه لها اللا محدود. وتقدم هذه الورقة نظرة مختلفة تماما فهي تحاول أن تجد إجابة لأولئك المشككون في قدرة التكنولوجيا علي تحقيق التنمية المستدامة أي الجوانب البيئية و الإجتماعية معا، كذلك تدعو الورقة لاستكمال منهج الابتكار البيئي بمنظور يستكشف به آفاق الحداثة «الخضراء» إذا كانت هناك نية صادقة في نحو الأمية التقنية علي نطاق أوسع.

٢ - دراسة كارولين جيثابي كوانج جينج جثا (٢٠١٧) (١٧)

حول العلاقة بين التكنولوجيا والإبتكار والإنبعاثات لثاني أكسيد الكربون في ماليزيا.

- تهدف هذه الدراسة إلي دراسة العلاقة السببية بين الإبتكار والتكنولوجيا وبين انبعاثات ثاني أكسيد الكربون المصاحب للنمو الإقتصادي. كذلك استهلاك الكهرباء وأسعار الطاقة في ماليزيا.

وذلك من خلال تحليل البيانات في الفترة من (١٩٧١ - ٢٠١٣) باستخدام اختبارات العلاقات السببية. وتشير النتائج إلي الإرتباط السلبي بين التقدم التكنولوجي

وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون في المدى القصير.

٣- دراسة تسوه يوسون وكوه شيوي لي (٢٠١٥) (١٨)

حول الثقة والمرونة من أجل تطبيق الطاقة المستدامة للسيارات في الصين ، فقد دفعت الصين إلي أن تكون علي شفا عدم الإستدامة بسبب النضوب المتوقع للوقود (الأحفوري) والتدهور الملحوظ في البيئة الطبيعية وفي قطاع النقل وخاصة الوقود الذي تستهلكه المركبات في الطرق وكان ذلك أحد العوامل الرئيسية لتلك الأزمة الكبيرة. لذلك يعد التفكير والمناقشات التي دارت حول الأسلوب المستقبلي للطاقة (لوقود السيارات) المستخدمة في السيارات أمرا مهما للتنمية المستدامة في الصين. لتقدم مقترحات مفيدة ومضمونة لتصور معقول وعلمي للصين في المستقبل في مجال وقود السيارات.

- وتم تحليل ثلاثة أنواع من الوقود البديل بما في ذلك الوقود القائم علي الوقود الأحفوري ، وأنواع الوقود الحيوي والهيدروجيني وتم بحث آثار الاعتماد علي الطاقة وإمدادات الطاقة المحتملة.

٤- دراسة والتر ليليل فيلو وزملاؤه (٢٠١٥) (١٩)

حول التنمية المستدامة والتعليم العالي:هدفت هذه الورقة إلي تقديم وصف الإنجازات خلال عقد الأمم المتحدة للتعليم من أجل التنمية المستدامة (٢٠٠٥ - ٢٠١٤) مع التركيز علي التعليم العالي ، وتحديد بعض القضايا الرئيسية التي ستواجه التنمية المستدامة في السنوات القادمة. وقدمت الورقة تحليلا للتطورات الماضية مع استمرار التقييم للتركيز علي التنمية المستدامة وذلك من قبل المجلة الدولية للإستدامة في التعليم العالي. وأشارت الورقة العلمية إلي مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة الذي عقد في ريو دي جانيرو بالبرازيل يونيو ٢٠١٢ مع التركيز بوجه خاص علي وثيقة « المستقبل الذي نريده» وقدم في نهاية الورقة مجموعة مقترحات وتدابير لتدرسها البلدان الصناعية والبلدان النامية علي حد سواء لترجمة مبادئ التنمية المستدامة إلي واقع ملموس.

- وإذا كانت التنمية المستدامة ذات إهتمام دولي كبير.. وعلي الرغم من أن الإنجازات التي تحققت علي مدار العشرين عاما الماضية كانت كبيرة لكن لا تزال هناك العديد من الفجوات والإحتياجات التي يجب تحقيقها لتحسين آفاقها في العقدين المقبلين.

- كما تتيح الورقة فهما أفضل لدور الجامعات في تعزيز التنمية المستدامة.

٥- دراسة ديفيد جريجز وزملاؤه (٢٠١٣) (٢٠)

حول السياسة وأهداف التنمية المستدامة للأفراد والكون كله وأوضحوا في دراستهم. إلزام قمة ريو وقمة الدول الـ ٢٠ للأمم المتحدة في البرازيل عام ٢٠١٢ الحكومات بوضع

مجموعة من أهداف التنمية المستدامة (SDGS) والتي يتم دمجها في متابعة الأهداف الإنمائية للألفية (MDG) والموعد النهائي لذلك عام ٢٠١٥. وكيف استمرت المناقشات حول كيفية صياغتها في مقر الأمم المتحدة في نيويورك. مع التأكيد أن حماية الأرض شرط أساسي لمجتمع عالمي مزدهر. مع ارتفاع عدد السكان إلى ٩ مليارات بحلول عام ٢٠٥٠ ودعت إلى ضرورة مراجعة تعريفات التنمية المستدامة لتشمل أمن الناس وكوكب الأرض. وتحديد مجموعة موحدة من أهداف التنمية المستدامة وهو ما يعد تحديا كبيرا خاصة عندما يكون هناك تعارض بين الأهداف الفردية وتوفير الطاقة مثلا ومنع تغير المناخ.

٦- دراسة بول فار ووليم سكوت (٢٠٠٧) (٢١)

حول التعليم من أجل التغيير ، واستكشاف العلاقة بين التعليم و التنمية ، يرون أن التنمية المستدامة قد أثارت جدلا ، كما أوضحت الدراسة أنه ثار جدل حول التعليم من أجل التغيير و يرون أن التنمية المستدامة إذا نظر علي أنها أكبر تحدي لنا فإنه يجب في كل مرحلة من مراحل التعليم الآن إعلان دعمها للتعليم من أجل التنمية المستدامة. و تهدف الورقة إلى أهمية الترويج للسلوكيات المستنيرة وطرق التفكير، وهي مفيدة على المدى القصير حيث يتم تحديد الحاجة و الإتفاق عليها ، كذلك القدرة على اكتشاف المعضلات و التناقضات اللازمة للحياة المستدامة ..وأشارت الورقة أنه قد لوحظ مدي انتشار مناهج البيئة و التنمية المستدامة . وأن كان هذا مصدر قلق لأن الناس لا يعتبرون سلوكهم استجابة لدعوة عقلانية للقيام بذلك.

٧- دراسة أنجر استريد كونراد أندرية إيه و آخرون (٢٠٠٥) (٢٢)

حول الشركات وأصحاب المصلحة و التنمية المستدامة. وأشارت الدراسة إلى أن التنمية المستدامة هي أن تلي التنمية احتياجات الأجيال الحالية دون المساس في قدرة الأجيال المقبلة القادمة على تلبية احتياجات ومتطلبات و تحقيق ذلك بطرق مختلفة وتعد إدارة علاقات أصحاب المصلحة (SRM) إحدى هذه الطرق التي من خلالها تواجه الشركات مطالبات من أصحاب المصلحة الإقتصادية والإجتماعية والبيئية، وتقدم هذه الورقة من خلال التحليل التحريبي مدى تحقيق التنمية المستدامة من خلال إدارة علاقات أصحاب المصلحة (SRM) و ارتبط ذلك نظريا بأصحاب المصلحة ارتباطهما ببعضهما البعض و كيف يرتبط المفهومين و المفاهيم الشائعة الأخرى مثل استدامة الشركات والمسؤولية الإجتماعية للشركات.

٨- دراسة كيتس روبرت وتوماس إم باريس وآخرون (٢٠٠٥) (٢٣)

حول ما المقصود بالتنمية المستدامة ؟ الأهداف والقيم والممارسات والمؤشرات وتوضح

هذه الورقة أن تلبية الاحتياجات الخاصة لكل الأطراف المرتبطة بالتنمية المستدامة المحلية والعالمية و أن لكل منهم مفهومه والأهداف والمؤشرات والقيم والممارسات ، سواء مؤسسات الحكومة أو المجتمع المدني أو رجال الأعمال والصناعة فلكل مشروع مصالحه وآماله وتطلعاته في رأيه للتنمية المستدامة.

٩- دراسة ستيفن استرلين (٢٠٠١) (٢٤)

حول التعليم المستدام وإعادة النظر في التعليم والتغيير، وأشارت الدراسة إلى أن معظم التعليم اليوم هو تعليم وظيفي أو معلوماتي ، وهو موجه نحو التنشئة الاجتماعية والأهداف المهنية التي لا تأخذ في الاعتبار الإستدامة والذي يجب أن يستمد من نموذج إجتماعي وثقافي أوسع ، فتأكيد التعليم من أجل التنمية المستدامة ضمن الإطار التعليمي الحالي لا يمكن أن يلاقي سوي نجاح محدود، حيث يتم تهميش أشكال التغيير التعليمي ويتطلب تحقيق نموذج تعليمي مستدام رؤية وصورة وتصميم وعمل من جميع المعنيين بتحقيق مجتمعات صحية ومستدامة بيئيا ، وتم تقديم دراسات حالة كثيرة تمثل نمودجا تعليميا بيئيا من خلال الحكومة والمنظمات غير الحكومية ، والمدارس ، وتعليم المعلمين ، والتعليم العالي ، ورجال الأعمال والممارسين المهنيين.

١٠- دراسة إبراهيم دينسر (١٩٩٩) (٢٥)

حول الطاقة والبيئة والتنمية المستدامة وأشار في دراسته أن هناك علاقة وثيقة بين الطاقة والبيئة والتنمية المستدامة ، وأن المجتمع الذي يسعى إلى تحقيق التنمية المستدامة عليه أن يستخدم فقط موارد الطاقة التي لا تسبب أي تأثير بيئي (لا تنطلق منها أي انبعاثات مضره للبيئة مثلا) و ذلك لأن كل موارد الطاقة تؤدي إلى بعض الآثار البيئية فمن المعقول أن تثير بعض (وليس كل) المخاوف بشأن القيود المفروضة علي التنمية المستدامة من خلال الإنبعاثات البيئية ، ومن الآثار السلبية التي يمكن أن يكون التغلب عليه بشكل جزئي من خلال زيادة كفاءة استخدام الطاقة.

١١- دراسة لويس سافيه (١٩٩٦) (٢٦)

حول التعليم البيئي والتنمية المستدامة : رؤية مستقبلية : و قدم تحليلا لوثائق اليونيسكو الأخيرة التي تعتبر التنمية المستدامة هي الهدف النهائي للعلاقة بين «الإنسان و البيئة» و بالتالي ينبغي إعادة تشكيل العملية التعليمية بأكملها من أجل التنمية المستدامة ، ونظرا للأهمية القصوى لتأثيرها التعليمي فإنه يجب مناقشة هذه البيانات ، وطرح سؤالا إلى أي مفهوم يشير مفهوم التعليم البيئي من أجل التنمية المستدامة ؟ للبيئة أم التعليم

والتنمية؟! وطرح فكرة إدراج التثقيف البيئي علي نطاق أوسع في التعليم من أجل تنمية المجتمعات المسؤولة.

التعليق علي الدراسات السابقة :

من استعراض التراث العلمي في مجال البحث يلاحظ ما يلي :

- ١- بعض الدراسات كانت تحليلية تناولت كيف تناول المضمون الإعلامي قضايا التنمية المستدامة ، فبعضها ركز علي معالجة الصحف الورقية ، والبعض علي الفضائيات المصرية ، وبعضها علي الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي تحديدا ، الفضائيات العربية ، والصفحات الرسمية لصفحات مؤسسات تعني بالتنمية المستدامة علي الفيس بوك ، وبعضها برامج المرأة في الفضائيات الخاصة وتناولها لقضايا التنمية المستدامة.
- ٢- الدراسات في أغلبها تناولت وسائل الإعلام المصرية ، والجمهور المصري باستثناء بعض دراسات عنيت بالجمهور البحريني والقائم بالإتصال في الأردن وأخري تناولت تغطية الصحافة المصرية لقضايا التنمية المستدامة في دول شرق آسيا الصين ماليزيا اليابان وأخري تناولت جمهور المرأة السعودية.
- ٣- دراسات اعتمدت علي الأسلوب الميداني، وأغلبها تهتم بالنخبة تحديدا علي اختلاف أنواعها ومدى اعتمادها علي وسائل الإعلام في التعرف علي قضايا التنمية المستدامة ، ومدى كفاية تغطية الإعلام لهذه القضايا من وجهة نظرهم ، وبعضها علي جمهور المرأة تحديدا وبعضها مع القائم بالاتصال.
- ٤- أغلب الدراسات استخدمت في بنائها النظري نظريات المسؤولية الاجتماعية والأطر الإعلامية ، والإعتماد علي وسائل الإعلام.
- ٥- أغلب الدراسات استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي أوالميداني باستثناء دراسة واحدة اعتمدت علي منهج التعقيد.
- ٦- بعض الدراسات تنتمي للدراسات المستقبلية ووضع سيناريوهات لدور الإعلام في التنمية من وجهة نظر الجمهور أو الخبراء.
- ٧- بعض الدراسات التي تناولت قضايا التنمية المستدامة ركزت علي مجال واحد من مجالات التنمية وهو الجانب البيئي أو التعليمي في أغلبها ، أو تناول أحد مشروعات التنمية المستدامة (قناه السويس الجديدة) و التركيز على التنمية السياسية في بعضها.
- ٨- أغلب الدراسات أثبتت عدم قيام وسائل الإعلام بالدور المنوط بها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة باستثناء دراسة توصلت إلي أن التناول التليفزيوني كان أكثر

اهتماما باستراتيجية مصر ٢٠٣٠ وتنوع أشكال التغطية.

٩- الدراسات التي تناولت محور التنمية المستدامة كان أغلبها مركزا علي البيئة في مختلف البلدان، وكذلك الجانب الإقتصادي وما يعرف بالسندات الخضراء.

١٠- لاحظت الباحثة قلة الدراسات التي تناولت الشباب المصري ، قلة الدراسات التي تناولت الصحف الالكترونية عدم وجود دراسات استخدمت مدخل التسويق الإجتماعي في مجال التنمية.

مدي الإستفادة من الدراسات السابقة :

- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد الإطار النظري للدراسة وتحديد مجتمع الدراسة والعينة.

فقد عنيت الدراسة الحالية بدراسة دور الصحافة الالكترونية علي اختلافها (قومية - حزبية - خاصة) في توعية الشباب المصري بقضايا ومجالات التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ وهو ما لم تتطرق له دراسات سابقة .

مشكلة الدراسة :

تتلخص مشكلة الدراسة في محاولة معرفة مدى مساهمة الصحف الإلكترونية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة ومجالاتها، وتحدياتها، وأثر نجاحها أو فشلها علي الفرد والمجتمع، وامتداد أثرها في المستقبل، و أهمية المشاركة المجتمعية في تنفيذ خططها في إطار المسئولية الإجتماعية لوسائل الإعلام .. ذلك من خلال استخدام الشباب لهذه المواقع علي اختلافها .. ورؤيته لحدود هذا الدور.

أهمية الدراسة : تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الصحافة الإلكترونية ، حيث تحظى بمكانة متقدمة بين وسائل الإعلام التي يفضلها الشباب ،أهمية الشباب المصري كفاعل رئيس في تنفيذ خطط التنمية المستدامة و مستهدف رئيس من نجاح خطط التنمية المستدامة ،أهمية التنمية المستدامة كتوجه للدولة نحو الإهتمام بحاضر ومستقبل الوطن والمواطنين.

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى :

١- رصد مدى اهتمام الصحف الإلكترونية بتغطية قضايا التنمية المستدامة ومحاورها و

- أبعادها ورؤية مصر ٢٠٣٠ .
- ٢- رصد مدى الإتفاق بين الصحف الإلكترونية في الإهتمام بقضايا التنمية المستدامة .
- ٣- رصد القوالب الصحفية التي تناولت قضايا التنمية المستدامة في المواقع الصحفية عينة الدراسة .
- ٤- رصد مصادر المادة الصحفية المقدمة عن التنمية المستدامة في المواقع عينة الدراسة .
- ٥- رصد أساليب الإبراز المستخدمة في تناول موضوعات التنمية المستدامة و أساليب التفاعلية المتوفرة في المواقع .
- ٦- رصد مدى إدراك الشباب المصري لمفهوم التنمية المستدامة و مجالاتها ، ومصادره في ذلك .
- ٧- معرفة رأي الشباب المصري فيما تقدمه المواقع الصحفية المختلفة عن التنمية المستدامة ، ومدى ثقته فيها.

الإطار النظري للدراسة :

تستفيد الدراسة من نظرية التسويق الإجتماعي .

التسويق الاجتماعي Social Marketing:

- يعتبر التسويق الإجتماعي من الأركان الأساسية لنجاح التسويق التنموي والذي يلعب دورا فعالا في تغيير سلوك الأفراد وليس بهدف بيع منتجات ، وإنما الهدف هو إيجاد سلوك سليم ومجتمع سليم ، ويعتبر التسويق الإجتماعي من المواضيع الحيوية والحديثة فهي علم التسويق الحديث ، ويعمل المختصون في مجال التسويق الإجتماعي علي تحقيق ثلاثة أهداف مشتركة تخص كلا من المنظمة ، المجتمع ، والمستهلك وهذا ما يطلق عليه تقليديا بالمفهوم الإجتماعي للتسويق.

ومن خلال كتابات كوتلر واندرسون فإن في التسويق الاجتماعي يتم التأكيد علي السلوك الاجتماعي والذي من خلاله تتحقق الفائدة للجمهور المستهدف والمجتمع بشكل عام وليس لتحقيق فائدة المسوق فقط ... وقد طبق ذلك من خلال برامج الصحة الدولية من خلال التوعية الإجتماعية التي تحذر من أضرار التدخين ، أضرار المخدرات ، أهمية تحديد النسل ، الإضرار بالبيئة نتيجة الإستخدام السيء والغير واع للسلع والخدمات.

و يرى اندرسون أن التسويق الاجتماعي يمثل تطبيق تقنيات التسويق التجاري في التحليل ، التخطيط ، تنفيذ وتقييم البرامج بهدف التأثير علي السلوك التطوعي للجمهور المستهدف بهدف تحسين رفاهيتهم الشخصية ورفاهية مجتمعاتهم.

