

معالجة صفحات الصحف المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي للبرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً واتجاهات الجمهور المصري نحوها بالتطبيق على مبادرة "حياة كريمة"

د. ريم نجيب زناتي*

د. إيناس رضوان عبد المجيد**

ملخص الدراسة

وفي ضوء الأهمية الكبرى، التي تمنحها الدولة- بكل مؤسساتها- للبرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً، المتمثلة في مبادرة "حياة كريمة" بوصفها إحدى أهم المبادرات الرئاسية لتنمية الريف المصري، وضمان مستوى حضاري من الحياة للمواطنين في القرى المصرية، يمكن بلورة المشكلة البحثية، في تعرف كيفية معالجة صفحات الصحف المصرية، على موقع "فيسبوك" لأحد برامج التنمية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً في مصر، وهي مبادرة "حياة كريمة"، وتحليل اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة تلك المبادرة، وذلك من خلال مسح عينة من صفحات الصحف المصرية (الأهرام، والوفد، واليوم السابع) على موقع "فيسبوك"، خلال الفترة الزمنية (من 15 يوليو 2021 إلى 1 مارس 2022)، بالإضافة إلى مسح عينة من الجمهور المصري؛ لتحليل اتجاهاته نحو معالجة صفحات الصحف المصرية لتلك المبادرة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- احتلت صفحة اليوم السابع المرتبة الأولى في معالجتها لمبادرة "حياة كريمة"، فأولت للمبادرة أهمية كبيرة؛ إذ ركزت على تفاصيل مراحل التنفيذ بمختلف القرى بمحافظة مصر؛ وجاءت في المرتبة الثانية صفحة الأهرام، ثم صفحة الوفد.
- "متابعة تنفيذ مشروعات حياة كريمة بالمحافظات" من أهم المحاور التي تناولتها صحف الدراسة، وتناولت المشروعات التالية بالترتيب: (تطوير البنية التحتية، والإسكان ورفع كفاءة المنازل، وتحسين الخدمات الصحية، وتوفير فرص عمل، والتعليم، والتنمية الثقافية، وتخفيض معدلات الفقر، وتحسين مستوى المرأة الريفية).
- احتل الخبر في شكل (صورة وعنوان) المرتبة الأولى، بين أشكال الفنون التحريرية المستخدمة في صحف الدراسة، و"النص والصورة معاً" كانت أهم عناصر الإبراز المستخدمة في المادة الصحفية.
- جاءت محايدة في المرتبة الأولى في صفحات الصحف الثلاث مجتمعة، يليه الاتجاه الإيجابي.
- حازت صفحة اليوم السابع أعلى نسبة متابعة لمبادرة حياة كريمة من قبل الباحثين، يليها صفحة الأهرام، ثم صفحة الوفد، وأثرت معالجة صفحات الصحف "المبادرة حياة كريمة" على سلوك الباحثين بشكل ضعيف تجاه المبادرة.
- اتضح من خلال فروض الدراسة، أن متابعة المبادرة على صفحات الصحف المصرية،

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الإعلام جامعة المنوفية.

** مدرس بقسم الإعلام بكلية الإعلام جامعة المنوفية.

له أثر كبير، على تشكيل اتجاه الجمهور الإيجابي نحو تلك المعالجة، وله أثر أيضاً على مشاركة الجمهور الفعلية في المبادرة، سواء بالتبرع أو بالجهد الذاتي.

- كلما كان اتجاه الجمهور إيجابياً نحو معالجة صفحات الصحف على "فيسبوك" للمبادرة؛ زاد تفاعل الجمهور مع المنشور، وكذلك مشاركتهم الفعلية فيها، سواء كان ذلك بالتبرع لها، أو المشاركة بالجهد الذاتي.

- يوثق (المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومحل الإقامة) للمبشرين على اتجاهاتهم نحو معالجة مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف محل الدراسة، وأيضاً على معدل مشاركتهم الفعلية في مبادرة حياة كريمة.

Addressing the pages of Egyptian newspapers on social networks for development programs directed to the areas most in need and the Egyptian public's attitudes towards them.

Applying to the "Decent Life" Initiative

Abstract

Due to the great importance that the state gives to development programs directed to the areas most in need, represented by the "Dignified Life" initiative as one of the most important presidential initiatives for developing the Egyptian countryside and ensuring a civilized standard of life for citizens in Egyptian villages, the research problem can be crystallized, To know how the pages of Egyptian newspapers on Facebook address one of the development programs directed to the most needy areas in Egypt, which is the "Decent Life" initiative, And analyzing the Egyptian public's attitudes towards addressing this initiative, by surveying a sample of Egyptian newspaper pages (Al Ahram, Al Wafd, and EL Youm Al Sabea) on Facebook, during the time period (from 15 July, 2021 to 1 March, 2022), in addition to surveying a sample of the Egyptian public; To analyze his trends towards addressing the Egyptian newspaper pages for that initiative.

The study reached several results, the most important of which are:

- EL Youm Al Sabea page ranked first in its treatment of the "Decent Life" initiative, as it attached great importance to the initiative, as it focused on the details of the implementation stages in various villages in the governorates of Egypt. Al-Ahram page came in second place, then Al-Wafd page.

- “Following up the implementation of decent life projects in the governorates” is one of the most important topics covered by the study newspapers, and it dealt with the following projects in order: (infrastructure development, housing, raising the efficiency of homes, improving health services, providing job opportunities, education, cultural development, reducing poverty rates, and improving level of rural women).
- The news in the form of (image and title) ranked first among the forms of editorial arts used in the study newspapers, and "text and image together" were the most important elements of highlighting used in the press material.
- The Seventh Day page had the highest rate of follow-up to the Decent Life Initiative by the respondents, followed by the Al-Ahram page, then the Al-Wafd page.
- It was clear from the study's hypotheses that following the initiative on the pages of Egyptian newspapers has a significant impact on shaping the public's positive attitude towards that treatment, and it also has an impact on the public's actual participation in the initiative, whether by donation or by self-effort.
- The more positive the public's attitude toward the newspapers' Facebook pages addressing the initiative; The audience's interaction with the publication increased, as well as their actual participation in it, whether by donating to it, or participating in self-effort.
- The (socio-economic level, and place of residence) of the respondents influences their attitudes towards dealing with a decent life initiative on the pages of the newspapers under study, as well as on the rate of their actual participation in a decent life initiative.

مقدمة:

أصبح لوسائل الإعلام الحديثة اليوم أهمية بالغة الأثر، على جميع المستويات السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية؛ إذ أتاحت التكنولوجيا الحديثة، وتطوراتها المذهلة، التي شهدها العالم في العقدين الأخيرين؛ ظهور فضاء إعلامي واسع ومتعدد، وجعلت منه فضاءً متاحاً لتطبيقات الثورة المعلوماتية، وهيمنة اللغة الرقمية على مجريات الحياة (1)؛ ومع هذا التطور التكنولوجي؛ باتت وسائل الإعلام تمارس دوراً مهماً في إثارة اهتمام الجمهور، وتشكيل معارفه واتجاهاته، نحو القضايا والموضوعات المطروحة عن كافة المجالات السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والقومية.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم روافد الإعلام الحديث، التي أتاحتها شبكة الإنترنت، وأسهمت في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية؛ من خلال ما تنوافر عليه

من عناصر مقروءة، ومرئية، ومسموعة، هذا بالإضافة إلى استخدامها للوسائط المتعددة، والأنيمة، وسهولة استخدامها وتصفحها، وكسر الحواجز الجغرافية والسياسية، وتناقل المعلومات بحرية تامة؛ مما جعل منها منافساً للوسائل الإعلامية التقليدية، في عملية انتقال المعلومات وسريتها بين المستخدمين من خلال المشاركة والتفاعل معها.

ومن ثم أضحت صفحات الصحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إحدى أهم البدائل الاتصالية التي تعد مصدراً مهماً أيضاً من مصادر التوجيه، والتوعية، والتثقيف، في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جمهور المتلقين المختلفين والمتباينين في اهتماماتهم، وتوجهاتهم، ومستوياتهم الفكرية والاجتماعية؛ وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، وتأكيد أنها أحد العناصر الأساسية في الإسهام في تشكيل المجتمعات التي تسعى نحو التنمية.

وتشهد حالياً المجتمعات الريفية في جميع محافظات مصر، حركة تنمية واسعة؛ تهدف إلى تحسين الظروف المعيشية للمواطنين بالمجتمعات الفقيرة في الريف، والمناطق العشوائية في الحضر؛ من خلال مجموعة من الأنشطة الخدمية والتنموية، التي من شأنها؛ ضمان حياة كريمة لتلك الفئة، وتحسين ظروف معيشتهم، وتتضافر جهود الدولة، مع خبرة مؤسسات المجتمع المدني، ودعم المجتمعات المحلية؛ في إحداث التحسن النوعي في معيشة المواطنين المستهدفين، ومجتمعاتهم على حد السواء. جاء ذلك؛ من خلال مبادرة "حياة كريمة"، التي أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في ديسمبر 2019م. التي تهدف إلى الارتقاء بالمستوى الاقتصادي، والاجتماعي، والبيئي للأسر الفقيرة، وتمكينها من الحصول على كافة الخدمات الأساسية، وتعظيم قدراتها في أعمال مُنتجة، تسهم في تحسين ظروف معيشتهم، كما تؤكد - المبادرة - أهمية تعزيز الحماية الاجتماعية لجميع المواطنين، مع أهمية توزيع مكاسب التنمية بشكل عادل، وتوفير فرص عمل؛ لتدعيم استقلالية المواطنين، وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم ولمجتمعاتهم المحلية.

الدراسات السابقة :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا التنمية، منها دراسة بركات وديع 2022⁽²⁾ التي رصدت طبيعة التغطية الصحفية لاستراتيجية التنمية المستدامة بالكويت في ضوء 2030 بالتطبيق على عينة من المضامين المنشورة عبر موقعي الأنباء الكويتية والقبس الكويتية وتوصلت إلى غلبة المواد الخيرية في مواقع الصحف الكويتية، وجاء محور الرعاية الصحية عالية الجودة في مقدمة ركائز خطة التنمية المستدامة بالكويت، وسعت دراسة سماح محمدي 2022⁽³⁾ لرصد وتحليل التغطيات الإعلامية لإعلان الجمهورية الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة في صحف (الأهرام، الوفد، الشروق) المطبوعة وتأثيرها على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحوها، وأوضحت النتائج ارتفاع اهتمام الصحف بقضية الجمهورية الجديدة وتصدرت الأهرام صحف الدراسة، ومالت اتجاهات الجمهور نحو الايجابية كلما ارتفعت معارفهم عن قضية الدراسة، و دراسة فهم سلطان 2018⁽⁴⁾، التي ركزت على دور الإعلام اليمني في التنمية الثقافية

والاجتماعية، تطبيقاً على قناتي (اليمن وسبأ) الفضائيتين، في الفترة من يناير 2016 إلى يناير 2018، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقيه النظري (التحليلي) والمسحي (الميداني)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تدني مستوى دور برامج التنمية الثقافية والاجتماعية المقدمة عبر قناتي اليمن وسبأ، في غرس الشعور بالانتماء الوطني لدى الشباب الجامعي. كما أن أفراد العينة يرون أن البرامج الثقافية الاجتماعية المقدمة، لا تتناسب مع التنمية الشاملة القائمة في المجتمع اليمني، ودرست **أمينة عبد الرحمن 2018**⁽⁵⁾ تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، وطبقت الدراسة على عينة من المواقع الإخبارية للصحف المصرية (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) باستخدام منهج المسح، وتم اختيار عينة مكونة من 400 مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:- أن محاور التنمية بسيناء، كما تناولتها مواقع الصحف (استغلال الأيدي العاملة، وتوفير فرص عمل للشباب، وتطوير البنية التحتية... إلخ) ، وثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للمواقع الإخبارية المصرية، والوعي بمشروعات التنمية في سيناء، كما توصلت دراسة **دعاء عادل 2018**⁽⁶⁾ من خلال دراسة تحليلية، حول أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة، في المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن القضايا الاقتصادية المتخصصة مثل (البورصة والاستثمار)، جاءت في مقدمة اهتمام القضايا الاقتصادية، بمواقع الدراسة، وجاءت القضايا التي تهم المواطن، وتؤثر عليه بشكل مباشر في حياته اليومية، مثل (الأجور والأسعار والدعم) في مرتبة متأخرة؛ مما يشير إلى أن مواقع الدراسة، لم تستهدف المواطن البسيط في المقام الأول، وذكرت أن أهم المعوقات التي تواجه دور وسائل الإعلام المختلفة، في تحقيق أهداف التنمية، هي غياب التخطيط، وندرة التدريب، وقلة الخبرة، وعجز الإمكانيات المادية، وسعت دراسة **لمياء فوزي 2016**⁽⁷⁾ إلى رصد وتفسير الخطاب الصحفي للصحف محل الدراسة، لقضايا التنمية في دول شرق آسيا، وتحديداً في الصين وماليزيا واليابان، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بحصر مضمون صحف الدراسة (الأهرام، والوفد، والمصري اليوم) في الفترة من يناير 2001، إلى ديسمبر 2012، وتوصلت النتائج إلى أن الصين كانت الدولة الأعلى اهتماماً في صحف الدراسة، يليها اليابان، ثم ماليزيا، وكانت صحيفة الأهرام هي الأكثر اهتماماً بإبراز العلاقات المصرية مع الدول الثلاثة، وكذلك حجم التبادل التجاري بين مصر والصين وماليزيا، وكان الخبر في مقدمة الأشكال الصحفية، التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة في التغطية، وفي مجال قضايا التنمية البيئية، اهتمت دراسة **Al Foori, Rahma Abdullah 2016**⁽⁸⁾ بتناول أطر تقديم القضايا البيئية في الصحف العمانية، وخلصت الدراسة، إلى اهتمام الصحف الخاصة بالقضايا البيئية، أكثر من الصحف الحكومية، وجاء إطار إسناد المسؤولية بوصفه أهم الأطر الرئيسية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة، وتم تقديم المسؤولين الحكوميين، بوصفهم أهم القوى الفاعلة بصورة إيجابية، وتم الاستعانة بالوسائط المتعددة المصاحبة للنص الصحفي؛ وهو ما أسهم في إضفاء المصداقية على التغطية الصحفية، ودرس **سعد كاظم 2014**⁽⁹⁾ معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الإصلاح الاقتصادي الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين اعتماد الجمهور

على الصحف الإلكترونية، واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، وجاءت تعليقات القراء على موضوعات الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي بالمرتبة الأولى، في أنواع الخصائص التفاعلية، التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة، وجاءت قضايا الإصلاح الاقتصادي في المرتبة الأولى؛ من حيث معالجة الصحف الإلكترونية عينة الدراسة لها، كما أن المعالجة اتسمت بالإيجابية، والموضوعية، وعرض كافة الآراء نحو قضايا الإصلاح.

وعن دور وسائل الإعلام الحديثة في دعم قضايا التنمية الاجتماعية، توصلت دراسة **Song Shi** 2013⁽¹⁰⁾ إلى أن وسائل الإعلام الحديثة، كان لها دور بارز في دعم العديد من قضايا التنمية في الصين، مثل قضية الجوع، وسوء التغذية في المناطق الفقيرة، وذلك من خلال طرح ما تعانيه هذه المناطق، والإسهام في حل مشكلاتها، وهو ما أسهم في إحداث تغييرات اجتماعية بشكل إيجابي. وهو ما اتفقت معه دراسة **Chenge Xiong, Yuxiang Lv** 2013⁽¹¹⁾، والتي سعت إلى تعرف الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي؛ من أجل دعم التنمية الاجتماعية في الصين، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي، تؤدي دورًا مهمًا في دعم التنمية الاجتماعية داخل الصين، كما كشفت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي، أسهمت في تعزيز التنمية الاقتصادية، ودفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية إلى الأمام.

ورصد **مجدي الداغر** 2012⁽¹²⁾ دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة، والنهوض بها في البلدان العربية، بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007، فقام بتحليل (724) موضوعًا صحفيًا، جاءت موادها في صحف (الأهرام، والقبس، والخليج، والصحافة، والسفير)، وهي تمثل ذروة الأحداث التنموية في المنطقة العربية، وتوصلت إليها الدراسة؛ أن التنمية البشرية، على قائمة اهتمامات الصحف العربية اليومية عمومًا، كما جاءت جريدة «السفير اللبنانية»، الأعلى اهتمامًا، وجاءت جريدة الخليج الإماراتية، في صدارة وسائل الإعلام العربية اهتمامًا بقضية التنمية الاجتماعي.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تأثير الإعلام على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية والمبادرات الرئاسية والتوعوية بها، فقد أجمعت الدراسات السابقة، على وجود تأثير قوي للإعلام، في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية والمبادرات الرئاسية؛ إذ توصلت دراسة **سامح السيد** 2022⁽¹³⁾ من خلال مسح على الجمهور المصري لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية الريفية ودراسة **هناة قرني** 2020⁽¹⁴⁾، التي سعت لرصد طبيعة الدور الذي يمارسه الإعلام الجديد، في تشكيل الرأي العام، نحو مبادرات صندوق تحيا مصر إلى أن مبادرة 100 مليون صحة، هي أكثر المبادرات التي يعرفها ويتابعها عينة الدراسة، وكشفت أن أغلبية المبحوثين، يشاركون في مبادرات صندوق تحيا مصر، وتوصلت دراسة **رشا حجازي** 2020⁽¹⁵⁾ والتي ركزت على دور الحملات الإعلامية، في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة، إلى أن نسبة 55.2% من

المبحوثات أكدن وجود دور فعال ومؤثر للحملة في رفع الوعي الصحي لديهن. واتفقت معهم أيضًا دراسة **رياب شاهين 2020**⁽¹⁶⁾ والتي أجريت على عينة من الشباب المصري، من مستخدمي الشبكات الاجتماعية؛ لقياس اتجاهاتهم نحو القضايا القومية.

و**درس السيد السعيد 2019**⁽¹⁷⁾ أفضل الوسائل والأساليب الاتصالية، التي أسهمت في نجاح مبادرة 100 مليون صحة، وتوصل إلى أن مبادرة 100 مليون صحة، من أكثر المبادرات التي حققت انتشارًا واسعًا في المجتمع، يليها مبادرة صندوق تحيا مصر؛ لتمويل المبادرات الصحية، يليها مبادرة التأمين الصحي للجميع، يليها مبادرة دعم صحة المرأة المصرية، وأكدت نتائج دراسة **محمد كمال 2019**⁽¹⁸⁾، أن النمط السلوكي الذي تم إنشاؤه خلال المبادرات الصحية، أسهم في تحديد الحالة الصحية للفرد، وفرض نوعًا من الثقافة الصحية للمجتمع، واتفقت معها دراسة **وليد النحاس 2019**⁽¹⁹⁾، من خلال المسح الذي طبق على عينة من الجمهور المصري، كما تناولت دراسة **منى طه 2019**⁽²⁰⁾ دور المواقع الصحية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة⁽²¹⁾، ودراسة **Pyoe Aung, & etc 2019** التي توصلت إلى نجاح وسائل الإعلام، في نشر الثقافة الصحية بين سكان القرى التي تعاني من تفشي الأمراض، وقدرتها على زيادة الوعي المجتمعي حول الوقاية من الأمراض السارية وطرق علاجها؛ وتتفق هذه النتائج أيضًا، مع ما أكدته دراسة **Mohandass Blessy 2019**⁽²²⁾ من دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الصحية بين المواطنين في دولة الهند.

