تأثير المعالجة الاعلامية لإعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة على معارف الجماهير واتجاهاتهم نحوهما

دراسة تحليلية وميدانية خلال عام 2021

د. سماح محمد محمدى*

ملخص :
تسعى الدراسة نحو رصد و تحليل التغطيات الإعلامية المقدمة عن الجمهورية الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة في ثلاثة صحف يومية مطبوعة هي : الأهرام ، الوفد، الشروق وتأثيرها على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحوها، ومحاولة الكشف عن العوامل المؤثرة في ذلك.عبر دراسة تحليلية كمية و كيفية طبقت خلال شهرى يوليو / أغسطس 2021 ، و أخرى ميدانية طبقت علي عينة من الجمهور المصرى قوامها 250 مفردة يتراوح أعمارهم من 18 إلي 55 عامًا،و من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية، و بالانطلاق من نظرية التهيئة المعرفية ، و بتوظيف أستمارتى الأستبيان و تحليل المضمون ، كشفت الدراسة عن نتائج أهمها: ارتفاع اهتمام صحف الدراسة بقضية الجمهورية الجديدة و كانت الأهرام هي الأكثر اهتماما تلتها الوفد .و كانت الفنون الاخبارية تلاها مواد الرأى هى الاعلي استخداما ،و جاء الأطار السياسي تلاه الاقتصادى كأكثر الأطر المستخدمة، و جاء الرئيسي السيسي كأبرز القوى الفاعلة .كما ارتفع توظيف الأستمالات العقلية بشكل عام .و اشارت نتائج الدراسة الميدانية إلي ارتفاع اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الجمهورية الجديدة و العاصمة الإدارية الجديدة بمختلف وسائل الاعلام و التلفزيون بشكل خاص في حين تراجعت الصحف كمصدر للمعلومات . و مالت اتجاهات الجمهور نحو الإيجابية كما ارتفعت معارفهم عن قضية الدراسة و اشارت النتائج الي تزايد التأثير المعرفي و انخفاض التأثير السلوكي لمتابعة المعالجة الاعلامية للجمهورية الجديدة.

الكلمات المفتاحية : الجمهورية الجديدة ،العاصمة الإدارية ، الصحف المصرية الورقية ، المعارف و الأتجاهات ، نظرية التهيئة المعرفية .

---

* أستاذ مساعد بقسم الصحافة بكلية الاعلام – جامعة القاهرة

"The effect of Media coverage of the declaration of the New Republic and New Administrative Capital on Egyptian public knowledge and attitudes

An Empirical Study during 2021

Abstract:

Based on Priming Theory, the study aims at identifying and analyzing the effects of Egyptian newspapers coverage of the declartion of the New Republic and New Administrative Capital in three daily printed newspapers, ALAhram, ALwafd and ALshorouk during JULY/AUGUST 2021, on Egyptian public knowledge and attitudes. Using the content analysis methodology relying on the qualitative analysis method, And a survey of 250 subjects aged from 18 to 55 years The results of the study reflected several aspects, including,: The New Republic and New Administrative came in the forefront of concerns for the newspaper, especially ALahram and ALwafd .News & news reports were used more in the newspapers, they focused on rational appeals, political and economical frames were used the most in the three dailies. The participants were interested in news coverage of the new republic and new administrative, T.V.was the main source of information about them more than printed newspapers. Many results were also discussed.

Keywords:

New Administrative Capital, The new republic, Egyptian printed Newspapers, Knowledge & Attitudes, Priming Theory

مقدمة:

شهد المجتمع المصري في السنوات الأخيرة اقامة عدة مشروعات قومية كبري كان لها أبلغ الأثر في الحياة اليومية للمصريين، جاءت هذه المشروعات في إطار محاولة تحسين الأوضاع المجتمعية للمواطن المصرى عبر تحقيق التنمية، وزيادة الاستثمارات، وهو الأمر الذي ساهم في تكوين صورة إيجابية عن أداء الحكومة مرورًا بتكوين اتجاهات نحو تلك المشروعات القومية، وتعزيز الولاء والانتماء الشعبي لها، ولعل أبرز وأهم المشروعات القومية التي حازت على الاهتمام الحكومي والشعبي والإعلامي مشروع العاصمة الادارية الجديدة الذي واكبه اعلان رئيس الجمهورية بدء جمهورية ثانية في مصر.

فقد أعلن الرئيس عبد الفتاح السيسي ميلاد الجمهورية الجديدة لأول مرة في مارس 2021 خلال الندوة التثقيفية الثالثة والثلاثين للقوات المسلحة مؤكدا علي أن افتتاح العاصمة الإدارية الجديدة هو ميلاد للجمهورية الجديدة[1]. وبالطبع لفظ الجمهورية الجديدة هو لفظ هام للغاية، يشير إلى أن الأمر ليس مجرد مباني مميزة في مكان مميز، بل إنه فكر جديد للدولة المصرية بأعتبارها مدينة ذكية، والهدف الأساسى لها أن تكون مركزًا سياسيا وثقافيا واقتصاديا رائدًا لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

وينعكس بناء العاصمة الإدارية الجديدة على الاقتصاد المصري في ضخ المزيد من الاستثمارات، وتفريغ القاهرة الكبرى من التكدس والازدحام حيث يستهدف تخطيط العاصمة نقل الوزارات المصرية إلى العاصمة لتقليل الضغط المزمن في القاهرة، وتفريغ القاهرة من التكدس الناتج عن حركة العاملين بالوزارات والجهات الحكومية، وتعزيز صناعات الطاقة الجديدة، وزيادة مساحة الرقعة الزراعية بما يساعد في تقليل انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، وسد الفجوة الغذائية كذلك، علاوة على ربط تنمية العاصمة مع محور قناة السويس، حيث أن خطة التنمية المستدامة للدولة تعمل على تسريع وتيرة التحول الرقمي، لربط كافة الجهات المعنية بالاستثمار في المنطقة الاقتصادية إلكترونيا بحيث يتم إصدار التراخيص بصورة موحدة من خلال منظومة رقمية متكاملة.

