

## تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

د.مها مصطفى بخيت\*

### ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح من خلال تطبيق أداة الاستبيان على عينة من الجمهور المصري قوامها (408) مفردات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن 100% من عينة الدراسة قد سمعت أو قرأت عن مبادرة حياة كريمة، وتعد المواقع الإخبارية الإلكترونية أهم مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري.

وأشارت النتائج أيضًا إلى مدى معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإخبارية لها، والتي جاءت بدرجة مرتفعة بنسبة 22.1%، بينما يدركونها بدرجة متوسطة بنسبة 51.5% من إجمالي العينة، في حين أن درجة الإدراك الضعيفة جاءت بنسبة 26.5% من إجمالي العينة، مما يعني أن هناك تأثيرات كبيرة لتغطية المواقع الإخبارية على معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة.

كما أوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، وإدراكهم لها في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى المبحوثين.

كما ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والحالة الإيجابية والحالة السلبية للتغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة.

الكلمات المفتاحية: المزاج العام، مبادرة حياة كريمة، الإصلاح الاجتماعي، المواقع الإخبارية.

\* مدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة سيناء

## **The coverage of the Egyptian news websites of the initiative "Hayat Karima" and its role in managing the public mood of the Egyptians towards social reform measures in Egypt**

### **Abstract:**

The study aimed at determining the role of Egyptian news websites' coverage of the initiative of "Hayat Karima" in managing the general mood of the Egyptians towards social reform procedures in Egypt. This study is one of the descriptive studies that depend on survey method through applying the questionnaire tool on a sample of Egyptians (408) persons. The study concluded several results, the most important result is:

That 100% of the study sample had heard or read about the initiative of "Hayat Karima", electronic news websites are the most important sources of news for Egyptians.

Also, the results indicated that the respondents perceive the initiative of Hayat Karima through the coverage of news websites to a high degree by 22.1%, but they perceive it to a medium degree by 51.5% of the total sample, while the degree of poor perception came at 26.5% of the total sample, which means that there are significant effects of news websites' coverage on the respondents' perception of the initiative of "Hayat Karima".

And it was established that there is a statistically significant relationship between the extent to which respondents follow the initiative of Hayat Karima, and how they perceive the initiative of Hayat Karima within the framework of the websites, and the degree of satisfaction with the government's performance in implementing the initiative among the respondents.

There is also a statistically significant relationship between the extent of respondents' follow-up to Hayat Karima Initiative, the positive and negative status of the press coverage of the Decent Life Initiative on electronic news sites, and the positive and negative feelings towards the topics of Hayat Karima Initiative.

**Keywords:** public mood, Hayat Karima initiative, social reform, news websites

## مقدمة:

مع التغيرات التي يشهدها العالم من حولنا أصبح الاتجاه نحو التنمية وتبني الدول للخطط التنموية أمرًا حتميًا لا يمكن إغفاله، حيث تهدف التنمية إلى تحقيق تقدم مستمر في حياة جميع السكان ورفاهيتهم، وتقوم على أساس مساهمة جميع الأفراد بشكل فعال في التنمية، والتوزيع العادل لعائداتها، مما يستلزم وجود قيادة قادرة تستطيع مواكبة التحديات في المجتمع، وتكون قادرة على تلبية متطلباته وتحقيق الإصلاح في كافة المجالات، وفي هذا الإطار تبنت معظم الدول، ومن بينها الدولة المصرية، خطط تنموية بهدف تنمية المجتمع ورفاهيته، وقد صدقت مصر في 2016م على رؤية مصر 2030، والتي تهدف بشكل أساسي إلى تحقيق اقتصاد على أساس علمي يتسم بالعدالة والتكامل الاجتماعي والمشاركة، وتنافسية السوق، والتنمية البشرية، وجودة الحياة، ومكافحة الفساد.

وفي إطار خطة التنمية المصرية التي تبناها الدولة منذ عدة سنوات شهدت مصر عددًا كبيرًا من المشروعات التنموية التي تعمل على إعادة بناء وتطوير المجتمع بهدف الإصلاح الاجتماعي والاقتصادي للمواطنين، ووضع مصر في مكانها الصحيح بين الدول، وتعد مبادرة حياة كريمة التي أطلقها الرئيس السيسي عام 2019 واحدة من تلك المشروعات التي هدفت من خلالها الدولة إلى رفع كفاءة مستوى معيشة المواطنين، وخاصة من الفئات الفقيرة في القرى المصرية، باستثمارات تبلغ حوالي 515 مليار جنيه، وتتبع أهمية المشروع من حجم القرى التي يستهدفها، والبالغ عددها نحو (4741) قرية، والتي يعيش فيها أكثر من 56% من سكان جمهورية مصر العربية.<sup>(1)</sup>

ومنذ اللحظات الأولى لانطلاق مبادرة حياة كريمة أصبحت إحدى القضايا التي أثارت اهتمام الرأي العام، لاسيما الرأي العام المهتم بالشأن العام والأحداث الجارية والإصلاح الاجتماعي، حيث تتضمن -إلى جانب تحسين نوعية المعيشة لشريحة كبيرة من المواطنين- شقًا للرعاية الصحية وتقديم الخدمات الطبية والعمليات الجراحية، وصرف أجهزة تعويضية، فضلًا عن تنمية القرى الأكثر احتياجًا وفقًا لخريطة الفقر، وتوفير فرص عمل بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القرى والمناطق الأكثر احتياجًا، وتجهيز الفتيات البيتمات للزواج.

ويؤدي الإعلام دورًا أساسيًا في دعم قضايا التنمية لما له من أهمية كبيرة في تثقيف أفراد المجتمع بوجه عام والتوعية بأهمية القضايا التنموية بشكل خاص، ودور الإعلام هنا هو دور رقابي وتوعوي وإرشادي، وبذلك لا بد من أن يناقش الإعلام هذه القضايا، وأن يخطط لإستراتيجيات وعمليات الاتصال التي تهدف إلى التوجيه والوعي بالمشروعات التنموية وإشراك الجمهور في فهمها وتقبلها وتكوين اتجاهات إيجابية نحوها، ومن ثم العمل على تنفيذها، ومن ثم تساعد بشكل كبير في بناء الأجندة الإعلامية للجمهور فيما يتعلق بالقضايا المثارة، بل تساعد في تكوين اتجاه الجمهور بما يتفق مع ما يتم نشره في تلك الوسائل الإعلامية.<sup>(2)</sup>

ويسهم التعرض لمعالجات المواقع الإخبارية ووسائل الإعلام بدرجة أو بأخرى في بناء وتشكيل تقييمات واتجاهات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا وسبل التعامل معها، ومن ثم يؤثر على المزاج العام السائد لدى الجمهور في نهاية المطاف<sup>(3)</sup>، وترتبط دراسة الحالة

المزاجية (Mood Managment) بطبيعة السلوك الاجتماعي للأفراد في المواقف المختلفة، التي تتراوح ما بين الحزن والفرح والسعادة والخوف والقلق والتوتر؛ لأن المزاج العام بمنزلة مزيج من العمليات الشعورية والمعرفية النفسية والسلوكية، ومن ثم فالحالة المزاجية قد تدفع الجمهور إلى الانغماس في مضامين معينة دون الأخرى، الأمر الذي يؤثر على طبيعة المزاج السائد بين أفراد المجتمع<sup>(4)</sup>، والإعلام في ذلك يتأثر بطبيعة المجتمع والنظام السياسي السائد به، ومدى الحرية الممنوحة لتلك الوسائل في معالجة القضايا، كما تتأثر بطبيعة الجمهور نفسه وثقافته والحريات التي يتمتع بها في التعبير عن اتجاهاته.

ويأتي دور الإعلام عامة، والمواقع الإخبارية خاصة، كأحد أهم مصادر المعرفة والمعلومات عن القضايا الأبرز في المجتمع، وكأداة مهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، حيث تعد المواقع الإخبارية الوسيلة الأقرب لعدد كبير من المواطنين، نظراً لسرعتها في نقل الأحداث، واعتمادها على عناصر التفاعلية والاعتماد على تقديم المحتوى الإعلامي بأشكال متعددة، خاصة أنها تقدم تغطية متعمقة عن قضايا التنمية وجهود الدولة في عملية الإصلاح الاجتماعي والاقتصادي للدولة، مما جعلها أحد أهم مصادر المعرفة عن المبادرة بالنسبة لعدد كبير من المواطنين، وتؤثر التغطية الصحفية المكثفة على المعايير التي يبني عليها الأفراد تقييماتهم وتصوراتهم نحو القضايا، خاصة التي تتعلق بالمبادرات الوطنية، حيث تؤثر تلك التغطية في اتجاهات الأفراد نحو الأداء الحكومي في الدولة، ومن ثم فإن التعرض لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها الصحف ووسائل الإعلام لجماهيرها تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية وإما سلبية لديهم، وتؤثر بدرجة رئيسية على المزاج العام السائد فيما بينهم في النهاية.

ويدفع التعرض لمعالجات ومضامين متنوعة تقدمها الصحف ووسائل الإعلام المختلفة لجماهيرها إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية وإما سلبية لدى الجمهور، وتؤثر على المزاج العام فيما بينهم في النهاية، ويؤدي المحتوى الإخباري دوراً في إدارة المزاج العام للجمهور نحو القضايا والموضوعات التي يثيرها، فقد يؤدي التعرض المكثف للمضامين الإيجابية إلى التأثير إيجاباً على المزاج العام للجمهور، كما قد تدفع الحالة المزاجية العامة للجمهور إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها، فالمزاج العام مزيج من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورِد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع.<sup>(5)</sup>

ونظراً لما تمثله المواقع الإخبارية من أهمية في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ونظراً لدورها الفعال في إدارة وتشكيل المزاج العام حول القضايا المختلفة، ونتيجة لحدثة موضوع مبادرة حياة كريمة كأحد المبادرات الوطنية التي تهدف إلى تحقيق الإصلاح الاجتماعي في المجتمع المصري، جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر.

## أولاً: الدراسات السابقة:

**المحور الأول: دراسات تناولت كلاً من تغطية الصحف والمواقع الإلكترونية لقضايا التنمية المستدامة والإصلاح الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها:**

أكدت دراسة مهيرة عماد السباعي (2022)<sup>(6)</sup> اهتمام الصحافة المصرية بقضايا التنمية، وبينت الدراسة عناية الصحف المصرية بتقديم دور الدولة في تنفيذ مشروع التحول الرقمي، وقد اتضح اهتمام الجمهور المصري بالتعرف على تلك الجهود لمواكبة التطورات التي تحدث في البلاد، وإن لم يظهر رضا كبير من جانب الجمهور المصري حول تغطية الصحافة المصرية عن الموضوع، مما يدعو إلى ضرورة تحسين المهنية والأداء، وزيادة مصداقية الصحف فيما يخص تلك القضية المهمة، أما فيما يتعلق بمعايير الأداء الصحفي، فقد انتقد المبحوثون أداء الصحف من حيث الموضوعية والتحيز في عرض الموضوع، مما يتطلب تعميق المهنية للصحفيين لما لهذه القضية من خطورة تستدعي الأداء الواعي، ولم يكن لنمط ملكية الصحف تأثير على حجم الاهتمام أو طبيعته؛ إذ إن التحول الرقمي مشروع قومي تسعى إليه أطراف الدولة كافة.

هدفت دراسة «Aktar, D» (2022)<sup>(7)</sup> إلى التعرف على دور الصحف المحلية في الترويج للقضايا التنموية داخل المجتمع، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الصحف المحلية في بنجلاديش والتي تمثلت في صحيفة «The Daily Daily Azadi» وصحيفة «The Daily Purbokone»، حيث تم تحليل 528 مادة اتصالية للتعرف على القضايا التنموية التي تناولتها الصحف محل الدراسة، من خلال تحليل المضمون، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 12% من المواد الاتصالية التي تم تحليلها كانت لمعالجة قضايا التنمية المحلية، كما بينت نتائج الدراسة إلى أن القضايا التي اهتمت بها صحيفة «The Daily Daily Azadi» كانت متعلقة بالعدالة الاجتماعية والتوزيع العادل للثروة، بينما اتجهت صحيفة «Daily Purbokone» إلى معالجة القضايا المتعلقة بالفقر والتعليم، كما أشارت إلى اتجاه الصحف المحلية إلى مراقبة الأداء الحكومي فيما يتعلق بالقضايا التنموية وجهودها في تحقيق التنمية المستدامة داخل المجتمع في بنجلاديش، وبينت نتائج الدراسة التحليلية إلى دور الصحف محل الدراسة في معالجة القضايا المتعلقة بالسياحة والبنية التحتية باعتبارهما من أهم القضايا التنموية التي تواجه الكثير من المشكلات والتحديات في بنجلاديش.

كما هدفت دراسة أحمد محمد عبد الله سليم (2022)<sup>(8)</sup> إلى رصد دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بمفهوم المبادرات الوطنية بالتطبيق على (مبادرة القضاء على العشوائيات)، بالإضافة إلى تحديد طبيعة المبادرات التي يتم متابعتها من قبل الجمهور المصري عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأكدت الدراسة على اهتمام أكثر من نصف عينة الدراسة بمتابعة فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة بلغت (52.3%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي اهتمت بمبادرة القضاء على العشوائيات، وخاصة إعلانات المبادرة على التلفزيون، وبالتالي تعدد المصادر التي يعتمد عليها

المبحوثون لمتابعة فيديوهات المبادرة، وفي المرتبة الثانية وبفارق كبير جاءت نسبة من يتابعون فيديوهات المبادرة بدرجة كبيرة بنسبة بلغت 35.5%.

**في حين تناولت دراسة «Lin, Y» (2022)<sup>(9)</sup> دور المواقع الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي في دعم قضايا التنمية والتحديات الموجودة داخل المجتمع الهولندي، بالتطبيق على عينة عمدية من المواقع الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي في دولة هولندا، بالإضافة إلى إجراء دراسة مسحية على عينة من الجمهور في هولندا قوامها (320) مفردة بحثية، من خلال تحليل المضمون والاستقصاء، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور محل الدراسة في التعرف على الخطط التنموية للدولة، كما بينت نتائج الدراسة إلى أهمية تلك المواقع الرقمية في العمل الجماعي وتوحيد الجهود بين أعضاء المجتمع من أجل القيام بالأنشطة والمبادرات التنموية التي تسعى الحكومة إلى تطبيقها داخليا، كما أكدت على أهمية تلك المواقع كوسيلة تفاعلية بين الجمهور والحكومة الهولندية فيما يتعلق بالقضايا التنموية، ووضع أجندة نحو الأولويات التي ينبغي التركيز عليها والتي يعاني المجتمع منها، والتي تتطلب تضامنا الجهود بين الجهات الرسمية وغير الرسمية لمعالجتها.**

**وأكدت دراسة إبراهيم محمد أبو المجد فرج (2022)<sup>(10)</sup> على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المكون (المعرفي، والوجداني، والسلوكي) لاتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الحكومي والمتغيرات التالية: (معدل التعرض، ومعدل الاعتماد، وإدراك مستوى ثراء المواقع الإخبارية لاستخدام الإنفوجرافيك، ومستوى التفاعلية)، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إدراك الشباب لمستوى ثراء المواقع الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك في تناولها للمبادرات الرئاسية وتفاعلهم مع الإنفوجرافيك عند استخدامه في تلك المواقع، وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الشباب وفقاً للانتماء السياسي لصالح الذين ينتمون لحزب سياسي، والمشاركة في المبادرات الرئاسية لصالح الذين يشاركون فيها، واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي.**

**في حين أكدت ريهام طلعت (2021)<sup>(11)</sup> على ارتفاع معدل رضا الجمهور عند التغطية الصحفية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وانخفاض الاتجاه الإيجابي للجمهور في مشروعات التنمية في سيناء بنسبة 20,75%، وارتفاع الاتجاه المحايد للجمهور لمشروعات التنمية في سيناء بنسبة 77%، ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وبين كثافة متابعة الجمهور لمشروعات تنمية سيناء، وكذلك درجة اعتماد الجمهور على الصحف في متابعة مشروعات تنمية سيناء، بالتطبيق على عينة الصحف المطبوعة وتشمل (جريدة الأهرام، جريدة الوفد، جريدة الأهلالي، المصري اليوم)، وعينة المواقع الإلكترونية (بوابة اليوم السابع، البوابة نيوز، بوابة مصراوي، بوابة أون)، مع تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري، بلغت (400) مبحوث.**

**وتناولت دراسة غادة موسى صقر (2021)<sup>(12)</sup> معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي في مصر من منظور النخب المصرية والتي استهدفت التعرف على مدى اهتمام المواقع الإلكترونية بمعالجة برامج الإصلاح الاقتصادي، وقياس اتجاه النخبة المصرية نحو موضوعات الإصلاح الاقتصادي المصري التي تتناولها المواقع الإلكترونية،**

واستخدمت المنهج الوصفي المسحي واعتمدت على الاستبيان، وتوصلت إلى: اتفاق أغلبية آراء النُخب المصرية على أن تغطية المواقع الإلكترونية تُشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات وبذلك تتماشى المواقع الإلكترونية مع أهداف ورؤية مصر 2030م لتحقيق التنمية الاقتصادية، كما يجب إدراك الفرق بين عملية نقل الخبر وعملية التحليل ووجهات نظر النُخب المصرية والمحليين الاقتصاديين، مما يؤكد أهمية معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي وبرامج التنمية الشاملة في مصر.

واتجهت دراسة دعاء فكري (2021)<sup>(13)</sup> إلى التعرف على أطر تغطية الصحف الإلكترونية على اختلاف انتماءاتها لمعوقات التنمية الاجتماعية في مصر في إطار نظرية تحليل الأثر الإعلامية، والحلول المختلفة لمعوقات التنمية الاجتماعية كما طرحتها صحف (الأهرام والوفد، اليوم السابع)، ومن أهم نتائج الدراسة تنوع الأفكار المثارة حول معوقات التنمية الاجتماعية، حيث تصدرت الأخبار والقصص، حرصت الصحف الإلكترونية على الاستفادة من المميزات الخاصة بها مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى، حيث قامت بتوظيف الخدمات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت، وقامت بتوظيف الصورة الإخبارية، وملفات الفيديو والروابط الفائقة في التغطية الصحفية لمعوقات التنمية الاجتماعية.

وفي دراسة فوزي الزعبلوي (2020)<sup>(14)</sup> سعت إلى رصد وتحليل خصائص وسمات الخطاب الصحفي المصري، والكشف عن اتجاهاته في صحف (الأهرام، والوفد، والشروق) نحو أبعاد التنمية الشاملة، في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل الخطاب في مسح ورصد وتحليل سمات وأطر خطاب الصحف المصرية عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود تنوع في الأطروحات الرئيسية في الخطاب التنموي بالصحف المصرية (الأهرام، الوفد، الشروق)، إلا أن الخطاب الصحفي المصري ركز على البُعد الاقتصادي، واعتمدت صحف الدراسة على مسارات البرهنة المنطقية عند تناول أبعاد التنمية المستدامة في مصر، حيث اهتمت صحف الدراسة وفي مقدمتها جريدة الأهرام بعرض ومناقشة أبعاد التنمية المستدامة والمشروعات القومية التي تنفذها الدولة، في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، وتقديم الحلول المقترحة لبعض المعوقات التي تواجه التنمية في مصر، وأخيرًا أظهرت النتائج أن "المصادر الرسمية" جاءت في مقدمة القوى الفاعلة، من خلال التركيز على دور المسؤولين الحكوميين في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في مصر.

أكدت دراسة فوزي عبد الرحمن الزعبلوي (2019)<sup>(15)</sup> التي تناولت أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لسياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030 على تنوع الأطر المرجعية التي استشهد بها كُتّاب مواد الرأي في صحف الدراسة في التأكيد على وجهة نظرهم، أو نفى وجهات النظر المعارضة لهم، وقد تنوعت ما بين أطر الدعم والأطر الاقتصادية والسياسية والقانونية والاجتماعية والإنسانية، إلى جانب الاستعانة باستشهادات من الواقع، إلا أن أطر الدعم جاءت في مقدمة الأطر الأخرى في خطاب الصحف، وأشارت الدراسة إلى تزايد استخدام الصحف للمسارات المنطقية العقلانية بصورة أكبر من المسارات غير المنطقية، وركزت الصحف على المسؤولين الرسميين بنسبة (78.2%) فيما يتعلق بالقوى الفاعلة في خطط التنمية وخاصة

ممثلي وزارتي التضامن الاجتماعي (وعلى رأسها د.غادة والى) -حينها- والتموين والتجارة الداخلية (وعلى رأسها د.علي المصيلحي)، كأهم القوى الفاعلة الرئيسية في الخطاب الصحفي وبفارق كبير عن القوى الفاعلة الأخرى، وإبراز جهودهما في التوسع في برامج الحماية الاجتماعية.

