

اتجاهات الجمهور المصري نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية

دراسة مسحية

د. إنجي بركة*

المخلص

سعت هذه الدراسة الوصفية إلى رصد مدى اعتماد وتعرض الجمهور للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، ومدى رضاهم عن هذه التغطية، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه التغطية، وأخيرًا تحديد اتجاهاتهم نحو هذه التغطية. واعتمدت على منهج المسح بالعينة، ووظفت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث يتنوعون من حيث خصائصهم الديموغرافية.

كشفت نتائج الدراسة عن معنوية الارتباط بين معدل تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها وكل من دوافعهم الطقوسية والنفعية لهذا التعرض، وكذلك بين معدل تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم النفعية. كما أظهرت النتائج معنوية الارتباط بين معدل التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية. أيضًا اتضحت معنوية العلاقة بين معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض. وأوضحت النتائج معنوية الارتباط بين معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية.

الكلمات الرئيسية: اتجاهات الجمهور؛ المشروعات القومية؛ تغطية

Public attitudes towards Radio & TV Coverage towards National Projects

Survey Study

This descriptive study sought to monitor the extent of the public's dependence and exposure to radio and television coverage of national projects, the degree of their satisfaction with this coverage, the effects resulting from reliance on this coverage, and finally, determining their

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

attitudes towards it this coverage. It relied on the sample survey method and employed the questionnaire tool by applying it to a deliberate sample of 400 respondents who varied in terms of their demographic characteristics.

The results of the study revealed the significant correlation between the rate of exposure of the Egyptian public (the study sample) to television coverage of national projects and their developments and each of their ritual and utilitarian motives for this exposure, as well as between the rate of exposure of the Egyptian public (the study sample) to radio coverage of national projects and their developments and their utilitarian motives. The results also showed a significant correlation between the rate of exposure to television coverage of national projects and their developments and their attitudes towards this coverage. Furthermore, the relationship between the rate of exposure to radio and television coverage of national projects and their developments and the (cognitive, emotional, behavioral) effects resulting from this exposure was also evident. Finally, the results showed a significant correlation between the rate of exposure to radio and television coverage of national projects and their developments and the extent of their satisfaction with this coverage.

مُقَدِّمَةٌ:

بعد كلاً من ثورتي الـ 25 من يناير والـ 30 من يونيو، وبعد تولي الرئيس/ عبد الفتاح السيسي حكم مصر في 4 يونيو عام 2014 – حدثت العديد من الإنجازات والمتغيرات الإيجابية التي ساهمت في النهوض بالمجتمع المصري بشتى الطرق، وكان من أهم هذه الإنجازات على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والسياسي عدد من المشروعات القومية التنموية، حيث أعلن سيادة الرئيس/ عبد الفتاح السيسي داخل مقر الأمم المتحدة أثناء تواجده في قمة اعتماد أجندة التنمية، أن مصر عادت لتؤكد دورها الريادي من خلال وضع خطة طموحة للتنمية المستدامة ستغير ملمح الحياة في الدولة المصرية وتعيد لها إلى سابق مجدها؛ حيث أظهر الدور الكبير الذي تقوم به الدولة لتحقيق التنمية المستدامة، وذلك من خلال تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي؛ وهذا ما أطلق عليه "إستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030"، والتي تتمثل في تنفيذ العديد من المشروعات القومية المختلفة على عدة محاور رئيسية، وهي (محور البعد الاقتصادي، محور الطاقة، محور الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية، محوري التعليم والصحة، محور الاتصالات، المساواة بين الجنسين).

فالدولة المصرية نفذت ولا تزال تنفذ على مدار السنوات السبع الماضية العديد من المشروعات القومية، تجاوزت تكلفتها 6 تريليونات جنيه، وقد أسهم ذلك في تعزيز القدرة على البدء في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع المصري.

وقد لعبت وسائل الإعلام دورًا هامًا في الوقت الحالي كشريك في المهام وقضايا التنمية، حيث أنها تقوم بتسليط الضوء على المشروعات القومية والجهود الإيجابية التي تقوم بها الدولة المصرية في سبيل تحقيقها للتنمية المستدامة، وذلك عن طريق التغطية الإخبارية لتلك المشروعات في وسائل الإعلام المختلفة (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون)، حيث أنها قامت بتغطية كل المناطق المستفيدة من هذه المشروعات، مع العلم أن المشروعات القومية التي تقوم بها الدولة المصرية حاليًا، تغطي الجمهورية من أسوان حتى دمياط، ولهذا راعت وسائل الإعلام أثناء قيامها بالتغطية الإخبارية لهذه المشروعات أن تشمل التغطية الجغرافية لكافة أنحاء الجمهورية.

ولهذا نسعى في هذا الدراسة التعرف على ما اتجاهاات الجمهور المصري نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، وما مدى رضائهم عن هذه المشروعات، والكشف عن التأثيرات الناتجة لدى الجمهور المصري نتيجة الاعتماد على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها.

مُشكلة الدراسة:

تولي الدولة المصرية اهتماماً كبيراً بالاستثمار في المشروعات القومية والتنمية في شتى القطاعات، بهدف إحداث نقلة نوعية، هدفها الأول البناء والتنمية، إلى جانب توفير فرص عمل للشباب وخفض معدلات البطالة، مما يسهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي في شتى الاتجاهات.

وقامت وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت (صحف، أو محطات إذاعية، أو محطات تلفزيونية) بتغطية هذه المشروعات منذ بداية التفكير بها إلى عرض جميع مراحل تنفيذها على أرض الواقع وتنوعت هذه المشروعات ما بين (مشروعات توسيع الطرق والكباري، مشروع «الرمال السوداء» مشروع قومي عملاق بالبرلس، إنشاء وتطوير وحدات صحية ومركز طبية بالمناطق النائية والصعيد، إحياء خطوط السكة الحديد، المشروع القومي لـ"تبطين الترع"، المشروعات في قطاع الموارد المائية والري)، وقد كان الهدف من تغطية وسائل الإعلام لهذه المشروعات هو توعية الجمهور وتعريفهم بالمشروعات القومية التي تقوم بها الدولة في سبيل إحداث التطوير والتنمية، وأيضًا لخلق جو مناسب داخل المجتمع يُشجع على التنمية.

ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة للباحثة في "رصد مدى اعتماد وتعرض الجمهور للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، ومدى رضائهم عن

هذه التغطية، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه التغطية، وأخيرًا تحديد اتجاهاتهم نحو هذه التغطية".

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "الكشف عن العلاقة بين تعرض واعتماد الجمهور المصري على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد"، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية يمكن إجمالها على النحو التالي:

- ❖ التعرف على مدى تعرض واعتماد الجمهور المصري على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها، ودوافع هذا التعرض والاعتماد.
- ❖ رصد المشروعات القومية التي يحرص الجمهور المصري على متابعتها التغطية الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بها.
- ❖ معرفة مدى رضا الجمهور المصري عن التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية، وتأثير ذلك الرضا على اتجاهاتهم نحو هذه التغطية.
- ❖ تحديد التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن الاعتماد على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها.
- ❖ رصد اتجاهات الجمهور المصري نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

أهمية الدراسة:

- ❖ أن هذه الدراسة تتزامن مع بروز العديد من المشروعات القومية التي تمت بالفعل على أرض الواقع، وحدثت تغطية إذاعية وتلفزيونية ضخمة لها على كافة الأصعدة.
- ❖ حداثة الموضوع الذي تُعالجه الدراسة الحالية، فالتغطية الإعلامية التي تحدثت في الفترة الأخيرة للمشروعات القومية تحظى باهتمام واسع وكبير.
- ❖ تقديم إطارًا مرجعيًا ومعرفيًا للأحداث، حيث من خلال هذه الدراسة سنتعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية، ومدى رضاهم عنها، وبناء على هذا يمكننا تطوير هذه

التغطية بشكل أكثر إيجابية ويرضي جميع فئات الجمهور، لخلق مناخ جيد في المجتمع يُساهم في عملية التنمية.

الدِّرَاسَاتُ السَّابِقَةُ:

بالنظر إلى ما لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باكتشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بكلمات التالية (الإعلام التنموي، التغطية الإعلامية للقضايا التنموية، التغطية الإعلامية للمشروعات القومية، معالجة وسائل الإعلام لقضايا التنمية) وما يرادفهما من كلمات، وعليه تم هذه المراجعة على محور واحد ستعرضه الباحثة بالتفصيل، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن وجود عدد وفير من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط بهما من متغيرات، وفيما يلي عرضًا موضوعيًا وفق للمحور الذي حددت الباحثة والذي بعنوان (التغطية الإعلامية لقضايا التنمية واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا).

فيما يخص الأطر الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا ومشروعات التنمية فقد أظهرت دراسة (هبة أحمد رزق الخولي، وآخرون، 2021) ⁽¹⁾ تنوعت الأطر الإعلامية التي ظهرت في الصحف الإلكترونية (عينة البحث)، حيث أبرزت نتائج التحليل الخاصة بالأطر الإعلامية، التي وظفتها صحف الدراسة الاعتماد على "إطار المسؤولية" بشكل كبير في تغطية موضوعات الحراك التنموي، حيث اتفقت صحف الدراسة الثلاث على توظيف هذا الإطار بشكل كبير وملحوظ، كما أظهرت النتائج أن صحيفة الوفد غلب عليها الاهتمام بتوظيف أطر "المصلحة، الإنجازات، الرفض، النفي"، وصحيفة الأهرام غلب عليها الاهتمام بتوظيف أطر "النتائج (المكاسب) الاقتصادية، الإشادة، التعاون، الأمن ومكافحة الإرهاب"، وصحيفة اليوم السابع غلب عليها الاهتمام بتوظيف أطر "الاهتمامات الإنسانية، الاستراتيجي"، وهناك اتفاقاً بين صحيفة الوفد واليوم السابع في التركيز على توظيف "إطار التحذير" بشكل كبير، كما تفقت أيضاً كلا من الأهرام والوفد على الاهتمام بتوظيف "إطار الدعم والمساندة" بشكل كبير. كما خلصت دراسة (فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي، 2019) ⁽²⁾ إلى تنوع الأطر المرجعية التي استشهد بها كتاب مواد الرأي في صحف الدراسة في التأكيد على وجهة نظرهم، أو نفي 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 عينة الدراسة من خلال استشهد كتاب مواد الرأي بمختلف أنواع الدعم النقدي والعيني الذي تقدمه الحكومة للمواطنين، وقد اختلفت توظيف هذه الإحالات في سياق الخطاب الصحفي بحسب الإطار العام الذي حكم إنتاج الخطاب داخل كل صحيفة من صحف الدراسة. وقد أشارت دراسة (سحر أحمد غريب محمد، 2019) ⁽³⁾ إلى أن الأطر جاءت بنفس

الترتيب في المواقع الثلاثة، حيث جاء إطار النتائج الاقتصادية في المرتبة الأولى، تلاه إطار التنظيم ثم إطار المشاركة.

أما عن المُعالجة الإعلامية لقضايا ومشروعات التنمية كما قدمتها وسائل الإعلام المُختلفة واتجاهاتها فقد أوضحت دراسة (ريما عبد الرحمن إبراهيم البكر، عبد الكريم الزباني، 2021) (4) أن غالبية المواد الصحفية في الصحف والمجلات المتعلقة بقضايا المتجددة في مملكة البحرين تم نشرها في الصفحات الداخلية، تلاها الصفحات المتخصصة ثم الصفحة الأخيرة وحلت الصفحة الأولى في المرتبة الأخيرة، وكان وسط الصفحة أكثر مكان نشرت فيه قضايا الطاقة المتجددة في الصحف ثم أعلى الصفحة ثم في أسفل الصفحة، وأن أكثر مساحة تخصصها الصحف عينة الدراسة (الأيام وأخبار الخليج) للمادة الصحفية المتعلقة بقضايا الطاقة المتجددة كانت ربع صفحة، وأن أكثر الصور المصاحبة للمادة الصحفية التي ركزت عليها الصحف في تناولها لقضايا الطاقة المتجددة في مملكة البحرين هي الصور الموضوعية ثم الصور الشخصية، وأن أكثر وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف لعناوين المادة في تناولها لقضايا الطاقة المتجددة هو العنوان الممتد، وأن معظم المواد الصحفية التي تم تناولها الصحف حول قضايا الطاقة المتجددة في مملكة البحرين كانت مدعمة بصور ملونة.

وقد أفادت دراسة (Yingfei He, et.al, 2020) (5) بأن التغطية الإخبارية للضباب في صحيفة تشاينا ديلي يُعرض بشكل دوري، أن غالبية التغطية الإخبارية الخاصة بقضية الضباب كان لها اتجاه محايد، واعتمد بشكل أساسي على أطر تحديد المشكلات واقتراح الحلول، واستشهدت الصحيفة أثناء التغطية الإخبارية بمصادر من المسؤولين والوكالات والمتخصصين والباحثين. بالإضافة إلى ذلك، ارتبط استخدام إطار تعليم العلوم بشكل كبير مع الاستشهاد بالمتخصصين والعلماء كمصادر إخبارية، كما ارتبط إطار تعريف المشكلات ارتباطاً وثيقاً بالاستشهاد بالمسؤولين والوكالات كمصادر إخبارية.