وتُعد المشروعات القومية مشروعات طويلة الأجل نسبيا تعكس اتجاه الدولة نحو التنمية الأقتصادية الشاملة، وهي تتطلب دراسة جدوى بطريقة استراتيجية متكاملة بحكم كونها مشروعات عالية الخطورة ، يتم انجازها علي مراحل مختلفة، وتكون متعددة الأغراض، وهي ليست ملكا لفرد بل لجميع المصريين وتؤثر علي حياتهم جميعًا[2]، وهذه الخصائص للمشروع القومي تتطلب الحاجة للحشد وكسب التأييد من المواطنين وذلك عبر مراحل إعداد وتنفيذ المشروع، ولوسائل الإعلام الدور الرئيسي في تحقيق ذلك.

وأصبحت وسائل الإعلام التقليدية والحديثة نافذة رئيسية للمجتمع المصري لمعرفة تطورات المشروعات القومية، مما يستلزم من وسائل الإعلام تقديم تغطيات إخبارية متعددة الرؤى ووجهات النظر، وتسهم كافة التغطيات الإعلامية في تشكل تقييمات، واتجاهات، ومعارف الجمهور عن المشروع.

وانطلاقًا مما سبق، وفي إطار استعراض توجهات الحكومة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لإحداث تغيير شامل في بنية المجتمع المصري، وانطلاقًا من تعاظم دور وسائل الاعلام في تسليط الضوء علي الجهود الإيجابية والمشروعات القومية التي تقوم بها الدولة **تسعى الدراسة الحالية لرصد و تحليل التغطيات الإعلامية المقدمة عن الجمهورية الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة بالتطبيق على الصحف المصرية وتأثيرها على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحوها، والكشف عن العوامل المؤثرة في ذلك.**

أولًا: الدراسات السابقة:

بعد مراجعة دقيقة للدراسات السابقة للبحث عن دراسات تناولت المعالجة الإعلامية للجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية لم تجد الباحثة أية دراسات تناولت قضية الجمهورية الجديدة بشكل مباشر، لذلك ضمنت الباحثة كل الدراسات التي ركزت على المعالجة الإعلامية للمشروعات القومية، وتلك التي عنيت بدور الإعلام في معالجة قضايا التنمية المستدامة لارتباطها الوثيق بالمشروعات القومية، وفيما يلي نستعرض الدراسات السابقة على محورين، هما:

المحور الأول: دراسات تناولت المعالجة الإعلامية سواء بالصحف أو التليفزيون أو شبكات التواصل الاجتماعي للمشروعات القومية: يمكن أن نقسم هذه الدراسات حسب المحتوى المدروس إلى: **دراسات عنيت بمحتوى الصحف المطبوعة أو الالكترونية، ومن هذه الدراسات:**

سعت دراسة (إسراء محارب حسن الهواري،2020) [3] نحو رصد "أطر معالجة مشروع قناة السويس الجديدة في الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية بالتطبيق على "بوابة الأهرام"، وصحيفة لوموند الفرنسية، والخليج الإماراتية، وكشفت الدراسة أهمية الدور البارز للمواقع الإلكترونية الإخبارية في الترويج للمشروعات القومية وأهمها مشروع قناة السويس، وتبين توظيف الأطر السياسية والاقتصادية بصحف الدراسة. وإن اختلفت من صحيفة لأخرى فبوابة الأهرام ركزت على الأطر السياسية للمشروع، بينما اهتمت صحيفة لوموند الفرنسية، والخليج الإماراتية بالجانبين السياسي والاقتصادي للمشروع.

واستهدفت دراسة (سحر أحمد غريب، 2018)[4] التعرف على دور أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاتهم نحوها، وطُبِّقَت الدراسة على ثلاثة من المواقع الإلكترونية وهي:

الأهرام، المصري اليوم، الوفد في أول عامين من حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي، وكشفت نتائج الدراسة أن موقع الأهرام كان الأعلى في تغطية المشروعات القومية، تلاه موقع الوفد، ثم موقع المصري اليوم، وكان مشروع تنمية محور قناة السويس في المرتبة الأولى من حيث حجم التغطية، تلاه مشروع الإسكان الاجتماعي، ثم مشروع استصلاح المليون فدان، ثم مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وأوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة بين تبني الجمهور لأطر المشروعات القومية وكلٍّ من معارفه واتجاهاته نحوها.

وسعت دراسة **(أمنية سامي محمد عامر، 2018)**[5] إلى التعرف على مدى تأثير معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة على اتجاهات المراهقين نحو المشروع، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للصحف الإلكترونية ومستويات التعرض لأخبار مشروع قناة السويس الجديدة، وكذلك طبيعة الاتجاه نحوها.

كما سعت دراسة (أمنية عبد الرحمن أحمد، منى جابر هاشم، 2017) [6] نحو التعرف على دور الصحف الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية، وتوصلت الدراسة التحليلية، لاحتلال مشروع قناة السويس الجديدة المرتبة الأولى للمشاريع القومية التي تناولتها مواقع صحف الأهرام والوفد واليوم السابع، تلاها مشروع الطرق والكباري الجديدة ومد وتطوير خطوط المترو، ثم العاصمة الإدارية الجديدة، كذلك اتجاه مواقع صحف الأهرام واليوم السابع ما بين مؤيد ومحايد لهذه المشروعات القومية ،أما موقع جريدة الوفد فقد كان معارضا للمشروعات القومية. وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى تصدر مواقع التواصل لمصادر المعلومات عن المشروعات القومية يليها مواقع الصحف الإخبارية، وأن التعرض الكثيف من شأنه التأثير بشكل إيجابي على المبحوثين وتغيير وجهات نظرهم نحو تأييد المشروعات القومية، كما تبين امتداد الأثر إلى السلوك حيث اتجه بعضهم نحو شراء أسهم في المشروعات القومية.