وهدفت دراسة **أسامة زارع 2018**⁽²³⁾ إلى التعرف على حجم تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، وتوصلت الدراسة، إلى أن غالبية المبحوثين يتابعون المبادرات الرئاسية بكثافة عبر هذه المواقع؛ لارتفاع تفتهم في المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى؛ من حيث تشكيلها لاتجاهات المبحوثين نحو المبادرات الرسمية. ودراسة **مظهر بسيوني 2018**⁽²⁴⁾ التي طبقت على عينة من المراهقين؛ لقياس اتجاهاتهم نحو المشروعات التنموية، ودراسة **أمينة سامي 2018**⁽²⁵⁾ عن تأثير قوي للصحف الإلكترونية، من حيث مستوى معرفة المبحوثين بمشروع قناة السويس، ودراسة **نصر الدين عبد القادر 2017**⁽²⁶⁾ الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة، على عينة من الإعلاميين خلال الفترة من يناير إلى ديسمبر 2016، توصلت نتائجهم إلى انخفاض نسبة المبحوثين الذين يعرفون معنى التنمية المستدامة، وقصور الإعلام الجديد في نشر الوعي بالمشكلات البيئية.

وأثبتت دراسة **Owiny, Mehta, Maretzki 2016**⁽²⁷⁾ التي طبقت على عينة من الشباب الأمريكي، مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، أن للإعلام الجديد دورًا قويًا في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية والمشروعات القومية، وأن استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للخدمات التفاعلية، وأهمها القدرة على كتابة التعليقات، على هذه الموضوعات الخاصة بقضايا التنمية بحرية، واستخدامها للوسائط المتعددة، هو ما أسهم - بشكل كبير - في تفضيل عينة الدراسة لمتابعة الصحف والمواقع

الإلكترونية أكثر من غيرها. ولكن تعارضت مع هذه الدراسات دراسة أنغام مجدي 2018 (28)، التي أكدت أن هناك قصورًا في تغطية الصحف المصرية عينة الدراسة، لقضايا ومشروعات التنمية في مصر؛ وهو ما أدى إلى تراجع معدلات اهتمام وثقة النخبة في تغطية الصحف لتلك القضايا، بينما نجد أن دراسة **Ying Hu, & B. Pratt, 2017** (29) عن الحملة الرسمية البيئية في الصين ودراستها في ضوء أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة 2030، توصلت إلى وجود تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي؛ من حيث تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الحملة.

وقد أكدت بعض الدراسات، أن الإعلام الجديد، يلعب دورًا كبيرًا في تكوين معارف الجمهور واتجاهاته نحو قضايا التنمية المجتمعية، سواء كانت اجتماعية، أو ثقافية، أو صحية أو بيئية، ففيما يتعلق بدور وسائل الإعلام الإلكترونية الروسية، في نشر الثقافة؛ حيث توصلت دراسة **Sara Ratilainen 2018** (30) إلى أن جميع الأحداث الثقافية، يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الإلكترونية، وتعمل على تعزيز جهود المؤسسات الثقافية، في تبني قيم القراءة، ومحو الأمية لدى الطبقات الفقيرة من الجمهور، وتوصلت دراسة **حسن قاسم 2016** (31) إلى وجود علاقة بين الاهتمام بحملات المشاركة المجتمعية، والتعرض لها، من خلال الإنترنت، كما يوجد علاقة بين التعرض لحملات المشاركة المجتمعية عبر الإنترنت والاستعداد لسلوك المشاركة المجتمعية من جهة أخرى، وأكدت دراسة **براون 2013 Braun** (32)، أن الطريقة التي يتم بها تشكيل الرأي العام للجمهور تجاه القضايا المختلفة، تتأثر بشدة بخصائص هذه الوسائط الإعلامية الجديدة.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت اعتماد الجمهور على الإعلام بوصفه مصدرًا للمعلومات عن قضايا التنمية: منها دراسة **جيلان شرف 2021** (33) التي تناولت اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لتمكينها اجتماعيا واقتصاديا وإعلاميا، في ضوء خطط التنمية المستدامة؛ بتطبيق الاستبيان على عينة من المبحوثات المصريات، لتعرف أكثر مصادر المعلومات الصحية الرقمية تأثيرًا على تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، ودراسة **داليا عثمان 2019** (34)، التي طبقت على عينة من المبحوثات المصريات، ودراسة **لامان محمد 2018** (35) التي هدفت إلى الكشف عن طبيعة اتجاهات الجمهور نحو معالجة قضايا التنمية المجتمعية، في مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة **سكيك 2014** (36) التي طبقت على عينة مكونة من 426 مبحوثًا من الشباب الفلسطيني؛ لتعرف مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الوطنية الفلسطينية، وتوصلت إلى أن المبحوثين، يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة، في متابعة القضايا المختلفة، والفيسبوك بصفة خاصة، وتؤثر وسائل التواصل الاجتماعي، في تكوين معارفهم، واتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المختلفة، وأنهم يعتمدون عليها بدرجة كبيرة بوصفها مصدرًا للمعلومات حول قضايا التنمية.

وتعارضت معهم دراسة **رضا عبد الواحد 2017** (37) التي رصدت مدى اعتماد جمهور البحرين على الإعلام الجديد بوصفها مصدرًا للمعلومات، عن قضايا التنمية المستدامة وتأثيرات هذا الاعتماد على معارف الجمهور واتجاهاته، وتوصلت إلى أن الإعلام الجديد،

يقدم معلومات محدودة عن التنمية المستدامة، ونفى 82% من المبحوثين، أن تكون شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة، وأن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة، التي جاءت في الإعلام الجديد، كانت الحفاظ على الموارد الطبيعية، والحفاظ على البيئة النظيفة.

وبالنسبة للأحداث المحلية، استهدفت دراسة **حنان عبد الحميد 2012** (38) لتعرف دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لعينة من المستخدمين، وبين الوعي بالأحداث الجارية؛ من خلال مسح عينة مكونة من 300 مفردة من النساء المصريات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:- تغير مظاهر البيئة الاتصالية لعينة المستخدمين؛ إذ أصبح الإنترنت يشكل مصدراً رئيسياً؛ لمعرفة الأحداث الجديدة والجارية؛ حيث جاءت نسبة 25% من جملة المصادر الخاصة بالمعرفة عن شبكات التواصل الاجتماعي لعينة المستخدمين، وركزت دراسة **Jin 2014** (39) على مدى الاعتماد على الإنترنت ومدى الاستفادة من الأخبار الواردة عن الأحداث المحلية، في الحياة المدنية الأمريكية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة غير احتمالية، من مستخدمي الإنترنت داخل الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة، إلى أن الحصول على معلومات عن الأخبار القومية، عن طريق الإنترنت، حاز على الترتيب الأول بالنسبة للمبحوثين، يليها الأخبار العلمية وأخبار العمال، كما أن استخدام الإنترنت أحدث تأثيراً في سلوك الأفراد، الخاص بالتعرض لوسائل الإعلام، بشكل أدى إلى انخفاض طفيف في استخدام وسائل الإعلام التقليدية.

التعليق على الدراسات السابقة:

– ركزت الدراسات التحليلية، على تناول المضمون الإعلامي لقضايا التنمية المستدامة، فبعضها ركز على الصحف الورقية والقنوات الفضائية، وبعضها على وسائل الإعلام الحديثة، ومنها الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، وشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة لدراسة تناولت تغطية الصحافة المصرية، لقضايا التنمية المستدامة بدول شرق آسيا (الصين، وماليزيا، واليابان).

– الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام على معارف المبحوثين واتجاهاتهم، طبقت في أغلبها على الشباب الجامعي، والجمهور المصري، والمرأة، باستثناء دراسة طبقت على المراهقين، ودراسات أخرى طبقت على الجمهور اليمني والجمهور العراقي والفلسطيني، واتفقت معظم الدراسات، على أن للإعلام الجديد دوراً قوياً في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية والمشروعات القومية.

– ركزت بعض الدراسات على الأسلوب الميداني؛ من خلال مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في تعرف قضايا التنمية المستدامة، ومدى كفاية تغطية الإعلام لهذه القضايا من وجهة نظرهم، وبعضها طبق على جمهور المرأة تحديداً وبعضها على القائم بالاتصال.

- أغلب الدراسات، استخدمت في بنائها النظري، نظريات الأطر الإعلامية، والاعتماد على وسائل الإعلام، والمسئولية الاجتماعي، وثرء الوسيلة.

- أغلب الدراسات استخدمت منهج المسح الإعلامي، بشقيه التحليلي أو الميداني.

- بعض الدراسات التي تناولت قضايا التنمية المستدامة، ركزت على مجال واحد من مجالات التنمية، وهو (التنمية الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو البيئية، أو الريفية)، أو تناول أحد مشروعات التنمية المستدامة مثل (قناة السويس الجديدة)، أثبتت أغلب الدراسات عدم قيام وسائل الإعلام بالدور المنوط بها، في التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

- ركزت أغلب الدراسات التي تناولت المبادرات التنموية، على المبادرات الرسمية والصحية في مصر، واتجاهات الجمهور نحو المبادرة نفسها، ولم تتناول الاتجاه نحو تغطية المبادرة بصفحات الصحف المصرية، كما في الدراسة الحالية.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة: أفادت الدراسات السابقة الباحثين، في تحديد الإطار النظري، وتحديد مجتمع الدراسة والعينة، فقد عنيت الدراسة الحالية، بمعالجة صفحات الصحف المصرية على فيسبوك على اختلافها (قومية - حزبية - خاصة) لمبادرة حياة كريمة، ورصد اتجاهات الجمهور المصري، نحو تلك المعالجة.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

اتسمت صفحات الصحف المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي- بوصفها أداة إعلامية حديثة - بتحريك الرأي العام، إذ خلقت فرصاً جديدة للتأثير على الأفراد، في الكثير من المجالات، سواء الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية أو السياسية، وتحريك الشعوب نحو التغيير والتطوير، ونظراً للانتشار المتزايد، لما تقدمه من نشر المعرفة حول القضايا المختلفة، بالإضافة إلى مزاياها، المتمثلة في الخدمات والأنشطة التفاعلية؛ كان لا بد لصفحات الصحف المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أن تقوم بتهيئة المناخ الملائم للتنمية؛ من خلال إعلام الجمهور بكل ما يخص قضايا التنمية، بجمع المعلومات المناسبة، ومعالجتها، ونشرها، وتكوين رأي عام، يلتف حول مسار التنمية، ويؤازر الجهود المبذولة؛ من أجل تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد.

وفي ضوء الأهمية الكبرى، التي تمنحها الدولة - بكل مؤسساتها - للبرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً، المتمثلة في مبادرة "حياة كريمة" بوصفها إحدى أهم المبادرات الرئاسية لتنمية الريف المصري، وضمان مستوى حضاري من الحياة للمواطنين في القرى المصرية، من هنا يمكن بلورة المشكلة البحثية، في سؤال رئيس، وهو كيف عالجت صفحات الصحف المصرية، على موقع "فيسبوك" لأحد برامج التنمية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً في مصر، وهي مبادرة "حياة كريمة"، وما اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة تلك المبادرة؟

وتتبع أهمية الدراسة؛ من طبيعة الموضوع، الذي يرتبط بدور مواقع التواصل الاجتماعي – بوصفه إعلامًا جديدًا قادرًا على دعم البرامج التنموية الموجهة للمناطق الفقيرة، والمتمثلة في مبادرة "حياة كريمة"، ومراحل تنفيذها؛ لما تمثله من مرحلة شديدة الأهمية، في عمليات تطوير شامل، تشهدها مصر المعاصرة، كما يحظى موضوع الدراسة بالأهمية؛ في ضوء كثافة اهتمام الصحف المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، برصد خطوات تنفيذ مبادرة حياة كريمة، مشروع القرن الواحد والعشرين لمصر، وأيقونة الجمهورية الجديدة؛ إذ تعد قضايا التنمية - بشكل عام - أحد أهم القضايا المجتمعية المهمة لأي مجتمع من المجتمعات؛ بفعل تأثيراتها الأنبية والمستقبلية، على المواطنين بمختلف مجالات حياتهم المعيشية.

أهداف الدراسة:

يحدد الهدف الرئيس للدراسة في رصد معالجة صفحات الصحف المصرية، على موقع "فيسبوك" لبرامج التنمية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً في مصر ، ورصد اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة تلك المبادرة ، ويكمن تقسيمه للأهداف الفرعية التالية:

أهداف الدراسة التحليلية:

- التعرف على حجم اهتمام صفحات الصحف المصرية على الفيسبوك، بمعالجة البرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً (مبادرة حياة كريمة).
- رصد وتحليل وسائل الإبراز، والأدوات التفاعلية، التي اعتمدت عليها صفحات الصحف المصرية - عينة الدراسة - في معالجة المبادرة، وتحديد حجم تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تناولت مبادرة حياة كريمة بصفحات الصحف (عينة الدراسة).
- التعرف على مدى متابعة الجمهور لمبادرة حياة كريمة على صفحات (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) على "فيسبوك"، ودوافع متابعته لها على تلك الصفحات.
- رصد أثر معالجة الصفحات - عينة الدراسة - لمبادرة حياة كريمة، على سلوك المبحوثين تجاه المبادرة، واتجاهاتهم نحو معالجة صفحات الصحف-لمبادرة حياة كريمة.
- التعرف على مقترحات الجمهور المصري-عينة الدراسة- لتطوير أداء صفحات الصحف على "فيسبوك" في معالجة المبادرات التنموية بشكل عام.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية ثراء الوسيلة **Media Richness Theory**: تعد من أكثر النظريات الحديثة، المطبقة في مجال دراسات تكنولوجيا الاتصال؛ بما تفرزه من ظروف اجتماعية وبيئية، خاصة مع تعدد المتغيرات المؤثرة في هذه التكنولوجيا، مثل التفاعلية، والوسائط المتعددة، وغيرها من تقنيات بناء المضمون⁽⁴⁰⁾، وتبحث نظرية ثراء الوسيلة، في قاعدة ملاءمة الوسيلة الاتصالية المستخدمة؛ لأداء المهمة المفترض لها أن تؤديها، وتستند البنية المعرفية لهذه النظرية، على أساسين علميين هما:

- **نظرية الاحتمالات Contingency Theory**: إذ تعد فرعاً ثانوياً منها؛ فتبحث في مدى التوافق والملاءمة، بين نوعية المعلومات الموجودة، ومتطلبات معالجتها، وبين استخدام الوسائل الإعلامية وتأثير ذلك على الأداء.

- **نظرية معالجة المعلومات Information Processing Theory**: ترجع الجذور الأولى للنظرية إلى الأربعينيات من القرن الماضي، وذلك حينما قام الباحثون بتفسير ظاهرة اختيار الوسيلة؛ طبقاً لمعيارى السرعة والجودة في تقديم المعلومات⁽⁴¹⁾، وقد نشأت بدايتها الأولى في مجال الاتصال التنظيمي، ثم طبقت - بعد ذلك - في مجال الاتصال التفاعلي ثم الجماهيري⁽⁴²⁾.

تطبيق نظرية ثراء الوسيلة على موضوع الدراسة الحالية: تتضح العلاقة بين ثراء الوسيلة، وقبول المستخدمين لصفحات الصحف على شبكات التواصل الاجتماعي؛ إذ جعلت من المزايا المتعددة لشبكات التواصل الاجتماعي، والخدمات التي تقدمها، وسيلة متاحة وسهلة في التواصل والتفاعل بشكل سريع وغير مكلف، فهي وسيلة ثرية، تقوم بنقل المعلومات والأخبار إلى جمهور المستخدمين، عن المبادرات التنموية، وأيضاً اعتماد تلك الصفحات على التفاعلية، واستخدام الوسائط المتعددة، والأنيمة، والتحديث المستمر للأخبار والمعلومات؛ جعلت منها وسيلة مؤثرة في معارف الجمهور واتجاهاته، نحو معالجتها لمختلف القضايا، وتمثل أوجه الاستفادة من النظرية؛ في تعرف أبرز أبعاد ثراء الوسيلة، التي يفترض فيها أنها تتحقق في الوسيلة؛ لتحديد أبعاد مقياس الثراء وعباراته.

ثانياً: نموذج التفاعلية (Interactivity Model): تعدُّ التفاعلية متغيراً مهماً في دراسة شبكة الإنترنت، وهذا المتغير لا يتسم بالثبات؛ إذ يرتفع مستوى التفاعلية باختلاف الأدوات، أو التطبيقات التي تقدمها الشبكة⁽⁴³⁾، ولقد ربطت العديد من الدراسات، التي اهتمت بدراسة شبكة الإنترنت بتطبيقاتها الاتصالية المختلفة من وسائل الإعلام الحديثة، ربطت بين الخصائص التفاعلية لشبكة الإنترنت بوصفها وسيطاً اتصالياً، ودرجة تأثيرها وفعاليتها⁽⁴⁴⁾، فالتفاعلية هي المتغير الرئيسي في دراسة استخدامات وتأثيرات وسائل الإعلام الحديثة، وفي ضوء ما يوضحه نموذج التفاعلية على شبكة الإنترنت، تتعرض التفاعلية بوصفها سمة مميزة لخدمات عديدة على الشبكة، مثل موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ترتبط بالواقع الافتراضي الذي تمثله، وبما يتيح هذا الموقع من أدوات متزامنة وغير متزامنة، يتفاعل معها المستخدمون، بما يتفق مع مستوى خبراتهم التكنولوجية بهذه الأدوات، وبما يتفق مع خصائصهم الديموغرافية، ومع المحتوى المنشور، مما يسبب تأثيرات معرفية وسلوكية، وتأثيرات في اتجاهات المستخدمين⁽⁴⁵⁾.

وقد تم توظيف نموذج التفاعلية في هذه الدراسة؛ لتحديد مستويات تفاعلية الجمهور المصري على صفحات الصحف المصرية (الأهرام، والوفد، واليوم السابع) على موقع "فيسبوك"، وتحديد مدى تفاعلهم مع أدوات التفاعل وأشكاله المختلفة، وتأثير ذلك على اتجاهاتهم ومشاركاتهم في البرامج التنموية الموجهة للمناطق الفقيرة، المتمثلة في مبادرة حياة كريمة.