وقد بينت دراسة (Swamini Pandit, 2020) (6) أن القنوات الإخبارية الهندية قامت بتغطية أخبار أكثر صلة بأهداف التنمية المستدامة من القنوات العالمية، وأن قناة الجزيرة والبي بي سي كانوا أكثر ميلاً نحو الدول الأفريقية وتحقيقها لأهداف التنمية المستدامة. في حين أنها لم تُركز بشكل كبير على البلدان الأخرى. كما أشارت دراسة (صلاح غانم نوري، 2019) (7) إلى أن طبيعة الاهتمام في شكل المشاركة بحلقات البرنامج تنوعت ما بين المشاركة عبر الأقمار الصناعية "مباشر"، والمشاركة عبر الاتصال الهاتفي، أن هناك تعدد في تخصص الضيوف المشاركين بالبرنامج ما بين خبير أو محلل اقتصادي، ومسؤول حكومي، وأن الحديث المباشر كان من أكثر القوالب الفنية المُستخدمة في عرض مضمون البرنامج، وأن القائمين بالاتصال كانوا مدركين لأهمية استخدام الجوانب الفنية في المؤثرات الصوتية أو

السمعية بالموسيقى من أجل تخفيف من حدة المضمون الاقتصادي، واستخدام الصور بالرسوم البيانية من أفضل أنواع المؤثرات المرئية التي تتلاءم معها.

كما خلصت دراسة (سحر أحمد غريب محمد، 2019) (8) إلى أن هناك نظرة إيجابية سادت نحو المشروعات القومية في تغطية المواقع محل الدراسة. كما أوضحت دراسة (Anderson Nikade, et.al, 2019) (9) أن التقارير الإخبارية عن التنمية في المناطق الريفية تم إهمالها بشكل كبير لصالح المناطق الحضرية، وأن إهمال أخبار التنمية ومصادرها في المناطق الريفية بولاية بايلسا لا يرجع فقط إلى التضاريس الجغرافية للمنطقة الريفية، بل يرجع إلى حد كبير إلى الاهتمام بملكية وسائل الإعلام. ليس لدى العديد من المحطات الإعلامية في ولاية بايلسا إدارة لديها سياسة تحريرية متعمدة تشجع على تغطية التقارير الإخبارية التنموية في المناطق الريفية بالولاية. أما دراسة (محمود زكي، 2019) (10) فقد توصلت إلى أن التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة «رؤية مصر 2030» تندرج ضمن العوامل المؤثرة في تشكيل تصورات المصريين للمستقبل، وبالتالي لا يمكن إغفال أهميتها في أي دراسات مستقبلية ذات صلة باعتقادات الأفراد واتجاهاتهم وتصوراتهم للمستقبل. وقد حظيت استراتيجية التنمية المستدامة «رؤية مصر 2030» بتغطية تلفزيونية تتسم بالتنوع في الشكل أكثر من إتصافها بالامتداد الزمني. كما قُدمت باعتبارها مشروع مصر الوطني للمستقبل، وأنه لا بديل عن المضي فيه من أجل أمن هذه الوطن واستقراره ومستقبل أجياله القادمة. وركزت مشاركات المسؤولين والخبراء في التغطية التلفزيونية للاستراتيجية على تصويرها باعتبارها "رؤية دولة وشعب" لا "رؤية سلطة وحكومة".

أيضاً بينت دراسة (مصطفى سحاري، 2018) (11) أن صحيفة الخبر عالجت القضايا المطروحة معالجة سلبية، خاصة تلك القضايا التي تقوض البيئة وتهدد سلامة وصحة المجتمع، حيث تعتبر الصحيفة أن المشاريع التي تعود بالفائدة على المجتمع والدولة الجزائرية، ولكنها تشكل خطراً على البيئة والمحيط لا تدخل ضمن إطار مشاريع التنمية المستدامة، لأن التنمية المستدامة تعني بالضرورة الحفاظ على هذه المقومات الأساسية وهي البيئة والمحيط وصحة الإنسان.

كما توصلت دراسة (أمينة عبد الرحمن أحمد، منى جابر عبد الهادي هاشم، 2017) (12) إلى أن اتجاه التغطية الخاصة بمواقع صحف الأهرام واليوم السابع كان ما بين مؤيد ومحيد ويرجع ذلك إلى تأييد السياسة التحريرية لهذان الموقعان لسياسة الرئيس ودعمه في تبني المشروعات القومية الجديدة وتكوين أكبر حشد لتأييد هذه المشروعات من خلال طرح الإيجابيات والسلبيات، أما موقع جريد الوفد فقد جاءت في المرتبة الأولى معارضتها للمشروعات القومية، ويرجع ذلك إلى أنها طرحت الأخبار والموضوعات الخاصة بهذه المشروعات وأعلنت عنها كباقي المواقع ثم بعد ذلك بدأت تقييم هذه المشروعات من خلال التقارير الخاصة بمحرري

الجريدة وبدأت في المعارضة ونشر السليبيات بالصور، استخدم مواقع الصحف الثلاث الوسائط المتعددة (الصور والفيديوهات، روابط لمعرفة أكثر عن الخبر، كلمات بحث متعلقة بالخبر) في طرح الموضوعات والأخبار الخاصة بالمشروعات القومية المصرية.

كما أظهرت دراسة (سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، وآخرون، 2015) ⁽¹³⁾ أن غالبية موضوعات القضايا المدروسة في صحف الدراسة قد نشرت في الصفحات الداخلية، ثم الصفحات الأولى فالصفحات الأخيرة كما أظهرت أن الصور الصحفية كانت أبرز العناصر التيبوغرافية المستخدمة تتلوها الإطارات والعناوين الرئيسية فالعناوين التمهيديّة ثم العناوين الممتدة ثم عناوين الفقرات بينما جاءت العناوين العريضة في المرتبة الأخيرة. وقد بينت دراسة (Toyosi Olugbenga Samson Owolabi, 2014) ⁽¹⁴⁾ أن الصحف والمجلات (محل الدراسة) لم تولي الاهتمام اللازم لتغطية الإعلامية للشركات الصغيرة والمتوسطة، كما أظهرت أن مقدار التغطية ودرجة الأهمية الممنوحة للشركات الصغيرة والمتوسطة والقضايا ذات الصلة لم تكن قوية بما يكفي لترجمتها إلى التنمية الوطنية التي تحدث في نيجيريا. كما أشارت دراسة (Damasus Tuurosong, 2013) ⁽¹⁵⁾ إلى أن المحتوى الإعلامي أظهر عدم الاهتمام باحتياجات التنمية في الشمال، كما أوضح أنه لم يتم تخصيص مساحة كبيرة للصحف أو وقت كافٍ للبحث لقصص عن التنمية الشمالية، كما غطت وسائل الإعلام بشكل رئيسي الأحداث المنظمة التي نُشرت بأسلوب الأخبار الصعبة بدلاً من البحث في تحديات التنمية في شمال غانا.

وبالنسبة للأشكال الخيرية المُستخدمة في تناول قضايا ومشروعات التنمية

فقد أظهرت دراسة (ريما عبد الرحمن إبراهيم الباكر، عبد الكريم الزباني، 2021) ⁽¹⁶⁾ أن الخبر الصحفي كان الشكل الصحفي الأساسي الذي ركزت عليه صحف العينة في تناولها لقضايا الطاقة المتجددة ثم المقال فالنقيرير وبعد ذلك المقابلة في حين لم يستخدم التحقيق الصحفي لعرض هذه القضايا، كما أن أكثر الأشكال الصحفية التي تتابعها عينة النخب البحرينية لمعرفة قضايا الطاقة المتجددة في الصحف البحرينية هي الأخبار تلاها التقارير ثم المقابلات ثم التحقيقات وتبعها في المرتبة الخامسة مقالات الرأي، كما أفادت دراسة (مصطفى سحاري، 2018) ⁽¹⁷⁾ بأن صحيفة الخبر توظف الخبر والتقيرير أكثر من الأنواع الصحفية الأخرى في تغطيتها لقضايا التنمية في الجزائر. وقد أشارت دراسة (سلمى إبراهيم محمد إبراهيم شاهين، وآخرون، 2015) ⁽¹⁸⁾ إلى أن الخبر قد احتل المرتبة الأولى في تغطية الموضوعات في صحف الدراسة تلاه المقال ثم حصل التقيرير على المركز الثالث واحتل المرتبة الرابعة الحديث الصحفي بينما جاء التحقيق الصحفي في المرتبة الأخيرة.

وفيما يتعلق بالقوى الفاعلة في معالجة قضايا ومشروعات التنمية فقد كشفت دراسة (هبة أحمد رزق الخولي، وآخرون، 2021) ⁽¹⁹⁾ أن القوى الرسمية

المساهمة تفوقت في الحراك التنموي على القوى غير الرسمية المُساهمة في الحراك التنموي في مصر، فبالنسبة للقوى الرسمية اتفقت صحف الدراسة على التركيز على "القوى الرئاسية"، كأحد أهم القوى المُساهمة في تحقيق التنمية، حيث غلبت في صحف الدراسة الثلاث، وكان الاهتمام بها واضحاً من من حيث التغطية. أما بالنسبة للقوى غير الرسمية ركزت صحف الدراسة على رجال الأعمال والمستثمرين كأحد أهم القوى غير الرسمية المساهمة في تحقيق التنمية، حيث غلبت في صحيفة الوفد، وكان الاهتمام بها واضحاً من حيث التغطية. وقد توصلت دراسة (فوزي عبد الرحمن الزعبلوي، 2019) ⁽²⁰⁾ إلى أنه على الرغم من تنوع القوى الفاعلة الرئيسية في خطاب الصحف المصرية (عينة الدراسة) ما بين المسؤولين الحكوميين ومنظمات المجتمع المدني والقطاع الخاص والمنظمات والهيئات الإقليمية والدولية، إلا أن صحف الدراسة ركزت على المسؤولين الرسميين (78.2%) وخاصة ممثلي وزارتي التضامن الاجتماعي (وعلى رأسها د. غادة والي) والتموين والتجارة الداخلية (وعلى رأسها د. على المصيلحي)، كأهم القوى الفاعلة الرئيسية في الخطاب الصحفي وبفارق كبير عن القوى الفاعلة الأخرى، وإبراز جهودهما في التوسع في برامج الحماية الاجتماعية. وقد أوضحت دراسة (مصطفى سحاري، 2018) ⁽²¹⁾ أن الشخصيات السياسية والاقتصادية هي الفاعل الأبرز في قضايا التنمية المستدامة.

أما عن الأهداف التي تحقّقها المعالجة الإعلامية لقضايا ومشروعات التنمية فقد خلصت دراسة (هبة أحمد رزق الخولي، وآخرون، 2021) ⁽²²⁾ أن أهداف المعالجة الإعلامية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في معالجة مشروعات الحراك التنموي تعددت، حيث جاءت النتائج مؤكدة اتفاق صحف الدراسة الثلاث على التركيز على هدف "الشرح والتفسير" كأهم أهداف المعالجة، حيث غلب الاهتمام بصورة كبيرة في الصحف الثلاث بتوظيف هذا الهدف، وذلك لأهمية المشروعات التنموية في جميع المجالات لذلك اهتمت الصحف الإلكترونية (عينة الدراسة) بشرحها وتفسيرها للجمهور، كما غلب الاهتمام بتوظيف أهداف "الإعلام والإخبار، الإشادة والتأييد، التثقيف" في صحيفة الأهرام، واتفقت صحيفتي الأهرام والوفد في التركيز على توظيف هدف "التوجيه والإرشاد" بشكل كبير، وكذلك اتفقت كلاً من الوفد واليوم السابع على الاهتمام بتوظيف هدف "التحذير"، حيث غلب الاهتمام بهذا الهدف في هاتين الصحيفتين. وقد أشارت دراسة (Gergely Honti, et.al, 2021) ⁽²³⁾ إلى أن الظهور المتكرر للمهام والإنجازات والتحديات المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة في الأخبار أحد الدوافع الإيجابية لفهم أفضل لقضايا الاستدامة وحلولها كما أن ستودي إلى حدوث القبول الاجتماعي الذي يُعدّ عنصراً أساسياً في التخطيط الاستراتيجي لتنفيذ خطة عام 2030، كما أنها يمكن أن توفر أداة المراقبة المقدمة حيث تُعطي ملاحظات مفيدة لصانعي القرار حول وعي السكان ومساعدتهم على التعرف على اتجاهاتهم نحو التنمية المُستدامة وخططها. كما بينت دراسة (لامان محمد محمد أحمد، 2018) ⁽²⁴⁾ أن الأهداف التي سعت إلى تحقيقها الصفحات

التنموية سعت ما بين: (النصح والإرشاد والإعلامي والتعليمي والتذكيري)، وقد جاء النصح والإرشاد في صدارة الأهداف التي تسعى الصفحات التنموية محل الدراسة، والتي تسعى إليها صفحة ربيكلوبيكياء لخلق طفرة نوعية في ثقافة تدوير المخلفات، بينما جاء التعليم في صدارة الأهداف التي سعت إلى تحقيقها صفحة الفلاحين للتشجيع على التنمية الزراعية والغذاء والبيئة. كما أوضحت دراسة (Malik Zahra Khalid, et.al, 2015) (25) أن وسائل الإعلام لها دورًا كبيرًا في التنمية الوطنية حيث أن من خلال تغطيتها للمشاريع والأنشطة التي تقوم بها الدولة بهدف تحقيق التنمية تقوم بتكوين اتجاهات الجمهور نحو قضية التنمية وكما أنها تعمل على توفير مناخ مناسب في المجتمع يسعى التي تحقيق التنمية بشكل أسرع وأدق.

وبالنسبة للأطروحات المستخدمة في تناول قضايا ومشروعات التنمية فقد أفادت دراسة (فوزي عبد الرحمن الزعلابي، 2019) (26) بأن الأطروحات الرئيسية في خطاب الصحف المصرية موضوع الدراسة نحو سياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة تنوعت، إلا أن "توفير ودعم السلع والخدمات الأساسية" جاءت في مقدمة الأطروحات الأخرى، كما تُبين نتائج الدراسة وجود فروق بين الأطروحات التي تناولت موضوع الدراسة بوجه عام في صحف الأهرام والوفد والشروق، حيث أن هذه الأطروحات قد شكلت حضورًا مكثفًا داخل خطاب صحيفة الوفد عن خطاب صحيفتي الأهرام والشروق، حيث يُمكن إرجاع ذلك إلى سياساتها التحريرية النابعة عن أيديولوجيتها ومبادئها الحزبية.