وسعت دراسة (حسام فاروق، 2016 [7]**)** نحو رصد أطر المعالجة الصحفية لمشروع قناة السويس الجديدة، وأشارت النتائج إلى تنوع الأطر المستخدمة ما بين الاقتصادى وإسناد المسئولية، الصراع، الاكتفاء الذاتي، وكانت الحكومة المصرية ورجال الأعمال أبرز القوى الفاعلة. وأثبتت الدراسة وجود تأثير للمعالجة الصحفية للمشروع على إدراك الجماهير واتجاهاتهم نحوه.

أما دراسة (محمود محمد عبد الحليم ، 2017)[8] فقد سعت نحو الأجابة علي السؤال التالي :ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالج مواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية للمشروعات القومية؟، خلصت الدراسة إلى تفوق القنوات

التليفزيونية علي الصحف الألكترونية في درجة معالجة المشروعات القومية، وجاء مشروع تنمية محور قناة السويس كأول المشروعات بروزا في التغطية الا

الإعلامية، وارتفعت درجة متابعة الشباب الجامعي للمعالجات الإعلامية عن المشروعات كما زاد مستوى الرضا عنها.

– دراسات عنيت بمحتوى البرامج التليفزيونية:

سعت **دراسة (محمد رفاعي شوقي إبراهيم عمار، 2020)**[9] نحو تحديد العلاقة بين تعرض الشباب لبرامج التوك شو بالفضائيات المصرية ومعرفتهم بقضايا التنمية والمشروعات التنموية الجديدة، وكشفت الدراستان التحليلية والميدانية عن بروز مشروع العاصمة الإدارية الجديدة في مقدمة المشروعات التي اهتم بها الشباب الجامعي، الذين وصفوا التغطية الاعلامية بالجيدة، وتمثلت مقترحاتهم لتطوير البرامج الحوارية لدعم الدولة في خططها التنموية بتقديم المزيد من المعلومات عن المشروعات القومية وعرض أفلام تسجيلية وفيديوهات عنها.

واستهدفت دراسة (أمنية رزق عوض الجسطي، 2019)[10] التعرف على المعالجة الإعلامية لبرامج التليفزيون للمشروعات القومية، وطبيعة الأطر المستخدمة في ذلك، وطبقًا للنتائج جاء مشروع قناة السويس الجديدة الأول من حيث حجم المعالجة سواء بالقنوات الحكومية أو الخاصة، وكان الإطار الاقتصادي الأعلى ظهورًا بالبرامج التليفزيونية في معالجتها للمشروعات القومية.

كما سعت دراسة (إيمان عبد الله عبد العظيم، 2019) [11] التعرف على التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب نحوها، وكشفت الدراسة أن أهم المشروعات القومية الواردة بالبرامج الحوارية هي شبكة الطرق، تلاها قناة السويس الجديدة، ثم تنمية سيناء، وجاء مشروع العاصمة الإدارية الجديدة في الترتيب الرابع.

وعبر المقارنة بين ثلاثة دول عربية، ناقشت دراسة (علاء الشامي و أخرون 2016)[12] أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية: بالتطبيق على مشروعات الهيئة الملكية للجبيل وينبع بالسعودية. قناة السويس الجديدة بمصر "إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب"، وذلك عبر تحليل للمعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول الثلاثة وانتهت الدراسة إلى التأكيد على الدور الحاسم لوسائل الإعلام والاتصال في دعم المشاريع الاقتصادية الكبرى في الأقطار العربية الثلاثة.

واستهدفت دراسة (علاء مرتضى، 2015[13]**)** التعرف على ماهية المعالجة التليفزيونية للمشروعات القومية بالتطبيق على مشروع تنمية قناة السويس، وأشارت

النتائج إلى تفوق التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالقنوات الحكومية على القنوات الخاصة.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة:

ومن هذه الدراسات، دراسة (منة الله حسين مأمون، 2021)[14] التي سعت لرصد دور المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة "رؤية مصر 2030 في ترتيب أولويات الجمهور نحو تلك القضايا، انطلقت الدراسة من نظرية وضع الأجندة، وعبر دراستين تحليلية وميدانية أجريتا في 2019، توصلت لاهتمام البرامج الحوارية بالموضوعات المتضمنة بالبعد الاقتصادي في رؤية مصر 2030، كما توصلت لاهتمام الجمهور بمتابعة القضايا الاقتصادية وإن ظهر اختلافًا بين ترتيب أجندة الموضوعات الاقتصادية بالبرامج الحوارية، وأجندة الجمهور، حيث أشار الأخير إلى اهتمام وسائل الإعلام بالأداء الدعائي أكثر من تبني النواحي التنموية.

وناقشت دراسة (أحمد محمد السيد، 2021) [15] القيم البيئية الأساسية للتنمية المستدامة في الإعلام عبر دراسة ميدانية علي طلاب الجامعات ، وأوصت الدراسة باستخدام الشخصيات العامة والمتخصصين في زيادة التوعية بالقيم البيئية، والاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معارف الشباب نحو البيئة وقضاياها، وعمل دورات برامجية للتعامل مع رؤية مضمون التنمية المستدامة حول القيم البيئة.

وبالتطبيق على الصحف، سعت دراسة (فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي، 2020) [16] لرصد وتحليل خصائص وسمات الخطاب الصحفي المصري، والكشف عن اتجاهاته في صحف (الأهرام، والوفد، والشروق) نحو أبعاد التنمية الشاملة، في إطار استراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، ، توصلت الدراسة إلى وجود تنوع في الأطروحات الرئيسية في الخطاب التنموي بالمقالات بالصحف الثلاثة إلاَّ أن الخطاب ركَّز على البُعد الاقتصادي، واعتمدت صحف الدراسة على مسارات البرهنة المنطقية، وجاءت "المصادر الرسمية" في مقدمة القوى الفاعلة، من خلال التركيز على دور المسئولين الحكوميين في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في مصر.