مصطلحات الدراسة:

مفهوم المبادرة: عرفها (وليم بنويت) بأنها مبادرات، تقوم بها الدول أو المؤسسات أو الأفراد، وتشمل في برنامج أعمالها، أنشطة متنوعة في مجالات مختلفة، وتلك المبادرات أكثر الوسائل تأثيراً في التغيير المجتمعي، وغالباً ما يعتمد عليها المسؤولون بالدول؛ لتحقيق نسب تأييد مرتفعة تجاه الأنظمة والحكومات الحاكمة، ويتحقق لها نسب مرتفعة من النجاح؛ عندما تطلق بشكل رسمي من الدولة، وتتبناها في كل مراحلها، وفي الوقت نفسه، تقدم خدمات مجتمعية ووقائية للمواطنين من المخاطر القائمة، مع التنوع في استخدام وسائل الاتصال بالجمهور⁽⁴⁶⁾.

مبادرة حياة كريمة: مبادرة أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في 2 يناير 2019؛ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً على مستوى الدولة، تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجاً، وبخاصة في القرى⁽⁴⁷⁾.

المناطق الأكثر احتياجاً: هي القري والمناطق العشوائية التي تفتقر للحد الأدنى من الاحتياجات الضرورية في العصر الحالي ومنها: -البنية التحتية من (شبكات المياه، والصرف الصحي، وشبكات الغاز، والكهرباء والاتصالات، الإنترنت) ، الوحدات السكنية ، الخدمات الصحية ، فرص العمل ،التعليمالخ.

البرامج التنموية: يعرف البرنامج التنموي بأنه مجموعة من الأهداف التنموية المحددة والناجمة من تحليل الوضع الراهن وحاجة الأفراد بمنطقة عمل المشروع التنموي، والذي يشمل عادة مجموعة من المشكلات التي يجب أن تسعى الدولة لحلها. وينفذ البرنامج التنموي خلال خطة علمية تعمل على تحقيق الأنشطة التنموية خلال فترة زمنية محددة أقلها عام واحد، ويمر البرنامج التنموي بعدة مراحل أساسية وهي:(المرحلة التمهيديّة، مرحلة التخطيط، مرحلة التنفيذ، مرحلة المتابعة، ومرحلة التقييم)⁽⁴⁸⁾.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات عن المبادرات التنموية:

لقد أدركت المجتمعات، أهمية استخدام وسائل الإعلام عامة والوسائل الحديثة خاصة في تعريف الجمهور بالمعلومات المختلفة عن كافة القضايا؛ إذ تعد وسائل الإعلام أحد أهم مصادر المعرفة بالنسبة للمواطنين، وتعد وسائل الإعلام الجديد - لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي - أحد المصادر المتنامية في إمداد جمهور المستخدمين بالمعلومات، عن موضوعات وقضايا التنمية؛ لما لهذه الموضوعات من أهمية لأفراد المجتمع، وما تشكله من تأثيرات اقتصادية واجتماعية وبيئية وغيرها من التأثيرات⁽⁴⁹⁾.

ويؤدي تناقل هذه المعلومات بين المستخدمين بالطريقة الشبكية، التي تقوم عليها مواقع التواصل الاجتماعي؛ إلى زيادة انتشارها بشكل سريع جداً بين أعداد كبيرة من المستخدمين، وبالشكل الذي يعطي لهذه المواقع ميزة مهمة عن الوسائل الإعلامية الأخرى، فقد أتاحت منصات التواصل الاجتماعي للمستخدمين فرصاً تكنولوجية هائلة، تمكنهم من عملية انتشار المعلومات، التي يتم تناقلها عن طريق هذه المواقع، بفعل السمات العديدة التي تمتلكها مثل (الوسائل المتعددة، والأنية في النشر، والتفاعلية، وتجاوز الحدود الجغرافية، وسهولة الاستخدام)؛ لذلك أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الجمهور

وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة، بالإضافة إلى تزويدهم بالخبرات السياسية والاجتماعية، التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمع، كما تلعب دوراً مهماً في خلق التماسك بين جميع أفراد المجتمع في المواقف السياسية والاجتماعية المهمة، مثل الالتفاف حول المبادرات التنموية.

فالشبكات الاجتماعية تلعب دوراً لا يستهان به، في إحداث التأثير على اتجاهات الشرائح المختلفة في أي مجتمع، ولكن بدرجات متفاوتة، مرتبطة بالظروف والآليات التي يتم استخدامها فيها، سواء على مستوى الأفراد أو المجموعات أو الدول.

لذا أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي في عصرنا الراهن دورٌ أساسيٌّ ومهمٌ في إحداث التحول والتغيير والتطوير والتحديث، فهي تعد فرعاً من فروع الإعلام التنموي؛ إذ يضع النشاطات المختلفة التي تضطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما، في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة⁽⁵⁰⁾.

ثانياً: دور صفحات الصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مبادرة "حياة كريمة":

تعني المبادرات التنموية برامج تحتوي على مجموعة من السياسات، لتحقيق الإصلاح والتنمية المجتمعية والمحلية، مع الحفاظ على النظم البيئية القائمة والأنظمة المحلية السائدة (مدن، أحياء، مراكز وقرى...)، تتضافر فيها جهود الدولة، مع خبرة مؤسسات المجتمع المدني، ودعم المجتمعات المحلية؛ لإحداث التحسن النوعي في معيشة المواطنين المستهدفين ومجتمعاتهم على حد سواء.

وقد أطلق الرئيس عبد الفتاح السيسي في 2 يناير عام 2019م مبادرة "حياة كريمة"، التي تهدف إلى التخفيف عن كاهل المواطنين، في المناطق الأكثر احتياجاً في الريف والمناطق العشوائية في الحضر، وتعتمد المبادرة على تنفيذ مجموعة من الأنشطة الخدمية والتنموية، التي من شأنها ضمان حياة كريمة لتلك الفئة، وتحسين ظروف معيشتهم.

وتركز مبادرة حياة كريمة على عدة مبادئ أساسية: الشفافية في تداول المعلومات، وتعزيز الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجاً، والالتزام والتعهد لكل شريك؛ للقيام بدوره وفق منهجية العمل ومعايير الخدمات، ودعم اللامركزية؛ عن طريق تفويض السلطة، وإتاحة قدر أكبر من المرونة، وتقريب المسافة بين مستويات اتخاذ القرار، والنزاهة في أداء الخدمة لمستحقيها، والثقة المتبادلة بين كافة الجهات الشريكة والشباب المتطوع للعمل، والتوازن في تقديم التدخلات الخدمية والتدخلات التنموية والإنتاجية، وفي إطار هذه المبادرة؛ تم تقسيم القرى الأكثر احتياجاً المستهدفة؛ وفقاً لبيانات ومسوح الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بالتنسيق مع الوزارات والهيئات المعنية.

وتسعى الصحف المصرية على منصات التواصل الاجتماعي إلى تسليط الضوء على مبادرة "حياة كريمة"؛ من خلال المتابعة المستمرة والموضوعية للمبادرة، وتعريف الجمهور

بأهميتها، وضرورة المشاركة والتدعيم لها، وتكوين رأي عام واعٍ ومستنير، قادر على المشاركة إلى جانب الدولة، في تحقيق أهداف هذه المبادرة الوطنية.

وتهدف المبادرة إلى(51):

- التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجاً في الريف والمناطق العشوائية في الحضر، والارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.
- التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجاً؛ بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد؛ لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.
- توفير فرص عمل؛ لتدعيم استقلالية المواطنين، وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة للأسرهم ومجتمعاتهم المحلية.
- إحياء قيم المسؤولية المشتركة بين كافة الجهات الشريكة؛ لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها.

أما عن أهم الفئات التي تستهدف المبادرة دعمها ودعم احتياجاتها فهي: (الأسر الأكثر احتياجاً في التجمعات الريفية، وكبار السن، وذوو الهمم، والمتطوعون، والنساء المعيلات والمطلقات، والأيتام والأطفال، والشباب القادر على العمل)، وقد تم تقسيم القرى الأكثر احتياجاً المستهدفة؛ وفقاً لبيانات ومسوح الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بالتنسيق مع الوزارات والهيئات المعنية.

ويتم تنفيذ المبادرة، وفقاً لثلاث مراحل أساسية، هي(52): **المرحلة الأولى من المبادرة:** تشكل القرى ذات نسب الفقر 70% أو أكثر: القرى الأكثر احتياجاً، وتحتاج تدخلات عاجلة، **المرحلة الثانية من المبادرة:** القرى ذات نسب الفقر من 50% إلى 70%: القرى الفقيرة التي تحتاج لتدخل، ولكنها أقل صعوبة من المجموعة الأولى، **والمرحلة الثالثة من المبادرة:** القرى ذات نسب الفقر أقل من 50%: تحديات أقل لتجاوز الفقر.

وقد أشارت صفحات الصحف المصرية (الأهرام - اليوم السابع - الوفد) ، خلال فترة الدراسة إلى ضخامة مبادرة حياة كريمة، كأعظم مشروع تنموي في تاريخ مصر؛ إذ إنه يمس حياة 58 مليون مواطن، بما يقرب من نصف سكان مصر، ويستهدف تغيير كافة مناحي الحياة للمواطنين المقيمين في أكثر من 4500 قرية في جميع محافظات مصر، بالإضافة إلى تكلفة إنجاز هذه المبادرة، التي تتجاوز 700 مليار جنيه.

تساؤلات الدراسة:

تسعي الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: كيف عالجت صفحات الصحف المصرية، على موقع "فيسبوك" لأحد برامج التنمية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً في مصر، المتمثلة في مبادرة حياة كريمة؟ وما اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة تلك المبادرة؟ وينبثق من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

تساؤلات الدراسة التحليلية:

- (1) ما حجم الاهتمام الذي أولته صفحات (الأهرام – اليوم السابع – الوفد) على "فيسبوك" لمبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة؟
- (2) ما طبيعة المضمون المنشور عن مبادرة حياة كريمة في صفحات الصحف - عينة الدراسة - خلال فترة الدراسة؟
- (3) ما القوالب الصحفية التي اعتمدت عليها صفحات الصحف - عينة الدراسة - في معالجة مبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة؟
- (4) ما مصادر الإدلاء بالمعلومات، التي اعتمدت عليها صفحات الصحف - عينة الدراسة - في تناولها لمبادرة حياة كريمة؟ وما اتجاه تغطية صفحات الصحف - عينة الدراسة - للمبادرة؟
- (5) ما وسائل الإبراز والأدوات التفاعلية، التي اعتمدت عليها الصحف - عينة الدراسة - في معالجة مبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة؟ وكيف تفاعل المستخدمون مع المنشور؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- (1) ما مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف المصرية على الفيسبوك (الأهرام – اليوم السابع – الوفد)؟ وما هي دوافعه لمتابعتها على تلك الصفحات؟
- (2) كيف أثرت معالجة صفحات الصحف – عينة الدراسة - لمبادرة حياة كريمة، على سلوك المبحوثين تجاه المبادرة؟
- (3) ما اتجاهات المبحوثين نحو معالجة صفحات الصحف - عينة الدراسة - لمبادرة حياة كريمة؟ وما مقترحاتهم لتطوير أداء صفحات الصحف المصرية على موقع الفيسبوك في معالجة المبادرات التنموية بشكل عام؟

فروض الدراسة:

- (1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة)، واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المبادرة.
- (2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية، بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة)، ومدى المشاركة الفعلية للمبحوثين في تلك المبادرة.
- (3) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية، بين اتجاهات المبحوثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على "فيسبوك"، ومدى تفاعلهم مع المنشور.
- (4) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على "فيسبوك"، ومدى المشاركة الفعلية للمبحوثين في تلك المبادرة.

5) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على الصحف المصرية على الفيسبوك، وفقاً للعوامل الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة).

6) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على الفيسبوك، وفقاً للعوامل الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي- محل الإقامة).

7) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاركة المبحوثين الفعلية في مبادرة حياة كريمة، وفقاً للعوامل الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي-المستوى الاجتماعي الاقتصادي- محل الإقامة).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، وتستخدم منهج المسح الإعلامي، وذلك لمسح عينة من صفحات الصحف المصرية ورصد وتوصيف المعالجة الصحفية لمبادرة "حياة كريمة" بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري ؛ المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" - بمستوى تعرض مرتفع- نحو معالجة صفحات الصحف المصرية لتلك المبادرة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة : تمثلت العينة في صفحات الصحف المصرية ،(الأهرام - الوفد - اليوم السابع) على موقع "فيسبوك"، والتي تختلف فئاتها من صحف قومية وحزبية وصحف خاصة، وهم:

-صفحة جريدة الأهرام

(<http://www.https://www.facebook.com/alahram/>)

-صفحة جريدة الوفد

(<https://www.facebook.com/alwafdporta/>)

-صفحة جريدة اليوم السابع

(<https://www.facebook.com/Youm7/>)

- **عينة الدراسة التحليلية:** تمثلت في صفحات الصحف المصرية (الأهرام - الوفد - اليوم السابع) على موقع "فيسبوك"، والتي تختلف فئاتها من صحف قومية وحزبية وخاصة؛ مما يخدم أهداف الدراسة؛ في الكشف عن مدى انعكاس هذا التباين في نمط الملكية، على الاهتمام بتناول ومعالجة المبادرة (موضوع الدراسة)، واستخدمت الباحثتان أسلوب الحصر الشامل؛ في تحليل صفحات الصحف (الأهرام، والوفد، واليوم السابع) على "فيسبوك"، خلال الفترة الزمنية (من 15 يوليو 2021 إلى 1 مارس 2022)، حيث وافق 15 يوليو 2021 عقد المؤتمر الأول لمبادرة حياة كريمة، وتوقيع وثيقة انطلاق هذا المشروع القومي،

ويرجع اختيار هذه الصحف تحديداً؛ لحصولها على أعلى معدلات لمتابعة "مبادرة حياة كريمة"؛ طبقاً لنتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثتان خلال الفترة ما بين 2022/1/3 إلى 2022/2/1، على عينة قوامها 40 مفردة، تتشابه في خصائصها مع العينة الأصلية.

- **عينة الدراسة الميدانية:** تم اختيار عينة البحث الميدانية من عينة مكونة من 400 مفردة من الجمهور المستخدم لصفحات الصحف المصرية عبر الفيسبوك، وتم اختيارها بأسلوب العينة الطبقية، وفقاً للنوع والسن والمنطقة السكنية، بنسب توزيعهم نفسها في المجتمع الأصلي؛ وفقاً لإحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء لعام 2021، حيث تمثل محافظة القاهرة 275 مفردة، موزعة بين عدة أحياء تمثل (الأحياء الراقية، والأحياء المتوسطة، والأحياء الشعبية)، وتمثل محافظة المنوفية 125 مفردة، تم توزيعهم بين الريف والحضر، وتم تطبيق الدراسة في الفترة من ما بين 2022/2/15 إلى 2022/3/15م.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة	ك	%	
المحافظة	القاهرة	275	68.75
	المنوفية	125	31.25
النوع	ذكور	208	52
	إناث	192	48
فئات السن	من 18 لأقل من 30	149	37.2
	من 30 لأقل من 40	117	29.3
	من 40 لأقل من 50	70	17.5
	من 50 سنة فأكثر	64	16
المستوى التعليمي	دراسات عليا (ماجستير- دكتوراه)	53	13.2
	تعليم جامعي	240	60
	تعليم فوق المتوسط	68	17
محل الإقامة	تعليم متوسط	39	9.8
	ريف	98	24.5
الحي السكني	حضر	27	6.75
	أحياء راقية	105	26.25
	أحياء متوسطة	107	26.75
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	أحياء شعبية	63	15.75
	مرتفع	77	19.2
	متوسط	255	63.8
	منخفض	68	17

أدوات جمع البيانات:

أولاً: استمارة تحليل المضمون: تم استخدام استمارة تحليل المضمون للتعرف على المضامين التي تناولت مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف المصرية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع) على موقع "فيسبوك"، والتي تسعى إلى الوصول إلى الوصف الكمي والمحتوى الظاهر للمبادرة، حيث تكونت استمارة تحليل المضمون من 7 أسئلة تغطي كافة

المحاور التي تخدم أهداف الدراسة التحليلية، لرصد المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف المصرية (عينة الدراسة).

واعتمدت الدراسة على تحليل كافة المواد المنشورة في صفحات الصحف المصرية (الأهرام- الوفد- اليوم السابع) خلال فترة الدراسة.

تحديد وحدة التحليل : تعد وحدة التحليل أكثر العناصر أهمية في تحليل المضمون ويؤثر اختيار وحدة التحليل في ثبات النتائج وصدقها، فكلما كانت وحدة التحليل واضحة كلما زاد ذلك من دقة الترميز وثبات نتائج الدراسة، ويتم من خلالها حساب التكرارات العددية لكل المواد المنشورة للوصول إلى نتائج، وقد تم استخدام وحدتين للتحليل هما:

-وحدة القالب الصحفي: وتتركز في هذه الدراسة على القالب الصحفي بأشكاله المختلفة (الحديثة، والتقليدية).

-وحدة الفكرة: وهي أي فكرة تتناول وتعرض مبادرة حياة كريمة.

تحديد فئات التحليل (فئات المضمون):

- **طبيعة المضمون المنشور:** متابعة تنفيذ المشروعات بالمحافظات ، دعم المسؤولين والشخصيات العامة للمبادرة ، توجيهات الرئيس والمسؤولين ، حصاد نتائج المبادرة ، تغطية المؤتمر الأول للمبادرة، التطوع بالمشاركة في المبادرة ، التكلفة المادية للمبادرة.

- **نوع القالب الصحفي :** خبر (صورة وعنوان) ، فيديو بث مباشر ، شريط الصور المتعاقب ، الفيديو المصحوب بعنوان ، الإنفوجراف ، تقرير ، مقال رأي ، حديث ، تحليل.

- **مصادر الإدلاء بالمعلومات :** صحفيون ، مسئولون، مراسلون ، مواطنون ، شخصيات عامة ، كتاب صحفيين ، موقع إلكتروني، خبراء.

اتجاه مضمون المادة المنشورة : ايجابي ، محايد ، معارض .

- **عناصر الإبراز المستخدمة:** نص وصورة ، نص و فيديو ، نص ورابط لموقع إلكتروني.

- **الوسائط المتعددة :** الصور ، الفيديو المصحوب بعنوان ، شريط الصور المتعاقب ، وجود روابط تفاعلية.

- **حجم تفاعل المستخدمين مع المنشورات :** الإعجاب بالمنشور ، التعليق على المنشور ، مشاركة المنشور ، الإشارة للأصدقاء.