كما تناولت دراسة **مظهر سيد بسيوني (2018)**<sup>(16)</sup> معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل بالتطبيق على عينة تحليلية قوامها (270) موضوعاً صحفياً يتعلق بمشروعات الدولة التنموية في الصحف والمواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وعينة ميدانية قوامها (420) مفردة، باستخدام صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستبيان، وأثبتت نتائج الدراسة أن المراهقين (عينة الدراسة) يعتمدون بشكل كبير على الصحف والمواقع الإلكترونية في متابعة مشروعات الدولة التنموية، ويعتبرونها وسيلتهم الأولى، وذلك بنسبة 77% من جملة المبحوثين بين طلاب المدارس، ونسبة 76% من جملة المبحوثين بين طلاب الجامعات، كما أثبتت الدراسة دور الصحف والمواقع الإلكترونية في متابعة المشروعات التنموية ودورها الهام في تعريف المراهقين بقضايا التنمية.

كذلك تناولت دراسة **لمياء فوزي عمارة (2017)**<sup>(17)</sup> الخطاب الصحفي المصري لقضايا التنمية بدول شرق آسيا، حيث استخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، والذي يسمح بتحليل مضمون الصحف محل الدراسة، واستخدمت الدراسة أسلوب الحصر الشامل لكافة الموضوعات والفنون الصحفية التي تعرضت لموضوعات التنمية في كل من الصين واليابان وماليزيا، وأيضا استخدمت أسلوب المقارنة التحليلية للمقارنة بين أساليب الخطاب في كل من الصحف محل الدراسة حول قضايا التنمية، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز العوامل التي أثرت على الخطاب الصحفي حول قضايا التنمية في الدول محل الدراسة بشكل عام كانت الإمكانيات المادية وعدم تمكن صحيفتي الوفد والمصري اليوم من إرسال مراسلين للدول محل الدراسة، في حين امتلكت الأهرام مكتباً صحفياً دائماً لها، كما أثرت سياسات الدولة نفسها من حيث التعتيم والشفافية الذي ظهر في الصين بشكل خاص وتقيداً للصحفيين الأجانب والمحليين بشكل عام، على عكس اليابان لم يظهر بوضوح، وكذلك سياسات الصحيفة نفسها واهتمامها بالأخبار العالمية.

وخلصت دراسة **سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين (2015)**<sup>(18)</sup> التي تناولت معالجة الصحافة المصرية لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء إلى أن حجم المساحة التي خصصتها صحف الدراسة لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء قد بلغت (8,6%) من حجم المساحة الكلية لمفردات عينة الدراسة، وهو ما لا يعبر عن اهتمام حقيقي يتناسب مع أهمية القضية داخل المجتمع، واحتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبطة بالتنمية المحلية في سيناء المرتبة الأولى من مجموع موضوعات القضية في صحف الدراسة، تلا ذلك الموضوعات السياسية، ثم الموضوعات الاجتماعية والإنسانية، ثم الموضوعات القانونية، وجاءت الموضوعات الإيجابية في المرتبة الأولى بين موضوعات القضية في صحف الدراسة بنسبة



80% ثم الموضوعات السلبية بنسبة 20%، مما يوضح غلبة الاتجاه الصحفي الإيجابي عند تناول الموضوعات المختلفة المتعلقة بقضية التنمية المحلية في محافظة سيناء.

كما تناولت دراسة «Diane Holt & Ralf Barkemeyer» (2012)<sup>(19)</sup> "التغطية الإعلامية لقضايا التنمية المستدامة: قضايا وإشكاليات"، ورصدت الدراسة وقوع تغير ملحوظ على مدى العقدين الماضيين في الطريقة التي يدرك بها الأفراد العاديين القضايا البيئية والمفاهيم المرتبطة بالتنمية المستدامة، حيث صار واضحاً دخول هذه المفاهيم إلى مسار التيار الرئيسي للوعي العام، وأظهرت نتائج الدراسة أن تغطية الاستدامة والمفاهيم المرتبطة بها في وسائل الإعلام، بالتطبيق على عينة مكوّنة من (112) صحيفة حول العالم، تكشف وجود مسار صاعد للمصطلح، كما أنه باتخاذ التغيرات المناخية مثلاً للتنمية المستدامة فقد رصدت الدراسة تزايد التغطية لموضوعات التنمية المستدامة، اقتراحاً بوعي يتزايد بمفاهيم الاستدامة بين الأفراد، كما أشارت إلى أن اهتمام وسائل الإعلام بقضايا التنمية لا يكون في مستوى ثابت طوال الوقت، حيث تتخلله فترات من الانقطاع والانشغال بموضوعات أخرى، ثم عودة الموضوعات التنموية لتفرض نفسها مرة أخرى على التغطية الصحفية ومن ثم على الاهتمام العام.

**المحور الثاني: دراسات تناولت المزاج العام للجمهور تجاه القضايا المختلفة بشكل عام والقضايا الاجتماعية بشكل خاص.**

تناولت دراسة «Hare, A» (2022)<sup>(20)</sup> تأثير القنوات الإخبارية التقليدية والرقمية على المزاج العام للجمهور فيما يتعلق بالإصلاحات الاقتصادية، حيث استهدفت التعرف على تأثير القنوات الإخبارية التقليدية والرقمية فيما يتعلق بالإصلاحات الاقتصادية الخاصة بسعر العملة المحلية في الولايات المتحدة على المزاج العام للجمهور، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المقارن، حيث قام باختيار عينة من الجمهور قوامها (120) مفردة بحثية من خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من تعرض الجمهور إلى الوسائل الإخبارية التقليدية والرقمية فيما يتعلق بالتعرف على الأخبار المتعلقة بالإصلاح الاقتصادي، إلا أن القنوات الإخبارية الرقمية كانت أكثر تأثيراً على اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بالإصلاح الاقتصادي، كما بينت نتائج الدراسة أن القنوات الإخبارية الرقمية ساهمت في خلق مزاج عام إيجابي نحو الإصلاحات الاقتصادية من خلال السرد المستمر لإيجابيات تلك الإصلاحات الاقتصادية وأثارها الإيجابية على المجتمع وعلى مستوى المعيشة، المرتبط بالسياق المجتمعي والثقة السياسية.

كذلك بينت الدراسة أن المصادر الإخبارية الرقمية تسهم في خلق المزاج العام للجمهور من خلال تعليقات الجمهور الموجودة على تلك المنصات الإخبارية، مما يؤدي إلى زيادة اقتناع الجمهور بتلك الإصلاحات نتيجة وجود موافقة من بعض تعليقات الأفراد الخاصة بتلك الإصلاحات.

بينما تناولت دراسة «Hargartner, D» (2021)<sup>(21)</sup> تأثير معالجة المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لخطاب الكراهية على الاتجاه العام للجمهور، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج التجريبي، من خلال عينة عمدية قوامها (1350) مفردة بحثية، ومن

خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى أن المواقع الإلكترونية تسعى إلى مناخضة ومكافحة انتشار خطاب الكراهية نحو بعض الأقليات العرقية الموجودة في الولايات المتحدة، والتي شملت المسلمين والسود، كما بينت الدراسة اعتماد المواقع الإلكترونية محل الدراسة على توظيف بعض الإستراتيجيات في مكافحة خطاب الكراهية من بينها تقديم المصلحة الإنسانية وتحقيق التعايش بين جميع أطراف المجتمع دون تفرقه، كما بينت نتائج الدراسة وجود اتجاه إيجابي لدى الجمهور فيما يتعلق بالقضايا التي تقوم بمناقشتها المواقع الإلكترونية وأنها تلقى استحساناً منها نظراً لأن مثل تلك القضايا تؤدي إلى زيادة تفكير وانقسام المجتمع الأمريكي.

كما تناولت دراسة «Zhang, X» (2021)<sup>(22)</sup> تأثير المواقع الإلكترونية على المناخ العام للجمهور نحو قضية تدوير المياه، حيث استهدفت التعرف على تأثير معالجة المواقع الإلكترونية لموضوع إعادة تدوير المياه في الصين على الشعور العام لدى المجتمع المحلي، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور الصيني قوامها (1200) مفردة بحثية في 34 مدينة من خلال الاستقصاء، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تعرض الجمهور إلى المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بمتابعة قضية تدوير المياه وإعادة استخدامها في الصين أثرت بشكل كبير على اتجاهات الجمهور والمناخ العام فيما يتعلق بتقبل تلك القضية وتغيير سلوك الجمهور، إعادة تدوير المياه، كما بينت نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية ساهمت في تشكيل اتجاهات الجمهور بما يتفق مع توجهات الجمهور والحكومة المحلية فيما يتعلق بتلك الإجراءات لترشيد استخدام المياه وإعادة تدويرها واستخدامها مرة أخرى، كذلك بينت أن وجود اتجاه إيجابي مسبق لدى الجمهور في الصين نحو القضية له تأثير كبير على اتجاهاتهم نحو التأثير بالمضمون المقدم في المواقع الإلكترونية، والذي يقوم بمعالجة نفس القضية، مما يشير إلى أن هناك تأثيراً كبيراً للمواقع الإلكترونية على المجال والمناخ العام المتعلقة بالإصلاحات التي تدعو إليها الحكومة الصينية.

في حين تناولت دراسة «Rosenberg, J» (2021)<sup>(23)</sup> تأثير التعرض لـ«Twitter» على المناخ العام والتأثير على اتجاهات المعلمين نحو تقبل إصلاحات العملية التعليمية، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من تغريدات الجمهور على «Twitter» والمتعلقة بالإصلاحات التعليمية قوامها 100 تغريدة ومن خلال تحليل المضمون أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض للموضوعات المتعلقة بالإصلاحات الاقتصادية وبين وجود اتجاه إيجابي يتسق مع التوجه والمناخ العام للدولة نحو إقرار تلك الإصلاحات، كما بينت الدراسة أن تغيير اتجاه المعلمين بما يتفق مع المناخ العام لم يحدث بشكل مباشر بل استمر لفترة من الوقت حتى تتغير تلك الاتجاهات من السلبية إلى الإيجابية نتيجة الاقتناع المترسخ لدى المعلمين بأهمية تلك التغييرات والإصلاحات في مجال التعليم لتطوير المناهج بما يتفق مع معايير الدولة لضمان الجودة والاعتماد، كذلك بينت الدراسة أن تلك التغييرات في توجه المعلمين يرجع بشكل كبير نحو تقبل الطلاب وأولياء الأمور لتلك الإصلاحات، مما أدى إلى تكوين مجال ومناخ عام أثر بشكل كبير على تغيير اتجاهات المعلمين نحو تقبل تلك الإصلاحات.

كما تناولت دراسة «Sinpeng, A» (2021)<sup>(24)</sup> تأثير الحملات الإعلامية على منصة (Twitter) على الاتجاه العام للشباب والمراهقين فيما يتعلق بالإصلاحات السياسية والاقتصادية التي يجب على الحكومة القيام بها في تايلاند، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الشباب في تايلاند قوامها (460) مفردة بحثية، ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى أن المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية تعتبر من أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في تايلاند من أجل الحصول على المعلومات والأخبار، كما بينت الدراسة أن تدشين بعض الحملات التي تتادي بالإصلاحات الهيكلية السياسية والاقتصادية والاجتماعية مثل حملة (FreeYouth) والتي تعتبر من أهم الحملات التي تم إطلاقها للتعرف على الإصلاحات المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي ينبغي على الحكومة في تايلاند القيام بها جعلها أكثر تأثيراً على الشباب والمراهقين، بسبب أن تلك الإصلاحات بالفعل سوف تساعد على النهوض بالمجتمع في تايلاند وتحسين جودة الحياة بشكل عام، مما يشير إلى أن تلك المواقع كان لها تأثير على صناعة المناخ العام والتأثير على المراهقين والشباب، وجعلهم أكثر ارتباطاً بالموضوعات التي تهتم المجتمع.

وسعت دراسة محمد رفعت (2021)<sup>(25)</sup> للتعرف على درجة تعرض الشباب الجامعي البحريني للمواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية، وعلاقتها بالحالة المزاجية المسيطرة عليهم نحو إعلان ترامب خطة السلام الأمريكية المعروفة إعلامياً بـ(صفقة القرن)، واعتمد الباحث على عينة قوامها (215) مبحوثاً من الشباب الجامعي البحريني في جامعة البحرين الحكومية، والجامعة الخليجية (الخاصة)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية العدوى العاطفية كإطار نظري لها، وخلصت نتائج الدراسة إلى ارتفاع الاتجاه المعارض لخطة السلام الأمريكية من قبل الشباب الجامعي البحريني نحو هذه الخطة بنسبة 70%، وترى نسبة 77% أن هذه الخطة ما هي إلا صفقة القرن وتدخل أمريكي في المنطقة لصالح إسرائيل، كما ارتفعت نسبة الموافقة الشديدة على عبارات التمييز الدلالي مزاجاً سلبياً تعيساً بسبب إعلان ترامب لهذه الخطة.

وتناولت دراسة «Eunil Park» (2020)<sup>(26)</sup> تأثير المعالجة الإعلامية للموضوعات المتعلقة بالطاقة النووية وعلاقته بالتأثير على الرأي العام في كوريا الجنوبية ومن خلال تطبيق نظرية المزاج العام، أشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام في كوريا الجنوبية ساهمت بشكل كبير في إقناع الجمهور بخطورة الاستخدام غير السلمي للطاقة النووية ومن بينها تخصيص اليورانيوم، كما أشارت إلى اعتماد الإعلام الكوري على استخدام إطار التخويف من خلال التركيز على المخاطر المحدقة باستخدام أسلحة الدمار الشامل من بينها تكرار عرض الأخبار المتعلقة بالتسريبات الإشعاعية وتأثيراتها الخطيرة على الشعب، وكذلك أشارت نتائج الدراسة من الناحية الأخرى اعتماد الإعلام الكوري على استخدام إطار الإيجابيات للتركيز على النواحي الإيجابية للطاقة النووية والاستفادة منها في المجتمع، ومن بينها استخدامه في توليد الطاقة، مما أدى بشكل كبير في تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور الكوري، فيما يتعلق بالاستخدام السلمي للطاقة النووية.

كما رصدت دراسة راللا عبد الوهاب (2020)<sup>(27)</sup> اتجاهات المواقع الإلكترونية نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي وطبيعة العلاقة بين حجم التعرض للصحف المصرية ودرجته، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للجمهور المصري تجاه إجراءات الإصلاح الاقتصادي بشكل خاص والاقتصاد المصري بشكل عام، واعتمدت الدراسة على أداتي تحليل المضمون، والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط الملكية الخاصة بالمواقع الإخبارية محل الدراسة (قومي - خاص - حزبي)، واتجاه المعالجة المستخدم في المواقع الإخبارية محل الدراسة (إيجابي - محايد - سلبي)، كما يتضح وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات الدولة المالكة للمواقع الإخبارية محل الدراسة (سي إن إن، روسيا اليوم، دويتشه فيله)، واتجاه المعالجة المستخدم (إيجابي - محايد - سلبي)، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، حيث أثبتت النتائج أن ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية.

بينما تناولت دراسة حنان عبد الوهاب (2020)<sup>(28)</sup> تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، وتم تطبيق استبيان إلكتروني على عينة قوامها (400) مفردة، لرصد المزاج العام والشخصي (السلبي والإيجابي) وتوقعات المستقبل، ودرجة الرضا عن الإجراءات الرسمية للتعامل مع أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية تعد مصادر المعلومات الرئيسية من الأزمة. وجاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع التغطية الإخبارية، ثم الدوافع الشخصية، وتصدرت دوافع الخوف والتوتر مستوى الدوافع الطقوسية لدى الجمهور، كما سيطرت الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي والسلبي لدى الجمهور المصري.

وقارنت دراسة محمد رفعت (2019)<sup>(29)</sup> بين تأثيرات التعرض للإعلام التقليدي واستخدام الإعلام الحديث على الحالة المزاجية للمصريين بصدد اتفاقية تعيين الحدود البحرية بين مصر والسعودية، كما يصف الحالة المزاجية العامة السائدة لدى الشباب المصري نحو الاتفاقية، والتي عرفت إعلامياً باتفاقية تيران وصنافير، ومن أهم نتائج الدراسة غلبة المزاج العام السلبي نحو اتفاقية تيران وصنافير، ورفض وسخط النسبة الأكبر من العينة لقرار سعودية الجزيرتين بواقع 57,2%، وانتشار حالة من الإحباط واليأس من إقرار الحكومة للاتفاقية بواقع 54,3% مع استياء النسبة الأكبر من العينة من المسؤولين (الحكومة والرئيس والبرلمان) بواقع 54,8%، حالة غضب لعدم الأخذ بحكم القضاء الإداري ببطلان الاتفاقية بنسبة 53,2%.

وتناولت دراسة محمود محمد عبد الحليم (2017)<sup>(30)</sup> اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية من خلال توظيف نظرية المزاج العام، وقد أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التليفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا

الاقتصاد المصري، بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية التليفزيونية والمتغيرات الديموغرافية (النوع، نوع التعليم الجامعي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، ووجدت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على متابعة المواقع الإخبارية التليفزيونية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة نحو قضايا الاقتصاد المصري.

### التعليق العام على الدراسات السابقة:

1- يتضح من عرض الدراسات السابقة أن كلاً من الصحف والمواقع الإخبارية تقوم بدور كبير في متابعة خطة التنمية سواء في المجتمع المصري أو المجتمعات الأخرى العربية والأجنبية، حيث كشفت العديد من الدراسات السابقة عن قدرة تلك الوسائل على متابعة المشروعات التنموية القومية وتعريف الجمهور بها، وتشكيل اتجاهات إيجابية عنها وعن القائمين عليها لدى الجمهور.

2- يتبين من الدراسات أنه لا يوجد خلاف بين الدراسات التي طبقت في المجتمعات العربية أو الأجنبية في بيان فاعلية الوسائل الإعلامية، سواء التقليدية أو الرقمية، في توجيه الرأي العام وتشكيله من خلال تسليط الضوء على القضايا المتعلقة بالتنمية في المجتمع، والتي تقوم بتسليط الضوء على المبادرات الحكومية التي تهدف إلى تنمية وتطوير المجتمعات، حيث ركزت الدراسات على دور وسائل الإعلام بشكل عام في التركيز على تلك القضايا، ومن أمثلة الدراسات التي طبقت في الدول الأجنبية دراسة ( Hargartner, D, 2021) في الولايات المتحدة، ودراسة (Eunil Park, 2020) في كوريا الجنوبية، ودراسة (Zhang, X, 2021) في الصين، ودراسة (Lin, Y, 2022) في هولندا، ودراسة (Aktar, D, 2022) في بنجلاديش، بينما تعددت الدراسات التي استهدفت المجتمعات العربية مثل دراسة (محمد رفعت، 2021) في البحرين، ودراسة (إبراهيم محمد أبو المجد فرج، 2022)، ودراسة (ريهام طلعت، 2021)، ودراسة (غادة موسى صقر، 2021)، ودراسة (دعاء فكري، 2021)، والتي طبقت جميعها في جمهورية مصر العربية.

3- كشفت الدراسات السابقة عن أن الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الرقمية (المواقع الإخبارية) وقدرتها على ملاحقة الأحداث ومتابعة التطورات كانت أهم دوافع الجمهور لمتابعة تلك الوسائل في التعرف على المعلومات الجديدة عن القضايا القومية المختلفة، كما أنها أصبحت من أول وأهم مصادر المعلومات لديهم، كما كشفت الدراسات السابقة أيضاً عن أن الجمهور يعتمد في ترتيب أولويات القضايا والاهتمامات لديه على تلك المواقع، أي أنها تقوم بدور مهم في التأثير عليهم بشكل كبير.

4- أوضحت بعض الدراسات السابقة أن المواقع الإخبارية قد قامت بدور مهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا القومية من خلال ما تمتلكه من إمكانية الجمع بين الصوت والصورة المرئية، وأنها اعتمدت على الفيديوهات الحية من مواقع الأحداث كأحد أهم الاستمالات المستخدمة لإقناع الجمهور.

5- أوضحت الدراسات السابقة أن الحكومات والدول أصبحت تعتمد على وسائل الإعلام الرقمية في التواصل مع الجمهور من خلال إخبارهم بالمراحل المختلفة في تنفيذ خطط التنمية التي أقرتها، بالشكل الذي يجعل وسائل الإعلام أداة الوصل بين الدولة والجمهور، وهو ما يثبت دور وسائل الإعلام كمرقب على تلك الخطط وإعلام الجمهور بها.

6- أكدت الدراسات السابقة والتي تناولت الجوانب التنموية في الدولة المصرية، قيام وسائل الإعلام عامة والمواقع الإخبارية خاصة بمتابعة عدد من المشروعات التنموية كان أهمها قضايا الإصلاح الاجتماعي كمشروعات تنمية الريف المصري، والمشروعات القومية في الطرق والكباري ومشروعات إنشاء الجامعات الأهلية الجديدة وتطوير العشوائيات وغيرها، وقد أكدت تلك الدراسات على دور هذه المواقع في تشكيل آراء الرأي العام حول تلك المشروعات وتشكيل اتجاهات ايجابية عنها.

7- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على مناهج وأساليب متشابهة إلى حد كبير، إلا أن منهج المسح كان المنهج الأكثر استخداماً، كما تعددت أدوات جمع البيانات ما بين أدوات كمية كاستمارة الاستقصاء (الميدانية- البريد الإلكتروني)، وأدوات كيفية كدراسة الحالة والمقابلات المتعمقة، إلى جانب استخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي، كما اعتمدت دراسة واحدة على المنهج التجريبي، وسوف تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح باستخدام أداة الاستقصاء.