واستهدفت **دراسة (أحمد أبراهيم االحفناوى ، 2020)**[17] قياس مدى اعتماد الجمهور المصرى علي البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول التنمية المستدامة و رؤية مصر 2030، وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن زيادة اعتماد الجماهير على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات عن المشروعات القومية ، وأنه كلما زادت درجة الثقة فيها، كلما زاد الاعتماد عليها منهما.

وبالتطبيق على دولة الأمارات العربية المتحدة، سعت دراسة (Soad Matara،2020)[18] نحو رصد التغطية الإعلامية لقضايا التنمية المستدامة بالتركيز على توعية المواطنين بقضايا البيئة، وعبر تحليل لصحيفتي الاتحاد

والخليج، تبين من الدراسة أن الصحيفتين أبرزتا الأدوار الدولية للأمارات في القضايا البيئية، وذلك عبر تواجد ملحوظ لقضايا البيئة بمحتوى الصحيفتين لاسيما صحيفة الخليج.

وبالتطبيق على المنصات الاجتماعية لاسيما تويتر، استهدفت دراسة (Amr ElAlfy و أخرون، 2020)[19] التعرف على مدى تواجد أهداف التنمية المستدامة كما اعلنتها الأمم المتحدة عام 2015 في محتوى الاتصالي للشركات على تويتر، وبتحليل ما يقرب من 24 ألف تويتة تخص حوالي 500 شركة مختلفة، وتبين تواجد بارز لأهداف التنمية المستدامة و ارتباطها الوثيق بقيمة المسئولية المجتمعية للشركات.

بينما هدفت دراسة (ربيعة مانع الحمداني و وفاء كنعان خضر، 2019)[20] التعرف علي مدى أهتمام وسائل الاعلام بقضايا التنمية الستدامة من وجهه نظر النخبة العلمية . واكدت نتائج المقابلات مع عينة من أعضاء هيئة التدريس أن الاعلام لا غني عنه في تحقيق التنمية بالمجتمعات ، وأن جاء تقييم دور " بالمتوسط " .

وتحددت مشكلة دراسة (أنعام مجدي إبراهيم، 2018) [21] في رصد وتحليل أطر التغطية التى استخدمتها الصحف القومية والحزبية والخاصة" لمشروعات التنمية المستدامة فى مصر وتحديد الفروق والاختلافات بين تلك الصحف فيما يتعلق بحجم الاهتمام ومصادر التغطية، بالإضافة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة المصرية على الصحافة كمصدر لاستيفاء المعلومات عن قضايا التنمية المستدامة. و بالتطبيق علي صحف الأخبار، الوفد، اليوم السابع ، توصلت الدراسة إلى تركيز الخطاب التنموي لصحف الدراسة علي البعد الاقتصادي ، كما جاءت درجة ثقة النخبة في المعلومات التى تقدمها الصحيفة حول قضايا التنمية (الي حد ما) ، وجاء اعتماد النخبة علي الصحف كمصدر لمعلوماتهم حول التنمية المستدامة من أجل الفهم في المقام الأول، وكانت جريدة اليوم السابع أفضل الصحف الخاصة التى يتابعها النخبة.

و بالتطبيق علي نيجيريا ، جاءت دراسة(Nefi Wole-Abu ، 2018)[22] لترصد أدوار وسائل الاعلام التقليدية في نيجيريا لتوعية الجماهير بأهداف التنمية المستدامة ، و أكدت النتائج علي قيام وسائل الاعلام التقليدية بالدور المنوطة به في هذا الصدد عبر نشر مفهوم التنمية المستدامة و التعريف بأهدافها .

و توصلت دراسة (محمود محمد ذكي، 2018) [23] عبر دراسة ميدانية علي عينة عمدية قوامها 405 مفردة من محافظات القاهرة الكبرى إلى أن التغطية التليفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 تدخل مع متغيرات اخرى ضمن العوامل المؤثرة فى تشكيل تصورات المصريين للمستقبل .

وبالتطبيق علي السعودية ، استهدفت دراسة (صالح بن ابراهيم السكاكر، 2018) [24] التعرف على مدى مساهمة رؤية 2030 في تحقيق العدالة الاجتماعية من خلال برامج ومشروعات التنمية المستدامة ، وعبر مقابلات مع (15) مسئولاً في مراكز قرار حكومي وقطاع خاص مختلفة. توصلت الدراسة إلى إن المميزات والمكاسب الاقتصادية والاجتماعية التي تقدمها رؤية المملكة 2030 في مجال دعم وتشجيع تحقيق ابعاد التنمية المستدامة تتلخص في قدرتها على الاستفادة من الزخم الكبير والقوي عبر تحسين كفاءة الاستخدام العادل للثروات بما يحقق حماية البيئة من الاضرار الناتجة من استغلال تلك الثروات، و تدعيم ركائز القرار الاقتصادي .

و بالتطبيق علي المنصات الاجتماعية ، عنيت دراسة (نرمين إبراهيم علي اللبان، 2018)[25] استخدام شبكة الفيسبوك في مجال التنمية المستدامة من قبل الأرشيفات الوطنية، وعبر دراسة تحليلية للمنشورات المختصة بعينة من الأرشيفات الوطنية العربية والأجنبية المتاحة عبر شبكة الفيسبوك، توصلت الدراسة إلى أهمية ضبط استخدام شبكة الفيسبوك في مجال التنمية المستدامة من قبل الأرشيفات الوطنية، كما أوصت بضرورة إنشاء شبكة تنمية مستدامة تواصلية اجتماعية موحدة تضم المجتمع الأرشيفي العالمي؛ لدعم الجهود التنموية الأرشيفية، وتوحيدها في مجالات التنمية المستدامة.