- وأن اختلاف التسويق الاجتماعي عن التسويق التجاري ليس في الأنشطة التسويقية وعناصر المزيح التسويقي (التوزيع - التسعير - الإعلان - الترويج) وإنما في محتوى ومضمون هذه الأنشطة..... فهو يستهدف تغيير الأفكار والسلوك وأن هذا التغيير ليس من السهل القيام به وإنما يتطلب العديد من الإجراءات والوقت الكافي لإحداثه مثل محاولة جعل الناس يتركون التدخين أو الاقلاع عن السلوك الإستهلاكي..... الخ. إن بداية التوجه للتسويق الاجتماعي يمكن إسنادها إلي ما أشار إليه كل من كوتلر وزلتمان في إمكانية استخدام مبادئ وبرامج التسويق لترويج الأفكار والمواقف والسلوك (٢٧).

و التسويق الاجتماعي يعتمد علي استراتيجية متكاملة تعتمد علي وسائل الإتصال المختلفة (تليفزيون - راديو - صحف - إنترنت الخ) مع الإستشارات الشخصية أو ما يسمى بالحوارات المجتمعية ، والتسويق المباشر والحلقات الدراسية ... من أجل خلق الوعي لدي الأفراد وهو بدوره يؤثر علي إدراكهم للمخاطر التي قد تأتيهم في حالة عدم تبنيهم لهذه الأفكار الجديدة بل وحثهم علي المشاركة والدعم لهذه الخطط. - وتسويق المنتج الاجتماعي Social Marketing Product أي تسويق الأفكار والممارسات (idea and practices) فهو يركز علي الأفكار والممارسات والمنتجات غير الملموسة مقابل المنتجات والخدمات الملموسة التي تمثل نقطة الإرتكاز في التسويق التجاري (٢٨).

- وقد بدأ مفهوم التسويق منذ أكثر من ثلاثين عاما كفلسفة تجارية تؤكد علي أن الغرض الفعلي للعمل التجاري هو الوصول إلي مستهلك يشعر بالرضا والإشباع لاحتياجاته ورغباته ومن أسباب الإهتمام بالتسويق الاجتماعي كونه جزء من أجندة التغيير الاجتماعي لإقناع الجمهور بالمشاركة ، ويمكن تطبيقه في أي موقف يتطلب التعرف علي السلوك الفردي تجاه مواقف معينة او استهداف تغييرات سلوكية ايجابية. - وينطوي التسويق الاجتماعي علي استخدام مبادئ ومهارات علم التسويق وكذلك كل أساليب الإبداع والإبهار الإعلاني لترويج أفكار أو قيم اجتماعية أو سلوكية مفيدة للمجتمع ، وتعتمد هذه المهارات علي عدة جوانب مهمة أبرزها نمط الإتصالات، وهو وسيلة أساسية لنشر المعلومات لكل أفراد المجتمع.

- ويعد التسويق الاجتماعي هو الوجه الآخر للتسويق التجاري ويهتم التسويق الاجتماعي بوضع البرامج والخطط لتغيير آراء واتجاهات وسلوكيات الأفراد تجاه معتقدات أو قيم أو سلوكيات راسخة وذلك بهدف مصلحة الجمهور المستهدف الخاصة ومصصلحة المجتمع

بصفة عامة^(٢٩)

ووفقاً لأول تعريف رسمي للتسويق الاجتماعي والذي قدمه كوتلر وزلتمان ١٩٧١ هو أن التسويق الاجتماعي هو تصميم وتنفيذ ومراقبة برامج محسوبة للتأثير في قبول الأفكار الاجتماعية ويتضمن اعتبارات: التخطيط للإنتاج، التسعير، الاتصال، التوزيع وبحوث التسويق... وناقش رانجن وكارم ١٩٩١ المصطلح، وأن التسويق الاجتماعي يتضمن تغيير الاتجاهات، المعتقدات، والسلوكيات للأفراد أو المنظمات كتعريف اجتماعي للتسويق.

كما عرف (فاين) ١٩٩١ التسويق الاجتماعي أنه «ببساطة» تطبيق لتسويق الطرق أو الأساليب لنشر الأفكار الاجتماعية المعروفة مثل بحوث السرطان والمحافظة علي الطاقة، واستخدام السيارات^(٣٠).

وأضاف أن التسويق الاجتماعي يتضمن: أ- تطبيق تكنولوجيا التسويق التجاري. ب- يبحث من البداية ما يحققه للفرد وبشكل أوسع للمجتمع وليس التسويق التنظيمي.

وتعتبر قضايا التنمية قضايا قومية تتطلب الحشد الشعبي والرسمي إلى جانب الجهود العلمية المنظمة من جانب وسائل الإعلام حتي تقنع الجماهير بضرورة تبني هذه القضايا، ومن هذا المنطلق برز دور التسويق الاجتماعي باعتباره المؤثر الرئيسي في حركة إنسان اليوم محددًا أسلوب حياته ومؤثرًا في بيئته.

- ويعد التسويق الاجتماعي مفهوماً خاصاً بالمسؤولية الاجتماعية يقوم من خلاله القائم بالاتصال بالتسويق بنشر فكرة أو قيمة أو نمط سلوكي أو تقديم خدمة معينة مستهدفاً إحداث تأثير معين في الإطار المعرفي أو في سلوك الأفراد^(٣١).

- وعرف (كوتلر و زالتمان) التسويق الاجتماعي بأنه تصميم وتنفيذ ورقابة برامج الغرض منها التأثير علي مدي قبول أفكار اجتماعية مع الأخذ في الاعتبار استراتيجيات تخطيط المنتج والاتصال والتوزيع وبحوث التسويق وناقش رانجن وكارم ١٩٩١ المصطلح نفسه وأن التسويق الاجتماعي يتضمن تغيير الاتجاهات، المعتقدات، والسلوكيات للأفراد أو المنظمات.

- والتسويق الاجتماعي لا يلعب دوراً في خلق معلومات موضوعية والتي يمكن من خلالها إدراك المشكلات الاجتماعية بالضبط.. لكنه يقترح استراتيجيات لجمع البيانات التي يمكن أن تساعد في الإرتقاء بالسلوك خاصة استراتيجيات التأثير والتي يمكن أن تساعد في دفع الموضوعات أو القضايا علي الأجندة الاجتماعية^(٣٢).

مبادئ وأسس التسويق الاجتماعي :

١- إن التسويق الاجتماعي معني بالقضايا والأفكار الاجتماعية حيث يقرر شخص ما له سلطة أو مكانة في المجتمع أهمية هذه القضية ويسمح له بأن يغير سلوك الأفراد تجاه هذه القضايا لكي يفيد المجتمع ويرتقي به.

٢- أن برنامج التسويق الاجتماعي مصمم للتأثير علي السلوك الإنساني علي مجال واسع لتحقيق رقي المجتمع.

٣- نجاح برامج التسويق الاجتماعي تبدأ و تنتهي بالجمهور فالإستراتيجيات المستخدمة يتم وضعها بما يلائم توقعات واحتياجات الجمهور.

٤- إن التسويق الاجتماعي إلي جانب تسويق الخدمات إلي تسويق الأفكار الاجتماعية، والفكرة الاجتماعية يمكن أن تأخذ شكل المعتقد والإتجاه أو القيمة مثل المعتقدات الخاصة بالنظافة الشخصية أو البعد عن الدواجن المصابة في موضوع انفلونزا الطيور.

ومما يلي يتضح ماهية التسويق الاجتماعي : التسويق الاجتماعي هو:

١- إستراتيجية تغيير إجتماعي من خلال مجموعة من الخطوات المتتابعة لإحداث التغيير السلوكي.

٢- يكون أكثر فاعلية عندما تتحقق مشاركة الأفراد للوصول إلي أفضل تأثير يوجه الأفراد الذين لديهم استعداد للتغيير.

٣- يتطلب إستخدام عدد كافي من المصادر.

٤- يعتمد في إستراتيجياته لاتصاله علي مفهوم الإتصالات التسويقية المتكاملة.

٥- يستخدم عدد من الإستراتيجيات المختلفة لإحداث التأثير المطلوب في الإتجاهات والسلوك.

وبناء علي ذلك فالتسويق الاجتماعي ليس :

- ليس مجرد إعلانات.

- ليس شعار ذكي أو رسالة اتصالية.

- الوصول لجميع أفراد المجتمع من خلال الإعلام.

- حملة للصورة الذهنية.

- عملية تتم في فراغ.

- عملية تستغرق وقت سريع^(٣٣)

تساؤلات الدراسة :

- ما الأشكال الصحفية التي تناولت قضايا التنمية المستدامة في المواقع الصحفية عينة

الدراسة ؟

- ما اتجاهات المواقع الصحفية عينة الدراسة من قضايا التنمية المستدامة ؟
- ما أساليب التفاعلية و أساليب الإبراز التي تستخدمها المواقع الصحفية عينة الدراسة في تناولها لقضايا التنمية المستدامة؟
- ما مجالات التنمية المستدامة التي تناولتها المواقع الصحفية عينة الدراسة؟
- ما مصادر المادة المنشورة عن التنمية المستدامة في المواقع عينة الدراسة ؟
- ما أهداف تقديم المواقع الصحفية عينة الدراسة لموضوعات التنمية المستدامة ؟
- ما مدى معرفة الشباب المصري بمفهوم التنمية المستدامة ومجالاتها المختلف ؟
- ما مصادر الشباب المصري للحصول علي معلومات عن التنمية المستدامة ، وما ترتيب المواقع الصحفية بين تلك المصادر ؟
- ما الموضوعات التي يري الشباب أن المواقع عينة الدراسة تركز عليها في إطار التنمية المستدامة ؟
- ما تقييم الشباب لدور المواقع الإخبارية في التوعية بالتنمية المستدامة ؟
- إلى أي مدى استفاد المبحوثون من المعلومات التي تقدمها لهم المواقع الإخبارية حول التنمية المستدامة؟

فروض الدراسة :

- الفرض الأول :** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية واتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيًا بين مدى إستخدام المبحوثين للمواقع الصحفية ومدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية ومدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة .
- الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة التي تقدمها المواقع الصحفية بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في :

- (أ) المواقع الصحفية المصرية علي اختلافها .
- (ب) الشباب المصري .

عينة الدراسة :

(أ) المواقع الصحفية :

وهي عينة تمثل أنواع مواقع الصحف المصرية متمثلة في موقع بوابة الأهرام -موقع اليوم السابع - موقع صحيفة الوفد، وقد تم اختيارها باعتبارها تمثل الصحافة القومية والحزبية والخاصة .وقد تم اختيار هذه المواقع بناء على نتائج جماعات النقاش ،مع إضافة موقع صحيفة الوفد بالرغم من عدم ذكر المبحوثين لها و لكن لضمان تمثيل أنماط الصحف المصرية الثلاث ،وتم إجراء الدراسة على المواقع في الفترة الممتدة من فبراير ٢٠١٦ وهي بداية إطلاق استراتيجية مصر للتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ ، وتنتهي يناير ٢٠١٩ وهي أقصى فترة يمكن أن ترصدها الباحثة .

(ب) عينة الشباب المصري :

وتبلغ ٣٠٠ مفردة من الشباب المصري من ١٨ - ٣٥ سنة من الإناث و الذكور بأسلوب العينة المتاحة علي أن يتم سحبها من أماكن جغرافية مختلفة .

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة (ن=٤٠٠)

خصائص العينة	ك	%
السن	من ١٨ لأقل من ٢٦ سنة	٢٧١
	من ٢٦ إلى ٣٥ سنة	١٢٩
المؤهل الدراسي	طالب جامعي	١٧٣
	حاصل على مؤهل عالي	١٢٦
	حاصل على ماجستير	٧١
التخصص الدراسي	حاصل على دكتوراه	٣٠
	إعلام	٢٩٨
	اقتصاد وعلوم سياسية	٢٠
	ألسن	١١
	تجارة	١٧
	صيدلة وطب	٦
	علوم	٧
	هندسة	٩
	تربية نوعية	١٥
	زراعة	٨
نوع العمل (لمن يعمل ١٩٧)	عمل إداري أو فني	١٢٦
	عمل أكاديمي	٥٧
	أعمال حرة	١٤
محافظة الإقامة	القاهرة	٥٩
	الدقهلية	٣٦٠
	الغربية	٢٥
	المنوفية	٢٢
	القليوبية	١٩
	شمال سيناء	٤
	الإسكندرية ودمياط	١١

أجريت هذه الدراسة على عينة تشتمل على ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب المصري ممن تتراوح أعمارهم بين الثامنة عشر والخامسة والثلاثين. وفيما يخص خصائصهم

الديموغرافية فقد توزعت العينة على النحو التالي:

- من حيث السن، بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٦ سنة ٦٧,٨٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من ٢٦ إلى ٣٥ سنة ٣٢,٢٪ من إجمالي العينة.
- من حيث المؤهل الدراسي، كانت أكثرية العينة بنسبة ٤٣,٢٪ من طلبة الجامعات المصرية، يليهم من حيث العدد الحاصلون على مؤهل عالي بنسبة ٣١,٥٪، ثم حملة الماجستير بنسبة ١٧,٨٪، ثم أخيراً حملة الدكتوراه بنسبة ٧,٥٪ من إجمالي العينة.
- من حيث التخصص الدراسي: كانت غالبية عينة الدراسة بنسبة ٧٤,٥٪ من دارسي الإعلام، يليهم من حيث العدد دارسو العلوم السياسية بنسبة ٥٪، ثم دارسو التجارة بنسبة ٤,٣٪، ثم دارسو التربية النوعية بنسبة ٣,٨٪ من إجمالي العينة، ثم تخصصات أخرى (الألسن بنسبة ٢,٨٪، والهندسة والحقوق بنفس النسبة ٢,٣٪، والزراعة بنسبة ٢٪، والعلوم بنسبة ١,٨٪، والصيدلة والطب بنسبة ١,٥٪)، مما يشير إلى تنوع تخصصات الدراسة للمبحوثين محل الدراسة.
- من حيث نوع العمل (لمن يعمل): فقد بلغت نسبة أصحاب الأعمال الإدارية والفنية ضمن عينة الدراسة ٦٤٪، يليهم من حيث العدد أصحاب الأعمال الأكاديمية بنسبة ٢٨,٩٪، ثم أخيراً أصحاب الأعمال الحرة بنسبة ٧,١٪ من إجمالي العينة.
- من حيث محافظة الإقامة: كانت غالبية عينة الدراسة بنسبة ٦٥٪ من محافظة الدقهلية، يليهم من حيث العدد مبحوثو محافظة القاهرة بنسبة ١٤,٨٪، ثم مبحوثو محافظة الغربية بنسبة ٦,٣٪، ثم مبحوثو محافظة المنوفية بنسبة ٥,٥٪ من إجمالي العينة، ثم من محافظات أخرى (القليوبية بنسبة ٤,٨٪، والإسكندرية و دمياط بنسبة ٢,٨٪، وشمال سيناء بنسبة ١٪)، وبالتالي فقد شملت العينة مبحوثين من محافظات مختلفة.

نوع الدراسة :

تنتمي الدراسة إلي حقل الدراسات الوصفية .

منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي و الميداني ،حيث تستهدف الدراسة معرفة عينة من الشباب المصري لمعرفة دور المواقع الصحفية في

توعيته بالتنمية المستدامة ،ورصد كيفية تناول عينة من المواقع الصحفية المصرية لوضوعات التنمية المستدامة المختلفة .

أدوات جمع البيانات :

- ٣- استخدمت الدراسة أسلوب جماعات النقاش المركزة .
- ٢- استمارة استبيان علي عينة من الشباب المصري و تم تطبيقها من خلال أسلوبى المقابلة للإستمارة الورقية ،مع أسلوب الإستمارة الإلكترونية.
- ١- التحليل الكيفي لمواقع ثلاث صحف الكترونية هي بوابة الأهرام - موقع اليوم السابع - بوابة الوفد الالكترونية .

إختبارا الصدق والثبات :

- اختبار الصدق : وهو اختبار للصدق الظاهري لصحيفة الإستبيان للتأكد من أنها تجيب علي تساؤلات الدراسة وفروضها وتحقق أهدافها ،وذلك بعرضها علي مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام* وبعد إجراء بعض التعديلات عليها ، تم تطبيقها فعليا على عينة الدراسة .
- اختبار الثبات :من خلال إعادة الباحثة تطبيق الإستمارة علي (١٠٪) من المبحوثين بعد مرور أسبوعين من المرة الأولى ، وكانت قيمة معامل الثبات (٩٢٪) . وهذا يدل علي ثبات صحيفة الإستبيان و صلاحياتها .

مقاييس الدراسة وأساليب القياس المستخدمة:

١) مدى استخدام المواقع الإلكترونية:

تم قياسه من خلال ثلاثة أسئلة، الأول عن مدى الحرص على الاستخدام ببدائل إجابة بانتظام (٤ درجات) وأحيانا (٣ درجات) ونادراً (درجتان) وحسب الظروف (درجة واحدة)، والثاني عن عدد أيام الاستخدام ببدائل إجابة يوميا (٥ درجات) و٦ أيام (٤ درجات) ومن ٤-٥ أيام (٣ درجات) و٢-٣ أيام (درجتان) وحسب الظروف (درجة واحدة)، والثالث أكثر من ٥ ساعات (٦ درجات) ومن ٤-٥ ساعات (٥ درجات) ومن ٣-٤ ساعات (٤ درجات) ومن ساعة لساعتين (٣ درجات) وأقل من ساعة (درجتان) وحسب الظروف (درجة واحدة).

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (٦: ١٥) توزعت على النحو التالي:

- منخفض (٦-٨ درجات).
- متوسط (٩-١٢ درجة).
- مرتفع (١٣-١٥ درجة).

٢) مدى الإقتناع بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة:

تم قياسه من خلال سؤال واحد عن مدى الاقتناع، ويحدد المبحوث موقفه بين أربعة بدائل للإجابة هي: بدرجة كبيرة (يحصل من يختارها على ٤ درجات) وبدرجة متوسطة (يحصل من يختارها على ثلاث درجات) وبدرجة منخفضة (يحصل من يختارها على درجتين) وغير مقتنع (يحصل من يختارها على درجة واحدة).

٣) مدى الإقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة:

تم قياسه من خلال سؤال واحد عن مدى الاقتناع، ويحدد المبحوث موقفه بين أربعة بدائل للإجابة هي: بدرجة كبيرة (يحصل من يختارها على ٤ درجات) وبدرجة متوسطة (يحصل من يختارها على ثلاث درجات) وبدرجة منخفضة (يحصل من يختارها على درجتين) وغير مقتنع (يحصل من يختارها على درجة واحدة).