ثانياً: استمارة استقصاء: إذ أنها أكثر الأدوات الملائمة لجمع البيانات، ومرت استمارة الاستقصاء بمجموعة من المراحل العلمية، التي انتهت بصياغة الاستقصاء في شكله المبدئي؛ بحيث يلائم تحقيق أهداف الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها، ويختبر فروضها ، وتكونت استمارة الاستقصاء من 18 سؤالاً تغطي كافة المحاور التي تخدم أهداف الدراسة الميدانية ، لقياس اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف المصرية (عينة الدراسة).

اختبارات الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون في جمع البيانات بإجراء اختبائي الصدق والثبات ، وذلك على النحو التالي:

- **اختبار الصدق (Validity):** يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه ، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة ، تم القيام بعرض أدوات جمع البيانات (استمارة الاستقصاء) ، (استمارة تحليل المضمون) على بعض الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام* ، للتأكد من صلاحية الاستمارتين للتطبيق وأنها تجيب على تساؤلات الدراسة وفروضها ، وتم تعديل الاستمارتين ؛ وفقاً لمقترحاتهم ، واعدادهما في صورتها النهائية ، وتم قياس صدق التحليل والتحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته ، وقد ساعد التحليل المبدئي الذي قامت به الباحثتان مسبقاً على تحديد الفئات وتعريفها تعريفاً واضحاً.

- **اختبار الثبات (Reliability):** بالنسبة لاستمارة تحليل المضمون تم إجراء اختبار الثبات مع باحث آخر لعينة موحدة من المضمون الذي تم تحليله للوصول إلى متوسط الثبات بين الباحث والباحثتين بالدراسة التحليلية وهو ما يعني ضرورة توصل كل منهم إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون ، وتم تحليل نسبة 5% من عينة الدراسة التحليلية الكلية ، ثم حساب الثبات بين المرزوين عن طريق معادلة هولستي Holisty لتحديد الثبات ، وجاءت النتائج أن معامل الثبات مرتفع وبنسبة عالية بلغت 0,90.

ولاختبار الثبات في استمارة الاستقصاء قامت الباحثتين بإجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة من المبحوثين نسبتهم 10% أي ما يعادل 40 مبحوث ، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها ، وتم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين ، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول ، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين ، وقد بلغت 91% ، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى ثبات القياس ودقته ، وصلاحية الاستمارة للتطبيق.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة: تم استخدام المقاييس الوصفية، وتشمل (التكرارات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي)، وتم استخدام بعض الاختبارات الإحصائية، التي سعت لقياس الفروق والعلاقات بين متغيرات الدراسة، وكانت على النحو

* أسماء المحكمين:

- أ.د./ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أ.د./ رفعت على البدري: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام، جامعة 6 أكتوبر.
- أ.د./ عبد الجواد سعيد: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام، جامعة المنوفية.
- أ.د./ ندى القاضي: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام، جامعة المنوفية.
- أ.م.د/ أميرة النمر: أستاذ الإعلام المساعد بمعهد الطفولة جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ هويدا الدر: أستاذ مساعد ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة المنوفية.

التالي: اختبار (Independent sample T-Test)، اختبار (On Way Anova) F لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

نتائج الدراسة التحليلية:

- حجم اهتمام صفحات (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) بتناول مبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح عدد المنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة بكل صفحة خلال فترة الدراسة

الترتيب	%	ك	الصحيفة
1	62,1	237	صفحة اليوم السابع
2	24,3	93	صفحة الأهرام
3	13,6	52	صفحة الوفد
	100	382	الإجمالي

احتلت صفحة اليوم السابع المرتبة الأولى في معالجتها لمبادرة "حياة كريمة" بنسبة 62.1%، وهي نسبة كبيرة؛ تدل على اهتمام الصفحة بتغطية القضايا والمبادرات التنموية في مصر، وجاءت في المرتبة الثانية صفحة الأهرام، بنسبة 24,3%، ثم صفحة الوفد في المرتبة الثالثة، بنسبة 13,6%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (منى طه، 2019)⁽⁵³⁾ التي أثبتت أن موقع الأهرام ثم اليوم السابع هو الأكثر اهتماماً بقضايا التنمية المستدامة، تليهما الوفد.

- طبيعة المضمون المنشور عن مبادرة حياة كريمة في صفحات الصحف (عينة الدراسة):

جدول رقم (3) يوضح طبيعة المضمون المنشور عن مبادرة حياة كريمة في صحف الدراسة

الترتيب	ك	المجموع	صفحة الوفد	صفحة الأهرام	صفحة اليوم السابع	الصحيفة			
1	48,7	186	42,3	22	32,3	30	56,2	133	متابعة تنفيذ المشروعات بالمحافظات.
2	16,5	63	17,3	9	23,7	22	13,6	32	دعم المسؤولين والشخصيات العامة للمبادرة.
3	8,4	32	9,6	5	13	12	6,3	15	توجيهات الرئيس والمسؤولين.
4	7,3	28	13,4	7	3,4	5	6,8	16	حصار نتائج المبادرة.
5	6,8	26	7,7	4	8,6	8	5,9	14	تغطية المؤتمر الأول للمبادرة.
6	5,8	22	1,9	1	7,5	7	5,9	14	التطوع بالمشاركة في المبادرة.
7	4,5	17	5,8	3	4,3	4	4,2	10	التكلفة المادية للمبادرة.
8	3,1	12	1,9	1	3,4	5	2,5	6	أخرى تذكر (.....).
	100	382	100	52	100	93	100	237	الإجمالي

جاء "متابعة تنفيذ مشروعات مبادرة حياة كريمة"، في مقدمة الموضوعات التي تناولتها صحف الدراسة، وذلك بنسبة 48,7%، ويرجع ذلك؛ إلى مزامنة الدراسة التحليلية لمراحل

تنفيذ المشروعات بمحافظة مصر، وقد تفوقت صفحة اليوم السابع، في متابعة المشروعات في القرى الريفية في مختلف محافظات مصر، ونشرت صورًا عديدة لمراحل تنفيذ المبادرة.

وتناولت صحف الدراسة محاور مبادرة حياة كريمة كما يلي:

- **تطوير البنية التحتية:** البنية التحتية من العناصر اللازمة في تطوير القرى الريفية، وتشمل (شبكات المياه، والصرف الصحي، وتبطين الترع، وشبكات الغاز، والكهرباء والاتصالات، الإنترنت) وقد تناولت الصحف الثلاث هذا المحور الهام؛ فنشرت صفحة اليوم السابع "النتيجة المحلية توضح مشروعات حياة كريمة بالقرى.. أبرزها الصرف الصحي، ومياه الشرب"⁽⁵⁴⁾، ونشرت الأهرام "وزير البترول: الانتهاء من توصيل الغاز إلى 58 قرية.. وجاري التوصيل إلى 241 أخرى بمبادرة حياة كريمة"⁽⁵⁵⁾، وفي الوفد: "مدبولي: حياة كريمة يستهدف 58% من سكان مصر، وإدخال نت فائق السرعة"⁽⁵⁶⁾.

- **الإسكان ورفع كفاءة المنازل:** تناولت صحف الدراسة، تطوير ورفع كفاءة المنازل للأسر الفقيرة، من خلال (أعمال محارة، وتأسيس وتشطيب الكهرباء، وتشطيب صحي، وأعمال نجارة، وأعمال بياض، وعمل خرسانة، وتركيب سيراميك، وتشطيب الواجهات)، وذلك من خلال "مبادرة سكن كريم"، التي تعيد بناء المنازل، وتحولها إلى منازل لائقة بمبادرة حياة كريمة، وقد نشرت صفحة اليوم السابع "تأهيل 9 آلاف منزل بقرى اطسا ويوسف الصديق بالفيوم ضمن "حياة كريمة"⁽⁵⁷⁾، ونشرت الأهرام: "رئيس الوزراء يكشف مستجدات وحدات "سكن كريم" بالمبادرة الرئاسية حياة كريمة"⁽⁵⁸⁾.

- **تحسين الخدمات الصحية:** تناولت صحف الدراسة أهمية تطوير القطاع الصحي ضمن مبادرة حياة كريمة، من خلال متابعة القوافل الطبية، التي تجوب قرى مصر، بالإضافة إلى تأهيل المستشفيات والوحدات الصحية بالمراكز والقرى؛ لاستقبال منظومة التأمين الصحي الشامل الجديدة، التي تهدف توفير الخدمة والعلاج المناسب لجميع المواطنين، مع تحمل تكاليف الخدمة عن غير القادرين، وهنا نشرت صفحة اليوم السابع: "حياة كريمة تطلق قوافل طبية متعددة التخصصات في المحافظات بالمجان"⁽⁵⁹⁾، ونشرت الأهرام "الصحة: إطلاق 6 قوافل طبية غدا ضمن مبادرة حياة كريمة"⁽⁶⁰⁾.

- **توفير فرص عمل:** نجحت مبادرة حياة كريمة، في توفير 300 فرصة عمل للشباب في جميع القرى المدرجة داخل المبادرة، كما وفرت وحدات تدريب متنقلة، لتدريب المواطنين على بعض المهن الحرفية، ومنها (التفصيل والحياسة والسباكة وكهرباء المنازل)، ونشرت في ذلك الأهرام، "شعراوي: المرحلة الأولى من "حياة كريمة"، وفرت أكثر من 500 ألف فرصة عمل مؤقتة ودائمة لأبناء القرى"⁽⁶¹⁾، ونشرت الوفد "صعيد مصر في 7 سنوات.. السيسي يسابق الزمن لتوفير حياة كريمة وفرص عمل للشباب"⁽⁶²⁾.

- **التعليم:** تناولت صفحة اليوم السابع والأهرام، خدمات المبادرة في قطاع التعليم، التي هدفت إلى تطوير وإنشاء مدارس كافة المراحل التعليمية؛ لتخفيف كثافة الطلاب بالفصول، ورفع كفاءة أكثر من 1250 مبنى تعليمياً، فنشرت اليوم السابع: "وزارة التعليم تعلن إنشاء

14 ألف فصل ضمن جهود مبادرة حياة كريمة⁽⁶³⁾، ونشرت الأهرام: "وزير التعليم: إنشاء 15 ألف فصل بمبادرة "حياة كريمة" ورفع معدلات القبول برياض الأطفال"⁽⁶⁴⁾.

- **التنمية الثقافية:** أشارت صحف الدراسة إلى اهتمام المبادرة بالتنمية الثقافية، لإحياء وتعزيز الهوية المصرية، ودعم الدور الثقافي بالمحافظات، ومنها مشروع مسارح متنقلة، وورش أدبية وفنية، ومعارض تشكيلية، وندوات تثقيفية، ومشروع "كشك الكتاب"، الذي يهدف إلى توفير الكتب لأبناء القرى بأسعار مخفضة؛ من خلال أكشاك في كل قرية، بالإضافة إلى إقامة متاحف لعرض التراث المصري، فنشرت الأهرام: "الرئيس السيسي يتفقد مكاتب رواد الأعمال، ومعرضي أبناء سيناء وتراثنا ومتحف حياة كريمة"⁽⁶⁵⁾.

- **تخفيض معدلات الفقر:** انفردت صفحة اليوم السابع، بالتركيز على دور مبادرة حياة كريمة في خفض معدلات الفقر، ونشرت: "مليار دولار تكلفة الخروج من مائة الفقر.. 14 مليون مستفيد من "تكافل وكرامة" وخفض المعدلات لأول مرة بعد نجاح الإصلاح الاقتصادي"⁽⁶⁶⁾، كما انفردت أيضا صفحة اليوم السابع، بتناول دور المبادرة في **تحسين مستوى المرأة الريفية**، بتمكينها اقتصاديا، فنشرت: "حياة كريمة مش بس مباني.. تدريب سيدات قرى المبادرة الرئاسية بأسوان.. القومي للمرأة يسعى لتوفير فرص عمل بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة.. المحافظ: هدفنا تحسين مستوى المرأة الريفية.. وتطوير أكثر من 101 قرية"⁽⁶⁷⁾.

الاهتمام بدور العبادة: تناولت الصحف الثلاث، اهتمام المبادرة ببناء المساجد، وصيانة وترميم بعض المساجد في القرى الريفية، وقد نشرت الوفد: "افتتاح 31 مسجدا جديدا اليوم بـ10 محافظات ضمن مبادرة حياة كريمة"⁽⁶⁸⁾.

وهناك **مشروعات أخرى** تناولتها صفحة اليوم السابع بنسبة ضئيلة، ومنها (تجميل وتحسين البيئة، تطوير مراكز الشباب، زراعة أسطح المنازل، تجهيز العرائس، وحقوق الطفل، والمشروعات الخضراء).

وجاء في المرتبة الثانية "دعم المسؤولين والشخصيات العامة للمبادرة" بنسبة 16,5%، فقد تناولت الصحف الثلاث، دعم من المسؤولين (الوزراء والمحافظين) والشخصيات العامة والكتّاب، لمبادرة حياة كريمة، فنشرت اليوم السابع: "رئيس الوزراء: حياة كريمة مشروع القرن الحادي والعشرين في مصر"⁽⁹⁶⁾، ونشرت أيضا: "منسق الأمم المتحدة بمصر: حياة كريمة البرنامج الأكبر في العالم لتحسين الريف"⁽⁷⁰⁾، ونشرت الأهرام: "اللواء أحمد عيد الباسط: مبادرة حياة كريمة، أعظم مشروع في مصر الحديثة، ولها انعكاس أمني واضح"⁽⁷¹⁾، ونشرت الوفد: "انتصار السيسي: الدولة استطاعت توفير حياة كريمة لكل المصريين"⁽⁷²⁾.

وجاء في المرتبة الثالثة "توجيهات الرئيس والمسؤولين" بنسبة 8,4%، وتناول توجيهات عديدة من رئيس الجمهورية أو المسؤولين بشأن مبادرة حياة كريمة، فنشرت اليوم السابع: "تنفيذا لتوجيهات الرئيس السيسي.. مؤسسة حياة كريمة تسلم سائق التاكسي المحترق سيارة جديدة"⁽⁷³⁾، ونشرت الأهرام: "الرئيس السيسي يوجه بوضع آليات محددة للتغلب على أي

معوقات تواجه سير مشروع "حياة كريمة"⁽⁷⁴⁾ وفي الوفد: "السيسي يوجه بضم قرى مركز أسوان لحياة كريمة.. والأهالي: تحيا مصر"⁽⁷⁵⁾.

ويأتي في المرتبة الرابعة "حصاد نتائج المبادرة" بنسبة 7,3%، فنشرت اليوم السابع "حصاد مشروعات حياة كريمة بالأقصر"⁽⁷⁶⁾، ونشرت الأهرام: "رئيس مؤسسة حياة كريمة: ساعدنا الملايين في كل محافظات مصر، وقدما كل الخدمات لتلبية احتياجاتهم"⁽⁷⁷⁾.

وفي المرتبة الخامسة "تغطية فعاليات المؤتمر الأول للمبادرة حياة كريمة، بنسبة 6,8% الذي عقد في 15 يوليو 2021، وقد تفوقت فيه صفحة اليوم السابع، بنشر فيديوهات بث مباشر في أثناء انعقاد المؤتمر، وأهم تصريحات الرئيس السيسي عن هذه المبادرة، فنشرت: "الرئيس السيسي يشهد انطلاق احتفالية المؤتمر الأول لمشروع حياة كريمة لتطوير القرى الفقيرة"⁽⁷⁸⁾، ونشرت الأهرام: "الرئيس السيسي للحاضرين احتفالية حياة كريمة: سعيد بلقائي بكم"⁽⁷⁹⁾.

ويأتي في المرتبة السادسة "التطوع بالمشاركة في المبادرة" بنسبة 5,8%، وقد يكون تبرعاً بالمال أو بالمشاركة في مختلف أنشطة المبادرة؛ إذ إنها تدعو لتضافر الجهود وتكامل الأدوار لتوفير حياة كريمة للمواطنين، ومن أهم العناوين في صفحة اليوم السابع: "وزارة الهجرة: طلاب مصريون بكندا يجمعون 80 ألف دولار لمبادرة حياة كريمة"⁽⁸⁰⁾، ونشرت الأهرام: "الرئيس السيسي: أطالب مؤسسات المجتمع المدني بالمشاركة في مبادرة حياة كريمة لتطوير نصف مليون منزل"⁽⁸¹⁾، يليه في المرتبة السابعة "التكلفة المادية للمبادرة" بنسبة 4,8%، نشرت صفحة اليوم السابع: "رئيس الوزراء بمؤتمر حياة كريمة: 6 تريليونات جنيهه تكلف المشروعات القومية في 7 سنوات"⁽⁸²⁾، ونشرت أيضاً "الرئيس السيسي: مشروع حياة كريمة يتكلف 40 مليار دولار لوضع مصر على الطريق الصحيح"⁽⁸³⁾، ونشرت الأهرام "حياة كريمة تنفذ 712 مشروعاً بإجمالي استثمارات 31 مليار جنيه في قنا"⁽⁸⁴⁾، ونشرت الوفد "رئيس الوزراء: حياة كريمة مشروع القرن 21 ونفذنا مشروعات تجاوزت 6 تريليون جنيه"⁽⁸⁵⁾، وأخيراً تأتي "أخرى تذكر"، بنسبة ضئيلة 3,1%، وقد تناولت محاور أخرى منها، دور المبادرة التوعوي للشباب؛ من أجل بناء الوعي لديهم، وتعزيز الانتماء، وترسيخ المواطنة، فنشرت صفحة اليوم السابع: "حياة كريمة... محافظ بني سويف يكشف فعاليات المبادرة التوعوية لمنظمة خريجي الأزهر"⁽⁸⁶⁾، كما تناولت صفحة الوفد في "أخرى تذكر" نفي بعض الشائعات التي يطلقها البعض عن هذا المشروع، وأكدت ضرورة مواجهة الشائعات، بالتركيز على الإنجازات التي تتحقق بفضل هذا المشروع لصالح القرى المصرية، فنشرت الوفد: "بكري: الرئيس السيسي لا يعرف اللف والدوران.. وهدف الإخوان تشويه رموز الوطن"⁽⁸⁷⁾.