و بالتطبيق علي البحرين ، سعت دراسة (رضا عبد الجواد ، 2017)[26] نحو رصد اعتماد الجمهور البحريني علي الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة . ،و تبين من الدراسة أن التليفزيون مازال له الصدارة كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية بالبحرين مع تراجع مكانة الاعلام الجديد.

و ناقشت دراسة (Peace Ireju Amannah.2017)[27] دور الإعلام في التنمية الوطنية، حيث تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا وحاسمًا في توعية السكان وتثقيفهم، وكشفت النتائج أن وسائل الإعلام في نيجيريا، في إطار محاولتها للاضطلاع بمسؤولياتها المجتمعية غالبًا ما تواجه تحديات عديدة منها قوانين مكافحة الصحافة، وانخفاض الأجور ، و تغليب مصالح أصحاب وسائل الإعلام علي المواطنين وغيرها. مما يعيق من قيامها بدورها التنموى .

و بالتطبيق علي الصحف المسائية سعت دراسة (خالد محمد محسن، 2015) [28] نحو تحرى مدي القصور المهني والمعالجات العشوائية في معالجة قضايا التنمية في صحف المساء والأهرام المسائي و المسائية ، كشفت النتائج أن الصحف المسائية في حاجة لاستراتيجية شاملة لتطوير المعالجة الاعلامية لقضايا البيئة والتنمية حيث لم تطرح صحف الدراسة رؤية عميقة لفهم مشكلات البيئة والتنمية المستدامة بصورة شاملة ومتكاملة، تؤدي لبلورة خطة قومية ، ولم تسهم بفعالية في خلق رأي عام وصياغة تشريعات عصرية

وحول دور وسائل الاعلام في التنمية الوطنية ، أشارت **دراسة (Malik Zahra (Khalid,Aaliya Ahmed, Sabeha Mufti. 2015)**[29] إلي أن التنمية هي عملية تغيير اجتماعي ، و تلعب وسائل الإعلام أدوارا هامة في التنمية الوطنية عبر قدرتها على التوعية وتعبئة الجماهير عبر نشر المعلومات ، و خلق القضايا وتأطيرها في أذهان الشعب، وتحديد قضايا ذات أولوية في ضوء برامج وسياسات التنمية التي تتبناها الدولة .واكدت الدراسة علي أن الصحافة تتحمل مسؤولية أكبر للعب دور البناء، و تحقيق تنمية الموارد البشرية ورأس المال و تعزيز النمو الاقتصادي.

وفي أطار مقارن بين عدة دول أفريقية ، جاءت دراسة (إيمان بالله ياسر ، 2013)[30] و التي سعت نحو تحليل الخطاب الصحفي نحو قضايا التنمية المحلية بعدة دول أفريقية هي : كينيا ، السنغال، تونس ، جنوب أفريقيا ، و أشارت النتائج إلي أن الخطاب الصحفي جاء متوازنا نسبيا ، إن أختلف من دولة لأخرى لأختلاف حجم الحريات المتاح ، و تصدرت الموضوعات الاقتصادية خطاب الصحف .

وفى أطار مقارن أيضا بين عدة دول عربية ، سعت دراسة (مجدى محمد عبد الجواد ، 2012)[31] نحو مقارنة الخطاب الصحفى حول قضايا التنمية في خمسة دول ، بالتطبيق علي : صحيفة الأهرام المصرية ، القبس الكويتية ، الخليج الأماراتية ، و السفير اللبنانية ، الصحافة التونسية . و تبين من التحليل أن صحيفة السفير كانت الأعلي أهتماما بمعالجة قضايا التنمية بين صحف العربية اليومية محل الدراسة .

وبالتطبيق علي الهند ، أشارت دراسة (Payel Sen Choudhury. 2011)[32] إلي أن الاتصال التنموي يتم توظيفه لتحقيق مزيد من التطوير والتنمية المجتمعية ، حيث تزود المجتمعات بالمعلومات التي يمكنهم استخدامها في تحسين أوضاعهم الاجتماعية، ،وبالتالي يمكن القول أن الإعلام دورًا مهمًا في تطوير الاتصال من خلال تداول المعرفة، وتوفير منتدى لمناقشة القضايا، وتعليم الأفكار، والمهارات من أجل حياة أفضل وخلق قاعدة توافق من أجل استقرار الدولة.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن أن نستخلص عددا من الملاحظات ، أبرزها :

- جاء مشروع قناة السويس الجديدة كأكثر المشروعات التي تناولتها الدراسات السابقة بالتحليل للوقوف علي أطر معالجتها، كما أنه كان الأعلي بروزا في نتائج الدراسات الميدانية من الجماهير المدروسة .
- أشارت نتائج عدة دراسات إلي أن مشروع العاصمة الأدارية الجديدة يعد من أهم المشروعات القومية التي أظهرها تحليل المحتوى سواء التليفزيونى أو الصحفي.

- أتفقت نتائج دراسات عديدة علي أن الأطار الاقتصادي هى الأكثر توظيفا في المعالجة الاعلامية للمشروعات القومية أو قضايا التنمية المستدامة .
- لا توجد دراسات تناولت بالتحليل المعالجة الاعلامية لمشروع العاصمة الإدارية الجديدة بشكل رئيسي أو ثانوى ، ولا سعت نحو رصد معارف أو أتجاهات الجماهير نحوه.
- استهدف عدد محدود من الدراسات السابقة رصد العلاقة بين المعالجة الاعلامية للمشروعات القومية ، و معارف و أتجاهات الجماهير نحوها .
- تنوعت وسائل الاعلام المدروسة ما بين تليفزيون ، مواقع أخبارية ، مواقع الكترونية ، و قلت الدراسات التي تناولت محتوى الصحف الورقية .
- تنوعت النظريات التي انطلقت منها الدراسات السابقة ، و كان أكثرها استخداما : نظرية تحليل الأطر ، نظرية الاعتماد علي وسائل الاعلام ، نظرية بناء الأجندة .
- غالبية الدراسات الميدانية ركزت علي فئة الشباب ، و الشباب الجامعي ، في المقابل قلت الدراسات التي عنيت بالجمهور العام .
- بشكل عام ، هناك انخفاض في عدد الدراسات التي تناولت المشروعات القومية ، في المقابل عدد الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاعلام و التنمية المستدامة.