8- اعتمدت الدراسات السابقة على عدد من النظريات كان أهمها الأطر الخيرية ونظرية التهنية المعرفية والاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية المزاج العام وسوف تتفق الدراسة الحالية مع دراسات المحور الثاني التي اعتمدت على نظرية المزاج العام.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة مما أوردته الدراسات السابقة على نحو ما، توضحه النقاط التالية:

1- تسير الدراسة على نهج الدراسات السابقة في كونها دراسة اعتمدت على الشق الكمي، وذلك في تناولها لموضوع مبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية وعلاقتها بتشكيل وإدارة المزاج العام للجمهور المصري.

2- استفادت الباحثة من الأطر المعرفية للدراسات السابقة في تحديد الجوانب الخاصة بالدراسة، حيث قدمت تلك الدراسات إطاراً معرفياً عن تناول المواقع الإخبارية والصحف للمشروعات التنموية في مصر ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور، وقد مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، أيضاً ساعدت تلك الدراسات على تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها، والإطار النظري الذي يمكن الاعتماد عليه، وهو نظرية «المزاج العام»، والمساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات، والإفادة منها في تصميم

استمارة الاستقصاء، كما أسهمت في معرفة المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الرجوع إليها.

3- وعلى المستوى التطبيقي للدراسة، فقد استفادت الباحثة من إجراء المقارنات الخاصة بالفروق بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما ستوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج، ما قد يثري الدراسة بشكل فعال.

### ثانياً: مشكلة الدراسة:

تعد دراسة المزاج العام من الدراسات المهمة التي تلقى اهتماماً كبيراً من الباحثين، لأنها توضح مدى رضا الجمهور أو سخطه لما هو مقدم له من الحكومة والأحزاب والتيارات السياسية ومنظمات المجتمع المدني من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وتلعب الصحافة والمواقع الإخبارية دوراً مهماً في بناء وإدارة الحالة المزاجية للجمهور، حيث تؤثر التغطية الصحفية المكثفة على المعايير التي يبني عليها الأفراد تقييماتهم وتصوراتهم نحو أداء الحكومات أو الرؤساء، والبرامج والسياسات والمبادرات... إلخ.

ونظراً لاهتمام وسائل الإعلام بنشر كل الأخبار المتعلقة بمبادرة حياة كريمة، وهي من ضمن الملفات المهمة التي تهتم المواطن المصري، ويهتم بأخبارها ومتابعتها، لذلك تهتم الدراسة الحالية بالتعرف على دور الأخبار المنشورة عن مبادرة حياة كريمة في الصحف الإلكترونية في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي.

وقد أصبحت المواقع الإخبارية المحلية والدولية مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث في المجتمع، وجاءت الدراسة الحالية للتعرف على دور المواقع الإلكترونية المصرية في تغطية مبادرة حياة كريمة ضمن إجراءات الإصلاح الاجتماعي، من خلال اختبار بعض من فرضيات نظرية إدارة المزاج العام، المتعلقة بالتعرض الانتقائي للمضامين، وتأثير ذلك على الحالة المزاجية بالتطبيق على إجراءات الإصلاح الاجتماعي باتجاهاتها (السلبية – الإيجابية – المحايدة) على تغيير حالة المزاج السائد لدى الجمهور.

### ثالثاً: أهمية الدراسة:

#### أ- الأهمية النظرية:

1. تأتي أهمية الدراسة في أنها تتناول أحد الموضوعات المهمة والتي تتميز بالحدثة بشكل كبير خاصة مع الإجراءات التي تتخذها الدولة للإصلاح الاجتماعي والاقتصادي للفرد، حيث تتناول أحد أهم المبادرات الرئاسية، وهي مبادرة «حياة كريمة»، والتي تتصل بشكل رئيسي بعدد كبير من الفئات، خاصة المتضررة والأكثر فقراً مثل المواطنين بلا مأوى، وذوي الهمم، والشباب الذي لا يملك وظيفة والأيتام وغيرها من الفئات، وتعد هذه المبادرة واحدة من ضمن عدد كبير من المبادرات التي أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي بهدف تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع المصري على كافة المستويات، الاجتماعية والصحية والبيئية والاقتصادية.

2. كما تتبع أهمية الدراسة من كونها تسعى إلى تطبيق فرضيات أحد النظريات المهمة في مجال الرأي العام وهي نظرية المزاج العام، من خلال تفسير عملية تشكيل المزاج العام

في المجتمع المصري، والقاء الضوء علي مدركاتهم بالمبادرات الوطنية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.

3. تعد الدراسة الحالية استكمالاً للدراسات التي تناولت دور الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا التنموية لما لها من أهمية بالنسبة للمواطن للتعرف على جهود الدولة المصرية لتنفيذ خطط التنمية التي أقرتها، وللدولة المصرية للتعرف على اتجاهات الرأي العام نحو تلك المشروعات، كما ستوفر الدراسة رصيماً علمياً عن إحدى قضايا التنمية -وهي مبادرة حياة كريمة- وتوثيقاً خلال فترة البحث، مما قد يثري المكتبة الإعلامية.

#### ب- الأهداف المجتمعية:

4. تعمل الدراسة على توفير بيانات علمية حول معرفة اتجاهات الرأي العام المصري تجاه المعالجة الإعلامية لخطة التنمية والمتمثلة في مشروع مبادرة حياة كريمة، وهو ضمن (رؤية مصر 2030)، مما يمكّن صناع القرار الإعلامي من التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تلك المبادرة، ومن ثم وضع الإستراتيجيات الإعلامية المناسبة لهم واعداد الرسائل الاتصالية بما يتوافق مع اتجاهاتهم نحو المبادرة.

#### رابعاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم التعرض لتغطية مبادرة حياة كريمة بالمواقع الإخبارية ودرجته، وتأثير ذلك على تشكيل الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، وينتفع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف، هي:

1. التعرف على العلاقة بين التعرض لتغطية مبادرة حياة كريمة بالمواقع الإخبارية ونوعية وطبيعة حالة المزاج العام للجمهور المصري.
2. رصد العلاقة بين التعرض للموضوعات المثارة عن مبادرة حياة كريمة بالمواقع الإخبارية ودرجة الشعور العام بالرضا أو الغضب أو الإحباط لدى عينة الجمهور المصري.
3. تحليل العوامل المؤثرة في طبيعة العلاقة بين التعرض لتغطية المواقع الإخبارية ووسائل الإعلام الأخرى لمبادرة حياة كريمة، وتفسير ذلك، وعلاقته باتجاهات المزاج العام للجمهور في ضوء المتغيرات الديموغرافية.
4. التعرف على دور المواقع الصحفية الإلكترونية في متابعة مبادرة حياة كريمة من وجهة نظر الجمهور المصري وتأثيرها على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحوها.
5. الكشف عن اتجاهات الرأي العام المصري نحو مبادرة حياة كريمة كإحدى قضايا الإصلاح الاجتماعي والمشروعات التنموية التي تقوم بها الدولة المصرية منذ تبنيتها رؤية 2030.



### خامساً: الإطار النظري للدراسة «نظرية المزاج العام»:

يعتبر مفهوم المزاج العام (Public Mood) من المفاهيم التي لا يوجد تعريف محدد ودقيق لها؛ ويتمثل في حالة شعورية سائدة بين أفراد المجتمع خلال فترة معينة تعبر عن اتجاهاتهم إزاء قضية أو موضوع أو حدث أو شخصية عامة إلى غير ذلك، وتدرج هذه الحالة بين (مشاعر إيجابية - مشاعر سلبية)، ويمكن ترجمة هذه الحالة إلى سلوك أو رؤية ورأي عبر الموافقة أو المعارضة.<sup>(31)</sup>

ويمكن أن يطلق على هذه الحالة العاطفة الاجتماعية (Social Emotion)<sup>(32)</sup> حيث تعبر عن شعور أو رأي أو سلوك جمعي خلال فترة زمنية أو لحظة معينة، إذ ينشأ المزاج العام من الواقع الاجتماعي الذي تعيشه فئات المجتمع، ويتدخل في تشكيله كل من الأيديولوجية السياسية وحصيلة القيم والمعتقدات والموروثات الاجتماعية، وقد يترجم إلى ظاهرة سلوكية عامة في المجتمع مثل التأييد أو الرفض من خلال الاستفتاءات. ويتم باستمرار تحديث أو تجديد هوية المزاج العام بصورة مستمرة وتلقائية بواسطة المحتوى الإعلامي والإعلانات وتغطيات الأحداث<sup>(33)</sup>، كما يمثل الانتماء الحزبي أحد محددات الاستجابة نحو إحدى القضايا باعتبار أن الأيديولوجية السياسية تعد مصدر تفضيلات الجمهور كاستجابة للتغيرات<sup>(34)</sup>، بالإضافة إلى أن الأوضاع الاقتصادية تعد هي الأخرى من ديناميات المزاج العام والاستجابات الشعورية والسلوكية، حيث يؤثر مستوى الحالة الاقتصادية على تصورات الجمهور للمستقبل.

ويقصد بنظرية المزاج العام أو (Public Mood Theory) بأنها مجموعة اتجاهات وتصورات الجمهور نحو الشأن أو القضايا العامة الموجودة في المجتمع في فترة أو حقبة زمنية معينة.<sup>(35)</sup>

وتعتبر نظرية «المزاج العام» من النظريات المهمة التي حاولت تفسير دور الإعلام الذي تقوم به الحكومات فيما يتعلق بالتأثير على اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بالإصلاحات التي تسعى إلى تحقيقها في المجتمع سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية.

وتشير نظرية إدارة المزاج إلى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم مزاجهم الإيجابي، وهذا ما يعرف بـ«شيوخ السعادة» (Commonly Pleasure)، وتقليل مزاجهم السلبي، وهذا ما يعرف بـ«شيوخ الألم» (Commonly Pain)، وذلك وفقاً لفرضية المتعة (Hedonistic)، ومن ثم فتعرض الجمهور للمحتوى الترفيهي عبر وسائل الإعلام قد يعظم من مزاجهم الإيجابي ويحقق لهم المتعة المطلوبة.<sup>(36)</sup>

وبناء على ذلك، فالمزاج العام لا يأتي من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية واقتصادية ومعرفية ودينية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع، وتؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيله وإدارته؛ فالجماهير تفسر المواقف والأخبار ومستجدات الأحداث التي يعرفونها من وسائل الإعلام وفقاً لأهوائهم ومزاجهم في محاولة منهم للحفاظ على الاتساق العاطفي مع ميولهم التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية.<sup>(37)</sup>

ومن أهم مميزات المزاج العام أنه يوثق الشعور العام كمؤشر مهم ممثل ومعبّر عن تلك الفترة، وبالتالي فهو يحدد الهوية الاجتماعية للأفراد نظراً لكونه يلخص رؤية عامة أو توجهاً عاماً ترغب الجماعة في التعبير عنه إزاء حدث أو قضية أو شخص أو غيره، حيث يختزل جميع المشاعر والآراء المتواجدة ويترجمها إلى توجه معين ذي صبغة أو هوية محددة وخلق ما يسمى بـ«التيار السائد» (Mainstream)، والذي يعني أن هناك تياراً أو توجهاً رئيسياً في أي مجتمع ناضج يقود اتجاهات التفكير العام في مقابل تيارات فرعية هامشية، لكنها لا تؤثر كثيراً في مجرى النقاش السائد، إذ قد يغلب على المجتمع أكثر من شعور عام وفقاً لتكوينات الجماعات داخل هذا المجتمع وخصائصها، والتي قد تختلف مع بعضها بعضاً وتتسم بالتنافر، خصوصاً فيما يتعلق بالقضايا الخلافية والمسائل الجدلية، ولكن يسود شعور عام يطغى على آخر لكونه يحظى بالأغلبية.<sup>(38)</sup>

كما يعبر المزاج العام عن مدى وعي المواطنين بأهم القضايا البارزة ومدى انخراطهم فيها، فضلاً عن إمكانية الاستعانة به من أجل تحليل وتفسير عملية الصراع السياسي خلال فترات الأزمات وشرح هيكلية حالات الاستقطاب التي يمكن أن تتشكل خلال تلك الفترة.

ويعد المزاج العام حالة وجدانية مؤثرة بين قطاعات من المواطنين نتيجة الخبرات التي يتشاركها هؤلاء بحكم عضويتهم في مجتمع سياسي وطني واحد، وعليه فالمزاج العام ليس انعكاساً للمزاج الشخصي للمواطن أو الفرد على الشأن العام، وهو ليس بحاصل جمع أو متوسط الأمزجة الخاصة بجموع المواطنين عبر الحياة اليومية لهؤلاء، ولكنه يتشكل ويتكون بين قطاعات واسعة من الجمهور نتيجة تشارك الخبرة، وبحكم الوجود داخل مجتمع سياسي، والتعرض والتأثر المشترك بأحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية معينة.<sup>(39)</sup>

وللمزاج العام داخل المجتمعات حالتان: فهناك الحالة الإيجابية (Positive Mood) التي قد تتمثل في الشعور بالأمل، والسعادة، والتفاؤل، والرضا العام، والاطمئنان والقدرة على الإنجاز. وفي المقابل، هناك الحالة السلبية (Negative Mood)، حيث الشعور بالإحباط أو عدم الرضا، أو الشعور بالحزن والقلق، أو عدم الارتياح والخوف، والغضب أو السخط، والانزعاج أو التعاسة.<sup>(40)</sup>

وتستهدف الحكومات من خلال توظيف وسائل الإعلام سواء كانت الرقمية أو التقليدية خلق حالة سيكولوجية إيجابية لدى الجمهور المستهدف تجعله يتقبل حزمة الإصلاحات التي تقوم بها، من خلال نشر الأخبار الإيجابية المتعلقة بتلك الإصلاحات والمكاسب العائدة على أفراد المجتمع عند تطبيق تلك الإصلاحات، مما يؤدي إلى خلق إجماع أو اتفاق عام بين فئات الجمهور المستهدف نحو تأييد مثل تلك الإصلاحات أو المبادرات التي تسعى إلى تطبيقها في المجتمع، خاصة أن الكثير من الحكومات لا تستطيع التواجد دون الحصول على رضا المجتمع المدني.<sup>(41)</sup>

لكن الحكومات لم تكن الطرف الرئيس المتحكم فيما يعرف بالمزاج العام، فنتيجة لانتشار المواقع الإلكترونية جعل الكثير من القوى الفعالة تلجأ إلى تسخير تلك المنصات الرقمية الأكثر استخداماً بين فئات المجتمع خاصة الشباب من أجل خلق مزاج عام مضاد للتوجهات الحكومية، خاصة في دول العالم الثالث، من خلال التركيز على جوانب القصور في الأداء

الحكومي فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، لخلق مزاج عام مناهض للأداء الحكومي مما يؤدي إلى خلق الثورات والحركات المناهضة بناء على وجود إجماع ضد الأداء الحكومي من فئات المجتمع، والذي بدأ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>(42)</sup>

### ديناميات المزاج العام:

المزاج العام لا ينشأ من فراغ، ولكنه يتطلب عددًا من الديناميات لكي ينشأ ويتشكل ويظهر جليًا ويصبح ملموسًا، تتمثل في:

1. وجود قضية عامة بارزة (Hot big Issue) تطرأ على المجتمع، وتتنصف بالأهمية وتمس الرأي العام وتستحوذ على اهتمامه، وبالتالي تمثل القضية المثير أو المنبه.
2. توفير المعلومات للجمهور من خلال وسائل الإعلام.
3. وجود اتجاه سائد ويمثل توجهًا بعينه أو عددًا من التوجهات (على اختلاف توجهات الوسيلة الإعلامية "حكومية أو خاصة")، وذلك حسب الإدارة التحريرية لوسائل الإعلام وطبيعة تغطيتها للقضية المطروحة من خلال النقاش المتداول بين النخبة والشخصيات البارزة، ويحاول هذا الاتجاه التأثير على عملية صناعة القرار لدى المواطن، واتجاهات الرأي العام.<sup>(43)</sup>
4. تشغل القضية الرأي العام بشكل قد يطغى على أحاديته اليومية وينعكس على نقاشاته، وتتأثر وجهة نظره وفقًا لعدد من العوامل أهمها طبيعة الجماعة، والأيدولوجية السياسية، وغيره، كما تتأثر بوسائل الإعلام التي يتابعها الجمهور (قناة ذات توجه معين على سبيل المثال).
5. وصول الجماعة إلى تقييم عام (General Adjustment) يتسم بالعمومية والتعبير عن رأي الأغلبية.<sup>(44)</sup>

### مقومات تكوين وظهور المزاج العام:

1. ضرورة توافر عنصر المعرفة والفهم عند وجود قضية تهم الأكثرية من أفراد المجتمع.
2. تأثر المزاج العام بكل من وسائل الإعلام والاتصال المواجهي الذي يتم بين أفراد المجتمع، والظروف المحيطة، وخصائص الجمهور مثل الأيدولوجية السياسية.
3. أن المزاج العام يتطلب توافر مناخ من الحرية والديمقراطية ليكون جليًا وصادقًا ويمكن قياسه.

ومن عيوب المزاج العام أنه في ظل مناخ يفتقر إلى الديمقراطية وحرية التعبير يصعب قياسه لأسباب قد ترجع إلى شعور الجمهور بالخوف أو التردد في التعبير بسبب تنامي السلطوية في المجتمع، وبالتالي ربما تكون النتائج المستخلصة غير دقيقة وغير معبرة عن المزاج الفعلي للجمهور. فضلًا عن أن المزاج العام يعبر عن رأي الأكثرية، وبالتالي فهو يتجاهل باقي الآراء الأقل في المجتمع على الرغم من كونها تعكس تمثيلًا لجماعات بعينها فيه، كما أن المزاج العام متغير من فترة لأخرى، وفقًا للظروف والمتغيرات المحيطة، وبالتالي لا يمكن تعميمه فترة طويلة.<sup>(45)</sup>

### تطبيق نظرية المزاج العام على الدراسة:

يساهم تحليل المزاج العام في معرفة طبيعة الاتجاهات والتوقعات التي تتولد لدى الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة والكشف عن مدى رضاه حول سياسات الحكومة إزاء إحدى أهم قضايا التنمية، وأهم الآليات والسياسيات التي تتخذها الدولة خلال مرحلة تنفيذ الخطط التنموية، حيث يحدد المزاج العام الرؤية العامة لدى المواطن نحو سير العملية التنموية، ويحدد أولوياته من القضايا، فضلاً عن أهمية تحديد رأي المواطن ورؤيته نحو المستقبل، ومعرفة ما إذا كانت إيجابية متفائلة أم سلبية متشائمة، وفقاً لما يراه من تنفيذ المشروعات التنموية في الدولة.

### تغطية المواقع الإخبارية لمبادرة حياة كريمة:

#### مبادرة حياة كريمة:

تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، وهي مبادرة متعددة في أركانها ومتكاملة في ملامحها، تنبع من مسئولية حضارية وبعد إنساني قبل أي شيء آخر، فهي أبعد من كونها مبادرة تهدف إلى تحسين ظروف المعيشة والحياة اليومية للمواطن المصري، لأنها تهدف أيضاً إلى التدخل الأنّي والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم، من هنا جاء دور مبادرة حياة كريمة، إحدى أهم وأبرز المبادرات الرئاسية لتوحيد جهود الدولة والمجتمع المدني والقطاع الخاص بهدف التصدي للفقر المتعدد الأبعاد، وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للفئة الأكثر احتياجاً في محافظات مصر، ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها، والاستثمار في تنمية الإنسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية.

#### ومن أهم مبادئ مبادرة حياة كريمة:

- الشفافية في تداول المعلومات.
- النزاهة في أداء الخدمة لمستحقيها.
- الثقة المتبادلة بين كافة الجهات الشريكة والشباب المتطوع للعمل.
- التوازن بين تقديم التدخلات الخدمية والتدخلات التنموية والإنتاجية.
- تعزيز الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجاً.
- الالتزام والتعهد لكل شريك للقيام بدوره وفق منهجية العمل ومعايير الخدمات.
- دعم اللامركزية عن طريق تفويض السلطة وإتاحة قدر أكبر من المرونة وتقريب المسافة بين مستويات اتخاذ القرار.

#### أهداف المبادرة: (46)

1. الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.
2. التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجاً في الريف والمناطق العشوائية في الحضر.
3. التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجاً بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.

4. تنظيم صفوف المجتمع المدني و بث الثقة في كافة مؤسسات الدولة.
  5. إشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم.
  6. توفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية.
  7. الاستثمار في تنمية الإنسان المصري.
  8. سد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها.
  9. إحياء قيم المسؤولية المشتركة بين كافة الجهات الشريكة لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها.
- المواقع الإخبارية الصحفية:**

يقصد بها المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، التي تهتم بالمعالجات الصحفية، وتقدم أخبارًا وتحليلات وتحقيقات للقضايا والموضوعات التي تهتم المجتمع، وتأتي على أولويات اهتمام الجمهور والدولة.