وعن الفكر الإبداعي ودوره في التنمية بقضايا ومشروعات التنمية فقد أوضحت دراسة (إبتهاج حافظ الدريدي، 2021) (27) أن الأفكار الإعلانية المبتكرة توعية الجمهور بأهداف التنمية المستدامة وتغيير اتجاهاتهم الفكرية بشكل إيجابي بما يُساعد على تحفيز الأهداف التنموية، وأن الفكر الإبداعي يُساهم في الوصول لأفكار مبتكرة تُساعد في رفع جودة المحتوى البصري لحملات التوعية الإعلانية لجذب انتباه المتلقي والتأثير عليه وبناء صورة بصرية إيجابية نحو الحدث، وأن الاتجاه للفكر الإبداعي في تصميم حملات التوعية الإعلانية يُساعد على بناء أفكار إعلانية تتميز بالانفراد والبعد عن التقليد تحترم ذكاء المتلقي وخبراته البصرية والمعرفية لإدراك مضمون الإعلان وتحقيق الهدف المرجو من الحملة.

وبالنسبة للاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا التنمية فقد توصلت دراسة (ترمين على السيد إبراهيم عوجة، 2021) (28) أن ثلاثة أرباع المنشورات التي تناولت المشروعات القومية استخدمت استراتيجية الإعلام واتسمت بأنها ذات طابع رسمي وطويلة، واستخدمت استراتيجية الإقناع بصورة محدودة لشرح أهمية المشروعات القومية، بينما تراجع استخدام استراتيجية بناء الإجماع وندر استخدام استراتيجية الحوار في التواصل مع الجمهور. فقد أشارت دراسة (لامان محمد أحمد، 2018) (29) إلى أن دور الصفحات التنموية محل الدراسة

استخدمت الفيسبوك اعتمادًا على إستراتيجيتين أولاهما الحشد من خلال "الترويج" مثل ما نجد في صفحة جمعية إنسان للتنمية و صفحة Support Egypt، والثانية هي "التوعية" بعدد من السلوكيات كالتشجيع على تجميع المخلفات الإلكترونية لخلق طفرة نوعية في ثقافة تدوير المخلفات كصفحة ريسيكلوبيكيا و صفحة عين البيئة.

بينما كانت أبرز المشروعات القومية والتنمية التي يتابعها الجمهور فقد أوضحت دراسة (نرمين على السيد إبراهيم عجوة، 2021) ⁽³⁰⁾ أن أبرز المشروعات التي يتابعها المبحوثون مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، تلاه تطوير شبكات الطرق وتراجع مشروع المليون ونصف فدان للمرتبة الأخيرة، كما أفادت دراسة (محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي، 2020) ⁽³¹⁾ بأن مشروع الضبعة في صدارة المشروعات التي يتابعها الجمهور المصري بالبوابات الإخبارية الإلكترونية. كما خلصت دراسة (عبد الجليل علالي، 2019) ⁽³²⁾ أن أهم القضايا التنموية في ولاية ورقلة يتمثل في ملف البطالة والتشغيل بحيث تُعد من أهم القضايا بالنسبة للمبوثين، بالإضافة إلى مشاكل السكن والتهنية بما تشمله من "مياه الصرف الصحي، الطرقات الغير معبدة، نقص الإنارة ... إلخ"، بالإضافة إلى قضية طراموي ورقلة والتي حظيت بكثير من الاهتمام في أوساط المجتمع المحلي في السنوات القليلة الماضية. كما أظهرت دراسة (أمينة عبد الرحمن أحمد، منى جابر عبد الهادي هاشم، 2017) ⁽³³⁾ أن أول المشروعات التي قام المبحوثين بشراء أسهم بها هو مشروع حي الاسمرات يليه مشروع قناة السويس الجديدة ثم العاصمة الإدارية الجديدة، فالجمهور هنا تحول من التأييد فقط على الإنترنت إلى التأييد والمشاركة على أرض الواقع.

وفيما يخص مستوى معرفة الجمهور بالمشروعات القومية والتنمية فقد بينت دراسة (نرمين على السيد إبراهيم عجوة، 2021) ⁽³⁴⁾ أن مستوى معارف الجمهور حول المشروعات القومية يميل إلى الارتفاع، مع وجود نسبة لا يُستهان بها لديها مستوى معرفة متوسط.

أما عن المسارات المستخدمة في تناول قضايا ومشروعات التنمية فقد أشارت دراسة (فوزي عبد الرحمن الزعبلوي، 2019) ⁽³⁵⁾ إلى تزايد استخدام الصحف المصرية عينة الدراسة للمسارات المنطقية العقلانية بصورة أكبر من المسارات غير المنطقية، وقد يرجع ذلك إلى رغبتها في تقييم برامج الحماية الاجتماعية وفقًا لرؤية موضوعية جادة بعيدًا عن التهويل أو التهوين من جهود الحكومة في هذا المسار، وإن كانت جريدة الشروق هي الأكثر تركيزًا واستخدامًا للمسارات المنطقية وبفارق كبير بينها وبين الصحف الأخرى، ثم جاءت جريدة الأهرام في المرتبة الثانية، أما جريد الوفد فقد كانت أكثر صحف الدراسة استخدامًا للمسارات والاستمالات غير المنطقية.

وبالنسبة لتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور للمعالجة الإعلامية لقضايا **والمشروعات القومية والتنمية** فقد توصلت دراسة (نرمين على السيد إبراهيم عجوة، 2021) ⁽³⁶⁾ إلى أن التأثيرات المعرفية والوجدانية الناجمة عن الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات عن المشروعات القومية تأثيرات مرتفعة، بينما تبين أن التأثيرات السلوكية تأثيرات متوسطة. فقد أشارت دراسة (محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي، 2020) ⁽³⁷⁾ إلى أن عبارة "حصلت على معلومات في وقت قصير عن مشروعات التنمية المستدامة" جاءت في صدارة تأثير اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية الإلكترونية حول مشاريع التنمية المستدامة. وقد بينت دراسة (Rasha El-Ibiary, 2020) ⁽³⁸⁾ أن تغطية صحافة التنمية لمشروع أصوات المرأة لم يوجد له أي تأثير في الدولة، وذلك لأن تمت التغطية الإعلامية في بيئة إعلامية محكمة مع مجموعة متنوعة من القوانين التي تخنق حرية الإعلام مما أدى إلى فشل المشروع في تحقيق "الجدوى الإعلامية". كما أفادت دراسة (إيمان مرسي، 2019) ⁽³⁹⁾ بأن عبارة "تحقيق التنقيف الفكري والتنموي للمحيطين بي من الأسرة والأصدقاء" في مقدمة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في إطار متابعة المبحوثات لما يقدم عن قضايا التنمية المستدامة في المجتمع السعودي وتشكيل الإدراك لديهن بنسبة (87.3%)، ثم "التعرف على الآراء المختلفة بخصوص بعض المجالات المختلفة بالمرتبطة بقضايا المرأة السعودية والتي تعكس التطورات التي تحققت في التنمية المستدامة" بنسبة (85%)، كما توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهن على هذه المواقع في المعرفة بأخبار التنمية المستدامة. كما أفادت دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري، وآخرون، 2018) ⁽⁴⁰⁾ بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تأثيرات الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن مشروع قناة السويس الجديدة تبعاً لاختلاف مستويات معرفة المبحوثين بمشروع قناة السويس الجديدة.

أما عن اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية والتنمية فقد أظهرت دراسة (نرمين على السيد إبراهيم عجوة، 2021) ⁽⁴¹⁾ أن اتجاه المبحوثين نحو المشروعات القومية اتجاهاً إيجابياً، حيث رأت الغالبية أن المشروعات القومية خطوة مهمة في تحقيق التنمية، وأنها توفر فرص عمل وتجذب الاستثمارات الأجنبية، كما تساهم في رفع جودة حياة المواطن، وأن الاتجاه العام للمبحوثين نحو تناول الإعلامي للمشروعات القومية هو اتجاه محايد، فبالرغم من أن بعض المبحوثين رأوا أن الصفحات الحكومية عرضت المشروعات القومية بأسلوب شيق وجذاب وبرؤية موضوعية، فقد رأي البعض الآخر أنها لا تعرف الجمهور بمدى استفادته منها وتكتفي بنقل المعلومات دون شرح أو تفسير كما أنها تعرض المشروعات بأسلوب مطول وممل. كما كشفت دراسة (صديق الحاج جعفر إسماعيل، 2021) ⁽⁴²⁾ أن

هناك فروق دالة إحصائيًا بين اتجاهات المعلمين نحو قضايا تطوير التعليم في دولة الكويت كما تعبر عنها عينة من المعلمين الكويتيين، كما أوضحت نتائج الدراسة أن هناك مجملًا تقديرًا للإنجازات المُتحققة من ناحية، كما تعبر عن إدراك من ناحية أخرى للحاجة إلى اتخاذ خطأ أوسع وأعمق على طريق إصلاح التعليم بتوجهات التنمية والتنمية المستدامة. كما أوضحت دراسة (ريما عبد الرحمن إبراهيم البكر، عبد الكريم الزباني، 2021) ⁽⁴³⁾ أن هناك علاقة ارتباطية بين اتجاهات النخبة نحو قضايا الطاقة المتجددة وكثافة المادة المطروحة في الصحف. وقد بينت دراسة (محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي، 2020) ⁽⁴⁴⁾ أن على مستوى اتجاهات الجمهور المصري مشروع الضبعة القومي بالبوابات الإخبارية الإلكترونية، جاء "دليل على قدرة مصر على تنفيذ مشروعات قومية متحدى الإرهاب" في صداري اتجاهات الجمهور المصري نحو مشروع الضبعة القومي، كما جاء "مشروع له دور في تعزيز الأمن الاقتصادي والاجتماعي" في صدارة اتجاهات الجمهور المصري نحو مشروع القومي لصوامع الغلال، وكذلك جاء "مشروع له دور في تعزيز الأمن الاقتصادي والاجتماعي" في صدارة اتجاهات الجمهور المصري مشروع الاستزراع السمكي. وقد أوضحت دراسة (علي بن حسن بن حسين الأحمد، 2019) ⁽⁴⁵⁾ أن هناك فرق دال إحصائيًا بين متوسطي درجات الطلاب في كل من اختبار مهارات الكتابة العلمية، ومقياس الاتجاه نحو قضايا الاستدامة البيئية لصالح طلاب المجموعة التجريبية، وكما أفادت الدراسة بأن للبرنامج تأثير متوسط في تنمية الاتجاهات نحو قضايا الاستدامة البيئية. كما أشارت دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري، وآخرون، 2018) ⁽⁴⁶⁾ إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين حجم تعرض الباحثين لأخبار مشروع قناة السويس على الصحف الإلكترونية ومستوى الاتجاه نحوها.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

من الملاحظ أن معظم الدراسات التي تناولت التغطية الإعلامية لقضايا التنمية واتجاهات الجمهور نحوها وقامت الباحثة باستعراضها في الدراسات السابقة كانت اما تتناول طريقة تناول معالجة وسائل الإعلام المُختلفة لقضايا التنمية أو اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا أو اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية والتنمية، ولكن في هذه الدراسة اختصت الباحثة بدراسة اتجاهات الجمهور المصري بشكل عام المُتابع للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية التي تقوم بها الدولة المصرية في الآونة الأخير نحو هذه التغطية ومدى رضاهم عنها وأيضًا التعرف على التأثيرات الناتجة عن التعرض لهذه التغطية.

الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory):

تعود البداية الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الورقة البحثية التي قدمتها ساندرنا بول روكيتش عام 1974، تحت عنوان "مفهوم المعلومات"، ودعت فيها إلى التحول من مفهوم الإقناع، والنظر لوسائل الإعلام كنظام مشتق من اعتمادات الآخرين، سواء كانت أنظمة أو منظمات أو مجموعة على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام وتعمل على خلق المعلومات ومعالجتها ونشرها حتى للجمهور العالمي، ويُعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أحد المداخل التكاملية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي اجتماعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وتأثيرها على الجمهور (Black, et.al, 1997, pp. 39 – 40).⁽⁴⁷⁾

وإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ظهرت على يد ساندرنا بول روكيتش وملفن ولفر عام 1976، ولقد تحدد استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بواسطة العلاقات الداخلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور، وهذه النظرية تحاول توضيح استخدام الفرد لوسائل الإعلام على مستوى الميكرو من خلال تحليل علاقات الاعتماد البنائية على مستوى الميكرو، وتفترض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام هو نشاط توجيه الهدف، وأن تأثيرات وسائل الإعلام هي وظيفة لكيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر لإرضاء الهدف (Tai, Sun, 2007, pp. 987 – 1009).⁽⁴⁸⁾

وتعتمد فكرة هذه النظرية على إن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وإن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف. وتُعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية ترى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيف أن أجزاء من النظم الاجتماعية سواء الصغيرة أو الكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات (Miller, 2004, p. 247).⁽⁴⁹⁾

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين، وهما كالتالي:

- ❖ **الأهداف:** لكي يُحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.
- ❖ **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات، وهي كالتالي:

◀ جمع المعلومات عن طريق المندوبين والمراسلين.

◀ تنسيق المعلومات وتنقيحها وإخراجها بصورة مناسبة.

◀ نشر المعلومات إلى جمهور غير محدود (مكاوي، السيد، 2009، ص314 – 315)⁽⁵⁰⁾.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- ❖ **الفهم:** ويشمل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي الذي يُساعد على معرفة أشياء عن العالم والبيئة المحيطة وتفسيرها.
- ❖ **التوجيه:** ويتضمن توجيه ذاتي مثل اتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة السياسية، وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.
- ❖ **التسلية:** وتشمل التسلية الانعزالية مثل: (الاسترخاء، والاستثارة، والتسلية الاجتماعية) كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية (الفقيه كافي، 2007، ص14)⁽⁵¹⁾.