– كان اتجاه البحوث الأجنبية في إطار تناول المشروعات القومية مركزًا على فكرة الاتصال التنموي أكثر من التركيز علي مشاريع بعينها، مع عدم إغفال نماذج للتطور على أرض الواقع، وكذلك الاهتمام بالإشارة لدور وسائل الإعلام كحلقة اتصال هام بين برامج التنمية والجمهور.

ثانيًا: مشكلة الدراسة:

تولي الدولة المصرية اهتماماً كبيراً بالاستثمار في المشروعات القومية والتنموية 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.

و المشروعات القومية هي مشروعات كبيرة الحجم ذات تأثيرات تنموية اقتصادية واجتماعية هامة، واسعة النطاق على المستوى الجغرافي، تأخذ في الإعتبار أولويات الدولة وخطط التنمية المستدامة طويلة ومتوسطة المدى، و تتضمن الخطة الاستثمارية للعام المالي 2021/2020 نحو25 مشروعًا قوميًا مُدرج لها اعتمادات بحوالي 164 مليار جنيه ، أبرزها مشروع العاصمة الإدارية الجديدة [33].

و في ظل تصاعد اهتمام وسائل الاعلام كافة بتغطية المشروعات القومية ،و الجهود و الانجازات الحكومية ، و في ضوء ملاحظة الباحثة تركيز وسائل الاعلام علي " الجمهورية الجديدة " التي اطلقها الرئيس عبدالفتاح السيسي في مارس الماضي 2021 و تأكيده علي أن العاصمة الادارية الجديدة هي "بمثابة ميلاد لجمهورية جديدة " ، وفي ظل عدم وجود دراسات اعلامية تناولت معالجة وسائل الاعلام لمشروع الجمهورية الجديدة الذي أحتل مكانة واضحة من أجندات وسائل الاعلام المصرية ، **تسعي الدراسة الحالية إلي** : " رصد و تحليل سمات المعالجة الصحفية التي قدمتها الصحف الورقية المصرية بالتطبيق علي : الأهرام ، و الوفد ، و الشروق لفكرة الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، وذلك من خلال الكشف عن حجم اهتمام صحف الدراسة بالمشروع ، و ماهية الأطر الخبرية المستخدمة في المعالجة ، و طبيعة القوى الفاعلة الرئيسية ، و نوع الأستمالات و أهداف المعالجة ، **كما تسعي الدراسة** إلي رصد مستوى معرفة الجمهور المصرى ،وكذا طبيعة أتجاهاتهم نحو الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، و محاولة الوقوف علي العوامل و المتغيرات المختلفة المؤثرة في ذلك كمستوى الأهتمام و المتابعة للقضية بوسائل الاعلام ، و درجة الثقة في المعالجات المقدمة ، و مدى التفاعل مع المنشورات المقدمة عنها علي المنصات الاجتماعية ، المتغيرات الديموجرافية للجمهور خاصة السن و المستوى التعليمي . كما تسعي الدراسة أيضا إلي محاولة الكشف عن دور المعالجة الاعلامية بشكل عام و الصحفية بشكل خاص عن الجمهورية الجديدة و العاصمة الإدارية الجديدة في تشكيل هذه المعارف و تلك الأتجاهات ."

ثالثًا: أهمية الدراسة:

1- يُعد مشروع الجمهورية الجديدة تعبيرًا عن توجه جديد للدولة نحو سعيها لتوسيع عدد المدن الذكية في الدولة، وهي التي تعني مدينة مبتكرة تقوم على استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها من الوسائل لتحسين نوعية الحياة وكفاءة العمليات والخدمات الحضرية والقدرة على المنافسة مع ضمان تلبية احتياجات الأجيال الحاضرة والمقبلة فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، [34] وأن التغير في حياة المدينة نحو الأفضل تجعل المدينة أكثر ذكاءً ونجاح هذا التحول يتطلب معه[35] دعم شعبي واعلامي، مع توافر رؤية استراتيجية واضحة، لذا يُعد موضوع الدراسة هامًا لأنه يعبر عن توجه رئيسي وتغيير أساسي تسعى الدولة في تطبيقه وتنفذه فعليا.

2- تُعد الدراسة إضافة علمية في مجال التراث البحثي المتعلق بالتأثيرات الإعلامية على المعارف والاتجاهات، وبالتالي تسهم الدراسة في الكشف عن اختلاف تأثير التغطيات الإعلامية في الجمهور المصري حول أحد القضايا البارزة التي يتناولها وهي مشروع الجمهورية الجديدة، وقدرته في تشكيل الوعي المعرفي

الجماهيري، ومن ثم التأثير على السلوك نحو هذه المشروعات القومية وتعزيز مفهوم الولاء والانتماء والمشاركة الإيجابية الفاعلة نحوها.

3- تعبر الدراسة عن تقييم الدور التنموي للإعلام بكافة وسائله في تعزيز الانتماء والولاء وخلق روح المشاركة الإيجابية الفاعلة نحو ما تتبناه الدولة من سياسات تنموية استراتيجية، وفكر تنموي هادف لتطوير المستقبل والمتمثل هنا في تبني الدولة مشروع الجمهورية الجديدة.