٤) مدى الاتجاه نحو دور المواقع الصحفية في التوعية بالتنمية المستدامة:

(ألفا كرونباخ = ٠,٨٧٤، معامل الصدق الذاتي = ٠,٩٣٤)

يتكوّن هذا المقياس من ٩ عبارات، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، بحيث يحصل من يختار موافق تماما ٣ درجات، ومن يختار موافق إلى حد ما يحصل على درجتان، ومن يختار معارض يحصل على درجة واحدة، وهذا لكل عبارة. والعبارات هي:

- قدمت لي معلومات تنموية لم أكن أعرفها من قبل.
- حفزتني للمشاركة في الأنشطة المجتمعية.
- اشعر أن المستقبل أفضل.
- تعرفت على جهود الدولة في مجالات جديدة.
- أعمل مشاركات لإخبار أصدقائي بهذه المشروعات.
- اتناقش مع غيري حول هذه الأنشطة.
- ادركت أهمية المشاركة المجتمعية لنجاح التنمية.
- قدمت لي خدمات عديدة.
- أصبحت أكثر ايجابية تجاه المجتمع.

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (٩ : ٢٧) توزعت على النحو التالي:

- منخفض (٩-١٤ درجة).

- متوسط (١٥-٢١ درجة).

- مرتفع (٢٢-٢٧ درجة).

٥) مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية عن التنمية

المستدامة: (ألفا كرونباخ=٠,٧٨٤، معامل الصدق الذاتي=٠,٨٨٥)

يتكوّن هذا المقياس من ٥ صفات ونقائضها، يحدد المبحوث موقفه منها على

مقياس التمييز الدلالي مكون من ٥ درجات، بحيث يمثل الرقم ٥ أعلى درجات

الإتصاف بالصفة الإيجابية ويمثل الرقم (١) أعلى درجات الإتصاف بصفة سلبية.

والعبارات هي:

- كافية/ غير كافية

- مقنعة/ غير مقنعة

- شاملة/ جزئية

- متعمقة/ سطحية

- موضوعية/ متحيزة

وتراوحت درجات المقياس ككل بين (٥ : ٢٥) توزعت على النحو التالي:

- منخفض (٥-١١ درجة).

- متوسط (١٢-١٨ درجة).

- مرتفع (١٩-٢٥ درجة).

التنمية المستدامة :

في ٢٥ سبتمبر ٢٠١٥ اعتمدت قمة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة قرارا بعنوان «

تحويل عالمنا : جدول أعمال ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة» و يشتمل علي ١٧ هدفا

للتنمية المستدامة و ١٦٩ غاية للقضاء علي الفقر وعدم المساواة وتحسين الصحة

والتعليم وتحقيق النمو الاقتصادي بتهيئة فرص عمل لائقة وتوفير طاقة نظيفة ومياه

وبنية تحتية وإنشاء مدن مستدامة وحماية البيئة الطبيعية والتنوع الحيوي والتصدي

لتغيير المناخ في أجواء تتسم بالسلام والعدل.

كما حددت الأهداف الانمائية للألفية في:

١- القضاء علي الفقر المدقع والجوع.

٢- تحقيق تعميم التعليم الابتدائي.

٣- تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة.

٤- تحسين صحة الأم.

٥- مكافحة فيروس نقص المناعة البشرية / الايدز والملاريا وغيرها من الأمراض.
٦- كفاءة الاستدامة البيئية.

٧- إقامة شراكة عالمية من أجل التنمية المستدامة^(٣٤).

وقد أثمرت جهود علمية وإصلاحية إلى ظهور مفهوم التنمية المستدامة sustainability development أو الإستدامة sustainability علي الخارطة التنموية حيث ظهر هذا المفهوم بشكل رسمي في رحاب الأمم المتحدة عام ١٩٨٠ في وثيقة أممية بعنوان « إستراتيجية المحافظة الكونية» واشترك في إعدادها كل من برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، والإتحاد الدولي للمحافظة علي الطبيعة ، والصندوق العالمي للطبيعة ، ثم توالت الأعمال والوثائق المعززة لمدخل الإستدامة ، وباتت الإستدامة تمثل منهجا تنمويا متوازنا يحقق تطلعات الأجيال القادمة ، مما يؤكد علي ضرورة اتسام الإستدامة ب (عدالة التنمية) وهي سمة محورية واجبة في أي عمل تنموي^(٣٥).

وتمثل استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ محطة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة في مصر تربط الحاضر بالمستقبل .. وتأتي أهمية هذه الإستراتيجية خاصة في ظل الظروف الراهنة التي تعيشها مصر بأبعادها المحلية والإقليمية والعالمية التي تتطلب إعادة النظر في الرؤية التنموية لمواكبة هذه التطورات ... وتبنت الإستراتيجية مفهوم التنمية المستدامة كإطار عام يقصد به «تحسين جودة الحياة في الوقت الحاضر بما لا يخل بحقوق الأجيال القادمة في حياة أفضل» ومن ثم يركز مفهوم التنمية المستدامة الذي تبناه الإستراتيجية علي ثلاثة أبعاد رئيسية تشغل البعد الإقتصادي والبعد الإجتماعي والبعد البيئي ، وتراعي الاستراتيجية مبدأ تكافؤ الفرص وسد الفجوات التنموية والإستخدام الأمثل للموارد ودعم عدالة استخدامها بما يتضمن حقوق الأجيال القادمة^(٣٦).

ولكن لماذا الحديث عن التنمية المستدامة ؟ ولماذا تتجه الدولة إلى هذا الإتجاه؟
فالدولة في حاجة إلى :

- ١- وضع رؤية موحدة سياسية واقتصادية واجتماعية طويلة المدى تكون ميثاق ملزم للخطة التنموية متوسطة وقصيرة المدى علي المستوي القومي والمحلي والقطاعي.
- ٢- تمكين مصر لتكون لاعبا دوليا فاعلا في البيئة الدولية الديناميكية .
- ٣- تحقيق طموحات الشعب المصري ، وتحسين مستوي معيشتة ورفع كفاءة الخدمات التي تمس حياته اليومية.

٤- تمكين المجتمع المدني والبرلماني من متابعة ومراقبة وتنفيذ الاستراتيجية من خلال تحديد أهداف واضحة ومؤشرات قياس ومستهدفات كمية وبرامج ومشروعات يتم تنفيذها في إطار زمني معروف.

٥- التوافق مع الأهداف الألفية للتنمية المستدامة ما بعد ٢٠١٥ ومع استراتيجية التنمية المستدامة لإفريقيا ٢٠٦٣ (٣٧).

وتتعدد برامج مشروعات التنمية المستدامة في المجال الإقتصادي لتصل حوالي (٧٧) برنامج لتكون مصر بحلول ٢٠٣٠ واحدة من أفضل (٣٠) دولة علي مستوى العالم وهذه البرامج والمشروعات تحقق جودة الحياة ، مكافحة الفساد ، والتنمية البشرية ، وتحقيق تنافسية في الأسواق ومن هذه المشروعات والبرامج:

- مشروع تنمية محور قناة السويس.
- إنشاء العاصمة الإدارية الجديدة.
- تنمية ٤ مليون فدان.
- مشروع تنمية الساحل الشمالي الغربي.
- شركة سيناء للإستثمار والتنمية.
- برنامج العمل اللائق.
- دعم الصناعات الثقيلة.
- مشروع مدينة الجلود بالروبيكي.
- برامج إصلاح البيئة التشريعية لتحسين مناخ الإستثمار.
- محور ٣٠ يونيو ومدينة الجلالة الجديدة.
- مشروع استكمال المرحلتين الرابعة والخامسة لمetro الانفاق.
- برنامج إرادة وغيرهم (٣٨).

ويرتبط بمفهوم التنمية المستدامة مفاهيم أخرى هي :

تطور مفهوم التنمية المستدامة خلال العقود السابقة حتى المفهوم الحالي ، فمن مفهوم التنمية الإقتصادية ، إلى التنمية الإجتماعية ، فالتنمية في معناها الشامل بالتنمية المستدامة وذلك على النحو التالي :

- التنمية الإقتصادية : ونظر إليها أنه تعنى الزيادة التي تطرأ على الناتج القومي من سلع وخدمات في فترة زمنية معينة .
- ثم تطور المفهوم و أضيف له بعدا اجتماعيا أساسه تقليل نسب الفقر و القضاء

على البطالة و اللامساواة في التوزيع ضمن اقتصاد يتسم بالنمو، و أطلق بعض الباحثين علي تلك المرحلة بالتنمية الاجتماعية .

- ثم بدأ الحديث عن التنمية الشاملة حقبة تمتد من منتصف السبعينيات^(٣٩)
 - التنمية المستدامة :من الناحية اللغوية يعود مصطلح الإستدامة sustainability إلى علم الأيكولوجيا إذ استخدمت الإستدامة لتعبير عن تشكل وتطور النظم الديناميكية التي تكون عرضة لتغيرات هيكلية تؤدي إلى حدوث تغير في خصائص و عناصر العلاقات ببعضها...و في المفهوم التنموي ، استخدم المصطلح للتعبير عن طبيعة العلاقة بين علم الإقتصاد Economy وعلم الأيكولوجيا Ecology على اعتبار أن العلمين مشتقين من نفس الأصل الأغرقي^(٤٠)، وأصبح مفهوم التنمية المستدامة يعني :عملية تطوير الأرض و المدن و المجتمعات وكذلك الأعمال التجارية بشرط أن تلبي احتياجات الحاضر بدون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها^(٤١)، وتأخذ الاستراتيجية في الاعتبار التحديات التي تواجه عملية التنمية في مصر ، و التي تتمثل في ندرة الموارد الطبيعية مثل الطاقة و الأرض و المياه ،و تدهور البئية و تواضع موارد التنمية البشرية من سكان و صحة و تعليم ، وعدم ملائمة نظام الحوكمة ،وغياب نظام الابتكار و الإبداع ، كما تتبنى مجموعة من الأهداف والغايات لتحويل هذه العناصر إلى محفزات للتنمية بدلا من كونها تحديات رئيسية .^(٤٢)

- الإستهلاك المستدام : الإستهلاك المستدام يدعم كفاءة استخدام الموارد وجودة الحياة وتتعلق بأنماط الإستهلاك والإنتاج المستدامة بتشجيع الكفاءة في الموارد والطاقة واستدامة البئية الأساسية وتوفير إمكانية الحصول علي الخدمات الأساسية وتوفير فرص العمل اللائق وغير المضر بالبئية، وذلك يستلزم أدوات جديدة للقياس والتقييم وتحليل تشابكات التنمية ، ويمثل الإستهلاك المستدام مشروع شراكة كونية لكافة دول العالم .. وهو الإستهلاك الأفضل للموارد لإشباع الحاجات الأساسية^(٤٣).

ويواجه تحقيق التنمية المستدامة عدد من المعوقات مثل الفقر ، الزيادة المطردة في عدد سكان العالم ، الحروب والمنازعات المسلحة والإحتلال الأجنبي ، تدهور قاعدة الموارد الطبيعية ، استمرار الهجرة من الريف إلي الحضر ، تعرض مناطق من العالم بصفة عامة لظروف مناخية قاسية ، عدم توافر التقنيات الحديثة ، الاديون .
 وحدد البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة سبعة عشرة برنامج كأهداف لتحقيق التنمية المستدامة وتمثلت في:

- ١- القضاء علي الجوع.
- ٢- المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة الاقتصادي.
- ٣- معالجة أسباب الفقر والحد منه.
- ٤- العمل اللائق ونمو الاقتصاد.
- ٥- الإستهلاك والإنتاج المسئولان.
- ٦- المياه النظيفة والنظافة الصحية.
- ٧- الصحة الجيدة والرفاة.
- ٨- التعليم الجيد.
- ٩- طاقة نظيفة وبأسعار معقولة.
- ١٠- العمل المناخي.
- ١١- مدن ومجتمعات محلية مستدامة.
- ١٢- الحد من أوجه عدم المساواة.
- ١٣- الحياة تحت الماء.
- ١٤- الحياة في البر.
- ١٥- الإستهلاك والإنتاج المسئولان.
- ١٦- السلام والعدل والمؤسسات القوية.
- ١٧- عقد الشراكات لتحقيق الأهداف^(٤٤).

ومنذ أعلن رسمياً ٢٤/٢/٢٠١٦ رؤية مصر ٢٠٣٠ وفرض مفهوم التنمية المستدامة نفسه في الخطاب السياسي والإقتصادي والإجتماعي علي المستويات الوطنية والدولية وفرص تأثيره علي النظم الإجتماعية وأهدافها ومنهم النظم الإتصال التي تحددت لها سياسات وأهداف تخدم أهداف التنمية المستدامة.

- فإذا كانت أهم وظائف الإعلام تتمثل في جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونشرها فإن الإعلام اليوم أصبح قوة فاعلة ومؤثرة من خلال الإسهام في تشكيل المفاهيم وصناعة الرأي العام وتوجيهه بما يخدم المصلحة العامة أي بما يسمح بصناعة التنمية عبر تهيئة الأفراد والجماعات من أجل الإستجابة والمشاركة في الخطط والبرامج التنموية بشكل فعال علي المستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.

- كما أصبحت وسائل الإعلام الجديد تشكل الإتجاهات وتلعب دوراً مهماً أكثر من أي وقت مضى^(٤٥)، وتصطلح وسائل الإعلام وخاصة الإلكتروني منها إلي القيام بدور مؤثر وفعال في تحقيق التنمية المستدامة لما تقوم به من الشرح والتفسير للأفكار

المستحدثة للتنمية المستدامة ، بل ويمتد دورها إلى التوجيه والإرشاد أيضا لتحفيز الجمهور وتشجيعه علي المشاركة الإيجابية في تنفيذ خطط التنمية ، بعد أن أثبتت دراسات عديدة أن الإعلام الإلكتروني علي اختلافه يتقدم المصادر الإعلامية لدي قطاع كبير من جمهور الإعلام وخاصة جمهور الشباب .

- وفي مصر بدأ في إعادة التفكير في تحقيق أهداف برامج التنمية المستدامة منذ أن أعلن الرئيس المصري داخل مقر الأمم المتحدة أثناء تواجده في قمة اعتماد أجندة التنمية لما بعد ٢٠١٥ أن مصر عادت لتؤكد دورها الريادي من خلال وضع خطة طموحة للتنمية المستدامة ستغير ملامح الحياة في أرض الكنانة وتعيدها الي سابق عهدها .

- ومنذ ذلك الوقت حاولت حكومات عديدة وضع رؤية طويلة المدى تتمثل في استراتيجية التنمية المستدامة في مصر حتي عام ٢٠٣٠ كل ذلك مع ضرورة مساهمة وسائل الإعلام في رفع الوعي وتكوين اتجاهات الجمهور نحو المشاركة الفعالة في تنفيذ خطط الدولة من أجل تحقيق التنمية المستدامة^(٤٦) .

فالإعلام لديه مسئولية تجاه التنمية المستدامة تتمثل في تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها .. ويسمي العلماء الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم (الهندسة الإجتماعية للإعلام الجماهيري) .. فإن الهدف الرئيسي من العملية الإعلامية هو التأثير علي وعي الإنسان وتوجيه سلوكه باستخدام وسائل الإتصال المختلفة وتوجيهها لخدمة الأغراض الإجتماعية والإقتصادية والثقافية والسياسية^(٤٧) .

- فإخبار الناس وإعلامهم بأهداف التنمية المستدامة ومعناها ، ومجالاتها وخططها ، وآثارها علي الفرد والمجتمع وشرح أهميتها للمجتمعات والحث علي المشاركة الفعالة في تنفيذ خططها وبرامجها من أين للفرد أن يعرف بما لو لم يقم الإعلام بهذا الدور التوعوي ألهام المساعد في تنفيذ خططها .

- وعند تناول قضايا التنمية المستدامة فإن هناك جانبين هامين يختصان بعرض موضوعات التنمية المستدامة حددتها نورة بن وهيبه وزميلاتها في :

١- **التقنية الإعلامية المتخصصة :** والتي تقدم مادة علمية متخصصة لفئة محددة من المهتمين بموضوع معين ، وتعتمد علي البحوث والدراسات ذات التخصص الدقيق في موضوع معين والموجهة إلي عدد قليل من المتلقين ، والإدارة الإعلامية الرئيسية في هذا الإطار هو المجلة العلمية المتخصصة أو الكتب العلمية المحددة الموضوع .. وهو

ما يطلق عليه إعلام النخبة العلمية.

٢- تقنية الإعلام الجماهيري : وتستخدم في مجال التنمية المستدامة من خلال عدة مستويات.

أ - المستوى الإخباري : وترتبط به سرعة التغطية الإخبارية بالأحداث المتعلقة بالتنمية المستدامة والبيئة و المؤتمرات و الندوات و الحوادث المثيرة المرتبطة بالبيئة وغيرها من مجالات التنمية وإن كانت تتسم الرسالة الإعلامية بالبساطة والسطحية أحيانا.

ب - مستوى السعي إلي خلق رأي عام جديد واتجاه جديد لدي المتلقي لقضايا التنمية المستدامة وهو المستوى الأكثر تعقيدا ويمكن أن يكون لوسائل الإعلام دور في تبني المتلقين لآراء واتجاهات جديدة خاصة في الموضوعات التي يكون المتلقون لم يكونوا نحوها آراء أو اتجاهات^(٤٨).

نتائج الدراسة التطبيقية:

أولا :نتائج الدراسة الكيفية .

أ- نتائج التحليل الكيفي لعينة المواقع الصحفية:

تم إجراء التحليل الكيفي للمواقع الصحفية الثلاث بوابة الأهرام - موقع اليوم السابع -موقع صحيفة الوفد وهى في ضوء نتائج جماعات النقاش ، مع إضافة موقع صحيفة الوفد لتكون ممثلة للنمط الثالث من الصحف المصرية وهى الصحافة الحزبية .

- تم إجراء التحليل الكيفي في الفترة الممتدة من فبراير ٢٠١٦ إلى يناير ٢٠١٩ وهى تبدأ مع بداية إعلان الدولة المصرية تبنيتها وضع استراتيجية للتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ و إنشاء موقع إلكتروني رسمي للاستراتيجية ، وتمتد إلي أقصى مدة يمكن أن تشملها الدراسة.