وتُقدم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عدة فروض، ونعرضها فيما يلي بالenfصيل:

- ❖ كلما كانت المعلومات التي تُبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد، كلما زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستقاء تلك المعلومات.
- ❖ كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات، كلما زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد.
- ❖ كلما يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية، كلما توافرات لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.
- ❖ كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار والأزمات والكوارث في مجتمع ما، كلما زاد اعتماد الأفراد في هذا المجتمع على وسائل الإعلام المختلفة (Mcquail, Windahl, 1994, p. 112)⁽⁵²⁾.

وتمثلت مُستويات الاعتماد على وسائل الإعلام، فيما يلي:

- ❖ **المستوى الكلي:** ويعني الاعتماد على وسيلة إعلامية معينة للحصول على المعلومات وإشباع الحاجات وعدم الاهتمام بالوسائل الأخرى.
- ❖ **الاعتماد المتوسط:** وتعني قيام الأفراد بالاعتماد على وسيلة أو وسيلتين إعلاميتين للحصول على المعلومات وإشباع الحاجات.

❖ **الاعتماد المنخفض:** وتعني اعتماد الأفراد على وسيلة إعلامية كمصدر للمعلومات إلى جانب عدد من الوسائل الإعلامية الأخرى للحصول على المعلومات (Ball-Rokeach, 1985, pp. 485 – 510)⁽⁵³⁾.

وهناك عدة عوامل تُقلل أو تُزيد من اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتمثلت هذه العوامل فيما يلي:

❖ **عوامل خاصة بالمجتمع:** يعني أنه كلما زادت حالات التغيير أو حالات عدم الاستقرار داخل المجتمع زادت فرضية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

❖ **اختلاف وظائف وسائل الإعلام:** كلما تنوعت وظائف وسائل الإعلام داخل المجتمع، زاد الاهتمام على هذه الوسائل من قبل الجمهور المتلقي.

❖ **اختلاف اهتمامات الأفراد:** يختلف الجمهور في طبيعة اهتماماته على وسائل الإعلام، حيث أن الأفراد المرتبطون أكبر بالمجتمع يعتمدون أكبر من غيرهم على وسائل الإعلام (رضوان، 2012، ص 133 – 134)⁽⁵⁴⁾.

ويوجد مجموعة من الآثار تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وهي كالتالي:

❖ **الآثار المعرفية:** وتشتمل وفقاً لنظرية الاعتماد على ما يلي:

◀ **الغموض Ambiguity:** ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام، فالغموض عبارة عن مشكلة ناجمة عن نقص في المعلومات، أو معلومات بها صراع وتناقض. ويحدث الغموض للجمهور في ظروف التغييرات الاجتماعية والأزمات. والأفراد الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام هم الذين يحاولون الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض.

◀ **تكوين الاتجاه:** من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام، أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، فضلاً عن دور العوامل الانتقائية في تكوين الاتجاهات.

◀ **ترتيب الأولويات Agenda – Setting:** تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا المطروحة في المجتمع.

◀ **اتساع المعتقدات Enlargement:** تُساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يُدركها أفراد الجمهور، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة والدين والسياسة بما يعكس الاهتمامات الأساسية للأنشطة الاجتماعية.

◀ **القيم Values:** هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها الأفراد، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

وتتصدر التأثيرات المعرفية المجالات الأخرى خاصة أن وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المُشكلات الخاصة من الغموض والالتباس الناتج عن قلة المعلومات.

❖ **التأثيرات الوجدانية:** يُمكن أن تتبلور بصفة خاصة خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في فئة واحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف، وهذا يُمكن أن يظهر في فترات التوتر والأزمات (عبد الحميد، 2010، ص308 – 310) (55).

❖ **التأثيرات السلوكية:** هي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفاعلية أو عدم الفاعلية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها (عبد الحميد، 2009، ص260) (56).

وهناك بعض الانتقادات التي وجهت لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكان أهمها:

❖ تبالغ النظرية في الفصل بين العناصر الثلاثة المكونة لها (الجمهور، النظام الاجتماعي، وسائل الإعلام)، حيث قدم النموذج وسائل الإعلام على أنها مرتبطة وتندمج مع المؤسسات الهامة في المجتمع.

❖ على الرغم من أهمية المعلومات التي يستقيها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي، إلا أنه لم تتعرض النظرية لدور قنوات الاتصال الشخصي داخل المجتمع (القليني، 2000، ص144) (57).

❖ معظم الدراسات التي تتعامل مع مدخل الاعتماد تدرس آثار الاعتماد الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة دون التركيز على النظام الاجتماعي والجماعات (المصري، 2000، ص200) (58).

استخدمت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف مدى تعرض واعتماد الجمهور المصري على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمُتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها، ودوافع هذا التعرض والاعتماد، وتحديد التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن الاعتماد، معرفة مدى رضا الجمهور المصري عن التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية، وتأثير ذلك الرضا على اتجاهاتهم نحو هذه التغطية، ورصد اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه التغطية، وأخيرًا الكشف عن إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض واعتماد الجمهور المصري على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمُتابعة آخر

مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

الإطار المعرفي للدراسة (الإعلام في خدمة التنمية):

يُعد الإعلام التنموي الجهاز العصبي لعملية التنمية ويتمثل هدفه الأساسي هو تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مُساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.

وتعود بدايات ظهور هذا المفهوم إلى عام 1974 على يد الباحث وليرشرام في كتابه وسائل الإعلام التنموية، انطلق شرام من أهمية الإعلام بصفة عامة وبالترامن مع الأثر الذي خلقه في المحيط الذي يعمل فيه حيث يرى (أن ثورات أوروبا وأمريكا ما كانت لتحدث دون وسائل الإعلام، وكذلك الأمر بالنسبة للتعليم والتطور التكنولوجي والاتصالي، كون أن هذه التطورات أحدثت تحول كبير في حياة الإنسان).

ومن جانب آخر وجد وليرشرام (أن الدور الذي لعبته وسائل الإعلام لتنمية دول العالم الثالث على واقعها المتخلف كان له أثر كبير في إيقاظ الشعوب المتخلفة من سباتها وجعلها تتطلع إلى مستوى معيشة الشعوب المتقدمة، كما أن الإعلام أعطى لهذه الدول النامية قنوات اتصال تستطيع أن تبلغ بها جماهيرها رغم الحواجز الكثيرة (الحريري، 2019، ص78) (59).

والإعلام التنموي هو "استخدام وسائل الاتصال من إذاعة مسموعة، وإذاعة مرئية (تلفزيون) وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة، وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي" (لبصير، 2017، ص53) (60).

كما أن هناك من يُعرفه على أنه "فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، وهو العملية التي يُمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصحة المجتمع العليا" (نش، بوهالي، 2016، ص66) (61).

وينضوي تحت مظلة مصطلح الإعلام التنموي على مجموعة من الأهداف، كما حددتها النشاطات العلمية التي تناولت تأثير وسائل الإعلام في التجارب التنموية.

وقد تم تحديد أهداف الإعلام التنموي في المؤتمر الدولي لسياسات الاتصال للإسراع بتنمية الاجتماعات الذي عقد عام 1975، وذلك على النحو التالي:

- ❖ تحديد حاجات الناس ومنحهم شرعية مصداقية سياسية للتعبير عن تلك الحاجات بتزويد المواطن بمنفذ للنظام الاتصالي ليخدم كمرجع فعال للحكومة فيما يتعلق بأهداف التنمية وخططها.
- ❖ تزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية أفقية ورأسية ويدخل ضمن ذلك تنمية أساليب الاتصال التقليدي لدى المجتمع.
- ❖ دعم الثقافة القديمة للمجتمعات المحلية عبر وسائل الإعلام الجماهيرية والمحلية التي تعتمد على التشجيع الفني للاعتراف القومي بهذه الثقافة.
- ❖ العمل على رفع الوعي لدى الناس بمشاريع وفرص التنمية.
- ❖ العمل على تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تُساهم في التنمية.
- ❖ التزويد بالمعلومات التي تحتاج إليها عملية التنمية في جميع مراحلها.
- ❖ تدعيم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد روابط اجتماعية.
- ❖ توفير الدعم لبعض المشاريع التنموية المُحددة والخدمات الاجتماعية بما فيها الرعاية الصحية، التدريب الزراعي والمهني والمصلحة العامة، مشاريع تنظيم الأسرة (الرفوع، 2000) (62).

يتمتع الإعلام التنموي بمجموعة من الخصائص، أهمها ما يلي:

- ❖ أنه إعلام هادف فهو يسعى إلى تحقيق أهداف المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية، فهو يقوم بتهيئة الأجواء المناسبة لغرض إنجاح الخطط التنموية كما يهدف إلى تعزيز قدرات الجمهور من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والقضايا التي تهم المجتمع.
- ❖ يُعد كونه خارطة طريق ترتبط بخطط التنمية ومصالح المجتمع.
- ❖ يتميز بالشمولية يرتبط بالجوانب الاقتصادية والسياسة والاجتماعية والثقافية، ويسعى أيضاً إلى إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية.
- ❖ أنه إعلام مُتعدد الأبعاد، حيث تتعدد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- ❖ يمثل واقع المجتمع فب أسلوب معالجته لمسائل المجتمع وطرحها ويعبر عن مشاكل الجمهور وتطلعاته وفقاً لمسيرة القضايا المُستجدة.

❖ يتخذ الإعلام التنموي وسائل مُتعددة لغرض تحقيق دوره (تيشوري، 2005) (63).

ويقوم الإعلام التنموي بمجموعة من الوظائف، ومنها ما يلي:

❖ **الوظيفة الرقابية والتثقيفية والإخبارية:** فهو يقوم بنشر المعرفة التنموية بين أفراد المجتمع وتزويده بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن التنمية وشروط نجاحها وكيفية إنفاق المال العام واختيار المعلومات بشكل دقيق، إضافة إلى تشجيع الجمهور للقيام بدور فعال في تنمية المجتمع ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات المجتمع واستخدام أساليب عملية وعلمية من أجل تفاعل كل فئات المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية فيما يتعلق بالقضايا التنموية (الحديدي، 2005، ص23) (64). وتستخدم أسلوب خلق التواصل التنموي في أوساط المجتمع الواحد من جهة وبين الأجيال المتعاقبة من جهة أخرى بنقل القيم من المواطنين الحاليين إلى المواطنين القادمين من أجل استمرارية العملية التنموية.

❖ يعمل الإعلام التنموي على توسيع الآفاق الفكرية للجمهور فيما يتعلق بالقضايا العامة على أساس أن التنمية تتطلب قيماً ومعايير ومعتقدات اجتماعية مُتجددة.

❖ يقوم الإعلام التنموي بتعليم الجمهور المهارات والأساليب اللازمة وفق متطلبات عملية التنمية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم والتعلم والتدريب في المجال التنموي ونشر الأفكار المستحدثة.

❖ إيجاد مناخ فكري يُحفر الجمهور على التغيير والتطور.

❖ البحث الجاد عن نقاط الخلل الذي يُعاني منها المجتمع، في مجاله البيئي، التعليمي، الاجتماعي، الثقافي، وهنا لا يُمكن للإعلام التنموي أن يصف المشكلة فقط، بل البحث في العوامل المسببة للمشكلة، ومن ثم تقديم الحلول الناجحة والممكنة لها.

❖ رفع مستوى التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر تفاعلاً مع المشكلات التي تواجه عملية التنمية الاستعداد للمساهمة في حلها (عثمان، 2010، ص43) (65).

تقوم متطلبات عملية التخطيط للإعلام التنموي في إطار التنمية المُستدامة على قائمة المتطلبات، أهمها ما يلي:

❖ ضرورة انطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية والصغيرة والشخصية من فلسفة واضحة تُحدد أهداف العملية الإعلامية وتكون ترجمة لاستراتيجية عامة للمجتمع، وترتكز على المشاركة الفاعلة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم بصورة مُتزايدة، وتصفية أُنمام التحالف لخدمة عملية التنمية،

وهذه الاستراتيجية تركز أيضًا على اعتماد مبادئ عادلة لتوزيع الدخل القومية وتصفية سيطرة رأس المال الأجنبي على التجارة الخارجية، وعلى التجارة الخارجية، وعلى استخدام الموارد الطبيعية للبلدان النامية، وإقامة رقابة فاعلة على أنشطة الشركات غير القومية وإيجاد بنية أساسية تكنولوجية.

❖ تحديد أهداف استراتيجية ناجحة للتنمية تعتمد على مقومات أساسية تعمل وسائل الاتصال على تحقيقها، وهي كما يأتي:

◀ أن تكون موجهة نحو تحقيق الاستقلال الاقتصادي وضمان السيادة والسيطرة على الثروة القومية وتعزيز قضية السلام والتقدم الاجتماعي، وأن تكون موجهة ضد كل أشكال الاستغلال الاستعماري والعنصرية والعدوان.

◀ أن تكون موجهة لخدمة السكان، وتتيح النمو السريع للتقنيات الحديثة وتوفي العمل التنموي المناسب للجمهور، ووقف استنواف العقول المهاجرة إلى الخارج.

◀ أن توفر الظروف الاعتماد الجماعي على النفس بحيث لا تقتصر على مجرد النمو الاقتصادي (الداغر، 2012، ص54) (66).