#### دور المواقع الإخبارية في معالجة قضايا التنمية المستدامة<sup>(47)</sup>.

منذ ظهور الإعلام الإلكتروني قام بتزويد الحكومات بالفرص والإمكانات لضمان الوفاء بشكل أفضل لمسئوليتها، وعلى وجه الخصوص وتحديدًا فيما يتعلق بتحقيق الشفافية وتفاعل الحكومات في تعاملها مع الجماهير<sup>(48)</sup>، كما أن طبيعة الإعلام الإلكتروني سهلت ومكنت المواطنين من الدخول للمواقع والمعلومات الحكومية، وبالتالي المشاركة في عملية صنع القرار، كذلك فإن الحكومات في تلك الأيام أصبحت قادرة على الإجابة عن استفسارات المواطنين في الوقت المناسب، كذلك تعكس تلك المواقع رجوع صدى المواطنين فيما يتعلق بالعمليات الحكومية، وفي هذا الصدد فإن المواقع الإلكترونية لديها القدرة على إرساء تفاعلات بين الحكومة والمواطنين<sup>(49)</sup>. فيما يخص السياق المجتمعي لهم .

ولقد أثبتت العديد من الدراسات العربية وغير العربية أن المواقع الإخبارية في عصرنا الحالي تأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها كثير من الجمهور بمختلف أعمارهم، وميولهم، واهتماماتهم، ويتعاطم دورها في معالجة القضايا المهمة في المجتمع، فتأتي مساعدة ومساندة لأجهزة الدولة، وبالأخص القضايا المهمة، كقضية التنمية المستدامة، فأصبح لزامًا لنجاح أي مشروع تنموي تهدف الدولة لتحقيقه أن يتبنى الإعلام معالجته وتوعية المواطنين به، فيقف الإعلام التنموي (الإعلام الذي يهدف إلى تنمية المجتمع من خلال التركيز على الموضوعات التنموية والمبادرات جنبًا إلى جنب مع أجهزة الدولة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة) من خلال:

- المساعدة في تهيئة المواطنين فكرياً بما يخدم المصلحة العامة ويسهم في تحقيق خطط الدولة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.
- الإسهام في تشكيل اتجاهات إيجابية تخدم خطة الدولة نحو التنمية المستدامة.
- العمل على كسب ثقة المواطن كشريك في الخطط والبرامج التنموية بشكل فعال، وتشجيعه على المشاركة الإيجابية.

- الشرح والتفسير للأفكار المستحدثة لخطط التنمية المستدامة وتقريبها للجمهور البسيط.
- توظيف عناصر الوسائط المتعددة توظيفاً يخدم معالجة قضايا التنمية المستدامة.
- توظيف مؤشرات جودة تصميم وتنظيم المواقع الإخبارية المعالجة لقضايا التنمية المستدامة.

#### سادساً: تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى معرفة الجمهور المصري ووعيه بمبادرة حياة كريمة؟
2. ما مصادر معرفة الجمهور المصري بمبادرة حياة كريمة؟
3. ما تقييم الجمهور المصري لمبادرة حياة كريمة؟
4. ما سمات الحالة المزاجية للجمهور المصري المتكون من جراء التعرض لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
5. ما العوامل المؤثرة في طبيعة العلاقة بين التعرض لأخبار مبادرة حياة كريمة وبين اتجاهات المزاج العام للجمهور المصري نحوها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية في ضوء التعرض للمواقع الإخبارية؟

#### سابعاً: فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة ومدى معرفتهم وإدراكهم للمبادرة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة، والحالة الإيجابية والسلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر السلبية والإيجابية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة حسب متغير (السن) حول مدى معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه الحكومة ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة حسب متغير (الدخل) حول مدى معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه الحكومة ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### عينة الدراسة:

تنتمي عينة الدراسة إلى العينات العمدية، حيث تم اختيار عينة عمدية من الجمهور المصري من الذكور والإناث من محافظات القاهرة والجيزة وشمال سيناء، وقد بلغ قوام العينة (408) باحثين<sup>(50)</sup>، وتم إرسال الاستمارة إلى الباحثين عن طريق (google docx)، وراعت

الباحثة أن تشابه الخصائص الديموغرافية للعينة حتى لا تكون سبباً في اختلاف النتائج، وتم توزيعها على مجموعات الواتس آب وفيسبوك، في الفترة من 2022/4/15 وحتى 2022/5/30، ويرجع السبب في اختيار تلك الفترة الزمنية إلى كثرة وانتشار أخبار مبادرة كريمة وإنجازاتها، في المواقع الإخبارية خاصة خلال شهر رمضان 2022.

### أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على استمارة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، واهتمت الباحثة بأن تحتوي الاستمارة على أسئلة تقيس متغيرات الدراسة، والتي تود التحقق منها، وقد احتوت الدراسة على مقاييس التعرض، والمزاج العام، ومقاييس الرضا عن الأداء الحكومي في مبادرة حياة كريمة، وعلاقة كل ذلك بالمتغيرات الديموغرافية لدى الجمهور المصري، وقد تم إرسال الاستمارة الإلكترونية لعينة من الجمهور المصري.

### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى (الدراسات الوصفية) التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الموضوعات، وفي ظل قلة الدراسات السابقة التي تناولت الإصلاح الاجتماعي في تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، قامت هذه الدراسة برصد وتفسير وتحليل مبادرة حياة كريمة، من خلال الكشف عن تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي.

### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الجمهور المصري الذين يتعرضون للمواقع الإخبارية، باعتباره من المناهج التي تسهم في توصيف الظاهرة بعمق من جميع جوانبها، ويساعد في رصد قوة وضعف المتغيرات المؤثرة فيها، وهو ما يساعد في الوصول إلى قياس تأثير تغطية المواقع الإخبارية لمبادرة حياة كريمة على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري.

### 1- صدق أداة الدراسة:

تم التأكد من صدق الاستبانة الخارجي من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين<sup>(51)</sup> من ذوي الاختصاص والخبرة في المجال محل الدراسة؛ وذلك للقيام بتحكيمها بعد أن يطلع هؤلاء المحكمين على عنوان الدراسة، وتساؤلاتها، وأهدافها، فيبدي المحكمون آراءهم وملاحظاتهم حول فقرات الاستبانة من حيث مدى ملائمة الفقرات لموضوع الدراسة، وصدقها في الكشف عن المعلومات المرغوبة للدراسة، وكذلك من حيث ترابط كل فقرة بالمحور الذي تندرج تحته، ومدى وضوح الفقرة، وسلامة صياغتها، واقتراح طرق تحسينها بالإشارة بالحذف أو الإبقاء، أو التعديل للعبارة، والنظر في تدرج المقياس، ومدى ملاءمته، وغير ذلك مما يراه مناسباً. وبناء على آراء المحكمين وملاحظاتهم تم التعديل لبعض الفقرات والأسئلة، وكذلك تم إضافة وحذف بعض الفقرات، بحيث أصبحت صالحة للتطبيق في الصورة النهائية.

## 2- ثبات أداة الدراسة (Reliability):

نظرًا إلى صعوبة إعادة التطبيق على أفراد العينة تم حساب الثبات (Reliability) بطريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha)، ويوضح الجدول (1) معاملات الثبات التي تم الحصول عليها بتحليل الثبات.

جدول (1) معاملات ألفا كرونباخ لثبات أداة الدراسة

الدرجة	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات أو الأسئلة	السؤال أو المحور
جيدة	0.785	1	هل تتعرض للمواقع الإخبارية؟
جيدة	0.721	1	هل سمعت أو قرأت عن مبادرة حياة كريمة؟
جيدة	0.773	1	ما مدى متابعتك لمبادرة حياة كريمة؟
جيدة	0.768	4	التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية (العبارات الإيجابية)
جيدة	0.762	4	التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية (العبارات السلبية)
جيدة	0.705	1	مدى درايتك بالمبادرة
مرتفعة	0.828	13	كيفية معرفتك وإدراكك لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها
مرتفعة	0.801	5	المشاعر الإيجابية
مرتفعة	0.807	4	المشاعر السلبية
جيدة	0.704	4	شعورك الغالب وحالتك المزاجية عند قراءة أخبار عن مبادرة حياة كريمة حدد وجهة نظرك بها
مرتفعة	0.811	1	درجة شعورك بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة

يتضح من الجدول (1) أن قيمة معاملات الثبات لأسئلة ومحاور أداة الدراسة جاءت جميعها ما بين جيدة ومرتفعة، ويشير تحليل الثبات إلى الثبات الجيد للأداة، وبالتالي الثقة في نتائج الدراسة الميدانية وسلامة البناء عليها. كما يتضح من الجدول أن قيمة الثبات للأسئلة ومحاور أداة الدراسة قد تراوحت بين (0.704) و(0.828)، وجاءت جميعها مرتفعة، وهو ما يؤكد الصدق الذاتي لأداة الدراسة.

### مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

ويوضح الجدول (2) وصف عينة الدراسة بحسب (النوع والسن، والمهنة، والمؤهل الدراسي، ومحل الإقامة، والدخل).

جدول (2) وصف عينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	المتغير	
36.8	150	ذكور	النوع
63.2	258	إناث	
7.4	30	أقل من 20 سنة.	السن
64.0	261	من 20 سنة لأقل من 35 سنة.	
15.4	63	من 35 سنة لأقل من 50 سنة.	
13.2	54	50 سنة فأكثر.	



2.2	9	مؤهل متوسط أو فوق المتوسط	المؤهل الدراسي
75.0	306	مؤهل جامعي عالي	
22.8	93	دراسات عليا (ماجستير – دكتوراه)	المهنة
41.9	171	طالب	
17.6	72	موظف	
22.1	90	قطاع خاص	
18.4	75	بدون عمل	مكان الإقامة
45.6	186	ريف	
54.4	222	حضر	الدخل الشهري
49.3	201	أقل من 3000 آلاف جنيه شهريا	
19.1	78	من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريا	
31.6	129	أكثر من 5000 آلاف جنيه شهريا	المجموع
100	408		

يتضح من الجدول (2) أنه:

- 1- **بحسب متغير النوع:** قد تضمنت عينة الدراسة (258) من الإناث بنسبة مئوية (63.2%)، و(150) من الذكور بنسبة مئوية (36.8%).
- 2- **بحسب متغير السن:** قد تضمنت عينة الدراسة (261) من المستجيبين البالغ سنهم من 20 سنة لأقل من 35 سنة بنسبة مئوية (64%)، و(63) من المستجيبين البالغ سنهم من 35 سنة لأقل من 50 سنة بنسبة مئوية (15.4%)، و(54) من المستجيبين البالغ سنهم 50 سنة فأكثر بنسبة مئوية (13.2%)، وفي المرتبة الأخيرة المستجيبون البالغ سنهم أقل من 20 سنة بعدد (30) ونسبة مئوية (13.2%).
- 3- **بحسب متغير المؤهل الدراسي:** قد تضمنت عينة الدراسة (306) من الحاصلين على المؤهلات الجامعية بنسبة مئوية (75%)، و(93) من الحاصلين على دراسات عليا بنسبة مئوية (22.8%)، و(9) من الحاصلين على مؤهل متوسط أو فوق المتوسط بنسبة مئوية (2.2%).
- 4- **بحسب متغير المهنة:** قد تضمنت عينة الدراسة (171) طالبا بنسبة مئوية (41.9%)، و(90) من العاملين بقطاع خاص بنسبة مئوية (22.1%)، و(75) من المستجيبين بدون عمل بنسبة مئوية (18.4%)، وفي المرتبة الأخيرة المستجيبين الموظفين بعدد (72) ونسبة مئوية (17.6%).
- 5- **بحسب متغير الإقامة:** قد تضمنت عينة الدراسة (222) من المقيمين في الحضر بنسبة مئوية (54.4%)، و(186) من المقيمين في الريف بنسبة مئوية (45.6%).
- 6- **بحسب متغير الدخل الشهري:** قد تضمنت عينة الدراسة (201) من ذوي الدخل أقل من 3000 آلاف جنيه شهريا بنسبة مئوية (49.3%)، و(129) من ذوي الدخل أكثر من 3000 آلاف جنيه شهريا بنسبة مئوية (31.6%)، و(78) من ذوي الدخل من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريا بنسبة مئوية (19.1%).

### تاسعاً: مصطلحات الدراسة:

**المواقع الإخبارية:** هي مواقع شاملة متخصصة في نقل الأخبار وتقديم خدمات اجتماعية وترفيهية وخدمية من أحوال الطقس وشريط الأخبار وغيرها. (52)

**وتقصد بها الباحثة:** مجموعة المواقع التابعة للمؤسسات الصحفية والمتاحة على الإنترنت والتي تقوم بمتابعة مبادرة حياة كريمة من خلال التعريف بها وبأهميتها وبمشروعاتها التي تهدف إليها.

**مبادرة حياة كريمة:** هي مبادرة أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في ٢ يناير عام ٢٠١٩ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً على مستوى الدولة خلال العام ٢٠١٩، كما تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجاً وبخاصة في القرى.

**تعرفها الباحثة إجرائياً** إلى المبادرة الرئاسية التي تستهدف تنمية القرى الريفية الأكثر فقراً من خلال إعادة بناء المنازل غير المؤهلة للسكن، وتوفير الرعاية الصحية للمواطنين، وإعادة بناء الخدمات والاهتمام بالبنية التحتية للقرى من صرف صحي وكهرباء ومياه وغاز وغير ذلك.

**الإصلاح الاجتماعي:** يشير مفهوم الإصلاح الاجتماعي إلى تحسين الأحوال الاجتماعية عن طريق تعديل في بعض النظم الاجتماعية دون أن يؤدي إلى تغيير شامل في البناء الاجتماعي بشكل جذري. (53)

**وتقصد به الباحثة إجرائياً** بأنه: مدى التحسن في الأحوال والظروف الاجتماعية من خلال تنفيذ مشروعات مبادرة حياة كريمة بهدف تحقيق التنمية الشاملة وتحسين نوعية معيشة المواطنين في المناطق المتضررة.

**المزاج العام:** والمزاج العام كمفهوم هو الحالة الشعورية السائدة لدى مجتمع بعينه، في مرحلة زمنية محددة، إزاء قضية مشتركة، حيث يتم التعبير عن هذا المزاج من خلال الأقوال والأفعال والأحكام الشفاهية المتواترة على ألسنة العامة، ولا سيما في الأوساط الاجتماعية سريعة الانفعال. (54)

**وتقصد به الباحثة إجرائياً:** الحالة الشعورية المزاجية الوجدانية المسيطرة على المبحوثين نحو مبادرة حياة كريمة التي قد تكون حالة إيجابية مفعمة بالسعادة والرضا عن أداء الدولة المصرية، والشعور بالأمل والتفاؤل، أو حالة سلبية نتيجة الشعور بالإحباط والسخط، وذلك نتيجة متابعة تغطية المواقع الإخبارية للمبادرة.

**عاشراً: مقاييس الدراسة:** اعتمدت الدراسة على المقاييس التالية لقياس متغيراتها:

**أولاً: مقياس كثافة التعرض للمواقع الإخبارية:** تم تصميم المقياس ليتضمن التعرف على معدل التعرض للمواقع الإخبارية، المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يتابعها المبحوثون كمصدر للأخبار، مصادر قراءة المبحوثين عن مبادرة حياة كريمة، مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة.

### ثانياً: مقياس المزاج العام:

تم تطبيق المقياس، بحيث تعبر كل أربع صفات عن حالة مزاجية، إما إيجابي ( اشعر بالرضا- الأمل- الابتهاج والفرح- السعادة) أو سلبي ( السخط- الانزعاج والتوتر- اليأس- المهانة) "، وتم تحويل الدرجات لتكرارات ونسب مئوية أثناء المعالجة الإحصائية للبيانات. وتم عرض سؤال على المبحوثين عينة الدراسة هو: ما شعورك عند متابعة أي أخبار أو موضوعات عن مبادرة حياة كريمة وإجراءات الدولة في الإصلاح الاجتماعي.

### ثالثاً: مقياس الرضا العام عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة:

تم توجيه سؤال للمبحوثين هو: ما درجة شعورك بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة، وجاءت درجات الرضا (راض جداً - راض فقط - غير راض - ساخط)، وتم تحويل الدرجات إلى تكرارات ونسب مئوية في المعالجة الإحصائية للبيانات.

### نتائج الدراسة:

#### 1. معدل تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية:

#### جدول (3)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب التعرض للمواقع الإخبارية (ن=408)

النسبة المئوية	التكرارات	مدى التعرض للمواقع الإخبارية
89.7%	366	دائماً
10.3%	42	نادراً
100%	408	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن 89.7% من عينة الدراسة تتعرض دائماً للمواقع الإخبارية مقابل 10.3% منهم نادراً ما يتعرضون لها، ويتضح من النتائج أهمية المواقع الإخبارية بالنسبة للمبحوثين، إذ إنها تعد إحدى وسائل الإعلام المهمة بالنسبة لهم، وبالتالي تشير هذه النتيجة إلى ارتفاع نسبة من يتابعون المواقع الإخبارية نظراً لقدرتها على نشر الأخبار العاجلة قبل نشرها في الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعات والصحف، وكذلك القنوات الفضائية، كما أنها تتميز بعدة مميزات كالتفاعلية والسرعة الفائقة والقدرة على تقديم المحتوى بأكثر من شكل وباستخدام عدد كبير من عناصر الإبراز، وعلى الرغم من وجود فئة تتابعها نادراً بنسبة 10.3% من العينة إلا أنه يمكن تفسير ذلك بأنه في ظل التطور التكنولوجي والتنوع الإعلامي أصبح هناك العديد من الوسائل الإعلامية للجمهور التي يمكن الاختيار من بينها للتعرف على الأخبار التي تهمهم وتتفق مع ميولهم واتجاهاتهم.

وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **معين صالح يحيى**<sup>(55)</sup>، ودراسة **دعاء فتحي سالم**<sup>(56)</sup>، اللتان أشارتا إلى ارتفاع نسبة متابعة المواقع الإخبارية العربية بشكل دائم عن فئات المتابعة الأخرى، وقد أكدت نتائج **محمود محمد عبد الحليم** (2017)<sup>57</sup> وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي المواقع الإخبارية والمتغيرات الديموغرافية (النوع، نوع التعليم الجامعي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

## 2. كثافة تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية المصرية:

### جدول (4)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب درجة التعرض للمواقع الإخبارية (ن=408)

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التعرض للمواقع الإخبارية
72.8%	297	أقل من ساعة يوميًا
21.3%	87	من ساعة إلى 5 ساعات
5.9%	24	أكثر من 5 ساعات
100%	408	المجموع

ويوضح من الجدول رقم (4) أن الفئة الأكثر من عينة الدراسة تتابع المواقع الإخبارية أقل من ساعة يوميًا بنسبة 72.8% من عينة الدراسة، وهو ما يمكن تفسيره نظرًا لعدم إتاحة الوقت الكافي للعينة خاصة أن معظمهم تتراوح أعمارهم من 20 لأقل من 35 عامًا، وبالتالي فإن معظمهم ينتمي إلى فئة طلاب الجامعات أو الدراسات العليا لذلك لا يتوافر لديهم الوقت الكافي لمتابعة المواقع الإخبارية وقت أطول، وتدل هذه النتيجة على أن ظروف الدراسة وطبيعة عمل الشباب تتحكم بشكل كبير في تحديد أوقات الفراغ الخاصة بهم، لذلك جاءت المتابعة الأقل في الترتيب الأول، وتشير تلك النتيجة إلى عدم اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية بمفردها لمعرفة المعلومات التي تهمهم حول القضايا المختلفة، حيث قلت ساعات متابعتهم لهذه المواقع.

وفي الترتيب الثاني وبنسبة 21.3% من عينة الدراسة تتابع المواقع الإخبارية الفترة المتوسطة (من ساعة إلى 5 ساعات)، وهي فئة ليست بالقليلة، ويمكن القول بأن تلك الوسائل أحد المصادر الرئيسية في التعرف على الأخبار لدى هذه الفئة، بينما اعتمدت نسبة 5.9% على المواقع الإخبارية لأكثر من 5 ساعات يوميًا، مما يدل على أهمية تلك الوسائل بالنسبة إليهم.

## 3. المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يتابعها المبحوثون كمصدر للأخبار:

### جدول (5)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تتابعها كمصدر للأخبار (ن=408)

الترتيب	النسبة من مجموع العينة	نسبة إجمالي التكرارات	التكرار	المواقع الإخبارية الإلكترونية
1	87.50%	39.53%	357	اليوم السابع
3	28.68%	12.96%	117	الأهرام
2	49.26%	22.26%	201	المصري اليوم
9	3.68%	1.66%	15	الوفد
5	11.76%	5.32%	48	الأخبار
6	9.56%	4.32%	39	الشروق
7	8.09%	3.65%	33	الدستور
4	16.91%	7.64%	69	الجمهورية
8	5.88%	2.66%	24	أخرى تذكر (الوطن- القاهرة- نبض- BBC)
	100%	100%	903	المجموع

تكشف بيانات الجدول السابق أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري عينة الدراسة، وقد احتل موقع اليوم السابع المرتبة الأولى بنسبة (87.50%)، ثم جاء موقع المصري اليوم بالمرتبة الثانية بنسبة (49.26%)، يليه موقع الأهرام بالمرتبة الثالثة بنسبة (28.68%)، وجاء بالمرتبة الرابعة موقع الجمهورية بنسبة (16.91%)، بالمرتبة الخامسة جاء موقع الأخبار بنسبة (11.67%)، يليه موقع الشروق بنسبة (9.56%)، وجاء موقع الدستور بنسبة (8.09%)، وأخيرًا جاءت مواقع (الوطن، القاهرة، نبض، BBC) بالمرتبة الأخيرة عن المواقع التي يعتمد عليها الجمهور المصري عينة الدراسة في إمداده بمعلومات وأخبار عن مبادرة حياة كريمة بنسبة (5.88%).