- شمل التحليل الكيفي جميع الموضوعات التي تتناول التنمية المستدامة في المواقع الثلاث من خلال الحصر الشامل لكل الموضوعات التي نشرتها الموقع عن الموضوع وذلك باستخدام كلمات مفتاحية للبحث Key wards في أرشيف المواقع : وهى : التنمية المستدامة - التنمية - مشاريع التنمية المستدامة - حملات التنمية المستدامة ، خلال الفترة الزمنية للدراسة و قد أوضحت نتائج التحليل الكيفي ما يلي :

محتويات المواقع الصحفية :

- يتضح من خلال دراسة مواقع الصحف الثلاث عينة الدراسة ما يلي :

أولاً : بوابة الأهرام :

- تحتوي الصفحة الرئيسية home page علي ترويسة الصحيفة والتي تشمل الإسم والشعار في المنتصف ، وبمينه إسم رئيس مجلس الإدارة ويساره رئيس التحرير وأسفلها العنق ويشمل تاريخ التأسيس والمؤسسان .
 - ويعلوها شريط يحمل بيانات العدد : اليوم والتاريخ بالميلادي والمجري والعدد ، أسفل اللافتة شريط أسود يحمل قائمة تنسدل منها بالضغط تبويب الصحيفة(خريطة الموقع).
 - مكان ثابت لإعلان ثم الخبر الرئيسي في العدد.
 - تعرض الصفحة عناوين تفاعلية للموضوعات الأكثر قراءة.
 - يشتمل الموقع علي خدمات : الطقس - مواقيت الصلاة - أسعار العملات والتوظيف وصفحة الموقع علي الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وجوجل بلاس.
 - الخدمات التفاعلية : إمكانية طباعة بعض الموضوعات - مشاركة الموضوع من خلال الفيس بوك وجوجل بلاس وتويتر وواتس آب والبريد الإلكتروني - وربط الموقع - إمكانية إضافة تعليق - صندوق للبحث داخل الموقع.
 - آخر الصفحة عرض لجميع المطبوعات والإصدارات الخاصة بمؤسسة الأهرام علي أرضية سوداء.
 - إستخدام الألوان كأساليب إبراز:
 - تستخدم الأهرام اللون الأحمر في اللافتة (شعار الموقع) وفي كتابة العناوين.
 - تستخدم الألوان في الصور واستخدمت اللون الأحمر في كتابة العناوين.
 - الصور الملونة بأنواعها الشخصية والموضوعية مصاحبة للموضوعات.
 - الإطارات.
- يتيح الموقع إمكانية البحث داخل الموضوع عن موضوعات ذات علاقة من خلال كلمات بحث علي أرضية لونية.
- كان الشكل الإخباري هو السائد في تناول موضوعات التنمية المستدامة الأخبار المجردة والمفصلة ، التقارير الإخبارية ، التعليق الإخباري وبشكل نادر التحقيقات والحوارات والمقالات.
- اللغة المستخدمة كانت اللغة الإعلامية في جميع الموضوعات.
- يتيح الموقع خدمات إعلانية وكيفية الإتصال بالجريدة ومكاتب الجريدة في المحافظات والمقر الرئيسي لها والرقم البريدي والفاكس ورقم الخط الساخن وإمكانية التواصل من

خلال الفيس بوك وتويتر وجوجل بلس،

ويتيح الموقع لمستخدميه إجراء الإستفتاء

ثانياً: موقع اليوم السابع و يحتوي علي :

الصفحة الرئيسية home page لموقع اليوم السابع تحتوي علي :

- الترويسة وتشمل اسم الجريدة باللونين الأحمر والأسود مصحوب باسم رئيس التحرير ويميز اللافتة قائمة تنسدل منها محتويات العدد أو خريطة الموقع، ويسارها إمكانية عرض تفاعلي لمحتويات العدد مصور .
- أسفل الترويسة : عناوين تفاعلية (الرئيسية - أخبار عاجلة)
- عرض لأهم الموضوعات من خلال عرض صورة وعنوان للموضوع .
- يتيح الموقع إمكانية البحث داخله من خلال (صندوق البحث)، والبحث داخل الموضوع من خلال كلمات بحث متاحة علي أرضية حمراء.
- من الخدمات التي يتيحها الموقع الإرسال عبر الفيس بوك وتويتر وانستغرام وجوجل بلاس واليوتيوب علي أجهزة الأندرويد أو الآيفون ، وإمكانية البحث داخل الموقع وإضافة تعليق، وصحافة المواطن.
- ويتيح الموقع عرض لعناوين الموضوعات الأكثر قراءة ، والأكثر تعليقا من خلال عناوين تفاعلية لهذه الموضوعات.
- ويتيح الموقع أبلكيشن للتحميل من خلال أجهزة الأندرويد أو الآيفون في نهاية الصفحة وعلي أرضية بيضاء عليها اسم الموقع بألوانه التقليدية مصحوب بشعار» بلدنا والناس والحرية «ومحتويات العدد علي أرضية سوداء وخط أبيض وإمكانية المراسلة من خلال شبكات التواصل و عبر الأجهزة المختلفة وإمكانية التحميل.
- كما يشمل الموقع (أهم الأخبار) و (آخر الأخبار) وقائمة مصورة لمحتويات العدد.

ثالثاً : موقع جريدة الوفد (بوابة الالكترونية):

- يحتوي الموقع علي ترويسة أعلي الصفحة تحمل يمينا اسم الجريدة باللون الأخضر المعتاد لصحيفة الوفد مع اللون الأبيض مصحوب بعبارة « البوابة الإلكترونية »علي أرضية حمراء، وفي الأعلى القائمة باللون الأخضر المميز لجريدة الوفد والتي تحتوي علي أبواب الموقع الثابتة ثم أهم الأخبار.
- يستخدم الموقع اللون الأحمر للعناوين الهامة تمييزا لها عن العناوين الأخرى باللون الأسود.
- يتيح الموقع المشاركة عبر الفيس بوك وتويتر وجوجل وإمكانية التعليق علي الفيس

- بوك .
- كل موضوع ينتهي بكلمات تفاعلية للموضوعات المرتبطة به .
- يحمل كل موضوع تاريخ اليوم والتوقيت .
- يستعرض الموقع محتويات العدد من خلال صورة وعنوان تفاعلي لكل موضوع وهي مقسمة أو مصنفة موضوعيا (أهم الأخبار - الرياضة - أمم إفريقيا ٢٠١٩ - اقتصاد - البرامج التعليمية - تكنولوجيا - منوعات - ميديا - فن وثقافة - تحقيقات وحوارات - حوادث)
- يتيح الموقع امكانية الإرسال عبر تويتر فيس بوك انستجرام والبريد الإلكتروني .
- تختلف محتويات القائمة المنسدلة يسار الصفحة عن المحتويات بكل عدد لأنها تشمل محتويات الموقع بوجه عام والتي يختفي بعضها أو يظهر كل عدد مثل (إفريقيا ٢٠١٩ - أهلا رمضان - عالمي - الوفد اليوم - البرلمان - المحافظات - مقالات الرأي)
- أما ما يخص موضوع الدراسة فقد استخدمت كأساليب إبراز الصور الملونة الشخصية والموضوعية المصاحبة للموضوعات ، استخدمت الصور الشخصية وأغلبها للمسؤولين والوزراء المرتبط الخبر بهم ، كما صاحبت الموضوعات خاصة المرتبطة بالمشروعات الصور الموضوعية من داخل المشروعات .
- استخدمت الألوان في العناوين التي كتبت باللون الأحمر، والمتن باللون الأسود علي أرضية بيضاء .
- التغطية الإخبارية هي السائدة (الأخبار المجردة والمفسرة - التقارير الإخبارية - القصص الإخبارية - التعليقات الإخبارية) وقل استخدام التحقيقات والحوارات الصحفية في المواقع الثلاث .
- موضوعات التنمية المستدامة :**
- أ- في بوابة الأهرام كانت الموضوعات وفي أغلبها إقتصادية واجتماعية ثم بيئية والسياسية وأمنية.
- ب- وكذلك في موقع اليوم السابع كانت الموضوعات الإقتصادية هي الأكثر ظهورا يليها الإجتماعية ثم البيئية والسياسية والأمنية.
- ج- وفي بوابة الوفد نفس الترتيب السابق
- مجالات التنمية المستدامة في المواقع الصحفية الثلاث : كان موقعي الأهرام واليوم

السابع الأكثر تناولا لموضوعات التنمية والتنمية المستدامة يليهما الوفد.

أما مجالات التنمية المستدامة التي أولتها المواقع اهتماما :

المجال الإقتصادي وشملت : تشجيع الإستثمار - تشجيع القطاع الخاص - التعاون الإقتصادي الدولي - حضور الوزراء في الوزارات المعنية المؤتمرات في الداخل والخارج خاصة وزراء التخطيط والمالية والإسكان - التقارير المحلية والدولية عن ما تم تحقيقه في مجال التنمية المستدامة في مصر- نتائج الإصلاح الإقتصادي - نشر ثقافة العمل الحر - عقد دورات تدريبية وورش عمل لرفع الكفاءة - السندات الخضراء .

المجال الإجتماعي : أبرز موضوعات المجال الإجتماعي في موقع جريدتي الأهرام واليوم السابع , وبدرجة أقل الوفد : الإهتمام بالمرأة وأهمية مشاركتها في تحقيق التنمية المستدامة - التطوير في المجال الصحي والطبي - التطوير في مجال التعليم الجامعي وما قبل الجامعي - مؤتمرات الشباب - تطوير القرى .

المجال البيئي : كانت أهم الموضوعات التي تناولتها المواقع الثلاث تخص البيئة (التشريعات المرتبطة بالمحافظة علي البيئة - ورش عمل ومؤتمرات للتوعية بالمحافظة علي البيئة - نقص المياه وعلاقتها بالتنمية المستدامة - تدوير مخلفات القمامة - اختفاء السحابة السوداء موسم حنى الأرز-التوازن البيئي .

- أولت المواقع الثلاث إهتماما أقل بالتنمية السياسية وتركز إهتمامها بهذا الجانب علي التعديلات الدستورية.

- كما أولت اهتماما أقل بالجانب الأمني والإعلامي فقط غطت فقط العمليات الإرهابية وقت حدوثها، أو موضوعات عن الإستقرار الأمني وارتباطه بتحقيق التنمية المستدامة.

تشابقت إلي حد كبير المشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة والتي تناولتها المواقع الثلاث، في نوعية المشروعات مع اختلاف حجم التغطية واتجاهها من موقع لآخر. فقد تشابقت في تناول مشروعات : (العاصمة الإدارية الجديدة - مشاريع الصرف الصحي - الخط الجديد لمetro الأنفاق - صوامع القمح - مشروعات جبل الجلالة - قناة السويس الجديدة - محطة الضبعة النووية - تمويل وتشجيع المشروعات الصغيرة - القضاء علي العشوائيات - افتتاح غيط العنب ١، ٢، والأسمات ١، ٢ - مدينة دمياط للأثاث - زراعة مليون ونصف فدان - إعادة تدوير القمامة - مثلث ماسبيرو) .

الحملات المرتبطة بالتنمية المستدامة : حملة ١٠٠ مليون صحة - حملة ترشيد المياه

« حافظ عليها تلاميذها » - إنتي البداية - كلنا واحد - أوعي تجرب - صمم ..
إبني .. تنفس - حملات ترشيد الطاقة»

- كان موقعي الأهرام واليوم السابع الأكثر اهتماما بهذه الحملات يليهما الوفد .
- أغلب هذه الحملات وردت علي لسان المسؤولين في تصريحات لهم، دون أن تتناولها المواقع إعلاميا من خلال حملات تساهم في دعمها وتحفيز الشباب للمشاركة .
- الإستثمارات أغلبها عقلانية تعتمد علي الأرقام والإحصائيات والتصريحات للمسئولية والإستشهاد ببعض الأمثلة من دول أخرى مثل تجربة السندات الخضراء في ماليزيا وكينيا.

- الهدف الرئيسي لتناول المواقع الثلاث لموضوعات التنمية المستدامة كان الإخبار و الإعلام في المقام الأول ، ثم الشرح والتفسير لبعض المشروعات التي تنفذها الدولة ، مع عرض تقريرى للأحداث خاصة في تغطية افتتاح المشروعات أو الإجتماعات و الندوات وورش العمل التي يحضرها المسؤولون والمرتبطة بالتنمية المستدامة ، ثم الدعوة لتبني فكرة أو موقف في دعوة القطاع الخاص للمشاركة والإشارة إلي أهمية المشاركة المجتمعية لإنجاح التنمية المستدامة .

- التغطية تراوحت بين التغطية المفسرة والمجردة أحيانا في شكل أخبار قصيرة .
- وأغلبها تسجيلية واتجاهها إيجابي في موقعي الأهرام واليوم السابع ، بينما كان الإتجاه النقدي أحيانا في بعض الموضوعات والتي تم تناولها في موقع الوفد .
- إتمدت المواقع علي مصادرها من مندوبين ومراسلين ومصورين في تغطية موضوعات التنمية المستدامة ، وأحيانا القنوات التلفزيونية وتصريحات المسؤولين .
- غلب الإتجاه المؤيد لأغلب الموضوعات .

- كانت القيم الأكثر ظهورا الشهرة الأهمية ، المصلحة أو الفائدة ، والأمن والإستقرار، والقرب ، والضخامة الإهتمامات الانسانية .
- يشوب تناول الإعلامي للمواقع الثلاث لموضوعات التنمية غلبة الطابع الرسمي والإكتفاء بتغطية تحركات المسؤولين وتصريحاتهم فيما يخص مشروعات أو دورات أو ورش عمل ترتبط بالتنمية المستدامة .

- إمتد ذلك إلي الحملات المختلفة المرتبطة بالتنمية المستدامة أيضا لم تبين المواقع عينة الدراسة الحملات السابقة بشكل جاذب للشباب أو محفز لهم للمشاركة في تنفيذ خطط التنمية ، بل إكتفت بالتغطية الإخبارية لإطلاق المسؤولين أو الجمعيات أو منظمات المجتمع المدني لبعض الحملات المرتبطة بالتنمية المستدامة هذا الأسلوب

- الرسمي والإخباري في أغلبه يؤدي إلى عزوف الشباب عن متابعة مثل هذه الموضوعات أو الاقتناع بها وهو ما كشفت عنه الدراسة الميدانية، و جماعات النقاش .
- لم تقدم هذه الموضوعات في أشكال حديثة ولم تستخدم فيها إمكانات الوسيلة مثل الإنفوجرافيك أو الفيديو جرافيك.
- لم تتبن المواقع حملات التنمية المستدامة وتساهم في توعية الجمهور بها واكتفت بالتغطية الإخبارية لتدشينها .

(ب) نتائج دراسة جماعات النقاش المركزة:

تم إجراء الدراسة على خمس مجموعات من الشباب المصري كل مجموعة تتكون من ٦ طلاب أو خريجين من الإناث والذكور ، موزعين في كليات مختلفة ، و محافظات مختلفة ، في الفترة العمرية التي حددتها الدراسة.

وكان الهدف الرئيسي من المقابلة يدور حول سؤالين رئيسيين :

- ما مدى معرفة الباحثين بمفهوم التنمية المستدامة ؟
- ما المصادر الإعلامية لمعرفة موضوعات التنمية المستدامة ؟ وما ترتيب المواقع الصحفية بين هذه المصادر ؟

و في ضوء نتائج مقابلات جماعات النقاش المركزة تم تصميم إستمارة استبيان وتم توزيعها ورقيا و الكترونيا على الباحثين.

و أوضح دليل النقاش ما يلي :

- عدد كبير من الباحثين قد سمعوا عن مصطلح التنمية المستدامة.
- أغلب من عرفوا به من الطلاب في مرحلة الليسانس أو البكالوريوس.
- كان التلفزيون هو المصدر الأول لأفراد المجموعات في التعرف على مصطلح التنمية المستدامة ، يليها شبكات التواصل الإجتماعي من خلال الفيس بوك والمواقع الرسمية لبعض صفحات التنمية أو الجمعيات الخيرية المرتبطة بالموضوع ، ثم المواقع الصحفية .
- كانت المواقع الصحفية الأكثر استخداما لدى المجموعات هي (بوابة الأهرام - موقع اليوم السابع - موقع أخبار اليوم) .
- انخفاض نسبة من يعرفون المعنى الصحيح للتنمية المستدامة من المجموعات .
- إرتبط فهم أغلبهم للتنمية المستدامة بالإقتصاد ، وتحسن أحوال المعيشة .
- كانت أكثر مشروعات التنمية المستدامة التي عرفها أفراد المجموعات محطة الضبعة

، قناة السويس الجديدة ، مدينة دمياط للأثاث ، إختفاء السحابة السوداء ، مع ملاحظة أن معرفة بعضهم بما كان من منطلق الإقامة في المحافظة المقام فيها المشروع - دمياط و الدلتا - أو تركيز التلفزيون عليها .

- كانت أكثر حملات ترتبط بالتنمية المستدامة ويعرفها أفراد المجموعات هي : حملة ١٠٠ مليون صحة - حملات ترشيد استخدام الوقود - التبرع للجمعيات الخيرية و أن سبب معرفتهم بما مشاركتهم في الحملة أو إعلانات التلفزيون .

- أغلب أفراد المجموعات غير مقتنع بهذه المشروعات أو الحملات . و يعد هذا مؤشر لقصور الدور الإعلامي في توعية الجمهور بهذه المشروعات وتحفيزه للمشاركة فيها .

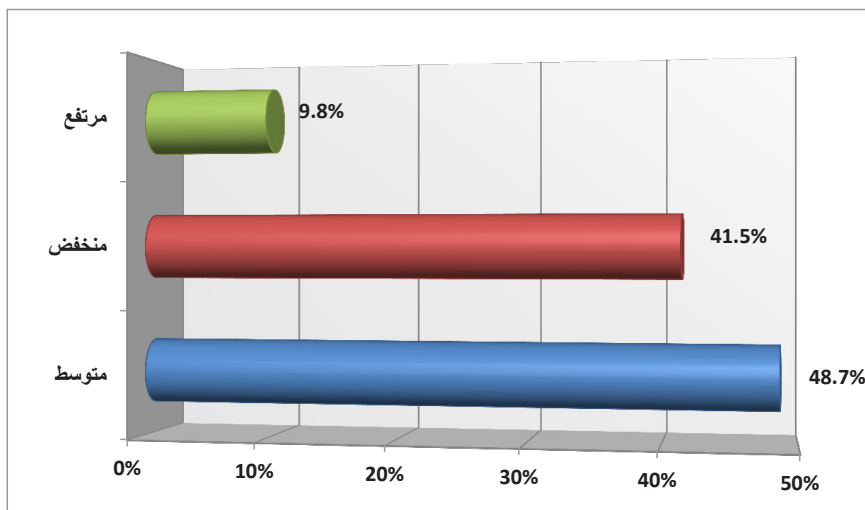
- وفي ضوء هذه النتائج تم تصميم استمارة استبيان لاستطلاع رأى عينة من الشباب المصرى حول دور المواقع الصحفية فى التوعية بموضوع الدراسة .