وهناك العديد من الدراسات والبحوث الهادفة للوصول إلى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الاتصال التنموي. ويقوم المسئول عن التخطيط الإعلامي التنموي بدراسة جميع الوسائل المتاحة حتى يُمكن تحديد الوسائل المناسبة على ضوء قدراتها الذاتية وقدرتها على حل المشكلات القائمة، وعلى التأثير في الجمهور المُستهدف أي في ضوء النتائج المتوقعة. ويتم اختيار الوسيلة الاتصالية في المجال التنموي وفقًا للاعتبارات التالية:

- ❖ الوسيلة الاتصالية المناسبة للفكرة التي قد تأخذ أشكالًا مختلفة: (لفظية، أو فعلية، أو تأخذ شكل أشياء، أو لغة الإشارات ... إلخ).
- ❖ الوسيلة الاتصالية المناسبة للأهداف المتوقعة التي تتأثر إلى حد كبير بحاجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة، فهناك وسائل تحدث تأثيرات أنية أو طويلة المدى.
- ❖ قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور ذي الاختلافات والخصائص المتعددة: (السن، الجنس، التوزيع الجغرافي، المستوى التعليمي، الميولات والسماوات النفسية ... إلخ).
- ❖ مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال من خلال توفر فيه بعض المهارات والإمكانات الاتصالية، ومدى إمامه بأصول العملية الاتصالية ... إلخ).
- ❖ الخصائص العامة للوسيلة من حيث: (عمرها الافتراضي، ومكانتها بين المثقفين، وخصائصها الفنية والإنتاجية، وإمكاناتها التغطية الجغرافية، وسرعتها في توصيل الرسالة، وقدراتها التأثيرية .. إلخ) (فندوشي، 2011، ص19 - 20) (67).

وللإعلام التنموي تأثير إيجابي من حيث تحمله لمسؤولية المشاركة في تطوير المفاهيم التنموية المرتبطة بالتحديات المرتبطة. وهو بذلك يؤدي أدواراً متعددة، من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية تُساهم في انفتاح المجتمع على أفكار ومبادئ حديثة. وتُساهم التقنيات الحديثة في تنمية وتطوير دور الإعلام التنموي وتحسين أدائه. من خلال مسؤوليته عن طرح القضايا والمهمة وتوجيه الرسالة وتوضيح الأهداف والسعي إلى التغيير من خلال التثقيف والتوعية والتوجيه، من خلال خطط وبرامج مُعدة بعناية وتنسيق مع فئات ومؤسسات المجتمع.

فيحدد الدور المهم للإعلام التنموي في التوعية بقضايا التنمية، حيث يعمل على توجيه الجمهور ورفع مستوى الانتباه والاهتمام بالقضايا التنموية وخلق مناخ ملائم للتنمية وصولاً إلى جعل الموضوع التنموي جزءاً من الوعي المجتمعي والفكر المؤسسي الحكومي (عبد الله، 2006) (68).

الأطار المنهجي:

❖ نَوْعُ الدِّرَاسَةِ وَمَنْهَجُهَا:
تُعد هذه الدِّرَاسَةُ من الدِّرَاسَاتِ الوصفية وتعتمد على منهج المسح الميداني بالعينة، فالمسح ينصب على دِرَاسَةِ أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدِرَاسَةِ، في مكان معين وزمان معين، بما يساعد على فهمها أو إصدار الأحكام بشأنها، وقد تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري.
❖ أَدَوَاتُ الدِّرَاسَةِ:

استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المُختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المُحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق مُعينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية مُعينة.
ولتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة في جمع بيانات الدِرَاسَةِ قامت الباحثة باختبار صدق مقاييس الدِرَاسَةِ، حيث اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي.

كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمُتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء⁽¹⁾، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

❖ مُجْتَمَع الدِرَاسَةِ:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري الذي يُتابع التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

❖ عَيِّنَةُ الدِرَاسَةِ:

تم تطبيق الدراسة الميدانية من خلال استمارة استبيان إلكتروني تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (320 مفردة) من الجمهور المصري الذي يُتابع التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية من مختلف الأعمار والمستويات (التعليمية، الاقتصادية، الاجتماعية)، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي فهي عينة عمدية أي أنها تعتمد على قيام الباحثة باختيار مفردات العينة بناءً على خبرتها الشخصية وتقييمها الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة (زعيب، 2015، ص243)⁽⁶⁹⁾. وقد تم ارسال رابط الاستبيان بعد تصميمه إلكترونياً للمبحوثين المستهدفين، ومتابعة استجاباتهم حتى الوصول إلى الحجم المطلوب للعينة. وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية، وهي كالتالي:

◀ أولاً: أنه مُتابع للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

◀ ثانياً: تنوع العوامل الديموغرافية لهذه العينة مما سيوضّح للباحثة إن كانت هذه العوامل تؤثر أم لا.

وقد وزعت عينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين علي النحو المبين بالجدول التالي:

(1) أسماء الأساتذة المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:

❖ أ.د. مجدة إمام حسنين- مدير مركز التخطيط الاجتماعي والثقافي بمعهد التخطيط القومي.

❖ أ.د. أحمد عبد العزيز- مدير مركز التنمية الإقليمية بمعهد التخطيط القومي.

❖ أ.د. أماني الحسيني- الأستاذ بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

❖ د. وفاء على- الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

❖ د. سماح المحمدي- الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

❖ د. الأميرة سماح فرج عبد الفتاح- الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	ك	%	
النوع	ذكر	158	49.4%
	أنثى	162	50.6%
السن	من 18 لأقل من 35 سنة	107	33.4%
	من 35 لأقل من 50 سنة	104	32.5%
	50 سنة فأكثر	109	34.1%
المؤهل التعليمي	مؤهل متوسط أو فوق متوسط	91	28.4%
	مؤهل جامعي	127	39.7%
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه)	102	31.9%
	منخفض	110	34.4%
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	متوسط	138	43.1%
	مرتفع	72	22.5%
	منخفض		

تعرض القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة الميدانية البالغة 320 شخصاً توزعوا على النحو التالي:

- **من حيث النوع:** توزعت عينة الدراسة بين ذكور بنسبة 49.4% وإناث بنسبة 50.6% من إجمالي العينة.
- **من حيث السن:** كانت أكثرية عينة الدراسة بنسبة 34.1% في الفئة السنوية 50 سنة فأكثر، يليهم من حيث المبحوثون في الفئة السنوية من 18 لأقل من 35 سنة بنسبة 33.4%، ثم المبحوثون في الفئة السنوية من 35 لأقل من 50 سنة بنسبة 32.5% من إجمالي العينة.
- **من حيث المؤهل التعليمي:** بلغت نسبة ذوي التعليم الجامعي ضمن عينة الدراسة 39.7%، بينما بلغت نسبة أصحاب المؤهلات فوق الجامعية (دراسات عليا) 31.9%، على حين بلغت نسبة أصحاب المؤهل المتوسط أو فوق المتوسط 28.4% من إجمالي المبحوثين.
- **من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي:** كانت أكثرية العينة من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط بنسبة 43.1%، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي المستوى المنخفض بنسبة 34.4%، ثم أخيراً جاء المبحوثون ذوي المستوى المرتفع بنسبة 22.5% من إجمالي العينة.

تساؤلات الدراسة:

(1) ما مدى تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية لمتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها؟

- (2) ما دوافع تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية لمُتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها؟
- (3) ما المشروعات القومية التي يحرص الجمهور المصري (عينة الدراسة) على مُتابعته التغطية الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بها؟
- (4) ما مدى رضا الجمهور المصري (عينة الدراسة) عن طريقة التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية؟
- (5) ما مدى تأثير رضا الجمهور المصري (عينة الدراسة) عن التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية على اتجاهاتهم نحو هذه التغطية؟
- (6) ما اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية؟
- (7) ما التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن الاعتماد على التغطية الإذاعية والتلفزيونية لمُتابعة آخر مستجدات المشروعات القومية وتطوراتها؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم لهذا التعرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) عن هذا التعرض.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية ومدى رضاهم عن هذه التغطية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

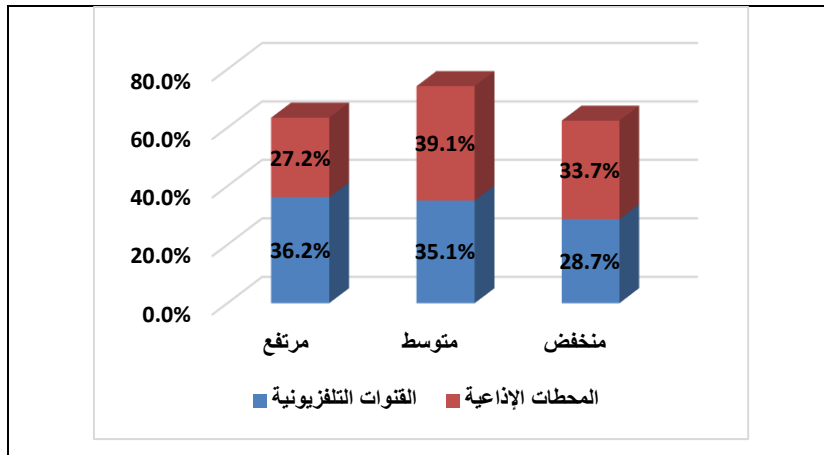
الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن تعرضهم للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

شكل رقم (1)

معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها



تكشف بيانات هذا الشكل البياني رقم (1) معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، وذلك على النحو التالي:

- فيما يخص تغطية القنوات التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 36.2% من ذوي التعرض المرتفع، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي التعرض المتوسط بنسبة 35.1%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي التعرض المنخفض 28.7% من إجمالي عينة الدراسة.

• فيما يخص تغطية المحطات الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 39.1% من ذوي التعرض المتوسط، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي التعرض المنخفض بنسبة 33.7%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي التعرض المرتفع 27.2% من إجمالي عينة الدراسة.

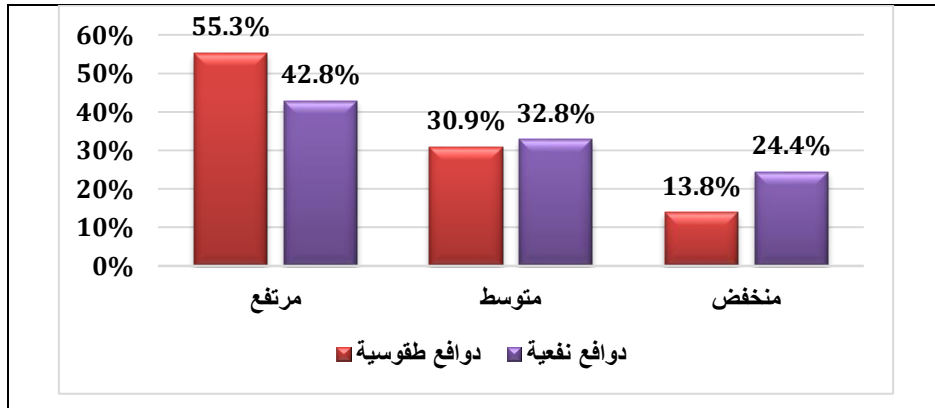
على مستوى القنوات التلفزيونية، جاءت قناة دي أم سي في صدارة القنوات التي تابع المبحوثين المشروعات القومية من خلالها بوزن نسبي 76.8%، تليها قناة اون بوزن نسبي 75.2%، تليها قناة سي بي سي بوزن نسبي 74.1%، ثم قناة الحياة بوزن نسبي 72.5%، ثم قناة النهار بوزن نسبي 69.8%، ثم قناة أم بي سي مصر بوزن نسبي 65.3%.

على مستوى المحطات الإذاعية، جاءت إذاعة البرنامج العام في مقدمة هذه المحطات الإذاعية بوزن 61.1%، تليها إذاعة الشباب والرياضة بوزن نسبي 59.3%، ثم إذاعة سبورت اف ام بوزن نسبي 57.2%، ثم إذاعات راديو النيل بوزن 56.7%.

وقد بلغ متوسط معدل التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها 7.53، بينما بلغ متوسط معدل التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها 5.82. ما يعني في المجمل أن معدل التعرض لتغطية المشروعات القومية وتطوراتها أعلى في القنوات التلفزيونية منها في المحطات الإذاعية.

شكل رقم (2)

دوافع تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها



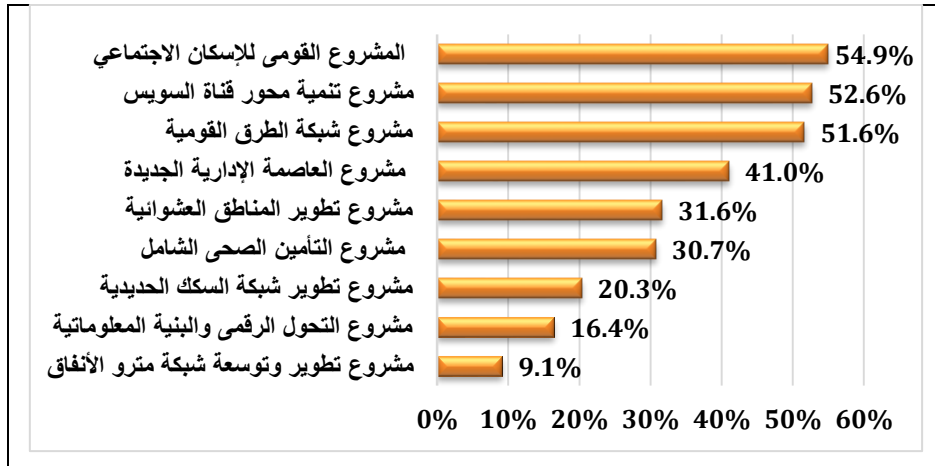
توضح بيانات هذا الشكل البياني رقم (2) دوافع تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، وذلك على النحو التالي:

- فيما يخص الدوافع النفعية: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 42.8% من ذوي المستوى المرتفع من هذا النوع من الدوافع، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي المستوى المتوسط بنسبة 32.8%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المنخفض من هذه الدوافع 24.4% من إجمالي عينة الدراسة.
- فيما يخص الدوافع الطقوسية: فقد كانت أغلبية العينة بنسبة 55.3% من ذوي المستوى المرتفع من هذا النوع من الدوافع، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي المستوى المتوسط بنسبة 30.9%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المنخفض من هذه الدوافع 13.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد بلغ متوسط الدوافع النفعية لتعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها 8.15، بينما بلغ متوسط الدوافع الطقوسية لتعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها 6.29. ما يعني أن الدوافع النفعية كانت أعلى لدى المبحوثين مقارنة بالدوافع النفعية للتعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها.