- نوع القالب الصحفي الذي اعتمدت عليه صحف الدراسة في معالجة مبادرة حياة كريمة:

جدول رقم (4) يوضح نوع القالب الصحفي المستخدم في معالجة مبادرة حياة كريمة

الترتيب	ك	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصحيفة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	72,3	276	69,2	36	81,7	76	42,9	164	القالب الصحفي
2	8,4	32	5,8	3	-	-	6	23	خبر (صورة وعنوان) .
3	7,1	27	3,8	2	4,3	4	5,5	21	فيديو بث مباشر.
4	5,8	22	5,8	3	7,5	7	3,1	12	شريط الصور المتعاقب.
5	2,6	10	7,7	4	3,2	3	0,7	3	الفيديو المصحوب بعنوان.
5	2,6	10	-	-	-	-	4,2	10	الإنفوجراف.
6	1,3	5	7,7	4	1,1	1	-	-	تقرير.
7	1	4	-	-	2,2	2	0,8	2	مقال رأي.
8	0,5	2	-	-	-	-	0,8	2	حديث.
									تحليل.
	100	382	100	52	100	93	100	237	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق؛ أنه لا يوجد اختلاف بين صفحات الصحف الثلاث في الاعتماد والتنوع في استخدام القوالب الصحفية، وقد احتل الخبر في شكل (صورة وعنوان) المرتبة الأولى بين أشكال الفنون الصحفية المستخدمة، التي اعتمدت عليها الصفحات موضع الدراسة، عند تناولها لمبادرة حياة كريمة وذلك بنسبة 72,3%، وتعكس هذه النتيجة، اهتمام صحف الدراسة بالتغطية الخبرية لمبادرة حياة كريمة، التي امتد تأثيرها لنحو 60 مليون مصري في أكثر من 1500 قرية، ونحو 35 ألف تابع ونجع وعزبة في كل ربوع مصر، وربما يرجع الاهتمام بالتغطية الخبرية؛ إلى الأحداث المتسارعة، والتطورات المتلاحقة في أثناء فترة الدراسة، التي ترصد إنجازات المبادرة في كافة أنحاء الجمهورية، والخبر الصحفي، المتمثل في (صورة وعنوان)، هو القالب الفني القادر على ملاحقة الأحداث، ورصدها بالصورة، وتحقيق السبق الصحفي، ومن نماذج الأخبار في صفحة اليوم السابع، خبر بعنوان: "حياة كريمة .. محافظ أسبوط: انتهاء مشروعات المبادرة وفقا للخطط الزمنية المحددة"⁽⁸⁸⁾، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فوزي عبدالرحمن 2017)⁽⁸⁹⁾، التي توصلت إلى أن الخبر الصحفي، يأتي في المرتبة الأولى بين أشكال التحرير الصحفي، التي اعتمدت عليها الصحف المصرية في معالجة شئون وقضايا التعليم الجامعي في مصر.

وجاء- بفارق كبير- الفيديو (البث المباشر) في المرتبة الثانية، بنسبة 8,4%، وقد تناول موضوعات متنوعة ومختلفة في صفحة اليوم السابع، منها بث مباشر أثناء فعاليات المؤتمر الأول لإطلاق مبادرة حياة كريمة: "بث مباشر لكلمة الرئيس السيسي خلال فعاليات المؤتمر الأول للمشروع القومي حياة كريمة لتنمية قرى الريف المصري"⁽⁹⁰⁾، ومنها ما جاء ليرصد توقيع الكشف الطبي في القوافل الطبية التابعة لمبادرة حياة كريمة، وأخرى ترصد متابعة تنفيذ المشروعات بمحافظة مصر، ثم جاء شريط الصور المتعاقب في المرتبة الثالثة، بنسبة 7,1%، وهو يعتمد على عرض مجموعة من الصور المتتابعة؛ لإظهار تفاصيل الحدث وجوانبه، ومن نماذج الشريط المتعاقب للصور، ما جاء في اليوم السابع بعنوان:

"رئيس الوزراء يتابع تنفيذ مشروع سكن كريم ضمن مبادرة حياة كريمة.. صور"⁽⁹¹⁾، ونموذج آخر بالأهرام بعنوان: "استاد القاهرة يتحول إلى لوحة فنية مبهرة في احتفالية حياة كريمة"⁽⁹²⁾، ثم الفيديو المصحوب بعنوان في المرتبة الرابعة، بنسبة 5,8%، وفي المرتبة الخامسة **الإنفوجراف** بنسبة 2,6%، وتفوقت فيه صفحة الوفد؛ إذ أنه يساعد على تبسيط المعلومات واختصارها، وله تأثير بصري جذاب، ويحظى بتفاعل المستخدمين؛ فهو يعمل على تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور مرئية؛ لتوصيل النقاط الرئيسية بشكل سهل، وأكثر فعالية، ومن نماذج من نشرته صفحة الوفد خلال فترة الدراسة، إنفوجراف بعنوان: "السياسي قائد المبادرات الاجتماعية لتوفير حياة كريمة للمواطنين"⁽⁹³⁾، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (منى طه، 2019)⁽⁹⁴⁾ التي أكدت غياب الأشكال الحديثة (الإنفوجراف) في تناول موضوعات التنمية المستدامة بالمواقع الثلاث في أثناء فترة الدراسة.

وقد تساوى مع الإنفوجراف **التقرير الصحفي**، وانفردت به اليوم السابع؛ لاهتمامها بتقديم تقرير عن ما تم تنفيذه بقرى محافظات مصر، كل محافظة على حدة، ثم يأتي **المقال** بنسبة 1,3، وانفردت به صحيفة الوفد، ومنها مقال للكاتب مجدي حلمي بعنوان "الحفاظ على حياة كريمة"⁽⁹⁵⁾ الذي يدعو فيه الكاتب مؤسسات الدولة؛ للحفاظ على المشروع وإنجازه، حتى وإن تغيرت الحكومات والمسؤولون، فالعمل هو الذي يستمر، والإنجاز الحقيقي، هو الذي يطبق على أرض الواقع، وجاء الحديث بنسبة 4%، وقد استخدمته اليوم السابع والأهرام بنسب متساوية، وهي نسب قليلة نسبياً، وأخيراً **التحليل** بنسبة 0,5%، وانفردت به اليوم السابع، وجاء بعنوان "طمنتنا يا ريس.. تحليل لأهم ما جاء في كلمة الرئيس السيسي اليوم رسائل حاسمة حول سد النهضة وانطلاقة كبيرة لمبادرة حياة كريمة"⁽⁹⁶⁾.

- مصادر الإدلاء بالمعلومات، التي اعتمدت عليها صحف الدراسة عند معالجتها لمبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (5) يوضح مصادر الإدلاء بالمعلومات التي اعتمدت عليها الصفحات (عينة الدراسة)

الترتيب	التكرار	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		المصدر
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	62,6	239	38,5	20	52,7	49	71,7	170	صحفيون.
2	20,2	77	32,7	17	35,5	33	11,4	27	مسئولون.
3	6,8	26	5,8	3	-	-	6	23	مراسلون.
4	4,4	17	7,7	4	4,3	4	3,8	9	مواطنون.
5	2,9	11	5,8	3	-	5	0,7	3	شخصيات عامة.
6	1,3	5	7,7	4	1,1	1	-	-	كتاب صحفيين.
7	1,0	4	-	-	1,1	1	0,7	3	موقع إلكتروني.
8	0,8	3	1,9	1	-	-	0,8	2	خبراء.
	100	382	100	52	100	93	100	237	الإجمالي

الصحفيين يأتون في مقدمة مصادر الإدلاء بالمعلومات، التي اعتمدت عليها صحف الدراسة عند تناولها لمبادرة حياة كريمة، وذلك بنسبة 62,6%، وجاء المسؤولون في المرتبة الثانية،

بنسبة 20,2%، يليه المرسلون في المرتبة الثالثة بنسبة 6,8%، وفي المرتبة الرابعة المواطنون بنسبة 4,4%، ثم شخصيات عامة في المرتبة الخامسة بنسبة 2,9%، يليه الكُتَّاب الصحفيون، ثم موقع إلكتروني في الترتيب السابع، بنسبة 1,04%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (إيمان سيد، 2021)⁽⁹⁷⁾، التي توصلت إلى أن الموقع الإلكتروني يأتي في الترتيب الثاني من مصادر المعلومات عن قضايا التطبيع مع إسرائيل في مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف أيضاً مع دراسة (علي حمودة، ومحمد حسني 2022)⁽⁹⁸⁾، حيث جاء الموقع الإلكتروني في ترتيب متقدم أيضاً، وأخيراً جاء الخبراء بنسبة 0,8%.

وتفوقت صفحة اليوم السابع، في اعتمادها على الصحفيين في الإدلاء بالمعلومات، عن المبادرة، وذلك بنسبة 71,7%، وربما يرجع ذلك إلى اهتمامها بالتغطية الإخبارية لإنجازات مبادرة حياة كريمة بمختلف محافظات مصر، والصحفيون هم من يقومون بتلك التغطية، يليها الأهرام بنسبة 52,7%، ثم الوفد بنسبة 38,5%، ثم تتقارب صفحة الأهرام والوفد في نسبة اعتمادهما على المسؤولين في الإدلاء بالمعلومات عن مبادرة حياة كريمة، وكان من أهمهم رئيس الجمهورية الذي أطلق المبادرة، ورئيس الوزراء، وعدد من الوزراء، منهم: (وزير التنمية المحلية، ووزير الري، ووزيرة الهجرة، ووزير التربية والتعليم... إلخ)، وكذلك عدد من المحافظين بمصر، ويأتي المرسلون في صفحة اليوم السابع بنسبة 6%، ويرجع ذلك إلى اهتمامها بفيديو البث المباشر، الذي يقدم من خلال مراسلين من مكان الحدث، سواءً بأمكن التطوير، أو الفاعليات التي تقام تحت شعار حياة كريمة، ثم تأتي صفحة الوفد بنسبة 5,8%، وذلك من خلال بث مؤتمر إطلاق مبادرة حياة كريمة في يوليو 2021، وبالنسبة للمواطنين، تفوقت صفحة الوفد، بنسبة 7,7%، تم استخدامهم في التغطية التي تتم مع المواطنين في قرى ونجوع مصر، الذين يعبرون عن سعادتهم بعد تنفيذ المشروعات الخدمية، والارتقاء بمستوى معيشتهم عن ذي قبل، ويأتي الشخصيات العامة، ومنهم السيدة انتصار السيسي وبعض الكتاب، ومنها-على سبيل المثال - ما نشر في صفحة الوفد، بعنوان "انتصار السيسي: دولتنا رسخت أهم المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان لتوفير حياة كريمة"⁽⁹⁹⁾، وما نشر أيضاً بصفحة اليوم السابع بعنوان: "السيدة انتصار السيسي: تحية للشباب المصري الذي يطوف الريف لتوفير حياة كريمة لأهاليها"⁽¹⁰⁰⁾.

- اتجاه مضمون المادة المنشورة بصفحات الصحف (عينة الدراسة):

جدول رقم (6) يوضح اتجاه مضمون المادة المنشورة بصفحات الصحف

الترتيب	ك	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصحيفة اتجاه المعالجة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	77	294	67,3	35	71	66	81,4	193	محايد.
2	23	88	32,7	17	29	27	18,6	44	إيجابي.
3	-	-	-	-	-	-	-	-	معارض.
	100	382	100	52	100	93	100	237	الإجمالي

جاء اتجاه المعالجة الخاصة بمبادرة حياة كريمة في صفحات الدراسة، ما بين مؤيد ومحايد لهذه المبادرة التنموية؛ وربما يرجع ذلك إلى تأييد السياسة التحريرية لصفحة الدراسة

لسياسة الرئيس، ودعمه في تبني المبادرات التنموية، وتكوين أكبر حشد لتأييد هذه المبادرات والمشاركة فيها، وقد احتل الاتجاه المحايد المرتبة الأولى في الصحف الثلاث مجتمعة، بنسبة 77%، يليه الاتجاه الإيجابي، بنسبة 23%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (منى طه، 2019)⁽¹⁰¹⁾ التي توصلت إلى غلبة الاتجاه المؤيد لقضايا التنمية المستدامة بمواقع الصحف المصرية (عينة الدراسة) خلال فترة الدراسة.

وبالنسبة للاتجاه المحايد أو المتوازن، احتلت صفحة اليوم السابع المرتبة الأولى، بنسبة 81,4%، يليها صفحة الأهرام، بنسبة 71%، ثم الوفد، بنسبة 67,3%، وجاء الاتجاه المحايد في عرض الأخبار والتقارير الخاصة بالمبادرة، ومنها -على سبيل المثال-، ما جاء باليوم السابع بعنوان: "مليار جنيه تكلفة تطوير خدمات الاتصالات والإنترنت بقرى حياة كريمة"⁽¹⁰²⁾، وفي صفحة الأهرام بعنوان: "الرئيس السيسي يصدر قرارًا بتعيين الفريق محمد فريد مستشاراً للرئيس الجمهورية لمبادرة حياة كريمة"⁽¹⁰³⁾، وفي صفحة الوفد بعنوان: "حياة كريمة.. إدراج 42 قرية من محافظة أسوان داخل المبادرة"⁽¹⁰⁴⁾. وجاءت صفحة الوفد في المرتبة الأولى في الاتجاه الإيجابي، بنسبة 32,7%، وربما يرجع ذلك؛ إلى تأييدها للمشروعات التنموية التي تخدم المواطنين، فنشرت توييد - على سبيل المثال - "أشهر مبادرات أطلقها السيسي لتوفير حياة كريمة للمواطنين"⁽¹⁰⁵⁾، وفي خبر آخر بعنوان "سيده من أسوان: كنا أموات قبل مبادرة حياة كريمة"⁽¹⁰⁶⁾، وآخر بعنوان "مشروع عملاق لتطوير قرى مصر.. خبراء يؤكدون حياة كريمة خطة استراتيجية للارتقاء بالمواطنين"⁽¹⁰⁷⁾، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (منى هاشم وأمنية عبد الرحمن، 2018)⁽¹⁰⁸⁾، التي أكدت غلبة الاتجاه المعارض بصحيفة الوفد في تغطية المشروعات القومية بالصحف المصرية عينة الدراسة، وجاءت الأهرام في المرتبة الثانية، بنسبة 29%، فنشرت خبرًا بعنوان "حصاد 2021.. المبادرة الرئاسية حياة كريمة تطور 3966 قرية بالبحيرة والأهالي: نشكر الرئيس"⁽¹⁰⁹⁾، ثم اليوم السابع في المرتبة الثالثة بنسبة 18,6%، ومنها ما جاء بعنوان: "قطار حياة كريمة" يواصل طريقه نحو الجمهورية الجديدة.. المبادرة الرئاسية تنقل القرى والنجوع إلى المستقبل.. أكثر من 25 مليون مواطن مستفيد منها و20 مشروعًا بإجمالي استثمارات 259 مليار جنيه، واهتمام كبير بالصعيد"⁽¹¹⁰⁾.

- عناصر الإبراز المستخدمة في المادة الصحفية عند تناولها مبادرة حياة كريمة خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (7) يوضح عناصر الإبراز المستخدمة في المادة الصحفية خلال فترة الدراسة

الترتيب	ك	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		عناصر الإبراز
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	86,4	330	88,5	46	90,3	84	84,4	200	نص وصورة.
2	12,6	48	11,5	6	7,5	7	14,8	35	نص وفيديو.
3	1	4	-	-	2,2	2	0,8	2	نص ورابط لموقع إلكتروني.
	100	382	100	52	100	93	100	237	الإجمالي

احتل النص والصورة المرتبة الأولى، بنسبة 86,4%، من إجمالي عينة الدراسة، بينما يأتي في المرتبة الثانية نص وفيديو بنسبة 12,6%، كما يلاحظ أيضا، الحرص على المزج بين النص والصورة، أو النص والفيديو في غالبية المنشور المقدم عبر صفحات الصحف؛ بهدف تحقيق أكبر قدر من التفاعل مع المادة المنشورة؛ إذ تعد المؤثرات البصرية - متمثلة في الصور والفيديو - من أكثر الأدوات تأثيرا، وقدرة على جذب القراء، وربما يعود إلى لرغبة القائمين على الصفحات في تحقيق أحد أهم الأهداف من إنشائها، وهو الترويج للمنصات الإعلامية الأخرى، التابعة للمؤسسة التي تتبعها الصفحة، وذلك في إطار محاولة تحقيق قدر من التكامل بين المنصات المختلفة التابعة لتلك الصحف، وجاء نص ورابط لموقع إلكتروني، بنسبة 1% فقط، وتمثلت هذه النسبة الضئيلة في الروابط الخاصة بالخبر في موقع الصحيفة، أو رابط خاص بصفحة حياة كريمة على "فيسبوك" بصفحة اليوم السابع والأهرام، واعتمدت صفحة الأهرام على النص والصورة، بنسبة 90,3%، ويأتي في الترتيب الثاني الوفد، بنسبة 88,5%، ثم اليوم السابع، بنسبة 84,4%، فقد اهتمت بنشر الحصاد اليومي لمراحل تنفيذ المبادرة بمختلف محافظات مصر، بالنسبة لاستخدام نص وفيديو؛ نجد اليوم السابع، يأتي في الترتيب الأول بنسبة 14,8%، يليها الوفد بنسبة 11,5%، ثم الأهرام بنسبة 7,5%.

- الوسائط المتعددة المستخدمة في المنشورات بالصفحات (عينة الدراسة):

جدول رقم (8) يوضح الوسائط المتعددة المستخدمة في المنشورات (عينة الدراسة)

الترتيب	ك	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصحيفة الوسائط المتعددة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	74,6	285	100	52	63,4	59	73,4	174	وجود روابط تفاعلية.
2	72,3	276	69,2	36	81,7	76	69,2	164	الصور.
3	12	46	11,5	6	3	7	13,9	33	الفيديو المصحوب بعنوان.
4	7,1	27	3,8	2	4,3	4	8,9	21	شريط الصور المتعاقب.

استخدمت الصفحات (عينة الدراسة) الوسائط المتعددة في تقديم الخبر أو المعلومة بشكل متكامل؛ ليكون أوضح وأشمل، فقد اعتمدت الصحف - بشكل كبير - على الروابط التفاعلية (وجود رابط للخبر بموقع الصحيفة؛ لعرض التفاصيل، أو وجود روابط؛ لمعرفة معلومات أكثر عن المبادرة، بالنقل لمنشورات خاصة بمبادرة حياة كريمة) والصور كوسائط متعددة في معالجة مبادرة حياة كريمة، فقد أوضحت النتائج؛ أن صفحات الصحف الثلاث استخدمت الروابط التفاعلية، بنسبة 74,6% من إجمالي عينة الدراسة، استخدمتها صفحة الوفد في جميع منشوراتها؛ بنسبة 100%، فقد ركزت على وضع رابط خاص بالمنشور في موقع الصحيفة على شبكة الإنترنت، يليها اليوم السابع، التي اعتمدت على الروابط التفاعلية، بنسبة 73,4%، ثم صفحة الأهرام بنسبة 63,4%، ويرجع ذلك؛ إلى سهولة الاطلاع وفهم معلومات أكثر عن الموضوع، واتفق ذلك مع دراسة (أمنية عبد الرحمن، 2018)⁽¹¹¹⁾ و(الشرقاوي، 2014)⁽¹¹²⁾ الذين أكدوا حرص المواقع الصحفية على توظيف آليات التفاعلية، التي تتيح للمستخدم، التفاعل مع الموقع، وأكدت أنه أهم أدوات الجذب للقراء.