4- تركيز الدراسة علي مشروع العاصمة الإدارية كأحد أبرز المشروعات الوطنية للدولة ، و المراجع للدراسات السابقة يلحظ تركيزها علي مشروعات قومية أخري أبرزها مشروع قناة السويس ، مع عدم وجود دراسات تناولت الجمهورية الجديدة _ في حدود مسح الباحثة للتراث العلمي السابق_

5- الزخم الإعلامي الذي أحاط بأطلاق مصطلح الجمهورية الجديدة، و تشييد العاصمة الادارية الجديدة، وبالتالي تأتي هذه الدراسة لتركز على المعالجة الصحفية لأحد أبرز المشروعات القومية، وذلك مع تراجع في أعداد الدراسات التي تهتم بالصحف لا سيما الورقية في ظل تزايد التركيز البحثي على المواقع الالكترونية، إلى جانب التركيز على تفاعل الجمهور مع المحتوى الخاص بالمشروع والمنشور عبر وسائل الإعلام المختلفة وترتيبها من حيث التأثير والأهمية في المتابعة.

رابعًا: أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة نحو تحقيق عدة أهداف رئيسية ، تتمثل في :

1-رصد المعالجات الصحفية المقدمة بالصحف المصرية بالتطبيق علي : الأهرام ، الوفد ، الشروق للجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية ، عبر تحليل : الأطر الخبرية ، و القوى الفاعلة ،و أهداف المعالجة ، و أنواع الأستمالات، و حجم الأهتمام بالقضية .

2- التعرف علي طبيعة معارف ونوع أتجاهات الجمهور المصرى نحو الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية ، عبر تحليل مدي الأهتمام بالقضية ، و مستوى المتابعة لها ، و مدى التفاعل مع المنشورات عنها ، و طبيعة التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية المتشكلة لديهم ، درجة الثقة في المعالجات المقدمة عنها بوسائل الاعلام ، المتغيرات الديموجرافية لهم خاصة السن و المستوى التعليمي .

3- تحليل و تفسير دور المعالجة الاعلامية للجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية علي طبيعة معارف المصريين عن الجمهورية الجديدة ونوع أتجاهاتهم نحوها .

خامسًا: الإطار النظري للدراسة " نظرية التهيئة المعرفية" :

قدم كل من Shanto Iyengar and Donald Kinder مفهوم التهيئة Priming إلى مجال الإعلام السياسي عام 1987م، كامتداد وتطور لأدبيات وضع الأولويات Agenda- Setting، ومنذ ذلك الحين أجريت كثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على إحداث تغيير في آراء وسلوك الأفراد.

و أثبتت الدراسات أثر التعرض الإعلامي المكثف لبعض المشكلات القومية على جمهور الرأي العام لإصدار تقييماتهم والذي عرف بالاستثارة المعرفية التي تحدثها وسائل الإعلام في الجماهير نحو القضايا المثارة بها[36]، وتأثيراتها في تغيير السلوك وليس المعرفة فقط،[37] وبالتالي يمكن القول أنه قبل إعادة تشكيل المعرفة واستثارة التوقعات الاجتماعية هناك جهود من قبل القائمين بالاتصال بتوجيه الاهتمام Priming أو الاستثارة المرتبطة بالمراحل الأولية في بناء الرسالة الاقناعية أو نشر الأفكار المستحدثة ثم جذب الانتباه Attention فإثارة الاهتمام Interest وصولًا لمرحلة التبني واتخاذ الأحكام نحو القضايا أو الأفكار المطروحة. [38]

وهو الأمر الذي يعد مجال الدراسة، من حيث اختبار تأثير تعرض الجمهور المصري العام لوسائل الإعلام في تحقق المعرفة بتفاصيل الجمهورية الجديدة التي هي القضية البارزة في التغطيات الإعلامية سواء لوسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة، حيث أن نظرية التهيئة المعرفية تعتبر من الأطر النظرية التي تساعد في دراسة التأثيرات الإعلامية متدرجًا من التأثير المعرفي فالوجداني فالسلوكي، [39] حيث تشير التهيئة Priming إلى "التغييرات في المعايير التي يستخدمها الناس لإصدار تقييمات سياسية"، وبالتالي تحدث التهيئة الإعلامية Media Priming، على سبيل المثال، عند اهتمام وسائل الإعلام الإخبارية بقضية معينة يمنحها وزن أكبر في التقييمات [40].

و بالتطبيق علي الدراسة الحالية ، نلحظ تحقق فكرة إعطاء و منح قضية وزنًا إعلاميا كبيرًا، فوسائل الإعلام _ علي اختلاف أنواعها _ قد قدمت تغطيات بارزة لموضوع الدراسة المتمثل في الجمهورية الجديدة ، فقامت القنوات التلفزيونية بتثبيت شعار "الجمهورية الجديدة" على الشاشة التلفزيونية في مقابل اسم القناة، وهو الأمر الذي يُعد اهتمامًا بارزًا بالموضوع، ويعطي بُعدًا ذو أهمية للأمر، وبالتالي يمكن تعريف البروز بأن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة Public Arena خلال فترة زمنية محددة وتسمى هذه القضية Issue Regime أي القضية المسيطرة.

ويمكن حصر العوامل المؤثرة على إحداث تأثير البروز فيما يلي:

– **طبيعة القضية**: هل القضية تهم قطاعًا كبيرًا من الناس أم قطاعًا محدودًا؟ هل القضية قديمة أم حديثة الظهور؟، **وبالتطبيق على الدراسة الحالية**، فإن موضوع الجمهورية الجديدة يمس كافة أفراد المجتمع المصري ، و كذلك كل قطاعات الدولة ، حيث أن مشروع الجمهورية الجديدة ما هو إلا إشارة لتبني الدولة نهجًا إداريا مختلفًا، نحو تسريع اتجاه الدولة نحو تبنيها المدن الذكية، التي تسهم في تسريع عجلة التنمية المستدامة للدولة وارتفاع العائد الاقتصادي على المواطن.