شكل رقم (3)

المشروعات القومية التي يحرص الجمهور المصري (عينة الدراسة) على متابعتها للتغطية الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بها



تعرض بيانات هذا الشكل البياني رقم (3) المشروعات القومية التي يحرص الجمهور المصري (عينة الدراسة) على مُتابعته التغطية الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بها، فقد جاء على رأس هذه المشروعات المشروع القومي للإسكان الاجتماعي حيث ذكره ما نسبته 54.9% من المبحوثين، يليها مشروع تنمية محور قناة السويس بنسبة 52.6%، ثم مشروع شبكة الطرق القومية بنسبة 51.6%، ثم في الترتيب الرابع جاء مشروع العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة 41% من إجمالي المبحوثين، ثم مشروع تطوير المناطق العشوائية بنسبة 31.6% من عينة الدراسة، ثم مشروع التأمين الصحي الشامل بنسبة 30.7%، ثم مشروع تطوير شبكة السكك الحديدية بنسبة 20.3%، ثم مشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية بنسبة 16.4%، ثم أخيراً مشروع تطوير وتوسعة شبكة مترو الأنفاق بنسبة 9.1% من إجمالي العينة.

وعلى مستوى كل مشروع من هذه المشروعات فيهدف مشروع الإسكان الاجتماعي إلى خدمة طبقة محدودي الدخل حيث يوفر لهم وحدات سكنية مكونة من غرفتين وصالة أو ثلاث غرف وصالة كاملة التشطيب وتتراوح مساحتها من 75 إلى 90 م² إلى جانب ذلك فإن هذه الوحدات تُقدم بسعر التكلفة فقط بدعم مباشر يتراوح من 5 إلى 25 ألف جنيه، ويستطيع المستفيد من هذه الوحدة سداد ثمنها على مدى 20 عاماً حيث تم الانتهاء من تنفيذ 538 ألف وحدة بكافة المحافظات والمدن الجديدة.

أما مشروع تنمية محور قناة السويس يعد أحد أهم المشروعات القومية الهامة لمصر، والجاذب للعديد من الاستثمارات العالمية. وقد حققت الموائى التابعة للهيئة العامة للمنطقة الاقتصادية لقناة السويس في مصر (6 موائى) إيرادات قياسية خلال 5 سنوات بلغت نحو 9.4 مليار جنيه، فيما جذبت المنطقة استثمارات تجاوزت 17 مليار دولار.

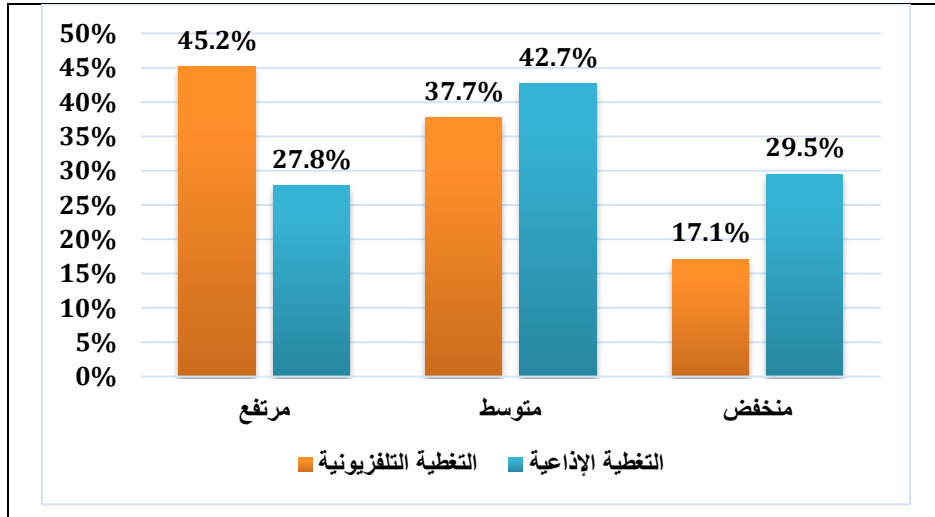
في أغسطس 2014، انطلق "المشروع القومي للطرق"، ضمن برنامج الرئيس عبد الفتاح السيسي، والذي يستهدف إنشاء طرق جديدة بأطوال 3300 كم بتكلفة إجمالية نحو 36 مليار جنيه. وتنفذ وزارة النقل ممثلة في الهيئة العامة للطرق والكباري نحو 1300 كم بتكلفة 17 مليار جنيه، ووزارة الإسكان ممثلة في الجهاز المركزي للتعمير نحو 800 كم، يتم تمويلها من الخزائنة العامة عن طريق بنك الاستثمار القومي، وتقوم القوات المسلحة بتنفيذ نحو 1200 كم. ويساهم البنك في تمويل المشروع ومتابعة التنفيذ به وإعداد التقارير عنه وإبداء ملاحظاته وتوصياته، كما يساهم في حل كافة العقبات التي تواجه التنفيذ بالمشروع.

العاصمة الإدارية هو مشروع واسع النطاق، أعلنته الحكومة المصرية في مؤتمر دعم وتنمية الاقتصاد المصري يوم 13 مارس 2015. تعد العاصمة الادارية من أجدد المشروعات الاستثمارية الخاصة بالتطوير العقاري في مصر. ومن المتوقع

أن ينمو هذا المشروع البنائي الضخم من 18 إلى 40 مليون نسمة بحلول عام 2050، وهو المشروع الذي من شأنه إدخال مفهوم جديد لطبيعة الحياة السكنية بمصر، ويضم مساحات خضراء وبحيرات صناعية لضمان هواء نقي وإطلالة ساحرة. تقع العاصمة الجديدة بين إقليم القاهرة الكبرى وإقليم قناة السويس بالقرب من الطريق الدائري الإقليمي وطريق القاهرة/ السويس، ويخطط لكي تكون المنطقة مقراً للبرلمان والرئاسة والوزارات الرئيسية، وكذلك السفارات الأجنبية، ويتضمن المشروع أيضاً منتزهاً رئيسياً ومطاراً دولياً، ويحتوي على أعداد كبيرة من المساحات الخضراء والحدائق.

شكل رقم (4)

مدى رضا الجمهور المصري (عينة الدراسة) عن طريقة التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية



تكشف بيانات هذا الشكل البياني رقم (4) مدى رضا الجمهور المصري (عينة الدراسة) عن طريقة التغطية الإذاعية والتلفزيونية التي تحدث للمشروعات القومية، وذلك على النحو التالي:

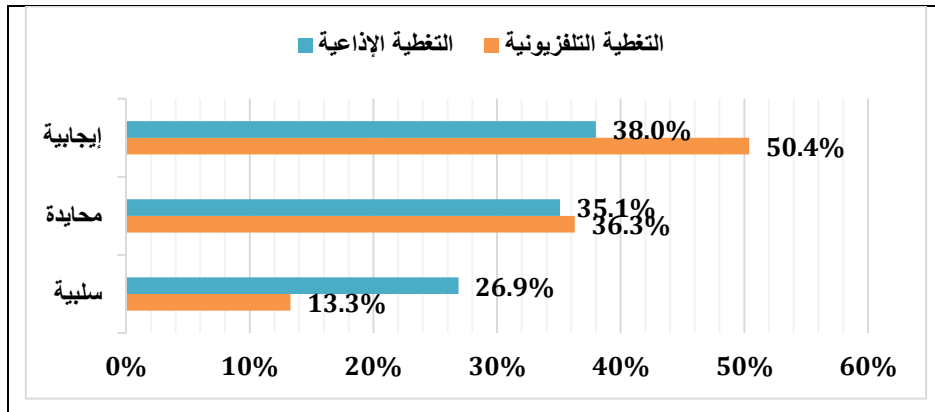
- فيما يخص مدى الرضا عن تغطية القنوات التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 45.2% من ذوي الرضا المرتفع، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي الرضا المتوسط بنسبة 37.7%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي الرضا المنخفض 17.1% من إجمالي عينة الدراسة.

- فيما يخص مدى الرضا عن تغطية المحطات الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 42.7% من ذوي الرضا المتوسط، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي الرضا المنخفض بنسبة 29.5%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي الرضا المرتفع 27.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد بلغ متوسط مدى الرضا عن تغطية القنوات التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها 5.60، بينما بلغ متوسط مدى الرضا عن تغطية المحطات الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها 4.29. ما يعني في المجمال أن مدى الرضا عن تغطية المشروعات القومية وتطوراتها أعلى في القنوات التلفزيونية منها في المحطات الإذاعية.

شكل رقم (5)

اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية



تعرض بيانات هذا الشكل البياني رقم (5) اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، وذلك على النحو التالي:

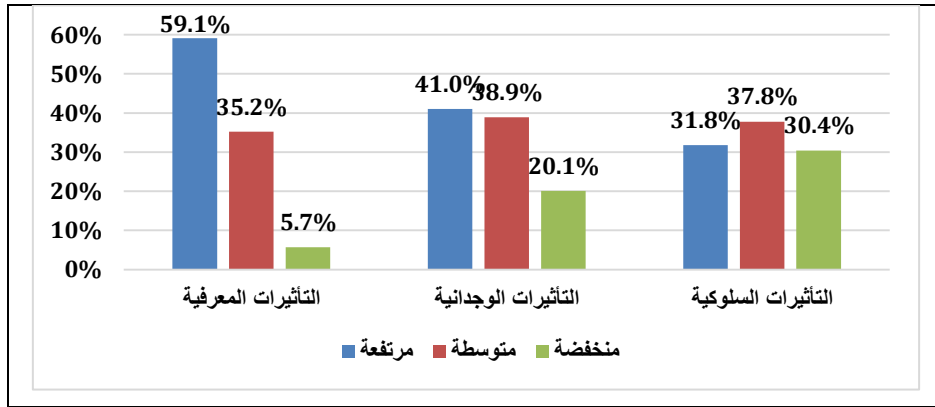
- فيما يخص تغطية القنوات التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أغلبية العينة بنسبة 50.4% من ذوي الاتجاهات الإيجابية نحوها، يليهم من حيث العدد المبحوثون ذوي الاتجاهات المحايدة بنسبة 36.3%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي الاتجاهات السلبية بنسبة 13.3% من إجمالي عينة الدراسة.
- فيما يخص تغطية المحطات الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت أكثرية العينة بنسبة 38% من ذوي الاتجاهات الإيجابية نحوها، يليهم من حيث

العدد المبحوثون ذوي الرضا المنخفض بنسبة 35.1%، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي الاتجاهات السلبية بنسبة 26.9% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد بلغ متوسط الاتجاهات نحو تغطية القنوات التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها 20.03، بينما بلغ متوسط الاتجاهات نحو تغطية المحطات الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها 18.14. ما يعني في المجمل أن الاتجاهات نحو تغطية المشروعات القومية وتطوراتها كانت أكثر إيجابية نحو القنوات التلفزيونية مقارنة بالاتجاهات نحو المحطات الإذاعية.

شكل رقم (6)

تأثيرات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها



تكشف بيانات هذا الشكل البياني رقم (6) تأثيرات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، وذلك على النحو التالي:

- فيما يخص التأثيرات المعرفية للتعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت هذه التأثيرات مرتفعة لدى غالبية العينة بنسبة 59.1%، بينما كانت التأثيرات متوسطة لدى ما نسبته 35.2%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين الذي كان التأثير المعرفي للتغطية عليهم منخفضاً عن 5.7% من إجمالي عينة الدراسة. وقد ظهرت هذه النتيجة في موقف المبحوثين من العبارات التالية: "أعرف جيداً ما تقوم به الدولة من مشروعات" بمتوسط حسابي 4.51 ووزن نسبي 90.2%، و"أدرك الفوائد الاستراتيجية لتنفيذ هذه المشروعات" بمتوسط حسابي 4.41 ووزن نسبي 88.2%، "أتفهم أسباب التفكير هذه المشروعات" بمتوسط حسابي 4.26 ووزن نسبي 85.2%.

- فيما يخص التأثيرات الوجدانية للتعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت هذه التأثيرات مرتفعة لدى أكثرية

العينة بنسبة 41%، بينما كانت التأثيرات متوسطة لدى ما نسبته 38.9%، على حين بلغت نسبة المبحوثين الذي كان التأثير المعرفي للتغطية عليهم منخفضاً 20.1% من إجمالي عينة الدراسة. وقد ظهرت هذه النتيجة في موقف المبحوثين من العبارات التالية: "أشعر بالسعادة لما ينفذ من مشروعات" بوزن نسبي 4.23 ومتوسط حسابي 84.6%، و"أفتخر بوجود المشروعات التنموية في مصر" بوزن نسبي 4.07 ومتوسط حسابي 81.4%، و"مطمئن إلى مستقبل مصر بالاستمرار في هذه المشروعات" بوزن نسبي 3.99 ومتوسط حسابي 79.8%.

● فيما يخص التأثيرات السلوكية للتعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها: فقد كانت هذه التأثيرات متوسطة لدى أكثرية العينة بنسبة 37.8%، بينما كانت التأثيرات مرتفعة لدى ما نسبته 31.8%، على حين بلغت نسبة المبحوثين الذي كان التأثير المعرفي للتغطية عليهم منخفضاً 30.4% من إجمالي عينة الدراسة. وقد ظهرت هذه النتيجة في موقف المبحوثين من العبارات التالية: "أحضر فعاليات تناقش قضايا التنمية" بمتوسط حسابي 4.11 ووزن نسبي 82.2%، و"أتضامن بالفعل مع ما توجهني الدولة المصرية إليه" بمتوسط حسابي 4.03 ووزن نسبي 80.6%، و"ولدى استعداد للمشاركة في أي عمل يخدم قضايا تنمية بلدي" بمتوسط حسابي 3.96 ووزن نسبي 79.2%.