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (٢) معدل استخدام المبحوثين المواقع الصحفية

معدل الاستخدام	ك	%
متوسط	١٩٥	٤٨,٧%
منخفض	١٦٦	٤١,٥%
مرتفع	٣٩	٩,٨%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٢) فيما يتصل بمعدل استخدام المواقع الصحفية فقد كانت أكثرية المبحوثين بنسبة ٤٨,٧% من متوسطي الإستخدام، يليهم عددياً منخفضو الإستخدام بنسبة ٤١,٥%، بينما احتل المركز الأخير مرتفعو الإستخدام بنسبة ٩,٨% من إجمالي عينة الدراسة.

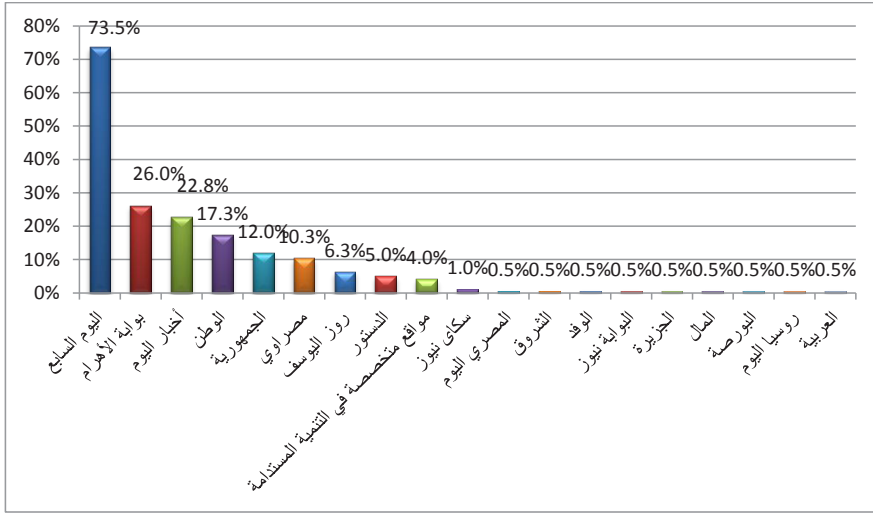


شكل رقم (١) يوضح معدل استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية

جدول رقم (٣) المواقع الصحفية المفضلة للمبحوثين (ن=٤٠٠)

المواقع الصحفية المفضلة	ك	%
اليوم السابع	٢٩٤	٧٣,٥%
بوابة الأهرام	١٠٤	٢٦%
أخبار اليوم	٩١	٢٢,٨%
الوطن	٦٩	١٧,٣%
الجمهورية	٤٨	١٢%
مصر اوي	٤١	١٠,٣%
روز اليوسف	٢٥	٦,٣%
الدستور	٢٠	٥%
مواقع متخصصة في التنمية المستدامة	١٦	٤%
سكاي نيوز	٤	١%
المصري اليوم	٢	٠,٥%
الشروق	٢	٠,٥%
الوفد	٢	٠,٥%
البوابة نيوز	٢	٠,٥%
الجزيرة	٢	٠,٥%
المال	٢	٠,٥%
البورصة	٢	٠,٥%
روسيا اليوم	٢	٠,٥%
العربية	٢	٠,٥%

توضح بيانات الجدول رقم (٣) المواقع الصحفية المفضلة للمبحوثين، حيث جاء في مقدمتها موقع اليوم السابع لدى ما نسبته ٧٣,٥% من إجمالي عينة الدراسة، يليه بفارق كبير بوابة الأهرام لدى ما نسبته ٢٦%، ثم موقع أخبار اليوم لدى ما نسبته ٢٢,٨%، ثم موقع الوطن لدى ما نسبته ١٧,٣%، ثم موقع الجمهورية لدى ما نسبته ١٢%، وموقع مصر اوي لدى ما نسبته ١٠,٣% من إجمالي عينة الدراسة. وتعكس هذه النتيجة الواقع الفعلي لتوزيع وانتشار الصحافة في مصر؛ حيث صار للصحافة الخاصة حضوراً كبيراً لدى القارئ المصري حتى تفوقت على الصحافة القومية من حيث متابعة القراء لها حيث غياب الطابع الرسمي في تغطياتها.



شكل رقم (٢) للمواقع الصحفية المفضلة لدى الباحثين

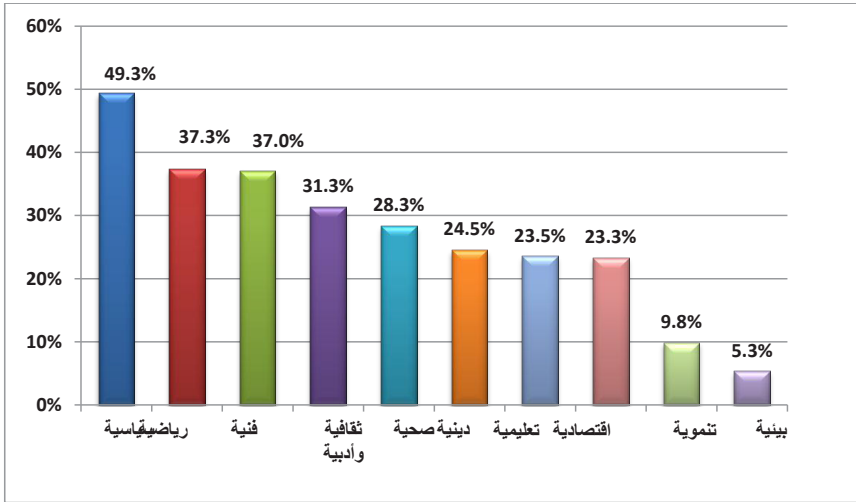
جدول رقم (٤)

الموضوعات التي يتابعها الباحثون من خلال المواقع الصحفية (ن=٤٠٠)

الموضوعات محل المتابعة	ك	%
سياسية	١٩٧	٤٩,٣%
رياضية	١٤٩	٣٧,٣%
فنية	١٤٨	٣٧%
ثقافية وأدبية	١٢٥	٣١,٣%
صحية	١١٣	٢٨,٣%
دينية	٩٨	٢٤,٥%
تعليمية	٩٤	٢٣,٥%
اقتصادية	٩٣	٢٣,٣%
تنموية	٣٩	٩,٨%
بيئية	٢١	٥,٣%

توضح بيانات الجدول رقم (٤) الموضوعات التي يتابعها الباحثون من خلال المواقع الصحفية، حيث جاء في مقدمتها الموضوعات السياسية لدى ما نسبته ٤٩,٣% من

إجمالي عينة الدراسة، يليها الرياضية لدى ما نسبته ٣٧,٣٪، ثم الموضوعات الفنية لدى ما نسبته ٣٧٪، ثم الثقافية والأدبية لدى ما نسبته ٣١,٣٪، بينما جاءت الموضوعات البيئية في ذيل قائمة الموضوعات محل المتابعة من جانب الباحثين حيث لم تزد نسبة من يتابعها اختاروها عن ٥,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة. مما يعنى تباين اهتمامات الشباب عينة الدراسة في القراءة بين الجاد كالموضوعات السياسية والترفيهي كالموضوعات الرياضية والفنية وأن الموضوعات السياسية جاءت في مقدمة اهتمام الباحثين قد يعود الي زخم الاحداث التي تمر بها البلاد منذ ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ مما جعلها تفرض نفسها لدي قطاع كبير من الجمهور. ويعد مؤشرا علي ضعف التناول الإعلامي للقضايا و الموضوعات التنموية ، مما انعكس علي اهتمام الجمهور بها .



شكل رقم (٣) يوضح الموضوعات التي يتابعها الباحثين من خلال المواقع الصحفية

جدول رقم (٥) دوافع استخدام المبحوثين المواقع الصحفية (ن=٤٠٠)

٪	ك	دوافع استخدام المواقع الصحفية
٪٦١	٢٤٤	للحصول علي المعلومات والأخبار بسرعة .
٪٥٢,٨	٢١١	لمعرفة ما يدور حولي من أحداث .
٪٤٠,٣	١٦١	وسيلة سهلة الإستخدام .
٪٢٨,٨	١١٥	بها معلومات متنوعة .
٪٢١,٣	٨٥	للتسلية .
٪١٨	٧٢	لمساعدتي في تكوين رأي بين العديد من الموضوعات .
٪١٢,٨	٥١	تعودت علي استخدامها منذ فترة .
٪٩,٣	٣٧	تعرض مختلف الآراء والاتجاهات .
٪٧	٢٨	بها مساحة حرية أكبر.

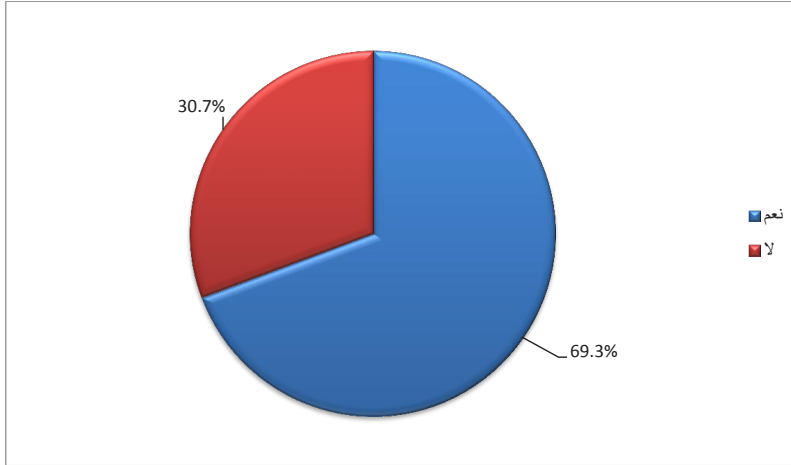
تظهر بيانات الجدول رقم (٥) دوافع استخدام المواقع الصحفية من جانب الشباب عينة الدراسة، حيث جاء في الصدارة للحصول علي المعلومات والأخبار بسرعة لدى ما نسبته ٦١٪ من إجمالي عينة الدراسة، يليه لمعرفة ما يدور حولي من أحداث لدى ما نسبته ٥٢,٨٪، ثم وسيلة سهلة الإستخدام لدى ما نسبته ٤٠,٣٪، ثم ما تقدمه من معلومات متنوعة لدى ما نسبته ٢٨,٨٪، بينما جاء في الترتيب الأخير لهذه الدوافع ما يتوافر لها من مساحة حرية أكبر حيث بلغت نسبة من اختاروه ٧٪ من إجمالي عينة الدراسة.

وتشير هذه النتيجة إلى غلبة الدوافع المعرفية على دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للمواقع الصحفية؛ فقد كانت غالبيتهم تستخدم هذه المواقع بغرض المعرفة والإحاطة بالأحداث والموضوعات المختلفة. كذلك ما تمتاز به المواقع الإلكترونية من السرعة والسهولة ومساحة الحرية المسموح بها من خلال التعليقات.

جدول رقم (٦)
مدى سماع المبحوثين عن التنمية المستدامة

مدى السماع عن التنمية المستدامة	ك	%
نعم	٢٧٧	٦٩,٣%
لا	١٢٣	٣٠,٧%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

فيما يتصل بمدى السماع عن مفهوم التنمية المستدامة فقد كانت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة ٦٩,٣% تعرفه، بينما بلغت نسبة من لم يعرفه ٣٠,٧% من إجمالي عينة الدراسة.



شكل رقم (٤) يوضح مدى معرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة

جدول رقم (٧)
مصدر معرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة (ن=٢٧٧)

مصدر المعرفة بالتنمية المستدامة	ك	%
التلفزيون .	١٣٦	٤٩,١%
شبكات التواصل الإجتماعى .	١١١	٤٠,١%
مواقع إخبارية .	٩٣	٣٣,٦%
الأهل والأصدقاء .	٣٦	١٣%
الصحافة .	٣٢	١١,٦%
مواقع جمعيات تنمية مستدامة .	٢٩	١٠,٥%
الإذاعة .	١٦	٥,٨%
الدراسة .	٤	١,٤%
العمل .	٢	٠,٧%

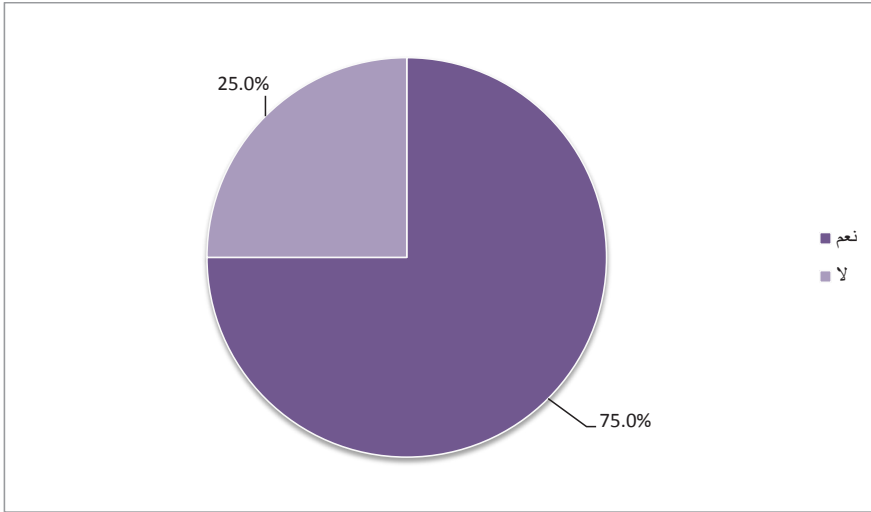
توضح بيانات الجدول رقم (٧) مصدر معرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة، حيث جاء التلفزيون في مقدمة هذه المصادر لدى ما نسبته ٤٩,١% من إجمالي عينة الدراسة، يليه من حيث العدد شبكات التواصل لدى ما نسبته ٤٠,١%، ثم المواقع الإخبارية لدى ما نسبته ٣٣,٦%، ثم الأهل والأصدقاء لدى ما نسبته ١٣% من إجمالي عينة الدراسة .

وهذا يعنى أن وسائل الاتصال التقليدية والحديثة قد اشتركت في تعريف الجمهور والشباب ضمنه - بمفهوم التنمية المستدامة، وربما يرجع تقدم التلفزيون هنا لكون التنمية المستدامة أكثر حضوراً في الخطاب الرسمي الذي يجد انتشاراً أكبر عبر القنوات التلفزيونية مقارنة بوسائل التواصل الحديثة وتتفق هذه النتيجة مع رحاب ابراهيم عيسى (١٩٩٩) (٤٩). حيث كان التلفزيون الوسيلة المفضلة لدي الصفوة في الحصول على معلومات عن البيئة، و دراسة لامان محمد محمد أحمدو سمر أحمد (٢٠١٧) (٥٠) حيث توصلت إلي أن شبكات التواصل الإجتماعي كانت في مقدمة وسائل الإعلام الجديد و بالتحديد الفيسبوك في اعتماد الجمهور عليها في الحصول على معلومات عن التنمية المستدامة .

جدول رقم (٨) مدى سماع الباحثين عن رؤية مصر ٢٠٣٠

مدى السماع عن رؤية مصر ٢٠٣٠	ك	%
نعم	٣٠٠	٧٥%
لا	١٠٠	٢٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

فيما يتصل بمدى السماع عن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ فقد كانت الغالبية العظمي من الباحثين بنسبة ٧٥٪ تعرفه، بينما بلغت نسبة من لم يعرفه ٢٥٪ من إجمالي عينة الدراسة.



شكل رقم (٥) حول مدى معرفة الباحثين برؤية مصر ٢٠٣٠

جدول رقم (٩) مصدر معرفة المبحوثين برؤية مصر ٢٠٣٠ (ن=٣٠٠)

مصدر المعرفة برؤية مصر ٢٠٣٠	ك	%
التلفزيون .	١٧٧	٥٩%
مواقع إخبارية .	٩٢	٣٠,٧%
شبكات التواصل الإجتماعي.	٩٢	٣٠,٧%
الصحافة .	٥٠	١٦,٧%
الأهل والأصدقاء .	٣٤	١١,٣%
مواقع جمعيات تنمية مستدامة .	١٧	٥,٧%
الإذاعة	١٥	٥%

تكشف بيانات الجدول رقم (٩) مصدر معرفة المبحوثين برؤية مصر ٢٠٣٠، وهي المصادر التي لا تختلف كثيراً عن مصادر معرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة ككل، حيث جاء التلفزيون في مقدمة هذه المصادر لدى ما نسبته ٥٩٪ من إجمالي عينة الدراسة، يليه من حيث العدد كل من شبكات التواصل والمواقع الإخبارية لدى ما نسبته ٣٠,٧٪، ثم الصحافة لدى ما نسبته ١٦,٧٪، ثم الأهل والأصدقاء لدى ما نسبته ١١,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة.

(استكمل الإجابة عن أسئلة الاستمارة ٣٢٥ مبحوثاً هم إجمالي من سمعوا عن التنمية المستدامة أو سمعوا عن رؤية مصر ٢٠٣٠ أو سمعوا عن كليهما معاً)

١. مفهوم التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ لدى المبحوثين:

يلاحظ انخفاض أعداد المبحوثين الذين عرّفوا التنمية المستدامة بمفهومها الصحيح باعتبارها التنمية التي تستهدف تلبية متطلبات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على الوفاء باحتياجاتها، إذ لم تزد نسبتهم عن ٣,٢٪ من إجمالي عينة الدراسة، بينما تراوحت أغلب مفاهيم التنمية المستدامة لدى غالبية العينة بين النهوض الإقتصادي والإرتقاء بالمستوى المعيشي للمواطنين. كذلك فمن حيث الزمن لوحظ انقسام التعريفات بين من يرى ضرورة تحقيقها في الحاضر فقط ومن يركز على المستقبل فقط دون مزوجة بينهما سوى لدى من قدموا التعريف الصحيح للتنمية المستدامة.