اتضح من الجدول السابق تنوع وتعدد مصادر الحصول على المعلومات وأخبار مبادرة حياة كريمة، وعلى رأسها المواقع الصحفية الإلكترونية، ويعود ذلك إلى رغبة الجمهور المصري عينة الدراسة في تكوين صورة عامة عن إنجازات المبادرة في كافة أنحاء الجمهورية، وقد أكدت مهيرة عماد السباعي (2022)<sup>(58)</sup> اهتمام الصحافة المصرية بقضايا التنمية، وبينت الدراسة عناية الصحف المصرية بتقديم دور الدولة في تنفيذ مشروع التحول الرقمي، وقد اتضح اهتمام الجمهور المصري بالتعرف على تلك الجهودات لمواكبة التطورات التي تحدث في البلاد.

ويتضح من النتائج تصدر موقع اليوم السابع قائمة المواقع الإخبارية في الحصول على المعلومات عن مبادرة حياة كريمة لتمييزه في متابعته لتطورات وإنجازات مبادرة حياة كريمة، وقد أكدت دراسة أسماء حمدي قنديل (2015)<sup>(59)</sup> على تميز صحيفة "اليوم السابع" فهي من الصحف اليومية الخاصة التي استطاعت أن تحقق معايير منضبطة وتمييزًا أهلتها لأن تحتل مواقع الصدارة، كأهم الصحف التي تصدر موقعًا إلكترونيًا متميزًا يقبل عليه القراء والمستخدمون ويحتفظ بترتيب متقدم في التصنيفات العالمية لسنوات متتالية، كما أكدت دراسة أحمد محمد عبد الله (2020)<sup>(60)</sup> أن فيديو اليوم السابع في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجًا بحجم إنتاج بلغ (263) مقطع فيديو (بنسبة 85.9%)، ويفسر الباحث هذه النتيجة أنه نظرًا لأن صحيفة اليوم السابع قد أنشأت موقعًا خاصًا بصحافة الفيديو، وهي الصحيفة الوحيدة من صحف العينة التي تمتلك موقعًا متخصصًا لصحافة الفيديو يعمل كل من به في إنتاج المضامين الإعلامية عبر الفيديو.

ثم يليه موقع "المصري اليوم" نظرًا إلى التقنيات الحديثة التي يدعمها الموقع في نشر الموضوعات المتعلقة بالمبادرة، وجاء موقع المصري اليوم في قائمة المواقع الإخبارية التي يتابعها عينة الجمهور المصري للحصول على المعلومات عن مبادرة حياة كريمة نظرًا لدمجه الصوت مع الصورة، مما يجذب المتصفحين للموقع بدرجة كبيرة، كما جاء موقع الأهرام في الترتيب الثالث من بين المواقع التي تهتم بنشر أخبار مبادرة حياة كريمة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة فوزي الزعبلوي (2020)<sup>(61)</sup> التي أشارت إلى اهتمام صحف الدراسة وفي مقدمتها جريدة الأهرام بعرض ومناقشة أبعاد التنمية المستدامة والمشروعات القومية التي تنفذها الدولة، في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، وتقديم الحلول المقترحة لبعض المعوقات التي تواجه التنمية في مصر، كما أوضحت دراسة أسماء مصطفى قاسم أحمد (2022)<sup>(62)</sup> بالنسبة لمدى متابعة الشباب الجامعي للمواقع التي تهتم

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

بتوظيف الإنفوجرافيك، أن (235) مفردة بنسبة بلغت 60.7% دائماً ما يتابعون موقع الأهرام الذي يهتم بتوظيف الإنفوجرافيك، بينما جاءت نسبة 22.5% أحياناً ما يتابعونه. بينما تراجعت مواقع (نبض والوطن والقاهرة وBBC) نظراً لعدم اهتمامها بتغطية كل المعلومات والأخبار عن مبادرة حياة كريمة.

#### 4. مدى سماع أو قراءة المبحوثين عن مبادرة حياة كريمة:

##### جدول (6)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب السماع أو القراءة عن مبادرة حياة كريمة (ن=408)

النسبة المئوية	التكرارات	مدى سماع أو قراءة المبحوثين عن مبادرة حياة كريمة
100%	408	نعم
0%	0	لا
100%	408	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن 100% من عينة الدراسة قد سمعت أو قرأت عن مبادرة حياة كريمة، وتفسر الباحثة ذلك بأن مبادرة حياة كريمة تعد أحد أهم المبادرات الوطنية التي تستهدف قطاع كبير من المواطنين، ومن ثم فإنه قد صادفت بعض الفئات، خاصة الذين يسكنون الريف المصري، بعضاً من مشروعات تلك المبادرة، كما أنها كأحد أهم مبادرات الرئيس السيسي خلال الفترة الأخيرة فإنها تم تناولها في وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون والصحف ومواقع الإنترنت من خلال الحملات الإعلامية عنها، والتي تدعمها وزارة التضامن الاجتماعي وهي الوزارة المسؤولة عن تنفيذ مشروعات المبادرة.

#### 5. مصادر قراءة المبحوثين عن مبادرة حياة كريمة:

##### جدول (7)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب مصادر القراءة عن مبادرة حياة كريمة (ن=408)

الترتيب	النسبة من مجموع العينة	النسبة المئوية من الإجمالي للتكرارات	التكرار	مصادر القراءة عن مبادرة حياة كريمة
1	78.68%	53.23%	321	المواقع الإخبارية الإلكترونية
2	25%	16.92%	102	الإذاعة المسموعة
3	24.26%	16.42%	99	الأسرة والمعارف
4	11.76%	7.96%	48	الصحف المطبوعة
5	8.09%	5.47%	33	أخرى تذكر: (العمل- التلفزيون- منطوع بالمبادرة)
	100%	100%	719	المجموع

تكشف بيانات الجدول السابق أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تعد أهم مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري عينة الدراسة عن مبادرة حياة كريمة بنسبة (78.68) %، وهو أمر طبيعي في ظل التطبيقات الإخبارية وانتشارها وسرعتها في نشر كافة التفاصيل والمعلومات

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

عن المبادرة، بالإضافة إلى أنها تدعم معلوماتها بالإنفوجراف والصوت والصورة، الأمر الذي أعطى فرصة كبيرة للجمهور المصري بمتابعة كل تفاصيل مبادرة حياة كريمة وإنجازاتها، وهذا ما توافق مع ما جاء في الدراسات السابقة عن اعتماد الجمهور المصري على المواقع لمصادقيتها في استقاء المعلومات، كما يتوافق مع نتائج دراسة «Aktar, D» (2022)<sup>(63)</sup> التي أكدت أن القضايا التي اهتمت بها صحيفة The Daily Daily Azadi كانت متعلقة بالعدالة الاجتماعية والتوزيع العادل للثروة، وتتوافق أيضاً مع دراسة مظهر سيد بسيوني (2018)<sup>(64)</sup> التي أثبتت أن المراهقين (عينة الدراسة) يعتمدون بشكل كبير على الصحف والمواقع الإلكترونية في متابعة مشروعات الدولة التنموية، ويعتبرونها وسيلتهم الأولى، وذلك بنسبة 77% من جملة المبحوثين بين طلاب المدارس، ونسبة 76% من جملة المبحوثين بين طلاب الجامعات، كما أكدت دراسة «Sinpeng, A» (2021)<sup>(65)</sup> أن المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية تعتبر من أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في تايلاند من أجل الحصول على المعلومات والأخبار.

ثم جاءت الإذاعة المسموعة بنسبة (25%)، تليها الأسرة والمعارف بنسبة (24.26%)، ثم الصحف المطبوعة بنسبة (11.67%)، وهي نتيجة منطقية في ظل تراجع وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحف المطبوعة أمام قوة ومناخسة المواقع الإخبارية بكل ما تحمله من سرعة في نشر المعلومات والأخبار وتغيير البيئة الاتصالية للجمهور المصري.

#### 6. مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة:

#### جدول (8)

توضح النتائج الخاصة بمدى متابعتك لمبادرة حياة كريمة (ن=408)

م	السؤال	درجة الاهتمام			ك	الاحصائية
		دائماً	أحياناً	نادراً		
1	مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة	90	195	123	%	0.007
		22.06	47.79	30.15		9.914
						1.9191 متوسطة

وتشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن نسبة 22.1% دائماً ما تقوم بمتابعة الأخبار والأحداث الجديدة الخاصة بمبادرة حياة كريمة، بينما يتابع 47.8% من عينة الدراسة أحياناً تتابع مبادرة حياة كريمة من خلال وسائل الإعلام، في حين يتابعها نادراً نسبة 30.2% من إجمالي العينة، وتشير هذه النتيجة إلى أهمية تلك المبادرة حيث تعد أحد المشروعات التنموية التي تولى عينة الدراسة اهتماماً خاصاً بمتابعتها سواء من خلال وسائل الإعلام الرقمية أو التقليدية، وتشير دلالة العلاقة بين المستويات الثلاثة للمتابعة إلى أنه توجد علاقة دالة إحصائية إذ بلغت مستوى المعنوية (0.007)، وهي قيمة دالة مما يؤكد على ترابط العلاقة بين المستويات الثلاثة.

## 6. مصادر متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة:

### جدول (9)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب مدى متابعته لمبادرة حياة كريمة من خلال المصادر الآتية (ن=408)

الترتيب	النسبة من مجموع العينة	النسبة المئوية من الإجمالي للتكرارات	التكرار	مصادر متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة
1	76.47%	43.39%	312	أتابعها عبر حسابها على الموقع الإلكتروني مباشرة
2	40.69%	23.09%	166	أتابعها عبر فيسبوك
3	27.21%	15.44%	111	أتابعها عبر تطبيقات الموبايل
4	22.79%	12.93%	93	أتابعها عبر حسابها عبر الإنستجرام
5	9.07%	5.15%	37	أتابعها عبر حسابها على تويتر
	100%	100%	719	المجموع

وتشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن المبحوثين يقومون بمتابعة مبادرة حياة كريمة على موقع المبادرة الإلكتروني مباشرة، بنسبة 76.5% من إجمالي العينة، حيث أنشأت وزارة التضامن الاجتماعي موقعًا منفصلاً للمبادرة يشرح أهدافها والمشروعات التي تستهدفها، وكذلك متابعة أعمالها داخل القرى الأكثر فقراً، ومن ثم يكون لدى المواطن المصري رصيد معلوماتي عن سير عملية التطوير والتنمية الاجتماعية من خلال ما يوفره الموقع من معلومات وبيانات عنها، وفي الترتيب الثاني يتابع المبحوثون مبادرة حياة كريمة على موقع فيسبوك بنسبة 40.7% من إجمالي العينة، ويذكر أن فيسبوك سواء من خلال صفحات الوزارات المعنية بالمبادرة كوزارة التضامن الاجتماعي أو وزارة التنمية المحلية أو وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وكذلك صفحة المبادرة على فيسبوك وهو ما يؤكد على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الجمهور بالمعلومات عن المبادرة، ويؤكد «Antwi, S (2022)»<sup>(66)</sup> أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية، كما يتابعها نسبة 27.2% على تطبيقات الموبايل، حيث وجدت عددًا كبيرًا من التطبيقات المتاحة على الهاتف النقال، والتي تتعلق بمشروعات التنمية في مصر، وبنسبة 22.8% من عينة الدراسة يتابعها على حساب المبادرة على الإنستجرام، بينما يتابع حساب تويتر نسبة 9.7% من العينة.

وترى الباحثة أن الحكومة المصرية قد عمدت إلى المواقع الاجتماعية وتطبيقات الهاتف لتعريف الجمهور بهذه المبادرة وليكونوا على تواصل دائم بكل مستجداتها، مستفيدة في ذلك بما تتيحه تلك المواقع من عناصر تفاعلية ومميزات الجمع بين الكلمات المقروءة والصور والفيديوهات وملفات الصوت والإنفوجرافيك وغير ذلك من العناصر التفاعلية، وقد أشارت دراسة آية أحمد محمد (2021)<sup>(67)</sup> إلى استفادة الصفحات التنموية من الإمكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين، والتأثير على اتجاه واهتمام أعداد متوسطة، وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة، والمشاركة المجتمعية.



## 7. وصف مبادرة كريمة:

### جدول (10)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب وصف مبادرة حياة كريمة (ن=408)

الترتيب	النسبة من مجموع العينة	النسبة المئوية من الإجمالي للتكرارات	التكرار	كيف تصف مبادرة كريمة؟
2	36.03%	17.56%	147	مبادرة تحقق العدالة الاجتماعية
1	66.91%	32.62%	273	مبادرة للتخفيف على كاهل المواطن بالمجتمعات الأكثر احتياجًا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر
5	19.85%	9.68%	81	مبادرة لإعادة بناء الشخصية المصرية
3	33.82%	16.49%	138	تواكب التوجه العالمي لدعم الفقراء والتوجه نحو التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر وتحقيق أهداف التنمية
4	24.26%	11.83%	99	مبادرة تعزز السلام الاجتماعي بما يساوي بين المقيمين في المدن والمقيمين في الحضر
7	8.82%	4.30%	36	زيادة الفجوات بين بعض المناطق الجغرافية
6	15.44%	7.53%	63	لا يوجد توصيف محدد
	100%	100%	837	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى وصف مبادرة حياة كريمة من وجهة نظر الباحثين، وقد أشارت نسبة 67% من عينة الدراسة إلى أنها «مبادرة للتخفيف عن كاهل المواطن بالمجتمعات الأكثر احتياجًا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر»، وذلك في مقدمة تلك الصفات، حيث ترى العينة أنها تساعد الفئات المتضررة من المواطنين، وتعتمد المبادرة على تنفيذ مجموعة من الأنشطة الخدمية والتنمية التي من شأنها ضمان حياة كريمة لتلك الفئة وتحسين ظروف معيشتهم. بينما ترى نسبة 36.03% منهم أنها "مبادرة تحقق العدالة الاجتماعية"، في حين ترى نسبة 33.8% أنها "تواكب التوجه العالمي لدعم الفقراء والتوجه نحو التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر وتحقيق أهداف التنمية"، بينما يرى 24.3% من أفراد عينة الدراسة أنها "مبادرة تعزز السلام الاجتماعي بما يساوي بين المقيمين في المدن والمقيمين في الحضر"، كما ترى نسبة 19.9% منهم أنها "مبادرة لإعادة بناء الشخصية المصرية"، يليها وصفها بأنها "زيادة الفجوات بين بعض المناطق الجغرافية" بنسبة 15.4%، وأخيرًا ترى نسبة 8.8% أنه "لا يوجد توصيف محدد".

وترى الباحثة أن المبادرة نجحت في تقديم حزمة متكاملة من الخدمات، التي تشمل جوانب مختلفة صحية واجتماعية ومعيشية، كما تهدف إلى التصدي للفقير المتعدد الأبعاد، وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للفئة الأكثر احتياجًا في محافظات مصر، ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها، والاستثمار في تنمية الإنسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية، كذلك تسعى إلى التدخل الإنساني لتنمية وتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم لإحداث تغيير ملموس لتكريس كافة جهودات العمل الخيري والتنموي، لذلك على مؤسسات الدولة أن تتكاتف للمساهمة في تحقيق تلك الأهداف، وذلك للإفادة من الجهود المبذولة في تلك المبادرة، كما يجب أن تقوم وسائل

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

الإعلام بإبراز هذا الدور بشكل إيجابي لتعريف الجمهور بتلك الجهود من أجل تعزيز المواطنة والاتجاهات الخاصة بالجمهور نحو الدولة.

9. رأي عينة الدراسة نحو التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية:

### جدول (11)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب درجة الموافقة على التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية (ن=408)

م	الحالة	العبارة	ك	مدى الموافقة على العبارة					الدرجة	
				1	2	3	4	5		
1	إيجابية	مفسرة	ك	87	63	114	63	81	متوسطة	2.875
			%	21.3	15.4	27.9	15.4	19.9		
1	سلبية	ناقصة	ك	153	81	117	39	18	منخفضة	2.5515
			%	37.5	19.9	28.7	9.6	4.4		
2	إيجابية	واضحة	ك	81	57	96	93	81	متوسطة	2.9779
			%	19.9	14.0	23.5	22.8	19.9		
2	سلبية	غامضة	ك	150	102	111	27	18	منخفضة	2.4265
			%	36.8	25.0	27.2	6.6	4.4		
3	إيجابية	متنوعة	ك	81	81	105	54	87	متوسطة	2.8309
			%	19.9	19.9	25.7	13.2	21.3		
3	سلبية	غير متنوعة	ك	174	78	114	24	18	منخفضة	2.4265
			%	42.6	19.1	27.9	5.9	4.4		
4	إيجابية	موضوعية	ك	63	78	114	72	81	متوسطة	2.9779
			%	15.4	19.1	27.9	17.6	19.9		
4	سلبية	غير موضوعية	ك	174	72	111	24	27	منخفضة	2.4191
			%	42.6	17.6	27.2	5.9	6.6		

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى درجة تقييم المبحوثين في تغطية المواقع الإخبارية لمبادرة حياة كريمة من خلال الموافقة على عدد من السمات الإيجابية والسلبية، وقد أشارت النتائج إلى أن التغطية بالنسبة للمبحوثين كانت مفسرة بوزن نسبي 2.88 مقابل أنها ناقصة بوزن نسبي 2.55، وهو ما يعني أن أغلب المبحوثين يرون أنها كانت إيجابية حيث كانت تقدم تفسيرات لما يحدث من تطورات بخصوص المشروعات الخاصة بالمبادرة، في حين أن المبحوثين يرون أن التغطية كانت واضحة بوزن نسبي 2.98، مقابل أنها كانت غامضة بوزن نسبي 2.42، وهو ما يعني أن السمة الإيجابية للتغطية كانت الأعلى ووضوح التغطية يعني أنها لم تكن متحيزة إلى أحد الجوانب دون غيرها، كما أنها مفهومة، وتقدم تفسيرات واضحة وأسباب منطقية لما تقوم به المبادرة من أعمال داخل المجتمع المصري، كما ترى نسبة كبيرة من المبحوثين أن تغطية المواقع الإخبارية لمبادرة حياة كريمة كانت متنوعة بوزن نسبي 2.83، مقابل من يرى أنها غير متنوعة بوزن نسبي 2.42، ويعني التنوع كل ما يخص المبادرة من تنوع المضمون وتنوع الشكل، وكذلك تنوع الاهتمام بالمشروعات التي تم إنجازها أو يتم العمل بها، كما جاءت التغطية موضوعية بوزن نسبي 2.98، مقابل أنها غير موضوعية (أي متحيزة أو ملونة) بوزن نسبي 2.42.

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

وعن مقارنة السمات الإيجابية وبعضها تصدر كل من سمات (التغطية الواضحة والموضوعية) قائمة السمات بوزن نسبي 2.98، يليها سمة (التغطية المفصلة) بوزن نسبي 2.86، وفي الترتيب الثالث (التغطية المتنوعة) بوزن نسبي 2.83.

وترى الباحثة أن تركيز الباحثين على السمات الإيجابية للتغطية الإعلامية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية تعكس مستوى رضاهم عن تلك التغطية ومستوى تقبلهم لها، حيث غلبت تلك السمات على السمات السلبية مما يعنى أن المواقع الإلكترونية تقدم تغطية متميزة للمبادرة، وتفسر الباحثة ذلك بكون مبادرة حياة كريمة تعد إحدى المبادرات الوطنية التي تهتم بها عدد من الوزارات المصرية وتعنى بتطبيقها بقرار من الرئيس السيسي، وذلك بهدف تحقيق التنمية الشاملة في عدد من المجالات وبهدف تحقيق رؤية مصر 2030، والتي أكدت عليها الدولة المصرية في 2016، بهدف وضع مصر في مكانها الصحيح بين الدول الأخرى، وجدير بالذكر أن المبادرة حققت عدد من الإنجازات الميدانية على المستوى العملي من خلال إقامة عدد من المشروعات التي تستهدف تحسين نوعية معيشة المواطنين مثل بناء المستشفيات والمدارس ورصف الطرق وتوصيل مياه الشرب لعدد من المناطق النائية واستصلاح عدد من الأراضي، وغير ذلك من المشروعات، مما يعنى أنه من المنطقي أن تهتم المواقع الإخبارية بتتبع مراحل إنشاء تلك المشروعات، وذلك يرجع إلى اهتمام تلك المواقع بمتابعة خطط التنمية في كافة المجالات وتسهيل الضوء على المشروعات التي يتم العمل بها، وهي إحدى وظائف الإعلام ككل.

وهو ما يتوافق مع ما أشارت إليه دراسة ريهام طلعت (2021) التي أكدت على ارتفاع معدل رضا الجمهور عن التغطية الصحفية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة عن موضوع التنمية في سيناء، وهو يعكس ما توصلت إليه دراسة سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين (2015) (68) التي أكدت غلبة الاتجاه الصحفي الإيجابي عند تناول الموضوعات المختلفة المتعلقة بقضية التنمية المحلية في محافظة سيناء.