وبالنسبة للصور، جاءت صفحة الأهرام في المرتبة الأولى، في استخدامها للصور التي تدعم المادة المنشورة، وذلك بنسبة 81,7%، وتساوت صفحة اليوم السابع مع صفحة الوفد في استخدامها للصور، بنسبة 69,2%، وقد تنوعت الصحف الثلاث في استخدام الصور بشكل كبير، سواء (موضوعية ترصد تفاصيل تنفيذ المبادرة والقوافل الطبية بقرى محافظات مصر) أو (شخصية وكانت أغلبها للرئيس السيسي، ورئيس الوزراء، والمحافظين، ومسؤولي الحكومة)، فالصور تلعب دوراً مهماً في جذب انتباه المستخدم، وإثارة اهتمامه؛ لمتابعة الموضوعات المنشورة، كما تقف الصورة جنباً إلى جنب، مع الحروف السوداء، متمثلة في العناوين، في نقل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور، وتسهم - بشكل فعال - في توصيل المضمون، وإعطاء الأخبار نوعاً من المصداقية، خاصة إذا أحسن اختيار الصور الجيدة المعبرة عن الموضوع المطروح، فلم يعد القارئ يقتنع بمجرد القراءة عن الأحداث، وإنما يريد معاشتها، وبخاصة أنه يعيش اليوم عصر الاتصال بالصوت والصورة، وهذا ما تتفوق فيه وسائل الإعلام الحديثة⁽¹¹³⁾، ويأتي الفيديو المصحوب بعنوان في الترتيب الثالث في صفحات الصحف الثلاث، بنسبة 46%، من إجمالي المنشورات (عينة الدراسة)، جاءت صفحة اليوم السابع في المرتبة الأولى؛ إذ استخدمته بنسبة 13,9%، فقد قامت بتغطية الأحداث الخاصة بالمبادرة؛ من خلال عرض فيديوهات بث مباشر، بدءاً من مؤتمر إطلاق مبادرة حياة كريمة في 15 يوليو 2021 مروراً بعرض مراحل تنفيذ المبادرة في بعض القرى، وبعض اللقاءات بالمواطنين في تلك القرى، وجاء في الترتيب الثاني صفحة الوفد، بنسبة 11,5%، ثم صفحة الأهرام بنسبة 3%، وفي الترتيب الرابع يأتي شريط الصور المتتابع، بنسبة 7,1% في الصحف الثلاث، الذي يستخدم لعرض حدث متكامل؛ من خلال مجموعة من الصور، وقد استخدمته اليوم السابع بنسبة 8,9%، وذلك لعرض المشاهد الأولى لمراحل التطوير بالقرى وفي أثناء التنفيذ، واستخدمته الأهرام 4 مرات فقط، بنسبة 4,3%، ثم الوفد بنسبة 3,8%.

- حجم تفاعل المستخدمين مع المنشورات بصفحات الصحف (عينة الدراسة):

جدول رقم (9) يوضح حجم تفاعل المستخدمين مع المنشورات (عينة الدراسة)

الترتيب	التكرار	المجموع	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصحيفة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	96,9	370	98,1	51	95,7	89	97	230	الإعجاب بالمنشور.
2	74,1	283	36,5	19	72	67	83,1	197	التعليق على المنشور.
3	48,2	184	36,5	19	87,1	81	35,4	84	مشاركة المنشور.
4	5	19	3,8	2	5,4	5	5,1	12	الإشارة للأصدقاء.

تعددت أوجه التفاعل مع الصفحات موضع الدراسة، فقد جاء الإعجاب بالمنشور في المرتبة الأولى، بنسبة 96,9%، وهي نسبة كبيرة؛ تعكس حجم تفاعل المستخدمين مع المنشورات، التي تتناول مبادرة حياة كريمة بشكل عام، بينما جاء التعليق على المنشور في المرتبة الثانية، بنسبة 74,1%، ثم مشاركة المنشور في المرتبة الثالثة، بنسبة 48,2%، وأخيراً الإشارة للأصدقاء بنسبة 5% فقط، وبالنسبة للإعجاب بالمنشور، تفوقت فيه صفحة الوفد، وذلك بنسبة 98,1%، يليها اليوم السابع بنسبة 97%، ثم الأهرام بنسبة 95,7%، وبالنسبة

للتعليق على المنشور، تفوقت فيه اليوم السابع، وذلك بنسبة 83,1%، وربما يرجع ذلك؛ إلى اهتمام الصفحة بتفاصيل مبادرة حياة كريمة، ابتداءً من فعاليات مؤتمر إطلاق مبادرة حياة كريمة في 15 يوليو 2021 إلى مراحل التنفيذ بالمحافظات؛ لذلك اهتم الجمهور المحلي بها، بالتعليق على الأحداث التابعة لمحافظتهم، ثم تأتي الأهرام في الترتيب الثاني، بنسبة 72%، ثم الوفد بنسبة 36,5%، وتفوقت الأهرام في مشاركة المنشور، بنسبة 87,1%، يليها الوفد بنسبة 36,5%، ثم اليوم السابع، بنسبة 35,4%، وبالنسبة للإشارة للأصدقاء، كانت بنسب متقاربة في الصحف الثلاث، ما بين 5 إلى 3%، وهي نسب ضئيلة نسبياً، وربما يرجع ذلك؛ إلى اعتماد المستخدمين على متابعة الأصدقاء لتلك الصفحات على "فيسبوك".

نتائج الدراسة الميدانية:

- مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة):

جدول رقم (10) يوضح مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة على الصفحات (عينة الدراسة)

الترتيب	المتوسط الحسابي	بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		الصحيفة مدى المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	2,04	28,5	114	39,3	157	32,3	129	صفحة اليوم السابع
2	1,63	55,3	221	26,8	107	18	72	صفحة الأهرام
3	1,25	80	320	14,8	59	5,3	21	صفحة الوفد

حازت صفحة اليوم السابع، على أعلى نسبة متابعة من قبل الباحثين، وذلك بمتوسط حسابي 2,04%، ومن الجدير بالذكر، أنها حازت على أعلى نسبة تغطية لمبادرة حياة كريمة، كما جاء في الدراسة التحليلية، تليها صفحة الأهرام بمتوسط حسابي 1,63، ثم صفحة الوفد بمتوسط 1,25.

- دوافع متابعة مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة) على "فيسبوك":

جدول رقم (11) يوضح دوافع متابعة مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة)

الترتيب	%	ك	الدوافع
1	52,3	229	سهولة الحصول على المعلومات عن مبادرة حياة كريمة.
2	49,5	217	تقدم لي المعلومات الكافية عن المبادرة.
3	47,5	208	لأنها توفر وسائل متعددة (كالفيديو والصور الحية).
4	38,6	169	أتعرض لها بالصدفة.
5	32,4	142	لأنها تتميز بالصدق والموضوعية في تناول المبادرة.
6	31,7	139	التعمق في تغطية المبادرة.
7	25,3	111	لتمضية وقت الفراغ.
8	21,5	94	لأنها تتناول الرأي والرأي الآخر.
9	19,9	87	لأنني تعودت على قراءتها.
10	12,1	53	لعدم توفر الصحف الورقية.

سهولة الحصول على المعلومات؛ كانت أهم دوافع الباحثين، لمتابعة مبادرة حياة كريمة على الصفحات (عينة الدراسة)، وذلك بنسبة 52,3%، يليها تقديم المعلومات الكافية عن المبادرة، بنسبة 49,5%، وفي الترتيب الثالث، "توفر وسائل متعددة (كالفيديو والصور

الحية"، بنسبة 47,5%، يليها أنهم يتعرضون لها بالصدفة، بنسبة 38,6%، وفي الترتيب الخامس، أنها تتميز بالصدق والموضوعية في تناول المبادرة، بنسبة 32,4%، وفي الترتيب السادس، التعمق في التغطية، بنسبة 31,7%، ثم تمضية وقت الفراغ، بنسبة 25,3%، يليها أنها تتناول الرأي والرأي الآخر، بنسبة 21,5%، ثم التعود على قراءتها، بنسبة 19,9%، وأخيراً لعدم توفر الصحف الورقية بنسبة 12,1%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أمينة عبدالرحمن، 2018)⁽¹¹⁴⁾، والتي أرجعت أهم أسباب اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية في متابعة المشروعات التنموية بسيناء، سهولة الحصول على المعلومات، ثم معرفة الأخبار فور حدوثها.

- اتجاهات الجمهور نحو معالجة الصفحات (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة:

جدول رقم (12) اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصفحات (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة

الصفحة الوفد	صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصحيفة العبارات	
	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي		الوزن النسبي
63	1,89	73,3	2,20	76	2,28	تتسم بالموضوعية في عرض كل ما يخص المبادرة.
61,3	1,84	74	2,22	81,7	2,45	متنوعة في تغطية تطورات المبادرة.
62	1,86	70,6	2,12	79,7	2,39	تستعين بالمصادر الموثوقة.
62,7	1,88	77,3	2,32	83,7	2,51	تتسم بالأنية والسرعة في مواكبة كل جديد يخص المبادرة.
65,3	1,96	80	2,40	85,3	2,56	تحدث منشوراتها باستمرار.
57	1,71	66	1,98	74,3	2,23	ترد الصفحة على تعليقات الزوار.
65,3	1,96	79,3	2,38	83,3	2,50	توفر وسائل تفاعلية للتواصل مع المسؤولين بالصفحة (إمكانية التعليق - إرساله لصديق - عمل مشاركة للمنشور).
65,3	1,96	77,3	2,32	83,3	2,50	تستخدم لغة مفهومة ومألوفة.
61	1,83	76	2,28	78,3	2,35	تستعين بالأرقام والإحصائيات المتعلقة بالمبادرة وتطوراتها.
64	1,92	77,7	2,33	81	2,43	تهتم صفحة الجريدة بتوظيف عناصر الوسائط المتعددة. (الصور والفيديو والإنفوجرافيك).
59	1,77	70,6	1,12	59,3	1,78	تعتمد التغطية على التهويل والمبالغة.
64	1,92	67,7	2,03	55,3	1,66	التغطية يغلب عليها الطابع الرسمي الجاف.
64	1,92	63,7	1,91	55,3	1,66	تتناول المبادرة بشكل سطحي.

يوضح الجدول السابق اتجاه عينة الدراسة حول معالجة صفحات الصحف (الأهرام، اليوم السابع، الوفد) لمبادرة حياة كريمة، فحازت صفحة اليوم السابع على أعلى وزن نسبي في العبارات التالية بالترتيب: "تحدث منشوراتها باستمرار" بوزن نسبي 85,3، و"تتسم بالأنية والسرعة في مواكبة كل جديد يخص المبادرة" بوزن نسبي 83,7، و"توفر وسائل تفاعلية للتواصل مع المسؤولين بالصفحة (إمكانية التعليق - إرساله لصديق - عمل مشاركة للمنشور)" بوزن نسبي 83,3، و"تستخدم لغة مفهومة ومألوفة" بوزن نسبي 83,3، و"متنوعة في تغطية تطورات المبادرة" بوزن نسبي 81,7، وتتفق هذه النتيجة مع جدول رقم (4) الذي أثبت أن صفحة اليوم السابع تميزت بالتنوع في استخدام القوالب الصحفية في

تغطية المبادرة، يليها "تهتم صفحة الجريدة بتوظيف عناصر الوسائط المتعددة" بوزن نسبي 81، وتتفق هذه النتيجة مع الجدول رقم (8) الذي أثبت اعتماد صفحة اليوم السابع على الوسائط المتعددة بشكل كبير وهي (وجود روابط تفاعلية، الصور، الفيديو المصحوب بعنوان، شريط الصور المتعاقب)، يليها "تستعين بالمصادر الموثوقة" بوزن نسبي 79,7، و"تستعين بالأرقام والإحصائيات المتعلقة بالمبادرة وتطوراتها" بوزن نسبي 78,3، و"تنتم بالموضوعية في عرض كل ما يخص المبادرة"، بوزن نسبي 83,7، و"ترد الصفحة على تعليقات الزوار" بوزن نسبي 74,3، وجاءت صفحة الأهرام بأعلى نسبة وزن نسبي في اعتمادها على "التهويل والمبالغة في معالجة المبادرة"، وقد بلغت 70,6، وأن "التغطية كان يغلب عليها الطابع الرسمي الجاف" بوزن نسبي 67,7، وربما يرجع ذلك لنمط ملكية الصحيفة لكونها ناطقة باسم الحكومة ومؤيدة لمشاريعها التنموية، وأكد المبحوثين أن صفحة الوفد تناولت المبادرة بشكل سطحي وذلك بوزن نسبي 64، وهذا ما توصلت له أيضاً الدراسة التحليلية من خلال رصد حجم اهتمام صفحة الوفد بمعالجة مبادرة حياة كريمة الذي بلغ 13,6% فقط من إجمالي الدراسة.

جدول رقم (12) اتجاه المبحوثين نحو معالجة الصفحات (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة

الترتيب	صفحة الوفد		صفحة الأهرام		صفحة اليوم السابع		الصفحة الاتجاه
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	68	272	76,5	270	56,5	226	محايد
2	7,5	30	29,5	117	40,5	162	إيجابي
3	24,5	98	3,3	13	3	12	سلبي

تم قياس اتجاهات المبحوثين نحو معالجة صفحات الصحف (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة، باستخدام المقياس الثلاثي (موافق، محايد، معارض)، وفقاً لعبارات جدول رقم (13)، واتضح أن اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصفحات (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة جاءت محايدة في المقام الأول، وقد بلغ الاتجاه المحايد نحو معالجة صفحة الأهرام للمبادرة في الترتيب الأول، حيث أكد 76,5% من المبحوثين اتجاههم المحايد نحو المعالجة، يليها اتجاه المبحوثين نحو صفحة الوفد بنسبة 68%، ثم اليوم السابع بنسبة 56,5%، ويأتي الاتجاه الإيجابي في الترتيب الثاني، وتتفوق فيه صفحة اليوم السابع حيث بلغ 40,5%، يليها صفحة الأهرام بنسبة 29,5%، ثم الوفد بنسبة 7,5%، وجاءت صفحة الوفد بأعلى نسبة للاتجاه السلبي حيث بلغ 24,5%، يليها بفارق كبير صفحة الأهرام ثم الوفد بفارق بسيط جداً.

- أثر معالجة صفحات الصحف لمبادرة حياة كريمة على سلوك المبحوثين تجاه المبادرة:

جدول رقم (14) يوضع سلوك المبحوثين تجاه مبادرة حياة كريمة

الترتيب	%	ك	سلوك المبحوثين
1	50,2	220	عبرت عن رأيي بالضغط على "أعجبني" على المنشور.
2	33,3	146	علقت على المنشورات المتعلقة بالمبادرة عبر فيسبوك.
3	17,1	75	أرسلت إلكترونياً أو شيرت المنشورات التي تتعلق بالمبادرة للأهل والأصدقاء.
4	15,8	69	نشرت بوستات داعمة لها.
5	11,6	51	قمت بالتبرع للمساهمة في دعم المبادرة.
6	9,6	42	قمت بالاشتراك في المبادرة بالجهد الذاتي.

عبرت النسبة الأكبر من المبحوثين، عن رأيهم تجاه المبادرة، بالضغط على "أعجبي"، وذلك بنسبة 50,2%، ويأتي في الترتيب الثاني "علقت على المنشورات المتعلقة بالمبادرة عبر الفيسبوك"، بنسبة 33,3%، وفي الترتيب الثالث "أرسلت إلكترونيا أو شيرت المنشورات التي تتعلق بالمبادرة للأهل والأصدقاء"، بنسبة 17,1%، ثم "نشرت بوستات داعمة لها"، بنسبة 15,8%، وفي الترتيب الخامس "قمت بالتبرع للمساهمة في دعم المبادرة"، بنسبة 11,6%، وأن 9,6% من المبحوثين، قاموا بالاشتراك في المبادرة بالجهد الذاتي.

- مقترحات المبحوثين لتطوير أداء الصحف المصرية على "فيسبوك" في معالجة المبادرات التنموية:

جدول رقم (15) يوضح مقترحات لتطوير أداء الصحف المصرية على "فيسبوك" في معالجة المبادرات التنموية

الترتيب	%	ك	المقترحات
1	89,5	392	تعزيز الوعي بأهمية المبادرات التنموية.
2	80,8	354	زيادة وعي الجمهور بأهمية المشاركة التطوعية في المبادرات.
3	76,3	334	تقديم معلومات مبسطة؛ يسهل استيعابها حول المخاطر التي تتعرض لها المناطق الفقيرة وأهمية تطويرها.
4	74,7	327	زيادة التغطية الإعلامية لأهم الإنجازات التي نجحت المبادرة في تحقيقها.
5	64,4	282	استخدام أساليب مشوقة مثل: الإنفوجرافيك والفيديوهات والصور.
6	0,2	1	أخرى تذكر (.....).

جاء تعزيز الوعي بأهمية المبادرات التنموية، في مقدمة مقترحات المبحوثين؛ لتطوير أداء الصحف المصرية عبر "فيسبوك"، في معالجة المبادرات التنموية، وذلك بنسبة 89,5%، يليها في الترتيب الثاني زيادة وعي الجمهور بأهمية المشاركة التطوعية في المبادرات، بنسبة 80,8%، ثم تقديم معلومات مبسطة؛ يسهل استيعابها، حول المخاطر التي تتعرض لها المناطق الفقيرة وأهمية تطويرها في الترتيب الثالث، بنسبة 76,3%، وجاء زيادة التغطية الإعلامية لأهم الإنجازات التي نجحت المبادرة في تحقيقها، بنسبة 74,7%، وفي الترتيب الخامس "استخدام أساليب مشوقة مثل: الإنفوجرافيك والفيديوهات والصور" في الترتيب الرابع بنسبة 64,4%، وجاءت "أخرى تذكر"، بنسبة 0,2% فقط، وذكر فيها المبحوث "المتابعة الحية المستمرة من أرض الموقع".

فروض الدراسة الميدانية:

1-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة)، واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المبادرة.

جدول رقم (16) يوضح العلاقة بين حجم متابعة المبحوثين واتجاهاتهم نحو معالجة المبادرة

المتغير التابع	حجم المتابعة	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
اتجاهات المبحوثين نحو المعالجة	مرتفع	60	2.45	3.18	2	0.043
	متوسط	173	2.42			
	منخفض	167	2.27			
	المجموع	400	2.37			

توضح بيانات الجدول السابق، وجود علاقة ارتباطية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف، واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المبادرة، فكلما تابع المبحوثون المبادرة على الصفحات (عينة الدراسة)؛ زاد الاتجاه الإيجابي لديهم نحو معالجة الصفحات للمبادرة، وذلك عند مستوى معنوية 0.043.

2-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف (عينة الدراسة)، ومدى المشاركة الفعلية للمبحوثين في تلك المبادرة.