٢. مجالات التنمية المستدامة:

إذا كانت التنمية المستدامة تشتمل على ثلاثة مجالات حددتها الاستراتيجية هي المجال الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، فإن معرفة الباحثين بها مجتمعة ومرتبطة كانت منخفضة للغاية حيث لم تزد نسبة الباحثين الذين يعرفونها عن ٢,٩٪ من إجمالي عينة الدراسة. بينما كانت غالبية العينة بنسبة ٩٠,٧٪ تعرف مجال واحد أو مجالين. على حين ذهب ما نسبته ٦,٤٪ من عينة الدراسة إلى مجالات ليست ذات صلة مباشرة بمفهوم التنمية المستدامة.

جدول رقم (١٠)

المشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة محل متابعة الباحثين من خلال المواقع الصحفية (ن=٣٢٥)

المشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة محل المتابعة	ك	%
قناة السويس الجديدة .	١٧٩	٥٥,١٪
مدينة دمياط للأثاث .	١٢٧	٣٩,١٪
زراعة مليون ونصف فدان .	١٢١	٣٧,٢٪
مدينة الأسمرات ١,٢ .	١٠٩	٣٣,٥٪
صوامع القمح الجديدة .	١٠٦	٣٢,٦٪
محطة الضبعة النووية .	١٠٣	٣١,٧٪
إعادة تدوير القمامة .	١٠١	٣١,١٪
مشروعات الصرف الصحي الجديدة .	١٠٠	٣٠,٨٪
جبل الجلالة .	٨٥	٢٦,٢٪
اختفاء السحابة السوداء موسم الأرز.	٧٠	٢١,٥٪
مدينة غيط العنب .	٦٨	٢٠,٩٪

تكشف بيانات الجدول رقم (١٠) المشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة محل المتابعة من جانب الباحثين، حيث جاء مشروع قناة السويس الجديدة في مقدمة هذه المشروعات لدى ما نسبته ٥٥,١٪ من إجمالي عينة الدراسة، يليه من حيث العدد مشروع مدينة دمياط للأثاث لدى ما نسبته ٣٩,١٪، ثم مشروع زراعة مليون ونصف فدان لدى ما نسبته ٣٧,٢٪، ثم مشروع مدينة الأسمرات ١,٢ لدى ما نسبته ٣٣,٥٪ من إجمالي عينة الدراسة.

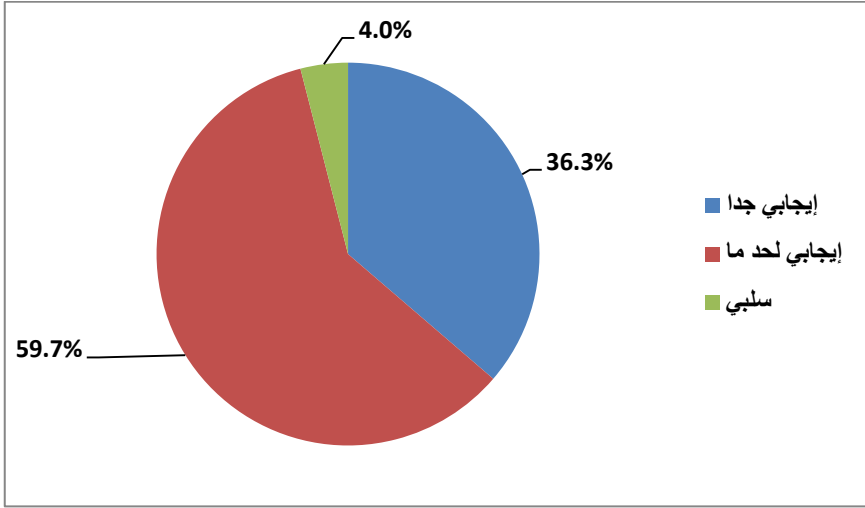
وتعكس النتيجة بشكل عام ارتفاع نسبة المعرفة بالمشروعات القومية الحديثة التي تنفذها الدولة المصرية بين الشباب المصري عينة الدراسة، وهى مشروعات تندرج تحت مجالات مختلفة، كما تتوزع على مختلف محافظات الجمهورية، وبالتالي حظيت بتغطية واسعة من مختلف وسائل الإعلام لاسيما القومية منها. وقد يعود تصدر قناة السويس الجديدة للمشروعات التي يعرفها المبحوثون نظرا لما حظيت به من اهتمام إعلامى سواء في الإكتئاب لتمويل حفرها أو في حفل الإفتتاح العالمي لها والذي حضره رؤساء و زعماء من مختلف دول العالم.

جدول رقم (١١) الصفحات أو المواقع الخاصة بالتنمية المستدامة التي يتابعها المبحوثون (ن=٣٢٥)

الصفحات أو المواقع الخاصة بالتنمية المستدامة محل المتابعة	ك	%
مصر الخير.	١١٨	٣٦,٣%
جمعية رسالة.	١١٠	٣٣,٨%
بنك الطعام.	١٠١	٣١,١%
جمعية إنسان.	٥٨	١٧,٨%
علشانك يا بلدي.	٤٧	١٤,٥%
مجلس الشباب المصري.	٤٥	١٣,٨%
عين البيئة.	٣٢	٩,٨%
شركة ريسيكلوبيكيا .	٢١	٦,٥%
آل قرّة .	١٨	٥,٥%

توضح بيانات الجدول رقم (١١) الصفحات أو المواقع الخاصة بالتنمية المستدامة محل المتابعة من جانب المبحوثين، حيث جاء الموقع الخاص بجمعية «مصر الخير» في الصدارة لدى ما نسبته ٣٦,٣% من إجمالي عينة الدراسة، يليه عددًا موقع «جمعية رسالة» لدى ما نسبته ٣٣,٨%، ثم موقع «بنك الطعام المصري» لدى ما نسبته ٣١,١%، ثم صفحة إنسان لدى ما نسبته ١٧,٨%. بينما جاءت صفحة «آل قرّة» في الترتيب الأخير حيث لم تزيد نسبة من يتابعونها عن ٥,٥% من إجمالي عينة الدراسة.

ويرتبط ذلك أيضا باهتمام وسائل الإعلام الأخرى ومنها التلفزيون بهذه الجمعيات المتصدرة اهتمام الباحثين، و طبيعة انتشار أنشطتها ، و الحملات الإعلانية التي تطلقها من خلال المواقع الصحفية عينة الدراسة



شكل رقم (٦)

إتجاه الباحثين نحو دور المواقع الصحفية في التوعية بالتنمية المستدامة

توضح بيانات الشكل رقم (١) الإتجاه نحو دور المواقع الصحفية في التوعية بالتنمية المستدامة، حيث بلغت نسبة أصحاب الإتجاه الإيجابي إلى حد ما ٥٩,٧٪، يليهم من حيث العدد أصحاب الإتجاه الإيجابي جدا بنسبة ٣٦,٣٪، وأخيراً جاء أصحاب الإتجاه السلبي بنسبة ٤٪ من إجمالي عينة الدراسة.

وقد تمثلت ملامح إيجابية الإتجاه كما يعبر عنها الجدول التالي رقم (١٢) في التعرف على جهود الدولة في مجالات جديدة بوزن نسبي للموافقة ٨١,٢٪، ثم تقديم معلومات تنموية غير معروفة بوزن نسبي للموافقة ٧٨,٦٪، ثم إدراك أهمية المشاركة المجتمعية لنجاح التنمية بوزن نسبي للموافقة ٧٧,١٪، ثم الشعور أن المستقبل أفضل بوزن نسبي للموافقة ٧٥,٦٪.

جدول رقم (١٢) موقف المبحوثين من دور صفحات الجمعيات الخاصة بالتنمية المستدامة في التوعية بها

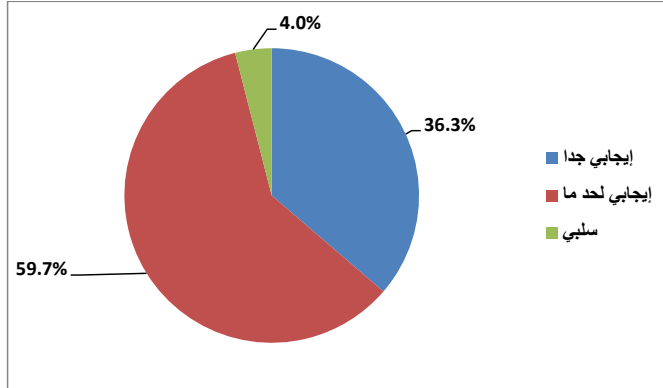
الترتيب	الوزن النسبي	معارض	محايد	موافق	الموقف	العبارات
١	٪٨١,٢	٢٠	١٤٣	١٦٢	ك	تعرفت على جهود الدولة في مجالات جديدة.
		٪٦,٢	٪٤٤	٪٤٩,٨	٪	
٢	٪٧٨,٦	٢١	١٦٧	١٣٧	ك	قدمت لي معلومات تنموية لم أكن أعرفها من قبل.
		٪٦,٥	٪٥١,٤	٪٤٢,١	٪	
٢	٪٧٧,١	٢٥	١٧٣	١٢٧	ك	أدركت أهمية المشاركة المجتمعية لنجاح التنمية.
		٪٧,٧	٪٥٣,٢	٪٣٩,١	٪	
٤	٪٧٥,٦	٣٩	١٦٠	١٢٦	ك	أشعر أن المستقبل أفضل.
		٪١٢	٪٤٩,٢	٪٣٨,٨	٪	
٥	٪٧٤,٨	٢٦	١٩٤	١٠٥	ك	أصبحت أكثر ايجابية تجاه المجتمع
		٪٨	٪٥٩,٧	٪٣٢,٣	٪	
٦	٪٧٤,٦	٣٢	١٨٤	١٠٩	ك	حفزتني للمشاركة في الأنشطة المجتمعية.
		٪٩,٨	٪٥٦,٧	٪٣٣,٥	٪	
٧	٪٧٤,١	٣٧	١٧٩	١٠٩	ك	أتناقش مع غيري حول هذه الأنشطة.
		٪١١,٤	٪٥٥,١	٪٣٣,٥	٪	
٨	٪٦٩,٤	٤٩	٢٠٠	٧٦	ك	أعمل مشاركات لإخبار أصدقائي بهذه المشروعات.
		٪١٥,١	٪٦١,٥	٪٢٣,٤	٪	
٩	٪٦٥,٧	٦٦	٢٠٢	٥٧	ك	قدمت لي خدمات عديدة.
		٪٢٠,٣	٪٦٢,٢	٪١٧,٥	٪	

جدول رقم (١٣) مدى اقتناع المبحوثين بالمشروعات المقدمة من خلال المواقع الصحفية

مدى الاقتناع بالمشروعات المقدمة من خلال المواقع الصحفية	ك	%
بدرجة كبيرة .	٦٥	٢٠٪
بدرجة متوسطة .	٢١٠	٦٤,٧٪
بدرجة منخفضة .	٣١	٩,٥٪
غير مقتنع .	١٩	٥,٨٪
الإجمالي	٣٢٥	١٠٠٪

توضح بيانات الجدول رقم (١٣) مدى الاقتناع بالمشروعات المقدمة من خلال المواقع الصحفية، حيث كانت غالبية المبحوثين بنسبة ٦٤,٧٪ ذوى اقتناع متوسط بها، يليهم من حيث العدد المقتنعون بدرجة كبيرة بنسبة ٢٠٪، ثم المقتنعون بدرجة منخفضة بنسبة ٩,٥٪، وأخيراً بلغت نسبة غير المقتنعين ٥,٨٪ من إجمالي عينة الدراسة.

ويعكس هذا قصور تناول المواقع الصحفية لهذه القضايا وتراجع استخدامها لاستراتيجيات الاقتناع المناسبة للجمهور وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الكيفي لهذه المواقع وهو ما يتفق مع نتائج دراسة أنعام مجدي إبراهيم (٢٠١٨) (٥١).



شكل رقم (٧) حول مدى اقتناع المبحوثين بالمشروعات المقدمة من خلال المواقع الصحفية

جدول رقم (١٤)
الحمالات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة التي تابعها المبحوثون من
خلال المواقع الصحفية (ن=٣٢٥)

الحمالات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة	ك	%
حملة ١٠٠ مليون صحة.	٢٢٢	٦٨,٣%
حملات ضد التنمر.	١٤٤	٤٤,٣%
تطعيمات الأطفال.	١٤٠	٤٣,١%
علاج السمونة والنحافة والتقزم لأطفال المدارس.	١٣٤	٤١,٢%
التعديلات الدستورية.	١٣٣	٤٠,٩%
حملات ترشيد استهلاك الكهرباء.	١٢٧	٣٩,١%
التبرع بالطعام لمساعدة الغير "بنك الطعام".	١٢٥	٣٨,٥%
حملات ترشيد استهلاك المياه.	١٢١	٣٧,٢%
التبرع للجمعيات الخيرية.	١٢١	٣٧,٢%
حملات ضد التحرش.	١١٦	٣٥,٧%
حملات تشجيع العمل الحر والمشروعات الصغيرة.	١٠٧	٣٢,٩%
حماية مياه النيل من التلوث.	١٠٧	٣٢,٩%
دعم المنتج المحلي.	١٠٦	٣٢,٦%
حملات ضد التمييز للون أو الجنس أو الدين.	١٠٢	٣١,٤%
فضح مظاهر الفساد.	٩٦	٢٩,٥%
خفض ملوثات المياه.	٩٣	٢٨,٦%
حملات ترشيد استخدام الطاقة والوقود.	٨٨	٢٧,١%
حماية النظام البيئي.	٨٥	٢٦,٢%
مبادرة نور حياة.	٧٨	٢٤%
حفظ الأطعمة الزائدة.	٧٦	٢٣,٤%
حملات "الفصل من المنع".	٧٥	٢٣,١%
الشراء من المحلات القريبة.	٧١	٢١,٨%
التقليل من استخدام الأغذية المحفوظة.	٦٨	٢٠,٩%

تكشف بيانات الجدول رقم (١٤) الحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة التي قدمتها المواقع الصحفية محل متابعة من جانب المبحوثين، حيث جاءت حملة ١٠٠ مليون صحة في الصدارة لدى ما نسبته ٦٨,٣% من إجمالي عينة الدراسة،

يليه عددًا حَمَلات ضد التمر لدى ما نسبته ٤٤,٣٪، ثم تطعيمات الأطفال لدى ما نسبته ٤٣,١٪، ثم علاج السمّة والنحافة والتقرّم لأطفال المدارس لدى ما نسبته ٤١,٢٪. بينما كانت حملة التقليل من استخدام الأغذية المحفوظة الأقل من حيث عدد متابعيها بنسبة ٢٠,٩٪ من إجمالي عينة الدراسة.

ويلاحظ ان هذه الحملات المتصدرة متابعه المبحوثين لها من خلال المواقع الصحفية هي نفسها التي تحظى باهتمام وسائل الإعلام الأخرى وفي نفس الوقت يشارك فيها غالبية المبحوثين.

كما يلاحظ أن الحملات الصحية قد تصدرت اهتمام المبحوثين عن غيرها مثل حملة «١٠٠ مليون صحة» و «نور حياة» و «تطعيمات الأطفال»، يليها الحملات الإجتماعية مثل «ضد التمر» و «ضد التحرش» ، ثم الحملات الإقتصادية ، فالإهتمامات الإنسانية و البيئية في ترتيب متأخر من اهتمامات المبحوثين .

جدول رقم (١٥)

مدى اقتناع المبحوثين بهذه الحملات المقدمة بواسطة المواقع الصحفية

مدى الاقتناع بهذه الحملات	ك	%
بدرجة كبيرة .	١٠٨	٣٣,٢٪
بدرجة متوسطة .	١٦٦	٥١,١٪
بدرجة منخفضة .	٣٧	١١,٤٪
غير مقتنع .	١٧	٤,٣٪
الإجمالي	٣٢٥	١٠٠٪

تكشف بيانات الجدول رقم (١٥) مدى الإقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة من خلال المواقع الصحفية، حيث كانت غالبية المبحوثين بنسبة ٥١,١٪ ذوى اقتناع متوسط بها، يليهم من حيث العدد المقتنعون بدرجة كبيرة بنسبة ٣٣,٢٪، ثم المقتنعون بدرجة منخفضة بنسبة ١١,٤٪، وأخيراً بلغت نسبة غير المقتنعين ٤,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة.

وأرجعت الباحثة ذلك لأسلوب تناول المواقع الصحفية لهذه الحملات وغلبة الطابع الرسمي وبعدها عن الأساليب الإقناعية المناسبة وأسلوب الصياغة المناسب للجمهور وهي تتفق مع نتيجة رضا عبد الواحد أمين (٢٠١٧).^(٥٢)

جدول رقم (١٦) أسباب عدم إهتمام المبحوثين بمتابعة موضوعات وحملات التنمية المستدامة السابقة من خلال المواقع الصحفية

الترتيب	الوزن النسبي	معارض	محايد	موافق	الموقف	الأسباب
١	٪٧٠,٢	٦٤	١٦٣	٩٨	ك	تعتمد على التحويل والمبالغة.
		٪١٩,٧	٪٥٠,١	٪٣٠,٢	٪	
١	٪٧٠,٢	٥٨	١٧٥	٩٢	ك	التغطية يغلب عليها الطابع الرسمي الجاف .
		٪١٧,٨	٪٥٣,٨	٪٢٨,٤	٪	
٣	٪٦٩,٨	٥٣	١٨٨	٨٤	ك	المعلومات لا تحدث ومكررة .
		٪١٦,٤	٪٥٧,٨	٪٢٥,٨	٪	
٤	٪٦٧	٧٦	١٧٠	٧٩	ك	التغطية تفقد الجذب والتشويق.
		٪٢٣,٤	٪٥٢,٣	٪٢٤,٣	٪	
٥	٪٦٦,٧	٧١	١٨٣	٧١	ك	أنها تتناولها بشكل سطحي.
		٪٢١,٨	٪٥٦,٤	٪٢١,٨	٪	

تظهر بيانات الجدول رقم (١٦) أسباب عدم الاهتمام بمتابعة موضوعات وحملات التنمية المستدامة السابقة من خلال المواقع الصحفية، حيث جاء في مقدمتها كل من الاعتماد على التحويل والمبالغة وغلبة الطابع الرسمي الجاف على التغطية بوزن نسبي للموافقة ٪٧٠,٢. يليه تكرار المعلومات وعدم تحديثها بوزن نسبي للموافقة ٪٦٩,٨، ثم افتقاد التغطية الجذب والتشويق بوزن نسبي ٪٦٧، وأخيراً جاء تناولها الأحداث بشكل سطحي بوزن نسبي للموافقة ٪٦٦,٧.