تعكس هذه النتيجة ازدياد مدى التأثيرات المعرفية الحاصلة للمبحوثين، تلتها التأثيرات الوجدانية، ثم التأثيرات السلوكية.

ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم لهذا التعرض.

جدول رقم (2)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم لهذا التعرض

الدوافع النفعية	الدوافع الطقوسية	متغيرات الاقتران	
**0.432	**0.193	معامل بيرسون	معدل التعرض للتغطية التلفزيونية
0.000	0.002	مستوى المعنوية	
**0.371	0.025	معامل بيرسون	معدل التعرض للتغطية الإذاعية
0.000	0.319	مستوى المعنوية	
** دال عند مستوى معنوية 0.01			

لاختبار معنوية العلاقة بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم لهذا التعرض، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفئري Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في جدول رقم (2) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم الطقوسية لهذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.193، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأعلى في درجاتهم على مقياس الدوافع الطقوسية والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم النفعية لهذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.432، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأعلى في درجاتهم على مقياس الدوافع النفعية والعكس بالعكس.
- عدم معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم الطقوسية لهذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.025، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).
- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم النفعية لهذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.371، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأعلى في درجاتهم على مقياس الدوافع النفعية والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم لهذا التعرض قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية.

جدول رقم (3)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية

المتغيرات	معدل التعرض للتغطية التلفزيونية	معدل التعرض للتغطية الإذاعية
معامل بيرسون	**0.513	**0.207
مستوى المعنوية	0.000	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01		

لاختبار معنوية العلاقة بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في جدول رقم (3) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.513، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو هذه التغطية والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.207، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو هذه التغطية والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثاني القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض.

جدول رقم (4)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض

متغيرات الاقتران		التأثيرات المعرفية	التأثيرات الوجدانية	التأثيرات السلوكية
معدل التعرض للتغطية التلفزيونية	معامل بيرسون	**0.626	**0.413	**0.197
	مستوى المعنوية	0.000	0.000	0.001
معدل التعرض للتغطية الإذاعية	معامل بيرسون	**0.261	**0.207	**0.188
	مستوى المعنوية	0.000	0.000	0.001

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في جدول رقم (4) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.626، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى المعرفي بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.413، وهي قيمة

دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى الوجداني بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.197، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى السلوكي بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.261، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى المعرفي بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.207، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى الوجداني بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا التعرض، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.188، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأكثر تأثراً على المستوى السلوكي بما تعرضوا له في هذه التغطية والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الرابع القائل بمعنوية

العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية ومدى رضاهم عن هذه التغطية.

جدول رقم (5)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية

المتغيرات	معدل التعرض للتغطية التلفزيونية	معدل التعرض للتغطية الإذاعية
معامل بيرسون	**0.227	**0.219
مستوى المعنوية	0.000	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01		

لاختبار معنوية العلاقة بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي تكشف قيمه الكمية الواردة في جدول رقم (5) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.227، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية ضعيفة الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأعلى في درجة رضاهم عن هذه التغطية والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.219، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة واتجاهها فهي علاقة طردية الشدة، ما يعني إن المبحوثين الذين زادت معدلات تعرضهم للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، كانوا الأعلى في درجة رضاهم عن هذه التغطية والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الرابع القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين معدلات تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها.

جدول رقم (6)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
0.000	318	T= 5.73-	0.361	5.661	158	ذكر	
			0.653	7.136	162	أنثى	
0.161	2 317	F= 1.261	0.449	5.261	107	من 18 لأقل من 35 سنة	
			0.591	6.351	104	من 35 لأقل من 50 سنة	
			0.663	7.912	109	50 سنة فأكثر	
0.069	2 317	F= 6.921	0.639	7.061	91	مؤهل متوسط أو فوق متوسط	
			0.891	6.691	127	مؤهل جامعي	
			0.923	6.307	102	دراسات عليا	
0.091	2 317	F= 5.683	0.691	5.060	110	منخفض	
			0.714	6.951	138	متوسط	
			0.835	6.359	72	مرتفع	

لاختبار معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، وبالنظر إلى إن متغير معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ت لقياس الفروق في المتغيرات ذات المجموعتين (النوع)، واختبار ف لقياس الفروق في المتغيرات أكثر من مجموعتين (السن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وتكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (6) عن النتائج التالية:

• معنوية الفروق بين المبحوثين في معدلات التعرض للتغطية التلفزيونية

للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب النوع، حيث بلغت قيمة ت-5.73، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 318 ومستوى معنوية 0.000. وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الإناث بمتوسط 7.136 مقارنة بمجموعة الذكور بمتوسط 5.661. ما يعني إن الإناث كن أكثر تعرضاً للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها مقارنة بالذكور.

- عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب السن، حيث بلغت قيمة ف 1.261، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).
- عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 6.921، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).
- عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 5.683، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).

جدول رقم (7)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
						النوع	ذكر أنثى
0.206	318	T= 1.267	0.260	5.506	158		
			0.552	7.035	162		
0.159	2 317	F= 3.519	0.348	05.16	107		من 18 لأقل من 35 سنة من 35 لأقل من 50 سنة 50 سنة فأكثر
			00.49	06.25	104		
			0.562	7.811	109		
0.163	2 317	F= 5.006	0.538	06.96	91		مؤهل متوسط أو فوق متوسط مؤهل جامعي دراسات عليا
			00.79	06.59	127		
			0.822	6.206	102		
0.114	2 317	F= 2.876	00.59	4.959	110		منخفض متوسط مرتفع
			0.613	6.85	138		
			0.734	6.258	72		

تكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (7) عن النتائج التالية:

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب النوع، حيث بلغت قيمة ت 1.267، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).

- عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب السن، حيث بلغت قيمة ف 3.519، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).
 - عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 5.006، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).
 - عدم معنوية الفروق في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 2.876، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$).
- من هذه النتيجة التي يعرض لها كل من الجدولين رقمي 6 و 7 يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الخامس القائل بمعنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدلات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي فيما يخص متغير النوع وتأثيره على معدل التعرض للتغطية التلفزيونية.
- الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

جدول رقم (8)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	158	18.01	4.505	318	0.000
	أنثى	162	21.14	2.286		
السن	من 18 لأقل من 35 سنة	107	19.00	1.984	317	0.056
	من 35 لأقل من 50 سنة	104	18.57	1.624		
	50 سنة فأكثر	109	20.14	2.513		
المؤهل التعليمي	مؤهل متوسط أو فوق متوسط	91	19.56	2.031	317	0.091
	مؤهل جامعي	127	20.01	2.365		
	دراسات عليا	102	20.36	2.694		
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	110	19.94	2.638	317	0.123
	متوسط	138	20.78	2.160		
	مرتفع	72	21.36	2.930		

لاختبار معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، وبالنظر إلى إن متغير معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها قد تم قياسه على المستوى الفترى Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبارات لقياس الفروق في المتغيرات ذات المجموعتين (النوع)، واختبار ف لقياس الفروق في المتغيرات أكثر من مجموعتين (السن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وتكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (8) عن النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب النوع، حيث بلغت قيمة ت-8.77، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 318 ومستوى معنوية 0.000. وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الإناث بمتوسط 21.14 مقارنة بمجموعة الذكور بمتوسط 18.01. ما يعني إن الإناث كن أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية مقارنة بالذكور.
- عدم معنوية الفروق في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب السن، حيث بلغت قيمة ف 4.261، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).
- عدم معنوية الفروق في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 5.361، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).
- عدم معنوية الفروق في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 6.391، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($P>0.05$).

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض السادس القائل بمعنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي،

المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن تعرضهم للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها.

جدول رقم (9)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
0.000	318	T= 8.56	2.812	11.62	158	ذكر	
			1.542	13.56	162	أنثى	
0.020	2 317	F= 9.871	1.329	11.18	107	من 18 لأقل	
			1.942	11.98	104	من 35 لأقل	
			2.001	12.55	109	من 50 سنة فأكثر	
0.001	2 317	F= 10.51	1.738	10.94	91	مؤهل متوسط	
			2.041	11.95	127	أو فوق متوسط	
			2.689	12.84	102	مؤهل جامعي	
0.029	2 317	F= 11.36	2.004	13.01	110	دراسات عليا	
			1.587	12.14	138	منخفض	
			1.116	11.62	72	متوسط	
						مرتفع	

لاختبار معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، وبالنظر إلى إن متغير معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، فقد استخدمت الباحثة اختبار ت لقياس الفروق في المتغيرات ذات المجموعتين (النوع)، واختبار ف لقياس الفروق في المتغيرات أكثر من مجموعتين (السن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وتكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (9) عن النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين الباحثين في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب النوع، حيث بلغت قيمة ت 8.56، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 318 ومستوى معنوية 0.000.

وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الإناث بمتوسط 13.56 مقارنة بمجموعة الذكور بمتوسط 11.62. ما يعني إن التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية قد زادت لدى الإناث مقارنة بالذكور.

- معنوية الفروق في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب السن، حيث بلغت قيمة ف 9.871، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.020. فقد بلغ متوسط التأثيرات المعرفية 12.55 لدى مجموعة 50 سنة فأكثر، تليها مجموعة من 35 لأقل من 50 سنة بمتوسط 11.98، ثم مجموعة من 18 لأقل من 35 سنة بمتوسط 11.18. ما يعني أن الأكبر سنًا كانوا الأعلى تأثرًا على المستوى المعرفي مقارنة بالأصغر سنًا.
- معنوية الفروق في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 10.51، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.020. فقد بلغ متوسط التأثيرات المعرفية 12.84 لدى مجموعة الدراسات العليا، تليها مجموعة المؤهل الجامعي بمتوسط 11.95، ثم مجموعة المؤهل المتوسط بمتوسط 10.94. ما يعني أن الأعلى تعليمًا كانوا الأعلى تأثرًا على المستوى المعرفي مقارنة بالأقل تعليمًا.
- معنوية الفروق في التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 11.36، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.020. فقد بلغ متوسط التأثيرات المعرفية 13.01 لدى مجموعة المستوى المنخفض، تليها مجموعة المستوى المتوسط بمتوسط 12.14، ثم مجموعة المستوى المرتفع بمتوسط 11.62. ما يعني أن الأقل في المستوى الاقتصادي الاجتماعي كانوا الأكثر تأثرًا على المستوى المعرفي مقارنة بالأعلى في المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (10)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
						النوع	السن
0.001	318	T= 7.81	3.061	10.48	158	ذكر	
			2.514	12.35	162	أنثى	
0.001	2	F=	2.001	10.51	107	من 18 لأقل	

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
	317	12.14				من 35 سنة	
			2.416	11.14	104	من 35 لأقل من 50 سنة	
			2.952	12.34	109	50 سنة فأكثر	
0.012	2 317	F= 11.39	3.011	13.12	91	مؤهل متوسط أو فوق متوسط	المؤهل التعليمي
			2.478	12.14	127	مؤهل جامعي	
			2.321	12.01	102	دراسات عليا	
0.034	2 317	F= 13.28	2.959	12.92	110	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			2.341	12.01	138	متوسط	
			1.975	11.13	72	مرتفع	

تكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (10) عن النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب النوع، حيث بلغت قيمة t 7.81، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 318 ومستوى معنوية 0.000. وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الإناث بمتوسط 12.35 مقارنة بمجموعة الذكور بمتوسط 10.48. ما يعني إن التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية قد زادت لدى الإناث مقارنة بالذكور.
- معنوية الفروق في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب السن، حيث بلغت قيمة F 12.14، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتى حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.001. فقد بلغ متوسط التأثيرات الوجدانية 12.34 لدى مجموعة 50 سنة فأكثر، تليها مجموعة من 35 لأقل من 50 سنة بمتوسط 11.14، ثم مجموعة من 18 لأقل من 35 سنة بمتوسط 10.81. ما يعني أن الأكبر سناً كانوا الأعلى تأثراً على المستوى الوجداني مقارنة بالأصغر سناً.
- معنوية الفروق في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة F 11.39، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتى حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.012. فقد بلغ متوسط التأثيرات الوجدانية 12.01 لدى مجموعة الدراسات العليا، تليها مجموعة المؤهل الجامعي بمتوسط 12.14، ثم مجموعة المؤهل المتوسط بمتوسط 13.12. ما يعني أن الأقل تعليماً كانوا الأعلى تأثراً على المستوى الوجداني مقارنة بالأعلى تعليماً.
- معنوية الفروق في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث

بلغت قيمة ف 13.28، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجتي حرية 2 و 317 ومستوى معنوية 0.020. فقد بلغ متوسط التأثيرات الوجدانية 12.92 لدى مجموعة المستوى المنخفض، تليها مجموعة المستوى المتوسط بمتوسط 12.01، ثم مجموعة المستوى المرتفع بمتوسط 11.13. ما يعني أن الأقل في المستوى الاقتصادي الاجتماعي كانوا الأكثر تأثراً على المستوى الوجداني مقارنة بالأعلى في المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (11)

معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
						النوع	
0.002	318	T= 7.10	1.771	10.22	158	ذكر	
			2.154	11.41	162	أنثى	
0.004	2 317	F= 8.225	1.162	11.21	107	من 18 لأقل	السن
			1.692	11.94	104	من 35 لأقل	
			2.004	12.36	109	من 50 سنة فأكثر	
0.013	2 317	F= 9.541	1.998	12.94	91	مؤهل متوسط	المؤهل التعليمي
			2.372	12.13	127	أو فوق متوسط	
			2.995	11.04	102	مؤهل جامعي دراسات عليا	
0.029	2 317	F= 8.931	2.777	13.61	110	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			2.309	12.53	138	متوسط	
			1.392	11.30	72	مرتفع	

تكشف القيم الكمية الواردة في جدول رقم (11) عن النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين الباحثين في التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب النوع، حيث بلغت قيمة ت 7.10، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 318 ومستوى معنوية 0.002. وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الإناث بمتوسط 11.41 مقارنة بمجموعة الذكور بمتوسط 10.22. ما يعني إن التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية قد زادت لدى الإناث مقارنة بالذكور.
- معنوية الفروق في التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب السن، حيث بلغت قيمة ف 8.225،

وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتَي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.004. فقد بلغ متوسط التأثيرات السلوكية 12.36 لدى مجموعة 50 سنة فأكثر، تليها مجموعة من 35 لأقل من 50 سنة بمتوسط 11.94، ثم مجموعة من 18 لأقل من 35 سنة بمتوسط 11.21. ما يعني أن الأكبر سنًا كانوا الأعلى تأثيرًا على المستوى السلوكي مقارنة بالأصغر سنًا.