جدول رقم (17) يوضح العلاقة بين حجم المتابعة ومدى المشاركة الفعلية في المبادرة

المتغير التابع	حجم المتابعة	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مشاركة المبحوثين الفعلية	مرتفع	60	0.24	3.72	2	0.031
	متوسط	173	0.20			
	منخفض	167	0.18			
	المجموع	400	0.20			

توضح بيانات الجدول السابق؛ وجود علاقة ارتباطية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف، ومشاركتهم الفعلية فيها، فجاء في المرتبة الأولى، من حيث ارتفاع مدى المشاركة الفعلية المبحوثين الذين يتابعون المبادرة بدرجة متوسطة، وفي المرتبة الأخيرة، جاء المتابعون بدرجة منخفضة؛ وهو ما يشير إلى أن التعرض الكثيف؛ من شأنه التأثير على المبحوثين، ودعم مشاركتهم الفعلية في المبادرة، وذلك عند مستوى معنوية 0.031

3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على "فيسبوك"، ومدى تفاعلهم مع المنشور.

جدول رقم (18) يوضح العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو المعالجة، ومدى تفاعلهم مع المنشور

المتغير التابع	اتجاه المبحوثين	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
تفاعل المبحوثين مع المنشور	إيجابي	189	1.60	3.80	2	0.023
	محايد	169	1.13			
	سلبى	42	1.02			
	المجموع	400	1.13			

توضح بيانات الجدول السابق، وجود علاقة ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو معالجة صفحات الصحف (عينة الدراسة) للمبادرة، وتفاعل المبحوثين مع المنشورات التي تتعلق بها، فجاء في المرتبة الأولى من حيث ارتفاع معدل التفاعل مع المنشور المبحوثين من ذوى

الاتجاه الإيجابي؛ فحاز المبحوثون المتابعون بدرجة مرتفعة على المرتبة الأولى، من حيث الاتجاه الإيجابي بأعلى متوسط حسابي (1.60)، يليه أصحاب الاتجاه المحايد، ثم أصحاب الاتجاه السلبي؛ وهو ما يشير إلى ارتفاع وعى الجمهور بالمبادرة وأهميتها، واهتمامهم بالتفاعل مع ما ينشر عنها، وذلك عند مستوى معنوية 0.023

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة عبر "فيسبوك"، ومدى المشاركة الفعلية للمبحوثين في تلك المبادرة.

جدول رقم (19) يوضح العلاقة بين اتجاه المبحوثين ومدى المشاركة الفعلية في المبادرة

المتغير التابع	اتجاه المبحوثين	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مشاركة المبحوثين الفعلية	إيجابي	189	0.38	4.45	2	0.012
	محايد	169	0.18			
	سلبي	42	0.17			
	المجموع	400	0.20			

توضح بيانات الجدول السابق، وجود علاقة ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو المبادرة، ومدى مشاركتهم الفعلية فيها، سواء كان ذلك بالتبرع لها، أو المشاركة بالجهد الذاتي، وذلك بمتوسط حسابي (0.38) أي أنه كلما كان الاتجاه إيجابياً؛ زادت رغبة المبحوثين في المشاركة الفعلية في المبادرة، ويشير ذلك؛ إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في تحويل الاتجاه إلى مشاركة فعلية على أرض الواقع؛ إذ إنها تسهم في تشكيل الرأي العام واتجاهاته وسلوكه، ويأتي أصحاب الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثانية، يليهم في المرتبة الأخيرة أصحاب الاتجاه السلبي، وذلك عند مستوى معنوية 0.012.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة على الصحف المصرية على الفيسبوك، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة).

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين حجم المتابعة والمتغيرات الديموغرافية

المتغير التابع	حجم متابعة	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مستوى التعليم	ماجستير ودكتوراه	53	2.02	4.54	3	0.004
	تعليم جامعي	240	1.73			
	تعليم فوق متوسط	68	1.60			
	تعليم متوسط	39	1.56			
	المجموع	400	1.73			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	77	1.67	2.83	2	0.034
	متوسط	255	1.82			
	منخفض	68	1.87			
	المجموع	400	1.73			
محل الإقامة	قرية	98	2.01	5.80	1	0.000
	مدينة	302	1.64			
	المجموع	400	1.73			

توضح بيانات الجدول السابق؛ وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي للمبوحوثين، وحجم متابعتهم للمبادرة على الصفحات (عينة الدراسة)؛ فجاء المبوحوثون ذوو المستوى التعليمي فوق الجامعي (ماجستير، دكتوراه) في المرتبة الأولى، من حيث حجم متابعتهم للمبادرة على الصفحات (عينة الدراسة)، وذلك بمتوسط حسابي (2.02)؛ وذلك نظراً لارتفاع وعيهم بأهمية المبادرة التي تسعى مصر لتنفيذها، وتحقيق أهدافها في تحسين مستوى معيشة المناطق الأكثر احتياجاً، يليهم ذوو مستوى التعليم الجامعي، بفارق بسيط عن ذوى التعليم فوق المتوسط، وأخيراً جاء ذوو مستوى التعليم المتوسط من حيث حجم المتابعة، وذلك عند مستوى معنوية 0.004.

واتضح أيضاً وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبوحوثين، وحجم متابعتهم لمبادرة "حياة كريمة" على الصفحات (عينة الدراسة)، فكلما انخفض المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبوحوثين؛ زاد حجم متابعتهم للمبادرة على تلك الصفحات، وذلك بمتوسط حسابي (1.87)، وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة هي الأكثر استهدافاً من قبل المبادرة، والتي من أهم أهدافها؛ تحسين مستوى معيشتهم في كافة مناحي الحياة؛ لذلك فهم حريصون على متابعتها، ومتابعة كل تطوراتها، يليهم ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط، وأخيراً جاء ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، وذلك عند مستوى معنوية 0.034.

كما اتضح، وجود علاقة ارتباطية بين محل إقامة المبوحوثين، وحجم متابعتهم لمبادرة حياة كريمة على الصفحات (عينة الدراسة)، فجاء المبوحوثون المقيمون في القرى في المرتبة الأولى، من حيث حجم متابعتهم للمبادرة، بمتوسط حسابي (2.01)، وقد يرجع ذلك إلى أن هذه المجتمعات هي التي تسعى المبادرة في المقام الأول للوصول إليها، وتحسين مستوى الخدمات الموجودة فيها، وتحسين مستوى معيشة المواطنين المقيمين فيها؛ ولذلك فهم حريصون على متابعتها، ومتابعة كل تطوراتها، تلاهم المقيمون في المدن، وذلك عند مستوى معنوية 0.000.

ومن هنا؛ يتضح لنا صحة الفرض الخامس، وهو وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة المبوحوثين لمبادرة "حياة كريمة" على صفحات الصحف المصرية على فيسبوك، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة).

6-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو المعالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة عبر الفيسبوك، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة).

جدول رقم (21) يوضح العلاقة بين اتجاهات الباحثين نحو المعالجة والمتغيرات الديموغرافية

المتغير التابع	اتجاه الباحثين نحو المعالجة	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مستوى التعليم	ماجستير ودكتوراه	53	2.38	0.87	3	0.459
	تعليم جامعي	240	2.38			
	تعليم فوق متوسط	68	2.40			
	تعليم متوسط	39	2.21			
	المجموع	400	2.37			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	77	2.48	7.81	2	0.000
	متوسط	255	2.41			
	منخفض	68	2.09			
	المجموع	400	2.37			
محل الإقامة	مدينة	302	2.46	4.61	1	0.000
	قرية	98	2.08			
	المجموع	400	2.37			

اتضح من بيانات الجدول السابق، عدم وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي للباحثين واتجاههم نحو معالجة مبادرة حياة كريمة على الصفحات (عينة الدراسة)، فجاء الباحثون ذوو المستوى التعليمي فوق المتوسط في المرتبة الأولى، من حيث اتجاههم الإيجابي نحو معالجة المبادرة وذلك بمتوسط حسابي (2.40)، يليهم في المرتبة نفسها، وبفارق بسيط جداً ذوو المستوى التعليمي الجامعي وذو المستوى التعليمي فوق الجامعي (ماجستير، دكتوراه)، وهو ما يشير إلى الإجماع تقريباً - على أن الصفحات (عينة الدراسة)، تناولت المبادرة وعالجتها بشكل إيجابي، أَرْضَى جميع المستويات التعليمية المختلفة بنسب متقاربة للغاية، وذلك عند مستوى معنوية 0.459.

وتبين وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للباحثين، واتجاههم نحو معالجة مبادرة "حياة كريمة" على الصفحات (عينة الدراسة)، فجاء الباحثون من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في المرتبة الأولى، وذلك بمتوسط حسابي (2.48)، يليهم ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط، وفي المرتبة الأخيرة ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، وقد يرجع ذلك إلى أن أصحاب المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يتمتعون بتوافر أكبر لوسائل الإعلام، وخاصة الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع القدرة على استخدامها، ودفع تكاليفها؛ ومن ثم فليدهم قدر أكبر من القدرة للحكم على إيجابية المعالجة، وذلك عند مستوى معنوية 0.000.

واتضح وجود علاقة ارتباطية بين محل إقامة المبحوثين، واتجاههم نحو معالجة مبادرة "حياة كريمة" على الصفحات محل الدراسة، فجاء المبحوثون المقيمون في المدينة في المرتبة الأولى، من حيث الاتجاه الإيجابي، وذلك بمتوسط حسابي (2.46)، يليهم المقيمون في القرى، وقد يرجع ذلك إلى أن المقيمين في المدينة، يتوافر لديهم كافة وسائل الإعلام وبخاصة الحديثة، كمواقع التواصل الاجتماعي، ويتم استخدامها ومتابعتها؛ ومن ثم الحكم على مدى إيجابيتها، وذلك عند مستوى معنوية 0.000.

وبذلك نقبل صحة الفرض السادس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصحفية لمبادرة حياة كريمة على الفيسبوك والمتغيرات الديموغرافية (المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة)، ولكن نرفضه في شقه المتعلق بمتغير المستوى التعليمي؛ إذ لا توجد بينهما وبين مستوى المعرفة علاقة.

7-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاركة المبحوثين الفعلية في مبادرة حياة كريمة، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة).

جدول رقم (22) يوضح العلاقة بين مشاركة المبحوثين الفعلية في المبادرة والمتغيرات الديموغرافية

المتغير التابع	المشاركة الفعلية	العدد N	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مستوى التعليم	ماجستير ودكتوراه	53	0.25	1.44	3	0.229
	تعليم جامعي	240	0.16			
	تعليم فوق متوسط	68	0.25			
	تعليم متوسط	39	0.26			
	المجموع	400	0.20			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	77	0.21	6.15	2	0.002
	متوسط	255	0.15			
	منخفض	68	0.35			
	المجموع	400	0.20			
	مرتفع	77	0.21			
محل الإقامة	قرية	98	0.40	5.54	1	0.000
	مدينة	302	0.13			
	المجموع	400	0.20			

تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين، ومعدل مشاركتهم الفعلية في مبادرة "حياة كريمة"، حيث جاء المبحوثون من ذوى المستوى التعليمي المتوسط في المرتبة الأولى، من حيث ارتفاع معدل مشاركتهم الفعلية في المبادرة، وذلك بمتوسط حسابي (0.26)، يليهم- وبفارق ضئيل جداً - ذوى المستوى التعليمي فوق المتوسط، و ذوى المستوى التعليمي فوق الجامعي، وفى المرتبة الأخيرة، جاء ذوى المستوى التعليمي الجامعي؛ وهو ما يشير إلى أن اهتمام المبحوثين بالمشاركة الفعلية في المبادرة، بغض النظر عن المستوى التعليمي للجمهور، وذلك عند مستوى معنوية 0.459

ويوجد علاقة ارتباطية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين، ومعدل مشاركتهم الفعلية في مبادرة حياة كريمة، فجاء ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، في المرتبة الأولى، وذلك بمتوسط حسابي (0.35)، وقد يرجع ذلك؛ إلى رغبة هذه الفئة في المشاركة الإيجابية بشكل كبير؛ لتحسين مستوى معيشتهم، ودعم المبادرة؛ إذ إنهم على رأس قائمة الفئات، التي تهدف المبادرة إلى تحسين أوضاعهم في كافة المناحي؛ ومن ثم فإن الدافع كبير لديهم في المشاركة؛ لدعم تحسين أوضاعهم سريعاً، يليهم ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، وفي المرتبة الأخيرة جاء ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط، وذلك عند مستوى معنوية 0.002.

يوجد أيضاً علاقة ارتباطية، بين محل إقامة المبحوثين، ومشاركتهم الفعلية في مبادرة حياة كريمة، فجاء المبحوثون المقيمون في القرى في المرتبة الأولى، من حيث معدل مشاركتهم الفعلية في المبادرة، بمتوسط حسابي (0.40)؛ وذلك لأنها تعد المناطق الأكثر استهدافاً من قبل المبادرة؛ وهو ما شجعهم على المشاركة في المبادرة بمعدل أعلى؛ دعماً للمبادرة، يليهم المقيمون في المدينة، وذلك عند مستوى معنوية 0.000.

ومن ثم، نقبل صحة الفرض السابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاركة المبحوثين الفعلية في مبادرة حياة كريمة، وفقاً للعوامل الديموغرافية (المستوى الاجتماعي الاقتصادي - محل الإقامة)، ولكن نرفضه في شقه المتعلق بالمتغير الديموغرافي المستوى التعليمي؛ إذ لا توجد بينهما وبين متغير المشاركة الفعلية علاقة.

النتائج العامة للدراسة:

-احتلت صفحة اليوم السابع المرتبة الأولى في معالجتها لمبادرة "حياة كريمة"، وهي نسبة كبيرة؛ تدل على اهتمام الصفحة بتغطية القضايا والمبادرات التنموية في مصر؛ وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة الميدانية حيث حازت صفحة اليوم السابع على أعلى نسبة متابعة لمبادرة حياة كريمة من قبل المبحوثين، فقد أولت للمبادرة أهمية كبيرة ركزت على تفاصيل مراحل تنفيذ المبادرة بمختلف القرى بمحافظات مصر؛ ويرجع ذلك إلى مزامنة الدراسة التحليلية، لمراحل تنفيذ المشروعات بمختلف محافظات مصر.

-تناول المضمون المتعلق بمبادرة حياة كريمة على الصفحات (عينة الدراسة) بالترتيب المحاور التالية: (متابعة تنفيذ المشروعات بالمحافظات، ودعم المسؤولين والشخصيات العامة للمبادرة، وتوجيهات الرئيس والمسؤولين، وحصاد نتائج المبادرة، وتغطية المؤتمر الأول للمبادرة، والتطوع بالمشاركة في المبادرة، والتكلفة المادية للمبادرة).

-تناول مضمون المادة المنشورة على الصفحات (عينة الدراسة) المشروعات التالية: (تطوير البنية التحتية، والإسكان ورفع كفاءة المنازل، وتحسين الخدمات الصحية، وتوفير فرص عمل، والتعليم، والتنمية الثقافية، وتخفيض معدلات الفقر، وتحسين مستوى المرأة الريفية، والاهتمام بدور العبادة، ومشروعات أخرى، تناولتها صفحة اليوم السابع بنسب ضئيلة، ومنها تجميل وتحسين البيئة، وتطوير مركز الشباب، وزراعة أسطح المنازل، وتجهيز العرائس، وحقوق الطفل، والمشروعات الخضراء).

-احتل الخبر في شكل (صورة وعنوان) المرتبة الأولى، بين أشكال الفنون التحريرية، التي اعتمدت عليها صفحات الصحف المصرية (عينة الدراسة)، عند تناولها لمبادرة "حياة كريمة، ويعكس ذلك؛ اهتمام صحف الدراسة بالتغطية الخبرية للمبادرة، وجاء الصحفيين في المرتبة الأولى؛ بوصفهم مصدر الإدلاء للمعلومات عن مبادرة "حياة كريمة"، ثم يأتي المسئولون في المرتبة الثانية.

-اتجاه المعالجة الخاصة بمبادرة حياة كريمة في صفحات الدراسة، جاء ما بين مؤيد ومحايذ لهذه المبادرة التنموية، واحتل الاتجاه المحايد المرتبة الأولى في صفحات الصحف الثلاث مجتمعة، يليه الاتجاه الإيجابي.

-"النص والصورة معاً" كانت أهم عناصر الإبراز المستخدمة في المادة الصحفية، عند تناولها لمبادرة "حياة كريمة" خلال فترة الدراسة، ثم في المرتبة الثانية (نص وفيديو معاً).

-استخدمت صفحات الصحف الثلاث، الروابط التفاعلية بنسبة 74,6% من إجمالي عينة الدراسة، واستخدمتها صفحة الوفد في جميع منشوراتها، بنسبة 100%، ثم الصور، والفيديو المصحوب بعنوان، ثم شريط الصور المتتابع.

-تفاعل 96,9% من المبحوثين مع المنشورات التي تناولت مبادرة "حياة كريمة"، بالإعجاب بالمنشور، وهي نسبة كبيرة؛ تعكس حجم تفاعل المستخدمين مع المنشورات، التي تتناول المبادرة بشكل عام، وهو ما يتفق مع دراسة (أية عبدالجواد 2021)⁽¹¹⁵⁾ التي أكدت أن الامكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة عبر الاعلام الرقمي ساعد في جذب أعداد كبيرة من المتابعين وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة والمشاركة المجتمعية.

-أهم دوافع المبحوثين في متابعة المبادرة على صفحات الدراسة (سهولة الحصول على المعلومات عن المبادرة، وتقديم المعلومات الكافية عن المبادرة، وتوافر وسائل متعددة "كالفيديو والصور الحية")، وهو ما يتفق مع دراسة (أحمد سليم 2022)⁽¹¹⁶⁾ التي أثبتت أن أكثر من نصف عينة الدراسة يتابعون فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (52,3%).

-جاءت اتجاهات المبحوثين نحو معالجة الصفحات (عينة الدراسة) لمبادرة حياة كريمة محايدة في المقام الأول، وأثرت معالجة صفحات الصحف لمبادرة "حياة كريمة" على سلوك المبحوثين بشكل ضعيف تجاه المبادرة؛ فقام 11,6% بالتبرع للمساهمة في دعم المبادرة"، و9,6% من المبحوثين، قاموا بالاشتراك في المبادرة بالجهد الذاتي، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية التي توصلت إلى أن المبحوثين يتابعون المبادرة بمعدل متوسط وهو ما أثر بشكل ضعيف على سلوك المبحوثين تجاه المبادرة. ويتفق ذلك مع دراسة (سماح محمدي 2022)⁽¹¹⁷⁾ التي أكدت تزايد التأثير المعرفي وخفض التأثير السلوكي عند متابعة الجمهور المصري للمعالجة الاعلامية للجمهورية الجديدة.