10. مدى معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإلكترونية لها:

### جدول (12)

يوضح النتائج الخاصة بدرجة معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإلكترونية لها (ن=408)

م	العبارة	درجة الإدراك			الوزن النسبي	ك	الدالة الإحصائية
		مرتفعة	متوسطة	ضعيفة			
1	درجة معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإلكترونية لها	90	210	108	4.898	ك	0.086 غير دالة
		22.06	51.47	26.47			

وتشير نتائج الجدول مدى معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإخبارية لها جاءت بدرجة مرتفعة بنسبة 22.1%، في حين جاء الدرجة المتوسطة للإدراك بنسبة 51.5% من إجمالي العينة، وهي نسبة أعلى من النصف، ويعنى ذلك نجاح المواقع الإخبارية في تعريف الجمهور المصري بالمبادرة ونجاحه في تحقيق إدراك كبير لها

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

من خلال متابعة تطوراتها وأعمالها وكافة القرارات التي تصدرها الحكومة المصرية بشأنها، في حين أن درجة الإدراك الضعيفة جاءت بنسبة 26.5% من إجمالي العينة، وهو ما يتوافق مع ما أكدته دراسة **ريهام طلعت (2021)**<sup>(69)</sup> عن ارتفاع الاتجاه المحايد للجمهور لمشروعات التنمية في سيناء بنسبة 77%0

مما يعنى أن هناك تأثيرات كبيرة لتغطية المواقع الإخبارية على إدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، وقد أكدت دراسة **غادة موسى صقر (2021)**<sup>(70)</sup> إلى اتفاق أغلبية آراء النخب المصرية على أن تغطية المواقع الإلكترونية تُشجع برامج الإصلاح الاقتصادي والاستثمار في جميع القطاعات، وبذلك تتماشى المواقع الإلكترونية مع أهداف ورؤية مصر 2030م لتحقيق التنمية الاقتصادية، كذلك تتفق مع دراسة **مظهر سيد بسيوني (2018)** التي أثبتت دور الصحف والمواقع الإلكترونية في متابعة المشروعات التنموية ودورها الهام في تعريف المراهقين بقضايا التنمية، مما يؤكد أهمية معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح وبرامج التنمية الشاملة في مصر.

### جدول (13)

يوضح النتائج الخاصة بكيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها (ن=408)

الدلالة الإحصائية	كا2	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			كيفية معرفتك وإدراكك لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	م
				معارض	محايد	موافق		
0.014 دالة	8.570	12	2.3603	27 %6.6	207 %50.7	174 %42.6	ك معلوماتها ساعدتني في إدراك خطورة معوقات التنمية الاجتماعية	1
0.086 غير دالة	4.914	11	2.4044	18 %4.4	207 %50.7	183 %44.9	ك تعرفت على أكثر أشكال معوقات التنمية الاجتماعية	2
0.275 غير دالة	2.584	1	2.6250	12 %2.9	129 %31.6	267 %65.4	ك تعرفت على تأثيرات مبادرة حياة كريمة على التنمية الاجتماعية	3
0.293 غير دالة	2.457	8	2.4853	33 %8.1	144 %35.3	231 %56.6	ك شعرت بفرحة سكان العشوائيات بعد المبادرة	4
0.0001 دالة	18.511	1م	2.6250	18 %4.4	117 %28.7	273 %66.9	ك تعرفت على حجم المشكلات التي يعاني منها سكان العشوائيات وتأثيرها على التنمية	5
0.024 دالة	7.478	4	2.5588	21 %5.1	138 %33.8	249 %61.0	ك أصبحت أكثر معرفة بالمشروعات التي تنشدها الدولة لتطوير العشوائيات	6

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

الدلالة الإحصائية	كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			كيفية معرفتك وإدراكك لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	م
				معارض	محايد	موافق		
0.00001 دالة	38.224	10	2.4191	39 %9.6	159 %39.0	210 %51.5	ك	7
0.233 غير دالة	2.912	6	2.5000	30 %7.4	144 %35.3	234 %57.4	ك	8
0.033 دالة	6.813	3	2.5662	21 %5.1	135 %33.1	252 %61.8	ك	9
0.708 غير دالة	0.691	2	2.6103	18 %4.4	123 %30.1	267 %65.4	ك	10
0.009 دالة	9.341	5	2.5515	21 %5.1	141 %34.6	246 %60.3	ك	11
0.002 دالة	12.398	7	2.4926	24 %5.9	159 %39.0	225 %55.1	ك	12
0.0001 دالة	29.073	9	2.4338	39 %9.6	153 %37.5	216 %52.9	ك	13
الدرجة كبيرة			2.5102	المتوسط العام				

تشير بيانات الجدول السابق إلى كيفية معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإخبارية لها، حيث جاءت عبارة "تعرفت على تأثيرات مبادرة حياة كريمة على التنمية الاجتماعية" في الترتيب الأول من كيفية التأثير بوزن نسبي 2.62، ويعني ذلك أن المواقع الإخبارية قد نجحت في التأثير على الباحثين فيما يخص التعرف على نتائج المبادرة ودورها في التنمية الاجتماعية في مصر، حيث تستهدف "حياة كريمة" تغيير حياة أكثر من 58 مليون مواطن مصري من خلال إحداث طفرة شاملة للبنية التحتية والخدمات الأساسية والارتقاء بجودة حياة المواطنين الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وإحداث تغيير إيجابي في مستوى معيشتهم، وخلق واقع جديد من التنمية الشاملة المستدامة لهذه التجمعات الريفية المحلية، ولهذا تقوم المبادرة بدور كبير في التنمية المجتمعية، وجاءت عبارة "تعرفت على حجم المشكلات التي يعاني منها سكان العشوائيات وتأثيرها على التنمية" جاءت بالترتيب الأول مكرر بنفس الوزن النسبي 2.62، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة "التعاطف مع سكان العشوائيات" بوزن نسبي 2.61، والعشوائيات أحد أهم القطاعات التي تهتم بها المبادرة فهي تستهدف تحويل تلك العشوائيات إلى مناطق حضرية يمكن

العيش بها وتستهدف المبادرة تطوير العشوائيات لتصبح مناطق متطورة لتحسين معيشة السكان بها، وقد جاءت العبارة "تأييد مجهودات الدولة في التخلص من العشوائيات" في الترتيب الثالث كتأكيد للعبارة التي سبقتها بوزن نسبي 2.57، وتعمل الدولة منذ بداية المبادرة على القضاء على العشوائيات، وهناك عدد من الأمثلة على ذلك منها على سبيل المثال (الأسمرات، أهالينا، تطوير منطقة الدويقة، روضة السيدة، وبشائر الخير، بمراحها الخمسة)، ومن المقرر أن تصبح مصر خالية من المناطق العشوائية غير المخططة بنهاية 2030، والتي تمثل نحو 37% من مساحة العمران في مصر<sup>(71)</sup>، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "أصبحت أكثر معرفة بالمشروعات التي تنشئها الدولة لتطوير العشوائيات" بوزن نسبي 2.56، ويذكر أن المواقع الإخبارية تقدم تغطية واسعة لتلك المشروعات على أساس أنها أحد أهم مشروعات التنمية العمرانية التي نجحت بها الدولة المصرية بشكل كبير خلال السنوات القليلة منذ بداية الاهتمام بملف العشوائيات في عام 2014، وقد أثبتت دراسة أحمد محمد عبد الله سليم (2022)<sup>72</sup> اهتمام أكثر من نصف عينة الدراسة بمتابعة فيديوهات مبادرة القضاء على العشوائيات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة بلغت (52.3%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام التي اهتمت بمبادرة القضاء على العشوائيات وخاصة المواقع الإلكترونية.

وجاءت عبارة "مساعدة الدولة في إنجاح مبادرة حياة كريمة" بوزن نسبي 2.55، يليها "أصبحت أكثر معرفة بتأثير الزيادة السكانية على التنمية الاجتماعية" بوزن نسبي 2.50، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة "تأييد تعاون مؤسسات المجتمع المدني ورجال الأعمال مع الحكومة للقضاء على العشوائيات" بوزن نسبي 2.49، تليها عبارة "شعرت بفرحة سكان العشوائيات بعد المبادرة" بوزن نسبي 2.48، ثم "أبرزت المواقع مجهودات الدولة في تحقيق العدالة الاجتماعية" بوزن نسبي 2.43، ثم عبارة "تعرفت على موقف مؤسسات الدولة من معوقات التنمية الاجتماعية" بوزن نسبي 2.41، ثم "تعرفت على أكثر أشكال معوقات التنمية الاجتماعية" بوزن نسبي 2.40، وأخيرًا "معلوماتها ساعدتني في إدراك خطورة معوقات التنمية الاجتماعية" بالترتيب الثاني عشر بوزن نسبي 2.36، وباستقراء الجدول السابق أيضا وجد أن هناك دلالة فروق إحصائية عند مستوى (0.05) على العبارات الآتية (تعرفت على حجم المشكلات التي يعاني منها سكان العشوائيات وتأثيرها على التنمية، تأييد مجهودات الدولة في التخلص من العشوائيات، أصبحت أكثر معرفة بالمشروعات التي تنشئها الدولة لتطوير العشوائيات، مساعدة الدولة في إنجاح مبادرة حياة كريمة، تأييد تعاون مؤسسات المجتمع المدني ورجال الأعمال مع الحكومة للقضاء على العشوائيات، أبرزت المواقع مجهودات الدولة في تحقيق العدالة الاجتماعية، تعرفت على موقف مؤسسات الدولة من معوقات التنمية الاجتماعية، معلوماتها ساعدتني في إدراك خطورة معوقات التنمية الاجتماعية)، حيث جاءت قيمة كا2 على الترتيب لتلك العبارات ( 18.511، 6.813، 7.478، 9.341، 12.398، 29.073، 38.224، 8.570)، وجميع هذه القيم دالة عند مستوى (0.05)، كما جاء عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العبارات التالية (تعرفت على تأثيرات مبادرة حياة كريمة على التنمية الاجتماعية، التعاطف مع سكان العشوائيات، أصبحت أكثر معرفة بتأثير الزيادة السكانية على التنمية الاجتماعية، شعرت

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

بفرحة سكان العشوائيات بعد المبادرة، تعرفت على أكثر أشكال معوقات التنمية الاجتماعية)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

وتثبتت هذه النتائج نجاح المواقع الإخبارية في التأثير على الجمهور فيما يخص التعريف بمشروعات مبادرة حياة كريمة ودورها في التنمية الاجتماعية والتطوير العمراني، ومن ثم فهي نجحت في تطبيق أهداف التغطية، والتي تتمثل في التوعية والإعلام والتفسير وهي وظائف أساسية للمواقع الإخبارية كإحدى وسائل الإعلام المهمة التي عنيت بالمبادرة.

11. شعور المبحوثين عند متابعة أي أخبار أو موضوعات عن مبادرة حياة كريمة وإجراءات الدولة في الإصلاح الاجتماعي:

#### جدول (14)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيب حسب درجة شعوره عندما يتابع أي أخبار أو موضوعات عن مبادرة حياة كريمة وإجراءات الدولة في الإصلاح الاجتماعي (ن=408)

م	المشاعر	مقياس المزاج العام	ك %	مدى الموافقة على العبارة					الوزن النسبي	الدرجة
				1	2	3	4	5		
1	إيجابية	أشعر بالرضا	ك	81	57	132	69	69	2.9412	متوسطة
			%	19.9	14.0	32.4	16.9	16.9		
1	سلبية	أشعر بالسخط	ك	27	54	108	81	138	2.5	منخفضة
			%	6.6	13.2	26.5	19.9	33.8		
2	إيجابية	أشعر بالابتهاج والفرح	ك	81	48	141	81	57	2.9853	متوسطة
			%	19.9	11.8	34.6	19.9	14.0		
2	سلبية	أشعر بالانزعاج والتوتر	ك	27	39	108	105	129	2.4779	منخفضة
			%	6.6	9.6	26.5	25.7	31.6		
3	إيجابية	أشعر بالأمل	ك	108	54	102	69	75	3.0662	متوسطة
			%	26.5	13.2	25.0	16.9	18.4		
3	سلبية	أشعر باليأس	ك	27	45	99	90	147	2.4706	منخفضة
			%	6.6	11.0	24.3	22.1	36.0		
4	إيجابية	أشعر بالسعادة	ك	168	132	231	162	123	2.9963	متوسطة
			%	20.6	16.13	28.3	19.85	15.05		
4	سلبية	أشعر بالمهانة	ك	21	48	102	75	162	2.3456	منخفضة
			%	5.1	11.8	25.0	18.4	39.7		

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه بالنسبة للمزاج العام للجمهور المصري عينة الدراسة عن مبادرة حياة كريمة فقد جاءت عبارة "أشعر بالأمل" الأعلى في الوزن النسبي، وذلك بنسبة (3.066%)، ما يعني موافقة الجمهور المصري من عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالأمل، وهي نتيجة الإنجازات التي قامت بها مبادرة حياة كريمة، والتي أتت بثمارها في بعض محافظات مصر المختلفة، مما أثر بالإيجاب على مشاعرهم، ثم جاءت بالترتيب الثاني عبارة "أشعر بالسعادة" بوزن نسبي (2.996%)، وبالترتيب الثالث جاءت عبارة "أشعر بالابتهاج والفرح" بوزن نسبي (2.985%)، ثم عبارة "أشعر بالرضا" بوزن نسبي (2.941%)، ثم جاء المزاج العام السلبي بأقل وزن نسبي، حيث جاءت عبارة "أشعر

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

**بالسخط** بوزن نسبي منخفض (2.5%)، تليها عبارة "أشعر باليأس"، و"أشعر بالمهانة" بوزن نسبي منخفض.

وهو ما يعكس المزاج العام الإيجابي للمبحوثين عن مبادرة حياة كريمة، ووفقاً لنظرية المزاج العام فإن المشاعر نفسها قد تنتشر عبر المواقع الإلكترونية لتوليد تزامن واسع النطاق يؤدي إلى ظهور مجموعات من الأفراد السعداء وغير السعداء، وقد تعمل التقنيات الجديدة عبر الإنترنت على زيادة هذا التزامن من خلال منح الأشخاص المزيد من السبل للتعبير عن أنفسهم لمجموعة أوسع من جهات التواصل الاجتماعي، نتيجة لذلك تظهر زيادة كبيرة في المشاعر العالمية يمكن أن تولد تقلباً متزايداً في كل شيء من الأنظمة السياسية إلى الأسواق المالية.<sup>(73)</sup>

وهو ما يؤكد دور المواقع الإلكترونية في خلق مزاج عام إيجابي حول المبادرة من خلال التغطية الإيجابية لها ومن خلال عرض المشروعات التي تتضمنها المبادرة، والتي تؤثر في خلق الجو العام نحو الإصلاح الاجتماعي ودور الدولة المصرية فيه، وهو ما يتوافق مع ما أشارت إليه دراسة «Hare, A» (2022)<sup>(74)</sup> التي أكدت أن القنوات الإخبارية الرقمية ساهمت في خلق مزاج عام إيجابي نحو الإصلاحات الاقتصادية من خلال السرد المستمر لإيجابيات تلك الإصلاحات الاقتصادية وأثارها الإيجابية على المجتمع وعلى مستوى المعيشة، كذلك بينت الدراسة أن المصادر الإخبارية الرقمية تسهم في خلق المزاج العام للجمهور من خلال تعليقات الجمهور الموجودة على تلك المنصات الإخبارية، مما يؤدي إلى زيادة اقتناع الجمهور بتلك الإصلاحات نتيجة وجود موافقة من بعض تعليقات الأفراد الخاصة بتلك الإصلاحات.

**12. الشعور الغالب والحالة المزاجية للمبحوثين عند قراءة أخبار عن مبادرة حياة كريمة:**

### جدول (15)

يوضح النتائج الخاصة بالحالة المزاجية (ن=408)

م	الحالة المزاجية	درجة الموافقة			الوزن النسبي	الرتبة	كا	الدالة الإحصائية
		موافق	محايد	معارض				
1	لا أشعر بالتفاؤل حيال الإصلاح الاجتماعي	ك	129	180	99	3	11.07	0.004 دالة
		%	%31.6	%44.1	%24.3			
2	أشعر بالتفاؤل بعد التعرض لمثل تلك المبادرات	ك	249	126	33	1	1.682	0.431 غير دالة
		%	%61.0	%30.9	%8.1			
3	أشعر بالخوف من المستقبل	ك	117	174	117	4	2.26	0.323 غير دالة
		%	%28.7	%42.6	%28.7			
4	أذكر نفسي بالواقع كي أتحكم في حالتي المزاجية	ك	135	216	57	2	4.446	0.108 غير دالة
		%	%33.1	%52.9	%14.0			
		المتوسط العام			2.1985	الدرجة متوسطة		

تشير بيانات الجدول السابق إلى الشعور الغالب والحالة المزاجية للمبحوثين عند التعرض لأخبار مبادرة حياة كريمة، وقد جاء في مقدمة تلك الحالات "أشعر بالتفاؤل بعد التعرض



تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

لمثل تلك المبادرات" بوزن نسبي 2.53، وهو ما يؤكد الشعور الإيجابي للعينة فيما يخص مبادرة حياة كريمة، بحيث يغلب عليهم الحالة الشعورية بالتفاؤل من قيام الدولة بمبادرات من شأنها تحسين الوضع الاجتماعي للمواطنين من خلال تنفيذ عدد من المبادرات الوطنية التنموية، وهو ما يؤكد نتائج دراسة «Hargartner, D» (2021)<sup>(75)</sup> التي أشارت إلى وجود اتجاه إيجابي لدى الجمهور فيما يتعلق بالقضايا التي تقوم بمناقشتها المواقع الإلكترونية، وأنها تلقي استحساناً منها نظراً إلى أن مثل تلك القضايا تؤدي إلى زيادة تفكيك وانقسام المجتمع الأمريكي.

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة "أذكر نفسي بالواقع كي أتحمم في حالتي المزاجية" بوزن نسبي 2.19، وفي هذه الحالة يربط المبحوثون أنفسهم بالواقع المعاش الذي يشهد بالفعل تطورات كثيرة بسبب المبادرة من تحسين بعض الأحوال الصحية والاجتماعية والاقتصادية للمواطنين، مما يجعلهم أيضاً يشعرون بالرضا عن تلك المبادرة، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " لا أشعر بالتفاؤل حيال الإصلاح الاجتماعي " بوزن نسبي 2.07، يليها عبارة "أشعر بالخوف من المستقبل" بوزن نسبي 2، وتشير النتائج إلى قيام المواقع الإخبارية بدور فعال في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو المبادرة وتشكيل المزاج العام عامة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة «Sinpeng, A» (2021) التي أكدت أن المواقع الإلكترونية كان لها تأثير على صناعة المناخ العام وتأثيره على المراهقين والشباب وجعلهم أكثر ارتباطاً بالموضوعات التي تهتم المجتمع، كما أكدت دراسة حنان عبد الوهاب (2020)<sup>(76)</sup> على سيطرت الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي والسلبى لدى الجمهور المصري، وهو ما يؤكد دورها في تشكيل المزاج العام نحو القضايا.

13. درجة شعور المبحوثين بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة

#### جدول (16)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمستجيبين حسب ما درجة شعور المبحوثين بالرضى عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة (ن=408)

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	ما درجة شعورك بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة؟
2	28.68%	117	راض جدا
1	50.74	207	راض
3	14.71	60	غير راض
4	5.88	24	ساخط
—	100%	408	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أن درجة رضا الجمهور المصري عينة الدراسة عما تتخذه الدولة من إنجازات مبادرة حياة كريمة حيث جاءت درجة الشعور "راض" بالترتيب الأول بنسبة (50.74%)، بالترتيب الثاني "راض جداً" بنسبة (28.68%)، "غير راض" بالترتيب الثالث بنسبة (14.71%)، وأخيراً "ساخط" بنسبة (5.88%). ولم تختلف البيانات

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر  
كثيراً على مستوى البيانات التفصيلية لكل من الموضوعات الإيجابية والسلبية المثارة عن  
مبادرة حياة كريمة.

وقد أشارت دراسة «Lin, Y» (2022)<sup>(77)</sup> على أهمية تلك المواقع الرقمية في العمل  
الجماعي والتعريف بالأنشطة والمبادرات التنموية التي تسعى الحكومة إلى تطبيقها داخلياً،  
كما أكدت على أهمية تلك المواقع كوسيلة تفاعلية بين الجمهور والحكومة الهولندية فيما  
يتعلق بالقضايا التنموية ووضع أجندة نحو الأولويات التي ينبغي التركيز عليها، والتي يعاني  
المجتمع منها، والتي تتطلب تضافر الجهود بين الجهات الرسمية وغير الرسمية لمعالجتها.

### نتائج الفروض:

#### نتائج التحقق من صحة الفرض الأول:

والذي ينص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى  
متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة، وكيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في  
إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه  
المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى الباحثين.