● معنوية الفروق في التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المؤهل التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 9.541، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتَي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.013. فقد بلغ متوسط التأثيرات السلوكية 12.94 لدى مجموعة المؤهل المتوسط، تليها مجموعة المؤهل الجامعي بمتوسط 12.13، ثم مجموعة الدراسات العليا بمتوسط 11.04. ما يعني أن الأقل تعليمًا كانوا الأعلى تأثيرًا على المستوى السلوكي مقارنة بالأعلى تعليمًا.

● معنوية الفروق في التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية بحسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 8.931، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجتَي حرية 2 و317 ومستوى معنوية 0.020. فقد بلغ متوسط التأثيرات السلوكية 13.61 لدى مجموعة المستوى المنخفض، تليها مجموعة المستوى المتوسط بمتوسط 12.53، ثم مجموعة المستوى المرتفع بمتوسط 11.30. ما يعني أن الأقل في المستوى الاقتصادي الاجتماعي كانوا الأكثر تأثيرًا على المستوى السلوكي مقارنة بالأعلى في المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

من هذه النتيجة التي تعرض لها الجداول أرقام 9 و10 و11 يمكن القول إن اختبار صحة الفرض السابع القائل بمعنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن تعرضهم للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي

خلاصة الدراسة:

انطلقت الدراسة الحالية من ملاحظة ما توليه الدولة المصرية من اهتمام كبير للاستثمار في المشروعات القومية والتنمية في شتى القطاعات، بهدف إحداث نقلة نوعية، هدفها الأول البناء والتنمية، إلى جانب توفير فرص عمل للشباب وخفض معدلات البطالة، مما يسهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي في شتى الاتجاهات. وبالتالي فقد مثل الإعلام التنموي المجال العام للبحث والتقصي، حيث عُنيَت الدراسة رصد مدى اعتماد وتعرض الجمهور للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات

القومية، ومدى رضاهم عن هذه التغطية، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على هذه التغطية، وأخيرًا تحديد اتجاهاتهم نحو هذه التغطية.

كشفت نتائج الدراسة عن معنوية الارتباط بين معدل تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها وكل من دوافعهم الطقوسية والنفعية لهذا التعرض، وكذلك بين معدل تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها ودوافعهم النفعية. كما أظهرت النتائج معنوية الارتباط بين معدل التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها واتجاهاتهم نحو هذه التغطية. أيضًا اتضحت معنوية العلاقة بين معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا التعرض. وأوضحت النتائج معنوية الارتباط بين معدل التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها ومدى رضاهم عن هذه التغطية.

على مستوى الفروق بين المبحوثين كشفت النتائج معنوية الاختلافات بحسب النوع فقط (دون السن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدل التعرض للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها، بينما لم تكن للفروق دلالة إحصائية في معدل التعرض للتغطية الإذاعية للمشروعات القومية وتطوراتها بحسب الخصائص الديموغرافية كلها. كذلك فقد أثر النوع فقط (دون السن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو التغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية.

وفيما يخص تأثيرات التعرض للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، فقد ظهر الاختلاف في الخصائص الديموغرافية (النوع، والسن، والمؤهل التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

من هذا يمكن القول أن تغطية وسائل الإعلام المسموعة والمرئية للمشروعات القومية قد أثر بالإيجاب على اتجاهات المبحوثين نحو هذه التغطية، كما صاحب التعرض لها التأثير على المبحوثين معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا.

مراجع الدراسة:

- 1) الخولي، هبة أحمد رزق، وآخرون (2021) المعالجة الصحفية للمشروعات التنموية في مصر، مجلة القراءة والمعرفة، (236)، ص275 – 310.
- 2) الزعلاوي، فوزي عبد الرحمن (2019) أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لسياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة في إطار استراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(3)، ص139 – 182.
- 3) محمد، سحر أحمد غريب (2019) أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية: دراسة حالة لمشروع تنمية محور قناة السويس، حوليات آداب عين شمس، 47، ص287 – 306.
- 4) الباكر، ريماء عبد الرحمن إبراهيم، الزباني، عبد الكريم (2021) دور الصحافة في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا التنمية المستدامة الطاقة المتجددة نموذجًا: دراسة تحليلية وميدانية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، (26)، ص152 – 172.
- 5) He, Yingfei, et.al (2020) Analysis of News Coverage of Haze in China in the Context of Sustainable Development: The Case of China Daily, Sustainability, 12(386), pp. 1 – 15.
- 6) Pandit, Swamini (2020) Sustainable Development Goals and Media Coverage by English Language News Channel Websites in Indian and International Context, International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE), 9(4), pp. 28 – 32.
- 7) نوري، صلاح غانم (2019) قضايا التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية: دراسة تحليلية، مجلة الجامعة العراقية، 3(44)، ص434 – 445.
- 8) محمد، سحر أحمد غريب، مرجع سابق.
- 9) Anderson Nikade, et.al (2019) Mass Media Coverage of Development News in Rural and Urban Areas of Bayelsa State, Nigeria, Journal of Humanities and Social Science, 17(4), pp. 112 – 133.
- 10) زكي، محمود محمد (2019)، التغطية التلفزيونية التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة «رؤية مصر 2030» وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- 11) سحاري، مصطفى (2018) التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة الصورة والاتصال، (22)، ص309 – 338.
- 12) أحمد، أمنية عبد الرحمن، هاشم، منى جابر عبد الهادي (2017) دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (11)، ص39 – 74.
- 13) شاهين، سلمى إبراهيم محمد إبراهيم، وآخرون (2015) معالجة الصحافة المصرية لقضايا التنمية المحلية بمحافظة سيناء: دراسة تحليلية مقارنة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (3)، ص331 – 368.
- 14) Owolabi, Toyosi Olugbenga Samson (2014) Implications of the media coverage of SMES for national development in Nigeria, International Journal of Development and Economic Sustainability, 2(3), pp. 45 – 57.
- 15) Tuurosang, Damasus (2013) Mass media coverage of development issues in northern Ghana, Available At:

- <https://ir.ucc.edu.gh/xmlui/handle/123456789/5048>, accessed on 22/12/2021.
- (16) الباكر، ريما عبد الرحمن إبراهيم، الزباني، عبد الكريم، مرجع سابق.
- (17) سحاري، مصطفى، مرجع سابق.
- (18) شاهين، سلمى إبراهيم محمد إبراهيم، وآخرون، مرجع سابق.
- (19) الخولي، هبة أحمد رزق، وآخرون، مرجع سابق.
- (20) الزعبلاوي، فوزي عبد الرحمن، مرجع سابق.
- (21) سحاري، مصطفى، مرجع سابق.
- (22) الخولي، هبة أحمد رزق، وآخرون، مرجع سابق.
- 23) Honti, Gergely, et.al (2021) The intertwining of world news with Sustainable Development Goals: An effective monitoring tool, Heliyon, 7(2).
- (24) أحمد، لآمان محمد محمد (2018) دور موقع الفيسبوك في تناول قضايا التنمية: دراسة تحليلية، مجلة البحث العلمي في الآداب، 4(19)، ص 215 – 228.
- 25) Khalid, Malik Zahra, et.al (2015) Media and Development in Society: Continuity and Challenges, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), 20(11), pp. 47 – 54.
- (26) الزعبلاوي، فوزي عبد الرحمن، مرجع سابق.
- (27) الدريدي، إبتهاج حافظ (2021) الفكر الإبداعي في تصميم حملات التوعية الإعلانية لتحقيق التنمية المستدامة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (27)، ص 117 – 140.
- (28) عوجة، نرمين على السيد إبراهيم (2021) استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20(3)، ص 577 – 626.
- (29) أحمد، لآمان محمد محمد، مرجع سابق.
- (30) عوجة، نرمين على السيد إبراهيم، مرجع سابق.
- (31) الحفناوي، محمد إبراهيم أحمد حسن (2020) اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة 2030، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (19)، ص 197 – 270.
- (32) علالي، عبد الجليل (2019) دور الفيسبوك في التحسيس بقضايا التنمية المحلية لدى الشباب الجامعي: دراسة وصفية لعينة من طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، الجزائر.
- (33) أحمد، أمينة عبد الرحمن، هاشم، منى جابر عبد الهادي، مرجع سابق.
- (34) عوجة، نرمين على السيد إبراهيم، مرجع سابق.
- (35) الزعبلاوي، فوزي عبد الرحمن، مرجع سابق.
- (36) عوجة، نرمين على السيد إبراهيم، مرجع سابق.
- (37) الحفناوي، محمد إبراهيم أحمد حسن، مرجع سابق.
- 38) El-Ibiary, Rasha (2020) Development Journalism, Gender Sensitivity and Sustainability in Egypt: Analyzing the Women's Voices project, Communication Inquiry, 8(2), pp. 43 – 60.

- (39) مرسي، إيمان (2019) تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطط التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (67)، ص 585 – 654.
- (40) الطنباري، فاتن عبد الرحمن، وآخرون (2018) تعرض المراهقين لمشروع قناة السويس الجديدة بالصحف الإلكترونية وعلاقته باتجاهاتهم نحوه، مجلة دراسات الطفولة، (78)21، ص 15 – 19.
- (41) عجوة، نرمين على السيد إبراهيم، مرجع سابق.
- (42) إسماعيل، صادق الحاج جعفر (2021) اتجاهات المعلمين نحو قضايا تطوير التعليم في دولة الكويت كما تراها عينة من المعلمين، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، 41(572)، ص 9 – 94.
- (43) الباكر، ريماء عبد الرحمن إبراهيم، الزياتي، عبد الكريم، مرجع سابق.
- (44) الحفناوي، محمد إبراهيم أحمد حسن، مرجع سابق.
- (45) الأحمد، علي بن حسن بن حسين (2019) فاعلية برنامج في الاستدامة البيئية قائم على دمج استراتيجيتي RAFT و PWTW في تنمية مهارات كتابة المقالات العلمية والاتجاه نحو قضايا الاستدامة البيئية لدى طلاب كلية العلوم في الجامعة الإسلامية بالمملكة العربية السعودية، مجلة التربية، 1(184)، ص 429 – 472.
- (46) الطنباري، فاتن عبد الرحمن، وآخرون، مرجع سابق.
- 47) Black, Jay, et.al (1997) Introduction to Media Communication, 5th Edition, McGraw-Hill Humanities.
- 48) Tai, Zixue, Sun, Tao (2007) Media Dependencies in a Changing Media Environment: The Case of the 2003 SARS Epidemic in China, New Media & Society, 9(6), pp. 987 – 1009.
- 49) Miller, Katherine (2004) Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts, 2nd Edition, McGraw-Hill Humanities.
- (50) مكاي، حسن عماد، السيد، ليلى حسين (2009) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- (51) الفقيه كافي، محمد عبدالوهاب (2007) مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال كمصادر للمعلومات حول الازمات الدولية الطارئة: دراسة مسحية في ازمة الرسوم المسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2(2)، ص 12 – 70.
- 52) Mcquail, Denis, Windahl, Sven (1994) Communication Models for the Study of Mass Communications, 2nd Edition, Routledge, London.
- 53) Ball-Rokeach, Sandra J. (1985) The origins of individual media-system dependency: A sociological framework, Communication Research, 12(4), pp. 485 – 510.
- (54) رضوان، أحمد فاروق (2012) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (39)، ص 127 – 186.
- (55) عبد الحميد، محمد (2010) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة.
- (56) عبد الحميد، محمد (2009) الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة.

- (57) القليني، سوزان يوسف (2000) علم النفس الإعلامي، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة.
- (58) المصري، عربي محمد (2000) الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
- (59) الحريري، سعد كامل (2019) الإعلام والتنمية المستدامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- (60) لبصير، فطيمة (2017) الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، (47)، ص 51 – 60.
- (61) نش، عزوز، بوهالي، حفيظة (2016) دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، 1(1)، ص 62 – 82.
- (62) الرفوع، عاطف عودة (2000) الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، ط1، دار مجدلاوي، عمان.
- (63) تيشوري، عبد الرحمن (2005) دور الاعلام في التطوير والتحديث، الحوار المتمدن، (1328)، مُتاح على: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=46355>, accessed on 14/12/2021.
- (64) الحديدي، منى (2005) الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- (65) عثمان، سيد أحمد (2010) التحليل الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- (66) الداغر، مجدي محمد عبد الجواد (2012) دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية: دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، 33(359)، 2012، ص 8 – 230.
- (67) فندوشي، ربيعة (2011) الاتصال التنموي بالوطن العربي الأسس والوظائف والاستراتيجيات: دراسة وصفية تحليلية، مجلة البحوث والدراسات العربية، (55)، ص 7 – 34.
- (68) عبد الله، ثناء فؤاد (2006) الإصلاح السياسي: خبرات عربية (مصر: دراسة حالة)، المجلة العربية للعلوم السياسية، (12)، ص 9 – 36.
- (69) زعيب، شيماء ذو الفقار (2015) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.