-اقترح المبحوثون، تعزيز الوعي بأهمية المبادرات التنموية، لتطوير أداء الصحف المصرية عبر الفيسبوك، والعمل على زيادة وعي الجمهور بأهمية المشاركة التطوعية في المبادرات،

وتقديم معلومات مبسطة يسهل استيعابها، حول المخاطر التي تتعرض لها المناطق الفقيرة، وأهمية تطويرها.

-اتضح من خلال فروض الدراسة، أن متابعة المبادرة على صفحات الصحف المصرية، له أثر كبير، على تشكيل اتجاه الجمهور الإيجابي نحو تلك المعالجة، وله أثر أيضاً على مشاركة الجمهور الفعلية في المبادرة، سواء بالتبرع أو بالجهد الذاتي، وهو ما يتفق مع دراسة (سماح محمدي 2022)⁽¹¹⁸⁾ التي أكدت أن اتجاهات الجمهور تميل للإيجابية كلما زادت متابعتهم للمعالجة الإعلامية للجمهور الجديدة، ويتفق أيضاً مع دراسة (أية عبد الجواد 2022)⁽¹¹⁹⁾ التي أكدت لأنه كلما زاد كثافة تعرض المواطن المصري لصفحات القضايا التنموية عبر الفيسبوك كلما زاد تأثيراتها بشكل ايجابي.

-كلما كان اتجاه الجمهور إيجابياً نحو معالجة صفحات الصحف على الفيسبوك للمبادرة؛ زاد تفاعل الجمهور مع المنشور، وكذلك مشاركتهم الفعلية فيها، سواء كان ذلك بالتبرع لها، أو المشاركة بالجهد الذاتي.

-أكدت الدراسة أن (المستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومحل الإقامة) للمبحوثين، يؤثر على حجم متابعتهم للمبادرة على صفحات الصحف على "فيسبوك".

-اتضح أن المستوى التعليمي للمبحوثين، لا يؤثر على اتجاهاتهم نحو معالجة مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف محل الدراسة، ولكن (المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومحل الإقامة) للمبحوثين يؤثر على اتجاههم نحو معالجة مبادرة حياة كريمة على صفحات الصحف محل الدراسة.

-تبين أن المستوى التعليمي للمبحوثين، لا يؤثر على معدل مشاركتهم الفعلية في مبادرة حياة كريمة، ولكن (المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومحل الإقامة) للمبحوثين يؤثر على معدل مشاركتهم الفعلية في مبادرة حياة كريمة.

توصيات الدراسة:

دعم الرؤى والخطط المستقبلية والمبادرات التنموية، وإدراك الدور المهم لوسائل الإعلام الحديثة، في تشكيل رأي عام واع مستنير. يجب أن يكون هناك تخطيط إعلامي مواز للمبادرات التنموية، ومراحل تنفيذها، يتبنى القيام بحملات إعلامية، من خلال وسائل الإعلام الحديثة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، تتولى حشد الجمهور؛ للمشاركة في هذه المبادرات، إلى جانب ممارسة دورها الرقابي؛ لرصد أي قصور، مع التنوع في أساليب المعالجة والوسائط المتعددة ووسائل الإبراز، بما يتناسب مع الجمهور وتفضيلاته.

مراجع الدراسة:

- (1) محمد فوزي ضيف الله (2018)، "الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع"، *مجلة العلوم الإنسانية*، جامعة العربي بن مهيدي، ع 10، متاح على شبكة الإنترنت، <http://search.mandumah.com/Record/961395>
- (2) بركات وديح الشمري (مارس 2022)، "تغطية المواقع الالكترونية الكويتية لخطة التنمية ورؤية 2035 في دولة الكويت"، *المؤتمر العلمي الدولي بعنوان "الإعلام والمجتمع المدني والمسئولية المجتمعية"*، كلية الاعلام والعلاقات العامة، جامعة النهضة، مصر.
- (3) سماح محمد محمدي (مارس 2022)، "تأثير المعالجة الاعلامية لإعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة على معارف الجماهير واتجاهاتهم نحوها"، *المؤتمر العلمي الدولي بعنوان "الإعلام والمجتمع المدني والمسئولية المجتمعية"*، كلية الاعلام والعلاقات العامة، جامعة النهضة، مصر.
- (4) فهم سلطان (2018)، "الإعلام اليمني ودوره في التنمية الثقافية والاجتماعية تطبيقاً على قناتي اليمن وسبأ) الفضائيتين في الفترة من يناير 2016 إلى يناير 2018"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، السودان، ص5.
- (5) أمينة عبد الرحمن (2018)، "أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، *مجلة بحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (6) دعاء عادل محمود (2016)، "أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- (7) لمياء فوزي عمارة (2016)، "الخطاب الصحفي المصري لقضايا التنمية في دول شرق آسيا"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (8) Al Foori, Rahma Abdullah Mohamed, (2016). "Patterns of Environmental Coverage in Omani Newspapers: Constructionist Study of News Frames and Production Influences", **Ph.D.**, University of Leicester, United Kingdom.
- (9) سعد كاظم حسين (2014)، "العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي الاجتماعي"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- (10) Song Shi. (2013). "New Media & ICT for Social Change & Development in China", **PHD**. (Bejing Normal University: University of Massachusetts Amherst.
- (11) Chengyu Xiong, Yuxiang Lv. (2013). "Social network service & social developmeant in China", **Journal of Studies in Communication Sciences**, Vol. 13, Issue 2, pp. 133- 138.
- (12) **مجدي الداغر (2018)**، " دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية: دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007"، *حواليات الآداب والعلوم*

- الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، على الرابط التالي:
<http://search.mandumah.com/Record/477251>
- (13) سامح السيد (مارس 2022)، "التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بقضايا التنمية الريفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحوها"، المؤتمر العلمي الدولي بعنوان "الإعلام والمجتمع المدني والمسئولية المجتمعية"، كلية الاعلام والعلاقات العامة، جامعة النهضة، مصر.
- (14) هناء حسين قرني (2020)، "الإعلام الجديد وتشكيل الرأي العام نحو صندوق تحيا مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات).
- (15) رشا عبد الرحمن حجازي (2020)، "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، العدد 53، الجزء الثاني.
- (16) رباب أسامة شاهين (2020)، "أثر تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو القضايا القومية: دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب).
- (17) السيد السعيد (2019)، "فاعلية المبادرات الرئاسية في مواجهة المخاطر الصحية واتجاهات الجمهور نحو أنشطتها الاتصالية: دراسة حالة (مبادرة 100 مليون صحة)"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- (18) محمد كمال أحمد. (2019)، "المبادرات الصحية الرئاسية لتغيير المنظومة الصحية في مصر"، مجلة كلية الآداب والعلوم والإنسانية، (جامعة قناة السويس: كلية الآداب والعلوم الإنسانية)، العدد 30.
- (19) وليد حسن النحاس (2019)، "دور المواقع الإخبارية والتواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا العامة"، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- (20) منى طه، "دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة. رؤية مصر 2030"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 25، 2019، ص 144.
- 21) Aung Pyoe, etc., Health Education, Dec (2019), "Through Mass Media Announcements by Loud Speakers about Malaria Care: Prevention and Practice Among People Living in A Malaria Endemic Area of Northern Myanmar", **Malaria Journal** Vol. 18, Issue 1, P1-11.
- 22) Mohandass Blessy. Sep/Oct (2019), "The Extent and Nature of Coverage of Mental Health Issues in Printed Media in India", **Indian Journal of Psychiatry**, Vol. 61, Issue 5, P 486- 490. 16- Railainen Saara,
- (23) أسامة أحمد زارع. (2018). "تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).

- (24) مظهر بيسيوني أبو حسن (2018). "معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية، وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل"، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).
- (25) أمينة سامي محمد (2018)، "معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة، وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوه". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا والطفولة).
- (26) نصر الدين عبد القادر (2017)، "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي نموذجاً"، بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، ع15.
- 27) Owiny, S. A., Mehta, K., & Maretzki, A.N. (2016). "The Use of Social Media Technologies to create, Preserve, and Disseminate knowledge and Awareness of Youth to Sustainable Development Issues in East Africa". **International Journal of Communication**, pp 8- 53.
- (28) أنغام مجدي إبراهيم (2018)، "التغطية الصحفية لقضايا التنمية في مصر واتجاهات النخبة نحوها: دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- 29) Ying Hu, Cornelius B. Pratt. September (2017), "Grounding Civic Engagement in Strategic Communication for China's Public-Health Program: Air-Quality Campaigns as a Case Study", **Public Relations Review**, Volume 43, Issue 3, pp 461-467.
- 30) Railainen Sara, Sep 2018. "Digital Media and Cultural Institutions in Russia". **Online Magazines as Aggregates of Cultural Services, Cultural Studies**, Vol.32, Issue 5, P 800-824.
- (31) حسن على قاسم (2016)، "دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد في دعم المشاركة الاجتماعية في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- 32) Braun, Locas. (2012). "Social Media and Public Opinion". **Master Thesis**, Master Universitari en Interculturalitat I Politiques Comunicatives en la societat de la Informacio. (online at): <http://social-media-and-society.lucasbraun.de/wp-content/uploads/2012/10/SocialMedia-andPublic-Opinion-Lucas-Braun-2012.pdf>
- (33) جيلان شرف (2021)، "اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 20، ع4، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص149.
- (34) داليا عثمان (من 19-21 أبريل 2016)، الإعلام التنموي إشكالية العصر الحديث"، المؤتمر السنوي الخامس لكلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية: الإعلام شريك في التنمية "رؤية مستقبلية".
- (35) لآمان محمد أحمد (2018)، "دور الإعلام الجديد في معالجة قضايا التنمية بالمجتمع المصري الفيسبوك نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب).
- (36) هشام سكيك (2014). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية"، رسالة ماجستير غير منشورة. (غزة: الجامعة الإسلامية).

- (37) رضا عبد الواحد أمين (يوليو/ ديسمبر 2017)، "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع 17.
- (38) حنان عبد الوهاب عبد الحميد. (يناير 2012). "دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الوعي نحو الأحداث الجارية: دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد السابع والثلاثون.
- 39) Jin, Yang. (2004). "Zooming In on American Civic life: Modeling Social Capital from Internet dependency Relations and internet Current Affairs News Consumption", **Ph.D. Disseration, Unpublished.** (Southern-Illinois-University of- Carbondale.
- (40) إيناس محمود حامد. (2018). "تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته باتجاهاتهم نحوها"، *مجلة دراسات الطفولة*، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة)، مجلد 21 العدد 80.
- (41) أحمد علي الشعراوي (2009)، "تأثير مناقشة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية – على عينة من الصحف المصرية والسورية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص47.
- (42) مروة عطية محمد (2013)، "البناء الفني والتحريري لأخبار الإنترنت، وعلاقتها بتعزيز مصداقيتها ووظيفتها في الوفاء بحق الجمهور في المعرفة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص214.
- (43) محمد رضا محمد (2007)، "علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري: دراسة تحليلية وميدانية"، الرسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص6.
- 44) Kiouisis, Spiro. (2002, September), Interactivity: a concept explication. (PP. 355–383, vol. 4. no. 3), **New Media & Society**, University of Florida, USA. Available online (3 September 2009).
- 45) Angela, V, H. J, Sam, Siekpe. (2009), The Effect of Web Interface Features on Consumer Online Purchase Intentions, **Journal of Business Research**, (pp.6-7. Vol. 62, no. 2).
- 46) William Benoit, (2014) "**President Barak Obama's Image Repair on HEALTH CARE GOV**", **Public Relations Review**, Vol. 40, Issue 5, Pp 733-878.
- (47) موقع رئاسة الجمهورية، مبادرة حياة كريمة (2020)، متاح على شبكة الإنترنت، <https://www.presidency.eg/ar>
- (48) هدى مصطفى عبد العال، "تقييم برامج التنمية الريفية"، متاح على شبكة الانترنت ، <http://www.du.edu.eg/upFilesCenter/exStore/agr/1584964702.pdf>
- (49) حسام إلهامي، وآخرون (2013)، *مناهج البحث في الإعلام الجديد*، ط1، شركة الوايل الصيب: للإنتاج والتوزيع والنشر، ص 304.

- (50) محمد عبد الله الشيخ (2017)، "الإعلام والتنمية المستدامة"، مؤتمر القانون والإعلام، 23-24 أبريل 2017، كلية الحقوق، جامعة طنطا، ص7.
- (51) المبادرة الرئاسية "حياة كريمة" (2020)، متاح على الرابط التالي:
<https://www.hayakarima.com/goals.html>
- (52) المبادرة الرئاسية "حياة كريمة" (2020)، متاح على الرابط التالي:
<https://www.hayakarima.com/goals.html>
- (53) منى طه، "دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة. رؤية مصر 2030"، مرجع سابق، ص144.
- (54) صفحة اليوم السابع، 26 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (55) صفحة الأهرام، 10 نوفمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (56) صفحة الوفد، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (57) صفحة اليوم السابع، 3 نوفمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (58) صفحة الأهرام، 24 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504->
- (59) صفحة اليوم السابع، 4 أكتوبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/search>
- (60) صفحة الأهرام، 18 يوليو 2021، على الرابط التالي:
[/https://www.facebook.com/page/211869138834504](https://www.facebook.com/page/211869138834504)
- (61) صفحة الأهرام، 19 سبتمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://gate.ahram.org.eg/News/2953360.asp>
- (62) صفحة الوفد، 22 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (63) صفحة اليوم السابع، 27 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (64) صفحة الأهرام، 24 يناير 2022، على الرابط التالي:
[/https://www.facebook.com/page/211869138834504](https://www.facebook.com/page/211869138834504)
- (65) صفحة الأهرام، 13 يناير 2022، على الرابط التالي:
[/https://www.facebook.com/page/211869138834504](https://www.facebook.com/page/211869138834504)
- (66) صفحة اليوم السابع، 17 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>

- (67) صفحة اليوم السابع، 5 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (68) الوفد، 26 نوفمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (69) صفحة اليوم السابع، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (70) صفحة اليوم السابع، 11 أكتوبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (71) صفحة الأهرام، 10 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/search/>
- (72) صفحة الوفد، 10 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (73) صفحة اليوم السابع، 24 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (74) صفحة الأهرام، 28 أكتوبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (75) صفحة الوفد، 25 نوفمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (76) صفحة اليوم السابع، 30 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (77) صفحة الأهرام، 12 يناير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (78) صفحة اليوم السابع، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (79) صفحة الأهرام، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (80) صفحة اليوم السابع، 14 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (81) صفحة الأهرام، 30 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (82) صفحة اليوم السابع، 16 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (83) صفحة اليوم السابع، 14 فبراير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>

- (84) صفحة الأهرام، 4 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/>
- (85) صفحة الوفد، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (86) صفحة اليوم السابع، 14 فبراير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (87) صفحة الوفد، 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/492962997403923/search>
- (88) صفحة اليوم السابع، 23 ديسمبر 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (89) فوزي عبد الرحمن (2017)، "علاقة تناول الصحف المصرية لأخبار التعليم الجامعي بمسئولياتها الاجتماعية نحو تدعيم قيم وتقاليد المجتمع الجامعي: دراسة تحليلية لصحف الأهرام، والوفد، والمصري اليوم، خلال العام الجامعي 2015/2016"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع 9، ص 273.
- (90) صفحة اليوم السابع، بتاريخ 15 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/Youm7/videos/496408858135123>
- (91) صفحة اليوم السابع، 10 بتاريخ فبراير 2022، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/Youm7/photos/pcb.8431432026927385/>
- (92) صفحة الأهرام، 15، بتاريخ يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/alahram/photos/pcb.4416453348376041/>
- (93) صفحة الوفد، بتاريخ 7 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/alwafdportal/photos/a.494826173884272>
- (94) منى طه، " دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة " رؤية مصر 2030"، مرجع سابق.
- (95) صفحة الوفد، بتاريخ 16 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://alwafd.news/essay/65017>
- (96) صفحة اليوم السابع، بتاريخ 16 يوليو 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/Youm7/videos/851015702513928>
- (97) إيمان سيد علي (2021)، "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل"، دراسة تحليلية، *مجلة الأزهر لبحوث الإعلام*، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 58، الجزء الثالث، ص 1539.
- (98) على حمودة، ومحمد حسني (أبريل 2022)، "استراتيجيات خطاب المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية نحو المبادرات الوطنية"، *مجلة الأزهر لبحوث الإعلام*، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 61، الجزء الثاني، ص 663.
- (99) صفحة الوفد بتاريخ 10 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://alwafd.news/article/4061533>

- (100) صفحة اليوم السابع بتاريخ 17 أكتوبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/>
- (101) منى طه، "دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة. رؤية مصر 2030"، مرجع سابق.
- (102) صفحة اليوم السابع، 18 فبراير 2022،
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/search>
- (103) صفحة الأهرام، 27 أكتوبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/211869138834504/search/>
- (104) صفحة الوفد، 27 يونيو 2021، على الرابط التالي: <https://alwafd.news/article/3813403>
- (105) صفحة الوفد، 3 سبتمبر 2021، على الرابط التالي: <https://alwafd.news/article/3917423>
- (106) صفحة الوفد، 17 يوليو 2021، على الرابط التالي: <https://alwafd.news/article/3845499>
- (107) صفحة الوفد، 27 يونيو 2021، على الرابط التالي: <https://alwafd.news/article/3813403>
- (108) منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، (2018)، "دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، العدد 11، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص20.
- (109) صفحة الأهرام، 20 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/alahram/videos/812210500177869>
- (110) صفحة اليوم السابع، 3 ديسمبر 2021، على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/page/133880733349264/search>
- (111) أمنية عبد الرحمن أمنية، "أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، مرجع سابق، ص741.
- (112) إيمان عبد الرحيم الشرفاوي (2014)، "معالجة الصحف الإلكترونية العربية وغير العربية للثورات العربية". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع شعبة الاتصال والإعلام، كلية الآداب جامعة الإسكندرية.
- (113) منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، "دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية"، مرجع سابق.
- (114) أمنية عبد الرحمن، "أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري، مرجع سابق، ص745.
- (115) أية محمد عبدالجواد (12 يوليو 2021)، "توظيف الاعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، *المؤتمر العلمي الدولي السادي والعشرون*، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص916.
- (116) أحمد سليم(2022)، "اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الخاصة بمحدودي الدخل عبر الصفحات الرسمية ودورها في التوعية بالمبادرات الوطنية"، مرجع سابق، ص852.

- (117) سماح محمد محمدي (مارس 2022)، "تأثير المعالجة الاعلامية لإعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة على معارف الجماهير واتجاهاتهم نحوها"، مرجع سابق.
- (118) المرجع السابق نفسه.
- (119) أية محمد عبدالجواد (12 يوليو 2021)، "توظيف الاعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، "، مرجع سابق.