وللتحقق من صحة هذا الفرض قامت الباحثة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson)،  
كما هو مبين بالجدول التالي (17):

#### جدول (17)

دراسة العلاقة الارتباطية بين مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة، وكيفية معرفتهم  
وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية  
المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ  
المبادرة لديهم

العلاقة بين	مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة
كيفية معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	**0.573
الحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة	**0.513
درجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى الباحثين	**0.579

#### (\*\*) دالة عند مستوى (0.01)

أولاً: يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائياً عند  
مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة، وكيفية معرفتهم  
وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، حيث تبين من خلال  
النتائج مدى تأثير المعالجة الإعلامية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية على إدراك  
الباحثين للأنشطة التي تعمل على تنفيذها المبادرة من خلال تعريفهم بما يستجد من  
تطورات، كما أكدت النتائج تأثير ذلك على شعور الباحثين بأهمية المبادرة ودورها في

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

القضاء على المناطق العشوائية وتطويرها والدور الذي تقوم به الدولة لتنفيذ المشروعات المقترحة منها خلال تلك المبادرة.

**ثانيًا:** كما يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ووفقًا لنظرية المزاج العام فإن المواقع الإخبارية من خلال تغطية أخبار مبادرة حياة كريمة تقوم ببث شعور عام يبعث على الراحة والأمل في تطوير الدولة وجهودها لتنفيذ المشروعات المقترحة ضمن إطار رؤية 2030، والمقرر أن تصبح مصر فيها دولة ذات مستوى اقتصادي واجتماعي وصحي عالٍ من خلال توفير عدد من المشروعات وفرص العمل للشباب والأرامل والاهتمام بفئة ذوى الاحتياجات الخاصة، وكلها مشروعات وأعمال تبعث روح التفاؤل بين المواطنين، وهو بذلك يثبت صحة فرضيات نظرية المزاج العام.

**ثالثًا:** كذلك يتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم، وهو ما يؤكد أن المبحوثين قد تكونت لديهم مشاعر إيجابية نحو الدور الذي تقوم به الدولة في تنفيذ مبادرة حياة كريمة لرفع المستوى المعيشي للمواطنين، خاصة في المجتمعات الفقيرة والريفية والعشوائيات، مما يزيد من درجة الرضا عن أداء الدولة المصرية في خطتها التنموية.

ويعني هذا قبول الفرض الأول من فروض الدراسة، ويشير هذا إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، وكيفية إدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى المبحوثين.

**وهو ما يؤكد ما ذهبت إليه دراسة «Zhang, X» (2021)<sup>(78)</sup> التي أكدت أن** تعرض الجمهور إلى المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بمتابعة قضية تدوير المياه وإعادة استخدامها في الصين أثرت بشكل كبير على اتجاهات الجمهور والمناخ العام فيما يتعلق بتقبل تلك القضية وتغيير سلوك الجمهور فيما يتعلق بإعادة تدوير المياه، وأن المواقع الإلكترونية ساهمت في تشكيل اتجاهات الجمهور بما يتفق مع توجهات الجمهور والحكومة المحلية فيما يتعلق بتلك الإجراءات لترشيد استخدام المياه وإعادة تدويرها واستخدامها مرة أخرى.

#### نتائج التحقق من صحة الفرض الثاني:

**والذي ينص على أنه:** "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، والحالة الإيجابية والحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة".

وللتحقق من صحة هذا الفرض قامت الباحثة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson)، كما هو مبين بالجدول التالي (18):

### جدول (18)

دراسة العلاقة الارتباطية بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والحالة الإيجابية والحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة

مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة	العلاقة بين
**0.389	الحالة الإيجابية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية
** -0.402	الحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية
**0.384	المشاعر الإيجابية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة
** -0.397	المشاعر السلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة

(\*\*) دالة عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (18):

أولاً: وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والحالة الإيجابية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة، حيث ثبتت نتائج الدراسة أن المبحوثين يشعرون بالرضا عن تغطية المواقع الإلكترونية لمبادرة حياة كريمة من خلال ما تقوم به تلك المواقع من متابعة أعمال المبادرة وتنفيذها على أرض الواقع ودور أصحاب القرار فيها وبيان مدى أهميتها بالنسبة للجمهور، كما تكونت لدى الجمهور اتجاهات إيجابية عن المبادرة نفسها، حيث أصبح المتابعون أكثر معرفة بها ويتابعونها على عدد من المنصات الرقمية والوسائل الأخرى التقليدية، وهو ما يثبت نجاح المواقع الإلكترونية في التأثير على المبحوثين في تعريفهم بالمبادرة وقدرتها على جعلهم أكثر اهتماماً بها، وطبقاً لنظرية المزاج العام فإن المواقع الإلكترونية حينما تقوم بمعالجة الموضوع بشكل إيجابي فإن ذلك ينتقل إلى الجمهور في تشكيل مزاج عام إيجابي حول الظاهرة، ومن ثم فإن التغطية الإيجابية لموضوع مبادرة حياة كريمة تولد عنه اتجاهات إيجابية لدى الجمهور نحو المبادرة، وهو ما يؤكد ما ذهب إليه دراسة «Zhang, X» (2021)، حيث بينت أن وجود اتجاه إيجابي مسبق لدى الجمهور في الصين نحو القضية له تأثير كبير على اتجاهاتهم نحو التأثير بالمضمون المقدم في المواقع الإلكترونية، والذي يقوم بمعالجة نفس القضية، مما يشير إلى أن هناك تأثيراً كبيراً للمواقع الإلكترونية على المجال والمناخ العام المتعلق بالإصلاحات التي تدعو إليها الحكومة الصينية.

ثانياً: كما يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية عكسية متوسطة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة والحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر السلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة، وتعكس العلاقة الارتباطية العكسية نفس النتائج التي يؤكدتها الجدول السابق فيما يخص الاتجاهات الإيجابية، وتدل النتيجة على تأثير

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

معدلات المتابعة على المشاعر التي تتولد من التغطية نفسها تجاه الموضوع وعن اتجاهات الباحثين نحو المعالجة أو التغطية الإعلامية نفسها فيما يعني أنه كلما زادت المتابعة للمواقع الإخبارية التي تقوم بمتابعة المبادرة قلَّت الاتجاهات السلبية نحوها، وكذلك قلَّت المشاعر السلبية نحو المبادرة نفسها.

وهو نفس ما أكدته دراسة «Eunil Park» 2020<sup>(79)</sup> باعتماد الإعلام الكوري على استخدام إطار الإيجابيات للتركيز على النواحي الإيجابية للطاقة النووية والاستفادة منها في المجتمع، ومن بينها استخدامه في توليد الطاقة، مما أدى بشكل كبير في تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور الكوري، فيما يتعلق بالاستخدام السلمي للطاقة النووية.

وبعني هذا قبول الفرض الثاني من فروض الدراسة، ويشير هذا إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة الباحثين لمبادرة حياة كريمة، والحالة الإيجابية والحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة.

#### نتائج التحقق من صحة الفرض الثالث:

والذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الباحثين عينة الدراسة حسب متغير (السن) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم بمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### والجدول التالي يبين ذلك:

#### جدول (19)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين ثلاثي الاتجاه لإظهار دلالة الفروق بين استجابات أفراد العينة المستفتاة

حول كيفية إدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم حسب متغير السن (ن=408)

مصدر التباين	السؤال	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
السن	كيفية معرفة وإدراك الباحثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	4347.64	3	1449.21	102.16	0.0001 دالة
	الحالة المزاجية المسيطرة على الباحثين تجاه المبادرة	384.40	3	128.13	40.88	0.0001 دالة
	ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى الباحثين	89.40	3	29.80	65.65	0.0001 دالة

يتضح من النتائج بالجدول (19) ما يلي:

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

أولاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عند مستوى (0.05) في متوسط استجاباتهم حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، بحسب متغير (السن)، حيث بلغت قيمة "ف" (102.16) عند درجة حرية (3)، وهو ما يعنى أن هناك فروقا ذات دلالة بين المبحوثين، وتفسر الباحثة ذلك بأن عامل السن هو العامل الأكثر بروزاً في عملية الإدراك بالنسبة لمبادرة حياة كريمة، حيث يتدخل السن في طريقة التعرض للمواد الإعلامية التي تتناول الموضوع وكذلك يؤثر على درجة التأثير نفسها.

ثانياً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عند مستوى (0.05) في متوسط استجاباتهم

والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، بحسب متغير السن، وهو ما يؤكد تأثير اعمار المبحوثين في شعورهم واتجاهاتهم نحو المبادرة.

ثالثاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عند مستوى (0.05) في متوسط استجاباتهم حول ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم بحسب متغير (السن)، وهو ما يؤكد النتائج السابقة.

وترى الباحثة أن السن يؤثر بشكل كبير في عملية تقبل التغيير الاجتماعي وعمليات الإصلاح، حيث يؤثر ذلك في مدى تقبلهم لفكرة التغيير نفسها، ونظراً للظروف السياسية والاقتصادية التي مرت على الدولة المصرية، والتي جعلت الشباب المصرى أكثر وعياً من غيره، فإنه كلما كان العمر أقل كانت قابليتهم لفكرة التغيير أكبر، وقد أكدت دراسة «Rosenberg, J» (2021)<sup>(80)</sup> أن تقبل التغييرات الحادثة في مجال التعليم ترجع بشكل كبير نحو تقبل الطلاب وأولياء الأمور تلك الإصلاحات، مما أدى إلى تكوين مجال ومناخ عام أثر بشكل كبير على تغيير اتجاهات المعلمين نحو تقبل تلك الإصلاحات. ولمعرفة اتجاه الفروق تم استخدام اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية:

#### جدول (20)

يوضح نتائج اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية لعينة الدراسة تبعاً لمتغير السن

(ن=408)

السؤال	السن	ن	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				أقل من 20 سنة	من 20 سنة لأقل من 35 سنة	من 35 سنة فأكثر
كيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	أقل من 20 سنة.	30	37.4	————	*12.2889	*6.2095
	من 20 سنة لأقل من 35 سنة	261	33.989	————	————	*8.8774
	من 35 سنة لأقل من 50 سنة	63	31.190	————	————	————
	50 سنة فأكثر	54	25.111	————	————	————

*1.1276	*7438.	*1.8730	—	10.300	30	أقل من 20 سنة	الحالة
*1.8714	*2.6169			9.172	261	من 20 سنة لأقل من 35 سنة	المزاجية المسيطرة
*3.7444				8.429	63	من 35 سنة لأقل من 50 سنة	على المبحوثين
—				6.556	54	50 سنة فأكثر	تجاه المبادرة
*1.7556	*0.8905	*0.4816	—	3.7	30	أقل من 20 سنة	شعور
*1.2739	*0.4089	—		3.218	261	من 20 سنة لأقل من 35 سنة	المبحوث بالرضا عما
*0.8651	—			2.810	63	من 35 سنة لأقل من 50 سنة	تتخذها الدولة من إجراءات
—				1.944	54	50 سنة فأكثر	في مبادرة حياة كريمة

### \* تعني أن الفرق بين المتوسطات دالة عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعًا للسن (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر)، بالنسبة لكيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، لصالح فئة أفراد العينة (الأصغر سنًا)، حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر) على الترتيب: (37.4)، (33.989)، (31.19)، (25.111)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

كما يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعًا للسن (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر)، بالنسبة للحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، لصالح فئة أفراد العينة الأقل في السن، حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر) على الترتيب (10.3)، (9.172)، (8.429)، (6.556)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

كما يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعًا للسن (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر)، بالنسبة لشعور المبحوث بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة، لصالح فئة أفراد العينة الأقل في السن، حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب (أقل من 20 سنة/ من 20 سنة لأقل من 35 سنة/ من 35 سنة لأقل من 50 سنة/ 50 سنة فأكثر) على الترتيب: (3.7)، (3.218)، (2.81)، (1.944)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر

ويعني هذا قبول الفرض الثالث من فروض الدراسة، ويشير هذا إلى أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (السن) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### نتائج التحقق من صحة الفرض الرابع:

والذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (الدخل) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

والجدول التالي يبين ذلك:

#### جدول (21)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين ثلاثي الاتجاه لإظهار دلالة الفروق بين استجابات أفراد العينة المستفتاة

حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم حسب متغير الدخل (ن=408)

مصدر التباين	السؤال	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدخل	كيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	2448.93	2	1224.47	65	0.0001 دالة
	الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة	408.40	2	204.20	66.57	0.0001 دالة
	ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى المبحوثين	44.85	2	22.42	39.84	0.0001 دالة

يتضح من النتائج بالجدول (21) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في متوسط استجابات عينة الدراسة حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم بحسب متغير (الدخل)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم استخدام اختبار (LSD) للمقارنات الثنائية البعدية:



## جدول (22)

للمقارنات الثنائية البعدية لعينة الدراسة تبعاً لمتغير الدخل LSD يوضح نتائج اختبار (ن=408).

السؤال	الدخل	ن	المتوسط	الفرق بين المتوسطات		
				أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً	من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً	أكثر من 5000 آلاف جنيه شهرياً
كيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها	أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً	201	34.79	—	0.0846-	*0.1498
	من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً	78	32.73	—	—	*0.2344
	أكثر من 5000 آلاف جنيه شهرياً	129	29.21	—	—	—
الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة	أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً	201	9.72	—	*0.2376	*0.2341
	من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً	78	8.65	—	—	0.0035-
	أكثر من 5000 آلاف جنيه شهرياً	129	7.44	—	—	—
شعور المبحوث بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة	أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً	201	3.31	—	0.7128	*1.8465
	من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً	78	3.04	—	—	*1.1337
	أكثر من 5000 آلاف جنيه شهرياً	129	2.56	—	—	—

\* تعني أن الفرق بين المتوسطات دالة عند مستوى معنوية (0.05)

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً للدخل، بالنسبة لكيفية معرفة وإدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، لصالح فئة أفراد العينة الأقل في الدخل، حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب الدخل (أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً/ من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً/ أكثر من 5000 آلاف جنيه شهرياً) على الترتيب: (34.79)، (32.73)، (29.21)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، عدا الفرق بين الفئتين ذاتي الدخل أقل من 3000 آلاف جنيه شهرياً ومن 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهرياً، حيث جاءت قيمة الفرق بين الفئتين غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، وهو ما يثبت ما أكدته دراسة راللا عبد الوهاب (2020)<sup>(81)</sup>، والتي أكدت وجود علاقة دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار الاقتصادية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، حيث أثبتت النتائج أن ذوي المستوى

الاقتصادي المنخفض أكثر متابعة للأخبار الاقتصادية بالصحف، وأنها تساعدهم على تكوين وجهات نظر حول الموضوعات الاقتصادية.

كما يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعًا للدخل، بالنسبة للحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، لصالح فئة أفراد العينة الأقل دخلًا.

حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب الدخل (أقل من 3000 آلاف جنيه شهريًا/ من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريًا/ أكثر من 5000 آلاف جنيه شهريًا) على الترتيب: (9.72)، (8.65)، (7.44)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05) عدا الفرق بين الفئتين ذاتي الدخل من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريًا، وأكثر من 5000 آلاف جنيه شهريًا، حيث جاءت قيمة الفرق بين الفئتين غير دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05).

كما يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعًا للدخل بالنسبة لشعور المبحوث بالرضا عما تتخذه الدولة من إجراءات في مبادرة حياة كريمة، لصالح فئة أفراد العينة الأقل في الدخل، حيث جاءت قيمة متوسطات أفراد العينة حسب الدخل (أقل من 3000 آلاف جنيه شهريًا/ من 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريًا/ أكثر من 5000 آلاف جنيه شهريًا) على الترتيب: (3.31)، (3.04)، (2.56)، كما يتضح من الجدول أن جميع قيم الفروق بين متوسطات الفئات العمرية المختلفة جاءت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05) عدا الفرق بين الفئتين ذاتي الدخل أقل من 3000 آلاف جنيه شهريًا، ومن 3000 إلى 5000 آلاف جنيه شهريًا، حيث جاءت قيمة الفرق بين الفئتين غير دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05).

ويعني هذا قبول الفرض الرابع من فروض الدراسة، ويشير هذا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (الدخل) حول كيفية إدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### نتائج التحقق من صحة الفرض الخامس:

والذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (الإقامة) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### والجدول التالي يبين ذلك:

### جدول (23)

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات مجموعتي (الريف- الحضر) في كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم

البيد	مكان الإقامة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة	ريف	186	31.37	5.56	4.812-	0.0001 دالة
	حضر	222	33.69	4.16		
الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة	ريف	186	8.60	2.30	1.817-	0.07 غير دالة
	حضر	222	8.96	1.72		
الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة	ريف	186	2.81	0.93	5.011-	0.0001 دالة
	حضر	222	3.20	0.66		

يتضح من جدول السابق:

أولاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين حسب الإقامة (الريف- الحضر) حول كيفية إدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم، لصالح مجموعة القاطنين في الحضر، حيث بلغت قيم "ت" (-4.812)، (-5.011)، وهما قيمتان دالتان إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ثانياً: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين حسب الإقامة (الريف- الحضر) حول الحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، حيث بلغت قيم "ت" (-1.817)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ويعني هذا قبول الفرض الخامس من فروض الدراسة، ويشير هذا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (الإقامة) حول كيفية إدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

#### أهم نتائج الدراسة:

1. بلغت نسبة التعرض الدائم للمواقع الإخبارية 89.7%، مقابل 10.3% منهم نادراً ما يتعرضون لها، ويتضح من النتائج أهمية المواقع الإخبارية بالنسبة للمبحوثين، إذ إنها تعد إحدى وسائل الإعلام المهمة بالنسبة لهم، وأن الفئة الأكثر من عينة الدراسة تتابع المواقع الإخبارية أقل من ساعة يومياً بنسبة 72.8% من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني وبنسبة 21.3% من عينة الدراسة تتابع المواقع الإخبارية الفترة المتوسطة (من

- ساعة إلى 5 ساعات)، وهي فئة ليست بالقليلة، ويمكن القول بأن تلك الوسائل أحد المصادر الرئيسية في التعرف على الأخبار لدى هذه الفئة، بينما اعتمدت نسبة 5.9% على المواقع الإخبارية لأكثر من 5 ساعات يوميًا، مما يدل على أهمية تلك الوسائل بالنسبة إليهم.
2. جاء موقع «اليوم السابع» على رأس قائمة أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تمثل مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري عينة الدراسة بنسبة (87.50%)، ثم جاء موقع «المصري اليوم» في المرتبة الثانية بنسبة (49.26%)، يليه موقع «الأهرام» بالمرتبة الثالثة بنسبة (28.68%)، وجاء بالمرتبة الرابعة موقع «الجمهورية» بنسبة (16.91%)، وفي المرتبة الخامسة جاء موقع «الأخبار» بنسبة (11.67%)، يليه موقع «الشروق» بنسبة (9.56%)، وجاء موقع «الدستور» بنسبة (8.09%).
3. أن 100% من عينة الدراسة قد سمعت أو قرأت عن مبادرة «حياة كريمة»، وتفسر الباحثة ذلك بأن مبادرة «حياة كريمة» تعد إحدى أهم المبادرات الوطنية التي تستهدف قطاعًا كبيرًا من المواطنين، ومن ثم فإنه قد صادفت بعض الفئات، خاصة الذين يسكنون الريف المصري، بعضًا من مشروعات تلك المبادرة، كما أنها كأحد أهم مبادرات الرئيس السيسي خلال الفترة الأخيرة فإنها تم تناولها في وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون والصحف ومواقع الإنترنت من خلال الحملات الإعلامية عنها، والتي تدعمها وزارة التضامن الاجتماعي، وهي الوزارة المسؤولة عن تنفيذ مشروعات المبادرة.
4. تعد المواقع الإخبارية الإلكترونية أهم مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري عينة الدراسة عن مبادرة حياة كريمة بنسبة (78.68%)، ثم جاءت الإذاعة المسموعة بنسبة (25%)، تليها الأسرة والمعارف بنسبة (24.26%)، ثم الصحف المطبوعة بنسبة (11.67%)، وهي نتيجة منطقية في ظل تراجع وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحف المطبوعة أمام قوة ومنافسة المواقع الإخبارية بكل ما تحمله من سرعة في نشر المعلومات والأخبار، وتغير البيئة الاتصالية للجمهور المصري.
5. أن نسبة 22.1% دائمًا ما تقوم بمتابعة الأخبار والأحداث الجديدة الخاصة بمبادرة حياة كريمة، بينما يتابع 47.8% من عينة الدراسة أحيانًا مبادرة حياة كريمة من خلال وسائل الإعلام، في حين يتابعها نادرًا نسبة 30.2% من إجمالي العينة، وتشير هذه النتيجة إلى أهمية تلك المبادرة، حيث تعد أحد المشروعات التنموية التي تولي عينة الدراسة اهتمامًا خاصًا بمتابعتها سواء من خلال وسائل الإعلام الرقمية أو التقليدية.
6. أن الباحثين يقومون بمتابعة مبادرة حياة كريمة على موقع المبادرة الإلكتروني مباشرة، بنسبة 76.5% من إجمالي العينة، وفي الترتيب الثاني يتابع الباحثون مبادرة حياة كريمة على موقع فيسبوك بنسبة 40.7% من إجمالي العينة، كما يتابعها نسبة 27.2% على تطبيقات الهاتف المحمول، حيث وجدت عددًا كبيرًا من التطبيقات المتاحة للاستخدام على الهاتف المحمول والتي تتعلق بمشروعات التنمية في مصر،

وبنسبة 22.8% من عينة الدراسة يتابعها على حساب المبادرة على الإنستجرام، بينما يتابع حساب تويتر نسبة 9.7% من العينة.