وهذا يتفق مع نتائج التحليل الكيفي حيث غلب الطابع الإخباري علي تناول هذه الموضوعات والأسلوب الرسمي فقد جاءت كلها مرتبطة بالمسؤولين وتصريحاتهم حول تلك الحملات والمشروعات دون تناولها من زاوية ارتباطها بحياة المواطنين واستراتيجية التنمية المستدامة.

جدول رقم (١٧) درجة مشاركة الباحثين في الحملات التي تابعوها

درجة المشاركة في الحملات التي تابعوها	ك	%
أشارك بدرجة كبيرة .	٣٤	١٠,٥%
أشارك في بعضها .	٢٠٨	٦٤%
لا أشارك .	٨٣	٢٥,٥%
الإجمالي.	٣٢٥	١٠٠%

تكشف بيانات الجدول رقم (١٧) درجة مشاركة الشباب عينة الدراسة في الحملات التي تابعوها من خلال المواقع الصحفية، حيث شارك غالبية الباحثين بنسبة ٦٤٪ في بعضها، وشارك بدرجة كبيرة ما نسبته ١٠,٥٪، بينما بلغت نسبة غير المشاركين ٢٥,٥٪ من إجمالي عينة الدراسة.

وهي نتيجة منطقية تتناسب مع نتيجة الجدول السابق ونسب اقتناعهم بهذه الحملات والمشاريع المقدمة عبر المواقع الصحفية، كما أن المشاركة شملت في أغلبها الحملات الصحية التي تغطي أنحاء الجمهورية ، ويعد الباحثين من جمهور هذه الحملات ،مثل حملة ١٠٠ مليون صحة وغيرها .

جدول رقم (١٨) أساليب التفاعل مع هذه الحملات من خلال المواقع الصحفية (ن=٣٢٥)

أساليب التفاعل مع هذه الحملات	ك	%
الإعجاب بالحملة (عمل لايك) .	١٤٩	٤٥,٨%
أجرى حوارات مع الأصدقاء حولها.	٦٤	١٩,٧%
القيام بالمشاركة "شير" .	٤٩	١٥,١%
إضافة تعليق .	٣٣	١٠,٢%
المشاركة الفعلية .	٢٦	٨%
أدعو غيري للمشاركة فيها .	٢٣	٧,١%
عمل بوستات داعمة لها .	٢٠	٦,٢%
حضور ندوات وورش عمل عنها .	١٠	٣,١%

تعرض بيانات الجدول رقم (١٨) أساليب التفاعل مع هذه الحملات من خلال

المواقع الصحفية، حيث جاء في مقدمتها عمل لا يك لدى ما نسبته ٨,٤٥٪ من إجمالي عينة الدراسة، يليه إجراء حوارات مع الأصدقاء حولها لدى ما نسبته ٧,١٩٪، ثم القيام بالمشاركة «شير» لدى ما نسبته ١,١٥٪، ثم إضافة تعليق لدى ما نسبته ٢,١٠٪ من إجمالي عينة الدراسة. وهي أساليب مناسبة مع درجة إقتناعهم بها.

شكل رقم (٨)

مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية عن التنمية المستدامة

توضح بيانات الشكل رقم (٢) تقييم الباحثين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية عن التنمية المستدامة، حيث بلغت نسبة الكفاية متوسطة ٥,٥٤٪، يليهم من حيث العدد من رأوها مرتفعة بنسبة ٧,٣٩٪، وأخيراً جاء أصحاب التقييم المنخفض لكفاية المعلومات المقدمة بنسبة ٨,٥٪ من إجمالي عينة الدراسة. وقد تمثلت ملامح هذه الكفاية كما يعبر عنها الجدول التالي رقم (١٩) كافية بوزن نسبي للموافقة ٨,٧٣٪، ثم متعمقة بوزن نسبي للموافقة ٧,٧٢٪، ثم مقنعة بوزن نسبي للموافقة ٥,٧١٪، ثم شاملة بوزن نسبي للموافقة ٧,٧١٪، وأخيراً موضوعية بوزن نسبي للموافقة ٢,٦٩٪.

كما تشير بيانات الجدول إلى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة في المواقع الثلاث، وعمقها، وشمولها، وأهم مقنعة و موضوعية، وهي كلها مؤشرات إيجابية تجاه تناول المواقع الصحفية للتنمية المستدامة ولكن مدى تأثيرها في الباحثين لا يتناسب مع ذلك نظراً لأسلوب تناول الغير ملائم لهم.

جدول رقم (١٩)
مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية عن التنمية المستدامة
(ن=٣٢٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة					مدى الكفاية
		٥	٤	٣	٢	١	
١	٪٧٣,٨	١١٢	٤٩	١٢٨	٢٣	١٣	ك
		٪٣٤,٥	٪١٥,١	٪٣٩,٣	٪٧,١	٪٤	كافية/ غير كافية
٢	٪٧٢	٨٥	٧٣	١٣٠	٢٦	١١	ك
		٪٢٦,١	٪٢٢,٥	٪٤٠	٪٨	٪٣,٤	متعمقة/ سطحية
٣	٪٧١,٥	٩٨	٤٧	١٣٥	٣٤	١١	ك
		٪٣٠,١	٪١٤,٥	٪٤١,٥	٪١٠,٥	٪٣,٤	مقتنة/ غير مقتنة
٤	٪٧١	٨٠	٦٧	١٤٤	١٩	١٥	ك
		٪٢٤,٦	٪٢٠,٦	٪٤٤,٤	٪٥,٨	٪٤,٦	شاملة/ جزئية
٥	٪٦٩,٢	٨٨	٥١	١٣٥	٢٥	٢٦	ك
		٪٢٧,١	٪١٥,٧	٪٤١,٥	٪٧,٧	٪٨	موضوعية/ متحيزة

نتائج اختبارات الفروض.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية واتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة.

جدول رقم (٢٠)

معنوية العلاقة بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية واتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
*٠,١٣١	٠,٠١٨

* دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

لاختبار معنوية العلاقة بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية واتجاهاتهم نحو

دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذى بلغت قيمته المحسوبة ٠,١٣١, وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. وهي علاقة طردية ما يعنى أنه كلما زادت كثافة استخدام الباحثين للمواقع الصحفية زادت معها بالتبعية إيجابية اتجاهاتهم نحو أدوار هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة، والعكس بالعكس. أما من حيث الشدة فيمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث كانت قيمة معامل الارتباط أقل من ٠,٣.

وبالتالي يكون اختبار صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية واتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة لآمان محمد محمد أحمد و سمر أحمد (٢٠١٧) (٣٠).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية ومدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع.

جدول رقم (٢١)

معنوية العلاقة بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية ومدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠,٠٢٥-	٠,٦٤٨

لاختبار معنوية العلاقة بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية ومدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذى بلغت قيمته المحسوبة -٠,٠٢٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). ما يعنى أن مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية لا يرتبط إيجاباً أو سلباً بمدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع، وأن الاستخدام قد يعود إلى الثقة في الموقع، أو التعود علي استخدامه دون الإرتباط بالمعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة.

وبالتالي يكون اختبار صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام الباحثين للمواقع الصحفية ومدى كفاية المعلومات التي تقدمها هذه المواقع قد انتهى إلى ثبوت عدم صحة هذا الفرض.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام الباحثين

للمواقع الصحفية ومدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة

جدول رقم (٢٢)

معنوية العلاقة بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية ومدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠,٠٣١	٠,٥٨٠

لاختبار معنوية العلاقة بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية ومدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته المحسوبة ٠,٠٣١، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا ($P > ٠,٠٥$). ما يعني أن مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية لا يرتبط إيجابًا أو سلبيًا بمدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة.

وبالتالي يكون اختبار صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام المبحوثين للمواقع الصحفية ومدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة قد انتهى إلى ثبوت عدم صحة هذا الفرض.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة

جدول رقم (٢٣)

معنوية العلاقة بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠,٣١٤	٠,٠٠١

** دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١

لاختبار معنوية العلاقة بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته المحسوبة ٠,٣١٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١. وهي علاقة طردية ما يعنى أنه كلما زادت كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية زاد معها بالتبعية اقتناعهم بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة، والعكس بالعكس. أما من حيث الشدة فيمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث كانت قيمة معامل الارتباط أقل من ٠,٣.

وبالتالي يكون اختبار صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالمشروعات المرتبطة بالتنمية المستدامة قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة.

جدول رقم (٢٤)

معنوية العلاقة بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
*٠,١٢٢	٠,٠٢٨

* دال عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

لاختبار معنوية العلاقة بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته المحسوبة ٠,١٢٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١. وهي علاقة طردية ما يعنى أنه كلما زادت كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية زاد معها بالتبعية اقتناعهم بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة، والعكس بالعكس. أما من حيث الشدة فيمكن وصف العلاقة بالضعيفة حيث كانت قيمة معامل الارتباط أقل من ٠,٣.

وبالتالي يكون اختبار صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة

إحصائياً بين مدى كفاية المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية والافتتاح بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة قد انتهى إلى ثبوت صحة هذا الفرض.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة)

جدول رقم (٢٥)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
السن	من ١٨ لأقل من ٢٦ سنة	٢١٨	١٧,٦٨	٤,٧٧٩	T=	٠,٣١٠
	من ٢٦ إلى ٣٥ سنة	١٠٧	١٨,٢٦	٤,٩٠٩	١,٠١-	
المؤهل الدراسي	طالب جامعي	١٢٤	١٥,٩١	٤,٠٠٩	F=	٠,٠١٢
	حاصل على مؤهل عالي	١٠٧	١٦,٨٨	٤,١٢٧		
	حاصل على ماجستير	٦٥	١٨,٥٣	٢,٦٢٠		
	حاصل على دكتوراه	٢٩	١٩,٩٧	١,٣٥٢		
محافظة الإقامة	الاسكندرية	٧	١٤,٨٦	٠,٦٩٠	F=	٠,٦٦٩
	الدقهلية	٢١٤	١٧,٩١	٤,٨٢٥		
	الغربية	٢٠	١٨,٣٥	٤,٨٠٤		
	القاهرة	٥٠	١٧,٦٢	٥,٣٤٩		
	القليوبية	١٦	١٨,٤٤	٤,٠٤٩		
	المنوفية	١٥	١٧,٨٧	٤,٩٨٤		
	شمال سيناء	٣	٢٠,٣٣	٤,٦١٩		

يتضح بيانات هذا الجدول رقم (٢٥) النتائج التالي:

● عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير النوع، حيث بلغت قيمة T المحسوبة للفروق بينهم ٠,٣١٠، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). ما يعني ليس هناك تأثير متغير النوع لا يؤثر في تقييم مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠.

● عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير محافظة الإقامة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم ٠,٦٧٧، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). ما يعني أن اختلاف محافظة الإقامة لم يكن له تأثير في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠.

● معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى كفاية المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير المؤهل الدراسي، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم ١٠,٤٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية ٣ و ٣٢١ ومستوى معنوية ٠,٠١٢. وقد كانت هذه الفروق لصالح الأعلى تعليمًا؛ فبلغ المتوسط الحسابي لمدى كفاية المعلومات لدى مجموعة الحاصلين على دكتوراه ١٩,٩٧، يليهم مجموعة الحاصلين على ماجستير بمتوسط حسابي ١٨,٥٣، ثم مجموعة الحاصلين على مؤهل عالي بمتوسط حسابي ١٦,٨٨، ثم أخيراً جاءت مجموعة الطلبة الجامعيين بمتوسط حسابي ١٥,٩١. الأكثر مما يعني أن الأكثر تعليمًا كان لديه القدرة على تقييم مدى كفاية المعلومات و اكتفاءهم من المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة من خلال المواقع مقارنة بالأقل تعليمًا. وهو ما يعني قبول الفرض بشكل جزئي فيما يخص متغير التعليم، بينما لم يثبت فيما يخص متغير محل الإقامة .

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة)

جدول رقم (٢٦)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
السن	٢٦١	٣,٣٨٣٨	٠,٧٩٣	٣٩٨	T= ٢,١٦-	٠,٠٣١
	١٢٩	٣,٥٦٥٩	٠,٧٦٨			
المؤهل الدراسي	١٧٣	٢,١٣١	٠,٧٤٩	٣	F= ٩,٨٢٦	٠,٠٠١
	١٢٦	٢,٩٤٥	٠,٦٨١			
	٧١	٣,٢٨٧	٠,٣٩٤			
	٣٠	٣,٩٩٨	٠,٢٨٧			
محافظة الإقامة	١١	٣,٢٧٢	١,٠٠٩	٦	F= ٠,٤٤٩	٠,٨٤٦
	٢٦٠	٣,٤٥٣	٠,٧٧٧			
	٢٥	٣,٣٦٠	٠,٨١٠			
	٥٩	٣,٥٠٨	٠,٧٥١			
	١٩	٣,٥٢٦	٠,٧٧٢			
	٢٢	٣,٢٧٢	٠,٩٣٥			
	٤	٣,٢٥٠	٠,٩٥٧			

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢٦) النتائج التالي:

- عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير محافظة الإقامة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم ٠,٤٤٩، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). ما يعني أن اختلاف محافظة الإقامة لم يكن له تأثير في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠.
- معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير السن، حيث بلغت قيمة T المحسوبة للفروق بينهم ٢,١٦-، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية ٣٩٨ ومستوى معنوية ٠,٠٣١. فقد كان الأكبر سنًا (من ٢٦ إلى ٣٥ سنة) أكثر معرفة بمتوسط حسابي ٣,٥٦ مقارنة بالأصغر سنًا (من ١٨ لأقل من ٢٦ سنة) بمتوسط حسابي ٣,٣٨.
- معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المعرفة بالتنمية المستدامة

ورؤية مصر ٢٠٣٠ بحسب متغير المؤهل الدراسي، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم ٩,٨٢٦، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتي حرية ٣ و ٣٢١ ومستوى معنوية ٠,٠١٢. وقد كانت هذه الفروق أيضًا لصالح الأعلى تعليمًا؛ فبلغ المتوسط الحسابي لمدى المعرفة لدى مجموعة الحاصلين على دكتوراه ٣,٩٩٨، يليهم مجموعة الحاصلين على ماجستير بمتوسط حسابي ٣,٢٨٧، ثم مجموعة الحاصلين على مؤهل عالي بمتوسط حسابي ٢,٩٤٥، ثم أخيرًا جاءت مجموعة الطلبة الجامعيين بمتوسط حسابي ٢,١٣١. ما يعني أن الأكثر تعليمًا كان لديهم معرفة أكثر مقارنة بالأقل تعليمًا. وبذلك يكون ثبت الفرض بشكل جزئي .

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة)

جدول رقم (٢٧)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
السن	٢١٨	٢٠,٢٤	٣,١٨٨	٣٢٣	T=	٠,٤٣٠
	١٠٧	١٩,٩٢	٣,٩٥٣			
المؤهل الدراسي	١٢٤	١٩,٢٥	٢,٨٢٩	٣	F=	٠,٣٥٤
	١٠٧	١٩,٣٤	٣,١١٢			
	٦٥	١٩,٣٦	٢,٧٨٩			
	٢٩	١٨,٧٨	٣,٢٧٠			
محافظة الإقامة	٧	١٨,٠٠	٠,٠٠٠	٦	F=	٠,٤٢٦
	٢١٤	٢٠,٠٩	٣,٤٧٠			
	٢٠	٢٠,٩٠	٢,٩٧٢			
	٥٠	٢٠,٢٦	٣,٥٧٩			
	١٦	١٩,٤٤	٣,٨٨١			
	١٥	٢١,٢٠	٣,٨٧٧			
	٣	١٩,٣٣	٠,٥٧٧			

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢٧) عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة بحسب متغيرات السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة؛ حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار لكل متغير من المتغيرات الثلاثة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). مما يعني أن متغيرات السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة ليست ذات تأثير على اتجاهات المبحوثين نحو دور هذه المواقع في التوعية بالتنمية المستدامة

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في مدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة)

جدول رقم (٢٨)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
السن	٢١٨	١,٨٨	٠,٥٨٠	٣٢٣	T= ٠,٧٩١	٠,١٦٤
	١٠٧	١,٧٩	٠,٥٨٣			
المؤهل الدراسي	١٢٤	١,٤٧	٠,٥٦٢	٣ ٣٢١	F= ١,٠٢٩	٠,١٣٢
	١٠٧	١,٨٩	٠,٤٢٧			
	٦٥	١,٧٥	٠,٤٤٧			
	٢٩	١,٧٦	٠,٣٨٩			
محافظة الإقامة	٧	٢,٠٠	٠,٥٧٧	٦ ٣١٨	F= ١,٩٠٤	٠,٠٨٠
	٢١٤	١,٩١	٠,٥٦٦			
	٢٠	١,٧٠	٠,٤٧٠			
	٥٠	١,٦٨	٠,٥٨٧			
	١٦	١,٧٥	٠,٧٧٥			
	١٥	١,٩٣	٠,٥٩٤			
	٣	١,٣٣	٠,٥٧٧			

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢٨) عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في مدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة بحسب متغيرات السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة؛ حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار لكل متغير من المتغيرات الثلاثة غير دالة إحصائياً ($P > ٠,٠٥$). مما يعني أن متغيرات السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة ليست ذات تأثير على مدى المشاركة في حملات التنمية المستدامة.

الفرض العاشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة).

معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة بحسب المتغيرات التالية (السن، والمؤهل الدراسي، ومحافظة الإقامة)

جدول رقم (٢٩)

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	مستوى المعنوية
السن	٢١٨	٣,٠٦	٠,٧٥٩	٣٢٣	T=	٠,٠٢٤
	١٠٧	٣,٢٧	٠,٧٩٦			
المؤهل الدراسي	١٢٤	٣,٢٤	٠,٦٦٩	٣	F=	٠,٣٥١
	١٠٧	٣,١٩	٠,٧١٤			
	٦٥	٣,٠٨	٠,٧٠٤			
	٢٩	٣,١١	٠,٧١٨			
محافظة الإقامة	٧	٣,١٤	١,٠٦٩	٦	F=	٠,٢٣٦
	٢١٤	٣,١١	٠,٧٨٣			
	٢٠	٣,٢٥	٠,٦٣٩			
	٥٠	٣,٢٠	٠,٧٢٨			
	١٦	٢,٩٤	٠,٦٨٠			
	١٥	٣,٤٧	٠,٩١٥			
	٣	٢,٣٣	٠,٥٧٧			

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢٩) النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة بحسب متغير السن، حيث بلغت قيمة T المحسوبة للفروق بينهم $-2,27$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 323 ومستوى معنوية $0,024$. فقد كان الأكبر سنًا (من 26 إلى 35 سنة) أكثر اقتناعًا بمتوسط حسابي $3,27$ مقارنة بالأصغر سنًا (من 18 لأقل من 26 سنة) بمتوسط حسابي $3,06$.
- عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة بحسب متغير المؤهل الدراسي، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم $0,927$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0,05$). ما يعني أن اختلاف محافظة الإقامة لم يكن له تأثير في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة.
- عدم معنوية الفروق بين الشباب عينة الدراسة في الاقتناع بالحملات

والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة بحسب متغير محافظة الإقامة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة للفروق بينهم ٠,٢٣٦، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا ($P > 0,05$). ما يعني أن اختلاف محافظة الإقامة لم يكن له تأثير في الاقتناع بالحملات والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة. و بالتالي عدم ثبوت صحة الفرض .

النتائج العامة للدراسة :

- تناولت الدراسة رصد الدور الذي تقوم به المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ .
- واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي ، واستخدمت جماعات النقاش المركزة لمجموعات من الشباب المصري ، والتحليل الكيفي لثلاث مواقع صحفية حددتها نتيجة جماعات النقاش ، ودراسة ميدانية علي عينة متاحة من الشباب المصري الذي تتراوح اعمارهم بين ١٨ - ٣٦ سنة في مختلف المحافظات المصرية واستخدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية والتسويق الإجتماعي .
- وبعد استعراض التراث العلمي في مجال الدراسة الحالية ، والتطبيق علي الجمهور والمواقع الصحفية توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :
- أن المواقع الصحفية الثلاث عينة الدراسة (بوابة الأهرام - موقع اليوم السابع - بوابة الوفد الإلكترونية) قد تناولت قضايا ترتبط بالتنمية المستدامة ، ورؤية مصر ٢٠٣٠ .
- ركزت المواقع علي المجال الاقتصادي من مجالاتها التنمية المستدامة، يليه موضوعات ترتبط بالمجال الإجتماعي ثم المجالات البيئية والأمنية والسياسية في مركز رابع.
- ركزت المواقع الثلاث علي الموضوعات المرتبطة بتشجيع القطاع الخاص ، والتعاون الاقتصادي الدولي ، وإبراز نتائج الإصلاح الإقتصادي ، وحضور الوزراء المعنيين بالموضوع والمسؤولين المؤتمرات والندوات حول التنمية المستدامة ، ونشر ثقافة العمل الحر ، كما تناولت « السندات الخضراء » والمرأة وأهمية مشاركتها في التنمية المستدامة ، كما أشارت إلي التطوير الذي شهده المجال الطبي ، وتطوير التعليم.
- وركزت الموضوعات التي تختص بالمجال البيئي علي التشريعات المرتبطة بالمحافظة علي البيئة ، ونقص المياه وعلاقته بالتنمية المستدامة ، وتدوير مخلفات القمامة، و اختفاء السحابة السوداء وقت جنى الأرز، و التوازن البيئي.

- أولت المواقع الثلاث اهتماما أقل بالمجال السياسي والإصلاح السياسي وتركز تناول هذا المجال علي التعديلات الدستورية فقط، و ذلك على الرغم من أن الموضوعات السياسية كانت في مقدمة الموضوعات التي يفضلها المبحوثون .
- كما أولت إهتماما أقل بالمجال الأمني وكانت تغطياتهم لبعض العمليات الإرهابية بعيدا عن الإشارة إلي أهمية الإستقرار الأمني وربطه بتحقيق التنمية المستدامة.
- تشابحت المشروعات والحملات التي تناولتها المواقع الثلاث المرتبطة بالتنمية المستدامة وجاءت حملة ١٠٠ مليون صحة في مقدمة هذه الحملات ، ومشروع قناة السويس الجديدة.
- كانت بوابة الأهرام ثم موقع اليوم السابع الأكثر اهتماما بقضايا التنمية المستدامة تليهما بوابة الوفد.
- إعتمدت المواقع الثلاث في أساليب الإقناع والإستملات العقلانية بالإعتماد علي النسب المئوية والأرقام والإحصائيات ، والتصريحات .
- تغطية هذه الموضوعات والحملات كان مرتبطا بالمسؤولين سواء في تغطية تحركاتهم أو تصريحاتهم أو افتتاحهم لبعض المشروعات ، أو تدشين حملة مرتبطة بالتنمية المستدامة.
- غلب الإتجاه الرسمي والمؤيد للموضوعات المقدمة في مواقع الصحف عينة الدراسة.
- كانت قيمة الشهرة لوجود الوزراء والمسؤولين في الأخبار أو كمحور للموضوعات عن التنمية المستدامة ، يليها الأهمية والمصلحة أو الفائدة بعرض ما تحققه هذه المشروعات والحملات من فائدة لعدد كبير من قطاعات الجمهور المصري.
- كان الشكل الإخباري هو الأكثر استخداما في المواقع الثلاث بفارق كبير مع الفنون الأخرى كالتحقيقات والحوارات.
- يشوب التغطية للمواقع الثلاث إلتزامها بالأسلوب والطابع الرسمي ، والذي لا يناسب قطاع كبير من الجمهور.
- غابت الأشكال الحديثة في تناول موضوعات التنمية المستدامة في المواقع الثلاث مثل ، الإنفوجرافيك أو الفيديوغرافيك وغلب الطابع التقليدي.
- لم توظف المواقع الثلاث الإمكانيات التي تمتاز بها الوسيلة الالكترونية لتحقيق مزيد من الإنتشار لمفهوم التنمية المستدامة وتحقيق الحشد الشعبي لتحقيق خططها.
- كانت أغلب الموضوعات لا تتعدى أن تكون تغطية لتحركات المسؤولين والوزراء وعدم الإهتمام باهتمامات الجمهور وتفضيلاته.

- كما أوضحت الدراسة الميدانية انخفاض نسبة المبحوثين الذين يعرفون معنى التنمية المستدامة، وربطها بالمدى الزمني، وكذلك انخفاض نسبة من يعرفون مجالات التنمية المستدامة مجتمعة .
- أوضحت الدراسة متابعة المبحوثين لصفحات التنمية المستدامة .
- ينظر حوال ٦٠٪ تقريبا من المبحوثين إلى دور المواقع الصحفية و مساهمتها في التوعية بالتنمية المستدامة نظرة إيجابية، وأنها قدمت لهم معلومات لم يعرفوها من قبل ، وعرفتهم علي جهود الدولة في هذا المجال .
- اقتنع ٦٥٪ من المبحوثين «إلى حد ما» بمشروعات التنمية المستدامة، وكذلك تراجع نسبة المقتنعين بحملات التنمية المستدامة المقدمة عبر المواقع، ولعل ذلك يعود لطبيعة اهتمامات المبحوثين كما في الجدول (٤) بهذه النوعية من الموضوعات ،إلي جانب قصور المواقع الصحفية في التوعية بهذه الموضوعات كما سبق .
- أرجع الغير مقتنعين بحملات التنمية المستدامة ومشروعاتها إلي اعتمادها على التهويل ،و المبالغة في عرضها للمضوعات ، وغلبة الطابع الرسمي عليها ، و تفتقد أساليب الجذب و التشويق.
- يرى ٥٥٪ تقريبا من المبحوثين أن المعلومات المقدمة عن التنمية من خلال المواقع كانت كافية «بدرجة متوسطة» و« إلى حد ما » ،بينما يرى ٤٠٪ أنها كافية بدرجة كبيرة .
- وبناءعلى ما سبق يتضح أنه على الرغم من تغطية المواقع الصحفية لموضوعات التنمية المستدامة على اختلافها إلا أن نسبة الإقناع بها متوسطة وذلك لغياب وجود استراتيجية إعلامية ضمن مجالات استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ ،وبالتالى فإن دور المواقع الصحفية في التوعية بالتنمية المستدامة كان دورا متوسطا واتضح ذلك من خلال تراجع المواقع الصحفية للمركز الثالث كمصدر لمعرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة و رؤية مصر ٢٠٣٠ جدول رقم (٧) و(٩)،ومن خلال الإقناع المتوسط للمبحوثين بمشروعات وحملات التنمية المستدامة التي قدمتها المواقع الصحفية والمشاركة فيها جداول أرقام (١٣) و (١٥) و (١٧) وشكل رقم (٧)، وأن المعلومات المقدمة من خلال المواقع عن التنمية المستدامة كانت متوسطة شكل رقم (٨) ، والاتجاه نحو دورها حيث كان متوسطا شكل رقم (٦) .
- كما أوضحت الدراسة انخفاض نسبة معرفة المبحوثين بالتنمية المستدامة فلم تعد نسبة ٣,٢٪ منهم لديها معرفة بالمعنى الصحيح للتنمية المستدامة ومجالاتها،

- و٢,٩٪ لديهم معرفة بمفهوم رؤية مصر ٢٠٣٠.
- **ولذلك توصي الدراسة** بأن يكون هناك تخطيط إعلامى موازى للتخطيط فى مجالات التنمية الأخرى يتبنى القيام بحملات إعلامية من خلال وسائل الإعلام المختلفة ومنها المواقع الصحفية ، و تبني استراتيجيات إقناعية ملائمة للجمهور مع التكرار، وتتولى حشد الجماهير للمشاركة فى خطط التنمية ، إلى جانب ممارسة دورها الرقابى لرصد أى قصور أو أخطاء فى التنفيذ ، مع التنوع فى أساليب التناول بما يناسب الجمهور و تفضيلاته .
 - كما توصى بضرورة وجود وزارة للإعلام يكون من شأنها وضع أهداف إعلامية قومية لوسائل الإعلام المختلفة تلتزم بها فى إطار التشريعات الإعلامية، وفى ضوء الأهداف القومية للدولة .،فانسحاب الدولة عن أداء هذا الدور يؤدي إلى ضعف الأداء الإعلامى فى تحقيق أهداف الدولة فى مختلف المجالات الأخرى باعتبار الإعلام أداة من أدوات الدولة فى تحقيق المصلحة القومية، وإذا انسحبت الدولة عن أداء هذا الدور من الذى يؤديه .

قائمة المراجع

- ٨- نصر الدين عبد القادر عثمان . توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية الميدانية , بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط, ع(١٥) , يونيو ٢٠١٧ .
- ٩- نورة بن وهيبية و لمين هماش وفريدة كافي. دور الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في الوطن العربي قراءة في تطور الأداء والوسيلة الوظيفية ، المؤتمر العلمي الرابع جامعة طنطا، كلية الحقوق « بعنوان القانون الإعلامي ٢٢»- ٢٣ أبريل ٢٠١٧ .
- ١٠- إلهام يونس أحمد . قضايا التنمية المستدامة في برامج المرأة السعودية في الفضائيات الخاصة من منظور أخلاقي دراسة حالة قناة روتانا خليجية دراسة تحليلية ،المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ،ع(٨) ديسمبر ٢٠١٦
- ١١- لمياء فوزي عمارة . الخطاب الصحفي المصري لقضايا التنمية في دول شرق آسيا. ماجستير غير منشورة(جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٦) .
- ١٢- أحمد حسن السمان . مرجع سابق
- ١٣- آمال جريس جريسات وجميل الجالودي . دور الإعلام في التخطيط والتنمية في الأردن . ماجستير غير منشورة (الأردن : جامعة البلقاء التطبيقية ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٦) .
- ١٤- رحاب إبراهيم سليمان عيسي . الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه قضايا البيئة في إطار مفهوم التنمية المستدامة . ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٩)
- ١٥- محمد سعد ابراهيم . الدور التنموي
- ١- أحمد حسن السمان . الدور المستقبلي للصحافة المصرية في المشاركة في التنمية المستدامة ٢٠٠٥ ٢٠٢٠ دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ٢٠٠٩) ص ١١
- ٢- الموقع الإلكتروني رؤية مصر ٢٠٣٠ .com . WWWsdsegypt ٢٠٣٠
- ٣- أنغام مجدي ابراهيم سليمان . التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها . دراسة تطبيقية . دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٨)
- ٤- محمود زكي عبد الإمام . التغطية التلفزيونية لستراتيجية التنمية المستدامة و رؤية مصر ٢٠٣٠ وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل . ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٨)
- ٥- إلهام يونس أحمد. تناول قضايا تنمية المرأة الريفية في برامج تلفزيون الدولة من منظور المسؤولية الاجتماعية دراسة تحليلية . مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية ، ع (٢) ٢٠١٧ .
- ٦- رضا عبد الواحد أمين . اعتماد الجمهور علي الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية علي الجهود البحريني . المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ،ع(١٧) ، يوليو / ديسمبر ٢٠١٧ .
- ٧- لامان محمد محمد أحمد وسمير أحمد حسنين مهران . دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري على فيسبوك نموذج المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، ع (١٩) ، أكتوبر ديسمبر ٢٠١٧ .

tainability in higher education 16(1),2015.

20- David griggs, mark Stafford – smaith, owen gaff- ney, johan rockstrom , mar- cus , ohanan. Policy : sus- tainable development goals for people and planet. Nature 495 (7441)2013.

-12 Paul vare .William Scott .learning for a change Exploring the relationship between education and sus- tainable development journal of educate on for sustainable develop mount4 (2)2007

22- Rein hard setaur , Markus elanger Astrid kon- orad anadre marttonuzz . corporations ,stakeholders and sustainable development : atheoretical exploration of business- society relations .journal of business ethics

23- Kates w Robert, Thomas m parris , Anthony Aleiserowitz what Enviro- ment :science and policy for- sustainable development 47 (3), 2005

24- stephen sterling . sustainable education :revi- sion ing learning and change,

للصحافة المصرية في إطار التعددية الحزبية .دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٤)

16- Beniamin knutsson. Green machines? Destabiliz- ing discourse in technology education for sustainable de- velopment critical education g(3),2018 .search . ebsco host.com.

-71 Kwang – jing yii, caroline geetha. The nexus between technology inno- vation and CO2 emissions in Malaysia: evidence from gramger causality test. Energy procedia.,2017.p. 105

18- Zuo – yo sun, guo- xiu li . on reliability and flex- ibility of sustainable energy application route for vehicles in china. Renewable and sustainable energy reviews, ,2015p.51

19- Walter leal filho, evangelos manolas, paul pace. The future we want: key issues on sustainable development in higher ed- ucation after rio and the un decade of education for sustainable development. International journal of sus-

- schumacher briefings 2001
- 52- إبراهيم دينسر . الطاقة والبيئة والتنمية المستدامة . الطاقة التطبيقية . المجلد 64 ، 1-4 ، سبتمبر 1999
- 26- lucie sauve. environmental education and sustainable development : afurther appraisal. canadian journal of enviroment education, 1 , sprind 1996
- 27- ردينة عثمان يوسف . التسويق الصحي والاجتماعي (الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨) ص، ص ١٨١ ، ١٨٥ .
- 28- المرجع السابق. ص١٩٣ .
- 29- سلوى العوادلي : التسويق الاجتماعي . (دار النهضة العربية ، ٢٠١١) ص ١٠ .
- 30- Alan R.Andrason. social marketing Its definition and domain journal of public policy & marketing vol.13, No 1 spring 1994. Accessed 9/1/2019.P.109.
- 31- سلوى العوادلي . مرجع سابق ص ١١-٣١
- 32- Andrason R.Alan. social marketing in the 21st. century. (SAGE publication.2006) Accessed February26.2019.
- ١- سلوى العوادلي . مرجع سابق ص ٢٢، ٢١* أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الإستبيان مرتبة أسماءهم أبجديا :
- ١- الأستاذ الدكتور سامي السعيد النجار .
أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة .
- ٢- أستاذ مساعد دكتور عبدالهادي النجار .
أستاذ مساعد صحافة قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة .
- ٣- الأستاذ الدكتور علي عجوة . أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٤- أستاذ مساعد دكتور فؤادة البكري
أستاذ مساعد قسم الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان .
- ٥- أستاذ مساعد دكتور محمد عتران أستاذ مساعد كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٦- الأستاذ الدكتور محمود علم الدين أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ٧- انج مارتيزا . التنمية المستدامة : تحويل علمنا بالابتكار . مجلة بيئة المدن الإلكترونية ، ع١٣) ، يناير ٢٠١٦ .
- ٨- عبد الله عبد الرحمن البريدي . التنمية المستدامة . مدخل تكاملي لمفاهيم الإستدامة وتطبيقاتها مع التركيز علي العالم العربي . ط ١ (الرياض : العيبكان للنشر ، ٢٠١٥) ص ١٧ .
- ٩- موقع رؤية مصر ٢٠٣٠ . مرجع سابق .
- ١٠- المرجع السابق .
- ١١- المرجع السابق .
- ١٢- محمود زكي . مرجع سابق ص ، ص ٥٩، ٥٨
- ١٣- المرجع السابق . ص ٥٤
- ١٤- موقع رئاسة مجلس الوزراء استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠
- ١٥- استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ البوابة العربية arabdevelopmentportal.com

- ١١- معهد التخطيط القومي .. سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم ٢٧٩ ، أغسطس ٢٠١٧
- ١٢- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي حول العالم.
- ١٣- نصر الدين عبد القادر عثمان . مرجع سابق ص ص ١٦١ ، ١٦٢
- ٤١- أنغام مجدي ابراهيم سليمان . مرجع سابق ص ٣
- ٥١- لمين هماش واخريرات . مرجع سابق
- ٦١- نورة بن وهيبه و آخريات . مرجع سابق
- ١٧- رحاب إبراهيم عيسى . مرجع سابق
- ١٨- لامن محمد محمد أحمد وسمر أحمد . مرجع سابق
- ١٩- نغام مجدي ابراهيم سليمان . مرجع سابق ص ٣
- ٢٠- رضا عبد الواجد أمين . مرجع سابق
- ٢١- لامن محمد محمد أحمد وسمر أحمد . مرجع سابق