7. وصّف المبحوثون مبادرة حياة كريمة بأنها "مبادرة للتخفيف على كاهل المواطن بالمجتمعات الأكثر احتياجًا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر" بنسبة 67% من عينة الدراسة، بينما ترى نسبة 36.03% منهم أنها "مبادرة تحقق العدالة الاجتماعية"، في حين ترى نسبة 33.8% أنها "تواكب التوجه العالمي لدعم الفقراء والتوجه نحو التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر وتحقيق أهداف التنمية"، بينما يرى 24.3% من أفراد عينة الدراسة أنها "مبادرة تعزز السلام الاجتماعي بما يساوي بين المقيمين في المدن والمقيمين في الحضر"، كما ترى نسبة 19.9% منهم أنها "مبادرة لإعادة بناء الشخصية المصرية"، يليها وصفها بأنها "زيادة الفجوات بين بعض المناطق الجغرافية" بنسبة 15.4%، وأخيرًا ترى نسبة 8.8% أنه "لا يوجد توصيف محدد".

8. أشارت النتائج إلى أن التغطية بالنسبة للمبحوثين كانت مفسرة بوزن نسبي 2.88، مقابل أنها ناقصة بوزن نسبي 2.55، في حين أن المبحوثين يرون أن التغطية كانت واضحة بوزن نسبي 2.98 مقابل أنها كانت غامضة بوزن نسبي 2.42، وهو ما يعني أن السمة الإيجابية للتغطية كانت الأعلى، ووضوح التغطية يعني أنها لم تكن متحيزة إلى أحد الجوانب دون غيرها، كما أنها مفهومة وتقدم تفسيرات واضحة وأسباب منطقية لما تقوم به المبادرة من أعمال داخل المجتمع المصري، كما ترى نسبة كبيرة من المبحوثين أن تغطية المواقع الإخبارية لمبادرة حياة كريمة كانت متنوعة بوزن نسبي 2.83، مقابل من يرى أنها غير متنوعة بوزن نسبي 2.42، كما جاءت التغطية موضوعية بوزن نسبي 2.98، مقابل أنها غير موضوعية بوزن نسبي 2.42.

9. أشارت النتائج إلى أن المبحوثين يدركون مبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإخبارية لها بدرجة مرتفعة بنسبة 22.1%، بينما يدركونها بدرجة متوسطة بنسبة 51.5% من إجمالي العينة، في حين أن درجة الإدراك الضعيفة جاءت بنسبة 26.5% من إجمالي العينة، مما يعني أن هناك تأثيرات كبيرة لتغطية المواقع الإخبارية على إدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة.

10. جاءت كل من عبارتي: "تعرفت على تأثيرات مبادرة حياة كريمة على التنمية الاجتماعية"، "تعرفت على حجم المشكلات التي يعاني منها سكان العشوائيات وتأثيرها على التنمية" في الترتيب الأول من كيفية إدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإخبارية لها، بوزن نسبي 2.63، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة "التعاطف مع سكان العشوائيات" بوزن نسبي 2.61، وقد جاءت العبارة: "تأييد مجهودات الدولة في التخلص من العشوائيات" في الترتيب الثالث كتأكيد للعبارة التي سبقتها بوزن نسبي 2.57، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "أصبحت أكثر معرفة بالمشروعات التي تنشئها الدولة لتطوير العشوائيات" بوزن نسبي 2.56.

11. غلب الشعور الإيجابي على عينة الدراسة فيما يتعلق بمبادرة حياة كريمة، حيث جاءت عبارة "أشعر بالأمل" الأعلى في الوزن النسبي، وذلك بنسبة (3.066%) مما يعني موافقة الجمهور المصري عينة الدراسة على أنهم يشعرون بالأمل، ثم جاءت في الترتيب الثاني عبارة "أشعر بالسعادة" بوزن نسبي (2.996%)، وبالترتيب الثالث جاءت عبارة "أشعر بالابتهاج والفرح" بوزن نسبي (2.985%)، ثم عبارة "أشعر بالرضا" بوزن نسبي (2.941%)، بينما جاء المزاج العام السلبي بأقل وزن نسبي، حيث جاءت عبارة "أشعر بالسخط" بوزن نسبي منخفض (2.5%)، تليها عبارة "أشعر باليأس"، "أشعر بالمهانة" بوزن نسبي منخفض وجاءت درجة الشعور "راضٍ" بالترتيب الأول بالنسبة لدرجة رضا الجمهور المصري عينة الدراسة عما تتخذه الدولة من إنجازات مبادرة حياة كريمة بنسبة (50.74%)، وبالترتيب الثاني "راضٍ جداً" بنسبة (28.68%)، "غير راضٍ" بالترتيب الثالث بنسبة (14.71%)، وأخيراً "ساخط" بنسبة (5.88%). ولم تختلف البيانات كثيراً على مستوى البيانات التفصيلية لكلٍ من الموضوعات الإيجابية والسلبية المثارة عن مبادرة حياة كريمة.

#### بالنسبة لنتائج التأكد من صحة الفروض:

1. ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، وكيفية معرفتهم وإدراكهم للمبادرة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لدى المبحوثين.
2. ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين مدى متابعة المبحوثين لمبادرة حياة كريمة، والحالة الإيجابية والحالة السلبية عن التغطية الصحفية لمبادرة حياة كريمة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والمشاعر الإيجابية والسلبية تجاه موضوعات مبادرة حياة كريمة.
3. ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (السن) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.
4. ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المبحوثين عينة الدراسة حسب متغير (الدخل) حول كيفية معرفتهم وإدراكهم لمبادرة حياة كريمة في إطار تغطية المواقع الإلكترونية لها، والحالة المزاجية المسيطرة على المبحوثين تجاه المبادرة، ودرجة الرضا عن الأداء الحكومي في تنفيذ المبادرة لديهم.

### التوصيات والمقترحات:

1. استمرار الاهتمام بإبراز نتائج الحملات الحكومية على أرض الواقع عبر بيانات وأرقام معلنة، وذلك باستمرار تقديم المؤتمرات والندوات التي توضح بشكل حقيقي ما تم من إنجازات خلفتها المبادرات المجتمعية المختلفة.
2. تقديم شروحات أكثر وضوحًا حول أهداف الحملات الحكومية المختلفة لمراعاة الثقافات والتعليم المتوسط، ولضمان سهولة فهم المبادرات المختلفة التي تقع تحت قبة رعايتها، بجانب ضرورة وجود أرقام هواتف سارية في حالة الرغبة في تقديم معلومات حول أشخاص في حاجة للخدمات المقدمة عبر هذه المبادرات.
3. إجراء المزيد من الدراسات المقارنة ما بين أوضاع المبادرات المجتمعية ضمن المجتمع المصري، وما يناظرها من برامج أو أنشطة شبيهة داخل المجتمعات العربية المحيطة، تثري المجال البحثي المجتمعي بشكل عام.
4. إعطاء المزيد من مساحة التغطية المنشورة، وتخصيص مساحات أكبر وأبواب ثابتة، وبما يتناسب مع حجم وأهمية هذه المبادرات، وضرورة تخصيص صفحة أسبوعية خاصة بالمبادرات الوطنية الرئاسية في الصحف المصرية اليومية لمتابعة المشكلات التي يمكن أن تحدث وقضاياها الطارئة، للعمل على تنوير الرأي العام بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة عن قضايا الإصلاح الاجتماعي.
5. تفعيل رسائل القراء (التعليقات في المواقع إذا كانت متاحة) حول المبادرات الوطنية والمشكلات المتعلقة بها في الصحف العامة والمواقع الإخبارية لتحقيق التفاعل بين القائم بالاتصال والمتلقي، حتى لا ينصرف جمهور القراء إلى مصادر معلومات أخرى.

## مراجع الدراسة:

- (1) <https://www.presidency.eg/ar/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D8%A7%D8%B3%D8%A9%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A9-%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%A9-%D9%83%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A9>
- (2) Grace, M. (2022). Factors Affecting Public Opinion on the Denial of Healthcare to Transgender Person. *American Sociological Review*, 5(2), 1-12.
- (3) Seivia Knobloch (2007), Mood Management Theory, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol.51, No. 1, pp. 73-92.
- (4) Chaes De Vreese, (2004) The Effects of Strategic News on Political Cynicism, Issue Evaluation, and Policy Support: A Tow Wave Experiment *Mass Communication and Society*, Vol.7, No. 2, pp. 191-214.
- (5) شريف درويش اللبان، "التغير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي"، *المركز العربي للدراسات والبحوث*، 18 أغسطس 2014، متاح على الرابط التالي: <http://www.acrseg.org/10126>
- (6) مهيرة عماد فتحي محمد السباعي، (2022). "تغطية عملية التحول الرقمي بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تحقيق رؤية مصر 2030 - دراسة تطبيقية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 61، العدد 2، أبريل 2022، الصفحة 907-956.
- (7) Aktar, D. (2022). Coverage of Local Development Issues in Regional Newspapers of Bangladesh. *Asia Social Issues*. Vol.15 No.1. 1-12.
- (8) أحمد محمد عبد الله سليم، (2022). "اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الخاصة بمحدودي الدخل عبر الصفحات الرسمية ودورها في التوعية بالمبادرات الوطنية - مبادرة القضاء على العشوائيات أمودنًا"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 61، العدد 2، أبريل 2022، الصفحة 809-858.
- (9) Lin, Y. (2022). Social media for collaborative planning: A typology of support functions and challenges. *Cities* 125 (2022) 103641
- (10) إبراهيم محمد أبو المجد فرج، (2022). "تعرض الشباب المصري للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 61، العدد 2، أبريل 2022، الصفحة 717-808.
- (11) ريهام طلعت، (2021). "تغطية الصحف والمواقع الإلكترونية لمشروعات تنمية سيناء واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، - جامعة المنصورة. كلية الآداب، قسم الإعلام.
- (12) عادة موسى إبراهيم صقر، (2021). "معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي في مصر من منظور النخب المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 20، العدد 4، أكتوبر 2021.
- (13) دعاء فكري عبد الله، "أطر تغطية الصحف الإلكترونية المصرية لمعوقات التنمية الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل مدركات الشباب الجامعي نحوها (دراسة تحليلية وميدانية)"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد التاسع والخمسون، الجزء الأول، أكتوبر 2021.
- (14) فوزي الزعبلوي، (2020). "الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار إستراتيجية التنمية المستدامة 2030"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 54، 54 - ج 3، يوليو 2020، ص 1979-2028.
- (15) فوزي عبد الرحمن الزعبلوي، (2019). "أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لسياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 18، العدد 3، يوليو 2019، ص 139 - 182.
- (16) مظهر سيد بسيوني، (2018). "معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.



- (17) لمياء فوزي عمارة، (2017). الخطاب الصحفي المصري لقضايا التنمية بدول شرق آسيا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- (18) سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين (2015). "معالجة الصحافة المصرية لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، المجلد 2015، العدد 3، يوليو 2015، ص 331 – 368.
- (19) Diane Holt & Ralf Barkemeyer. Media Coverage of Sustainable Development Issues – Attention Cycles or Punctuated Equilibrium? *Sustainable Development*, 20, 2012, 1-17. doi: 10.1002/sd.460.
- (20) Hare, A. (2022). Comparing traditional news and social media with stock price movements; which comes first, the news or the price change?. *Journal of Big Data* volume 9, Article number: 47 (2022).
- (21) Hargartner, D. (2021). Empathy-based counterspeech can reduce racist hatespeech in a social media field experiment. *PNAS* 118(5). 1-3.
- (22) Zhang, X. (2021). Public attention and sentiment of recycled water: Evidence from social media text mining in China. *Journal of Cleaner Production*, Volume 303, 20 June 2021, 126814.
- (23) Rosenberg, J. (2021). Understanding Public Sentiment About Educational Reforms: The Next Generation Science Standards on Twitter. January-December 2021, Vol. 7, No. 1, pp. 1–17.
- (24) Sinpeng, A. (2021). Hashtag activism: social media and the #FreeYouth protests in Thailand. *Critical Asian Studies*, 53:2, 192-205.
- (25) محمد مصطفى رفعت، التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحريني (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية)، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد السادس والخمسون، الجزء الثالث، يناير 2021.
- (26) Eunil Park(2020), " Positive or negative? Public perceptions of nuclear energy in South Korea: Evidence from Big Data" *Nuclear Engineering and Technology* 51.
- (27) . راللا محمد أحمد عبد الوهاب، أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الخامس والخمسون، الجزء السادس، أكتوبر 2020.
- (28) حنان عبد الوهاب، تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الخامس والخمسون، الجزء الرابع، أكتوبر 2020.
- (29) محمد مصطفى رفعت، التعرض لوسائل الإعلام التقليدي والحديث وعلاقته بحاله المزاج العام لدى الشباب المصري، دراسة حالة على اتفاقية تعيين الحدود البحرية بين مصر والسعودية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، *مجلة الرأي العام*، المجلد 17، العدد 1، يناير 2018.
- (30) محمود محمد عبدالحليم، (2017). "اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 16، العدد 4، أكتوبر 2017، الصفحة 429 - 496.
- (31) إنجي طه سيف النصر، (2018). "المعالجة الإعلامية لعملية التحول الديمقراطي في مصر علي القنوات الفضائية والإنترنت واتجاهات الجمهور المصري نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ص5.
- (32) Wendy Rahn (2004), "Feeling, Thinking, Being, Doing: Public Mood, American National Identity, and Civic Participation. The Annual Meeting of The Midwest Political Science Association. Chicago, IL, April 17, 2004, P.3

- (33) Lutz Hagen, Reimar Zeh, Nina Reiling, Maik Mueller-Klier, (2004), Soccer in the Media, Public Mood, and how the German ruling coalition won the last national Elections, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004, P: 2, Available Online at: [http://citation.allacademic.com/meta/p113132\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p113132_index.html)
- (34) Nathan J. Kelly (2008), " Inequality and Mass Opinion: Income Distribution and The Dynamics Of Public Mood", Paper presented at the Annual Meeting Of The MPSA Annual National Conference, Chicago, IL, Apr 03, 2008, P. 3. Available Online at: [http://citation.allacademic.com/meta/p266473\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p266473_index.html)
- (35) Lin, L. (2021). Research on the Evolution Path of Public Opinion in Environmental Emergencies. E3S Web of Conferences **257**, 03059 (2021)
- (36) Oliver, M. B., & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. **Journal of Communication**, 61, 984–1004.
- (37) Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31 (3), 327–341.
- (38) إنجي طه، مرجع سابق، ص6.
- (39) Bryan Calvin, Paul M. Collins, Jr., Matthew Eshbaugh-Soha (2011) On the Relationship between Public Opinion and Decision Making in the U.S. Courts of Appeals, *Political Research Quarterly*, Vol. 64, No. 4 , pp. 736-748.
- (40) إنجي طه، مرجع سابق، ص6.
- (41) Kim J. Analyzing public opinion toward the 2019 North Korea–United States summit through mining twitter[J]. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**, 2019, 56(1): 686-687.
- (42) Chakraborty P, Sharma A. Public Opinion Analysis of the Transportation Policy Using Social Media Data: A Case Study on the Delhi Odd–Even Policy[J]. **Transportation in Developing Economies**, 2019, 5(1).
- (43) إنجي طه، مرجع سابق، ص6.
- (44) Newman Brain (2003), "Integrity and Presidential Approval, 1980–2000", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 67, No. 3. P. 335–367.
- (45) Lawrence James Grossback, (2000), "Public Opinion and the Process of Democratic Responsiveness" **PHD**, (University Of Minnesota), P. 4.
- (46) موقع مؤسسة حياة كريمة: <https://www.hayakarima.com/goals.html>
- (47) سالي شحاتة، (2021). "الإقناع البصري في تصميم صفحات معالجة قضايا التنمية المستدامة بالمواقع الإخبارية الصحفية - مبادرة حياة كريمة نموذجًا"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 61، العدد 3، إبريل 2022، ص 1435-1480.
- (48) Harris, J., McKenzie, K., & Rentfro, R.,(2009), Building trust or mistrust: The search for performance reporting from a citizen's perspective, **Journal of Government Financial Management**, Political Science 58(4), P. 40.
- (49) Searson, E. M., & Johnson, M. A.,(2010), Transparency laws and interactive public relations: An analysis of Latin American government Web sites, **Public Relations Review**, 36(2), P. 120. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.03.003>
- (50) تم تطبيق 450 استمارة إلا أنه تم استبعاد 42 استمارة لعدم كفاية المعلومات والبيانات بها، لتبلغ إجمالي الاستمارات المطبقة بالفعل (408) استمارات.
- (51) . تكونت قائمة المحكمين من:
- أ.م.د إسلام عبد الرؤوف، أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام – جامعة الأزهر .
- أ.م.د محمد رفعت، أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

- أ.م.د خالد مسعد أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام – جامعة سيناء.
- (52) ليث بدر يوسف وزهراء حسين، (2016). "المسئولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية: الأسس النظرية والتطبيقية"، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، ص89.
- (53) معاذ عليوي (2016). "مفهوم الإصلاح الاجتماعي، المركز الديمقراطي العربي، متاح على <https://democraticac.de/?p=26853>
- (54) Nathan J. Kelly & Peter K. Enns (2010) Inequality and the Dynamics of Public Opinion: The Self-Reinforcing Link Between Economic Inequality and Mass Preferences, *American Journal of Political Science*, Vol. 54, No. 4, pp. 855-870.
- (55) معين صالح يحيى، "العوامل المؤثرة في بناء الإقناع لمواقع الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية للمواقع الإعلامية العربية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، 2012)، ص154.
- (56) دعاء فتحي سالم، "اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير"، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، يوليو 2012، ص 212.
- (57) محمود محمد عبدالحليم، "اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية"، مرجع سابق.
- (58) مهيبة عماد فتحي محمد السباعي، تغطية عملية التحول الرقمي بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تحقيق رؤية مصر 2030، مرجع سابق.
- (59) أسماء حمدي قنديل، (2015). "المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- (60) أحمد محمد عبدالله، (2020). "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، جامعة بني سويف، المجلد 1، العدد 1، ديسمبر 2020، ص 1-355.
- (61) فوزي الزعبلوي، "الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار إستراتيجية التنمية المستدامة 2030"، مرجع سابق.
- (62) أسماء مصطفى قاسم أحمد، (2022). "معالجة الإنفوجرافيك للفضايا الصحية ببعض مواقع الصحف الإلكترونية اليومية المصرية، وانعكاس ذلك على الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية التربية بالغردقة.
- (63) (Aktar, D. ,Coverage of Local Development Issues in Regional Newspapers of Bangladesh. *Asia Social Issues*, Op. Cit.
- (64) مظهر سيد بسبوني، معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل، مرجع سابق.
- (65) Sinpeng, A, Hashtag activism: social media and the #FreeYouth protests in Thailand, *Op. Cit.*
- (66) Antwi, S. (2022). Communicating water availability to improve awareness and implementation of water conservation: A study of the 2018 and 2020 drought events in the Republic of Ireland, *Science of the Total Environment* 807 (2022) 150865.
- (67) آية أحمد محمد، (2021). "توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، المجلد 2021، 77 (الجزء الثالث المجلد الرابع)، أكتوبر 2021، الصفحة 1885-1920.
- (68) سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، معالجة الصحافة المصرية لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء، مرجع سابق.
- (69) ريهام طلعت، تغطية الصحف والمواقع الإلكترونية لمشروعات تنمية سيناء واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية، مرجع سابق.
- (70) غادة موسى إبراهيم صقر، معالجة المواقع الإلكترونية لبرامج الإصلاح الاقتصادي في مصر من منظور النخب المصرية، مرجع سابق.
- (71) موقع مبتدا الإخباري، متاح على: <https://www.mobtada.com/egypt/1087969/%D8%A5%D9%86%D9%81%D9%88%D8%A C%D8%B1%D8%A7%D9%81-%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%A9->

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0090315>

- (<sup>72</sup>) أحمد محمد عبدالله، "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، مرجع سابق.
- (<sup>73</sup>) Coviello L, Sohn Y, Kramer ADI, Marlow C, Franceschetti M, et al. (2014) Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. PLoS ONE 9(3):e90315, available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0090315>.
- (<sup>74</sup>) Hare, A. ,Comparing traditional news and social media with stock price movements; which comes first, the news or the price change, **Op. Cit.**
- (<sup>75</sup>) Hargartner, D. ,Empathy-based counterspeech can reduce racist hatespeech in a social media, **Op. Cit.**
- (<sup>76</sup>) حنان عبد الوهاب، تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، مرجع سابق.
- (<sup>77</sup>) Lin, Y. , Social media for collaborative planning: A typology of support functions and challenges, **Op. Cit.**
- (<sup>78</sup>) Zhang, X. ,Public attention and sentiment of recycled water: Evidence from social media text mining in China, , **Op. Cit.**
- (<sup>79</sup>) Eunil Park, " Positive or negative? Public perceptions of nuclear energy in South Korea, **Op. Cit.**
- (<sup>80</sup>) Rosenberg, J, Understanding Public Sentiment About Educational Reforms, **Op. Cit.**
- (<sup>81</sup>) راللا محمد أحمد عبد الوهاب، أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي، مرجع سابق.