– **طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة**: فإذا كانت الأحداث المحيطة أقل أهمية فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة، وبالتطبيق على الدراسة الحالية، فإن موضوع الجمهورية الجديدة يشغل اهتمام قطاعات كبيرة من الدولة وعلى رأسهم الموظفين العاملين في الجهاز الحكومي للدولة، حيث أنه من المخطط نقل الجهاز الحكومي كاملًا للعاصمة الإدارية الجديدة، التي تم نقل كافة الوزارات والمؤسسات الحكومية الرئيسية لها.

– **حجم وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية**، وبالتطبيق على موضوع الدراسة فإنه يحظى بتغطية إعلامية واسعة سواء على مستوى وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة.

– **الأهمية المدركة للقضية**، وبالتطبيق على موضوع الدراسة فإن الموضوع يحظى باهتمام الجمهور المصري، لذا اتجهت الباحثة نحو إعداد دراسة استبيان على الجمهور المصري لمن هو فوق 18 عامًا.

متغيرات نظرية التهيئة المعرفية:

أولاً: معدل التعرض للتغطية الإعلامية للقضية البارزة Issue Exposure، حيث تفترض التهيئة الإعلامية أن التعرض الكثيف للتغطية الإعلامية لقضية بارزة يؤدي لنشاط أقوى وأكثر تكرارًا لعناصر التفكير للتغطية المرتبطة بالقضية، أي أنه كلما زاد التعرض لمحتويات وسائل الإعلام زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام، كما أن هؤلاء الأفراد قادرون على تغيير اتجاهاتهم من الاهتمام بقضية آخذة في التلاشي إلى قضية آخري آخذه في الظهور بشكل أكبر من الآخرين، وهو الأمر الذي تم قياسه في الدراسة بمدى تعرضهم لموضوع الجمهورية الجديدة في وسائل الإعلام.

ويضاف لمعدل التعرض معيار أخر مؤثر في التهيئة وهو مصدر المعلومة، حيث أن الوصول للمعلومة وحدها لا يؤدي فقط إلى التهيئة، ولكن المواطنين استخدموا "مصادر إعلامية موثوق فيها" لاختيار معلومات القضية، وهو الأمر الذي تم

قياسه في الدراسة الميدانية، حيث سؤال الجمهور العام عن المصادر التي اعتمدوا عليها في الحصول على معلومات عن الجمهورية الجديدة، وكذلك قياس ثقتهم في المعلومات التي حصلوا عليها من وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة.

ثانيًا: المعرفة السياسية Political Expertise، أن الأفراد الأكثر معرفة سياسية، يمكن أن يضفوا معنى على القصة الخبرية بشكلٍ سريع وسهل، وكذلك هم أكثر كفاءة في تخزينها واسترجاعها من الذاكرة، في المقابل الأفراد ذوي الحد الأدنى من المعرفة السياسية، لذلك فإن تأثيرات التهيئة الإعلامية من المفترض أن تكون أكبر بين أفراد المعرفة العالية عن غيرهم من أصحاب المعرفة المنخفضة، كما أن معظم دراسات التهيئة بشكلٍ عام تفترض أيضاً أن المواطن الأقل وعياً، سوف يكون أكثر عرضة لقبول المعلومات(41)، وكانت النتيجة أن "المستويات العليا للمعرفة السياسية تعزز التهيئة المعرفية وأن المستويات العليا من المصلحة والإبانة تقلل التهيئة المعرفية".

ثالثًا: الاهتمام السياسي Political Interest، يفترض ضعف تأثير التهيئة المعرفية عند الأفراد الأكثر اهتمامًا بالسياسة فهؤلاء الأفراد يكونوا أكثر استعدادًا لاستقبال الرسائل الأساسية والتفاصيل كما أنهم أكثر احتمالية للتفكير في الشئون السياسية الأمر الذي يكون لديهم مجموعة من الأحكام السياسية التي يحفظونها في ذاكرتهم ويؤدي لضعف تأثير التهيئة لديهم بعكس الأفراد الأقل اهتمامًا بالسياسة ويستقبلون الرسائل ولا يهتمون بالأخبار السياسية فهم الأكثر تأثرًا بالتهيئة المعرفية(42).

رابعًا: الثقة في الوسيلة Media Trust، يؤثر مستوى الثقة في معالجة الوسيلة للقضايا التي تقدمها في تقييم الرسائل الإعلامية التي يستقبلونها عبر الوسيلة ومنه التأثير في مستوى التهيئة المعرفية التي تحدثها تلك الرسائل، وأن المعرفة السياسية تؤدي لزيادة التهيئة طالما يثق الأفراد في وسائل الإعلام(43)، وهو الأمر الذي تم قياسه في الدراسة الميدانية.

ويضاف لتأثير متغيرات النظرية مجموعة من المتغيرات الوسيطة، وتنقسم إلى نوعين من المتغيرات الأول يتعلق بالرسالة، والثاني يتعلق بالجمهور وذلك على النحو التالي:

– **متغيرات خاصة بالرسالة**: مثل كثافة الرسالة Message Intensity، وحيوية الرسالةVividness، انتشار الرسالةPervasiveness، وسهولة فهم الرسالة Ease of Comprehension، ودرجة تحيز الرسالة Degree of Partisanship، وإطار تغطية الحدث، وكذا مدى نسب مسئوليته إلى جهة بعينها.

– **متغيرات خاصة بالجمهور**: الاندماج Involvement، المعرفة Knowledge الاهتمام Interest، التعصب Partisanship ، الانتماء الحزبي Party Identification، الثقة في الوسيلة Media Trust، والمتغيرات الديموجرافية، ومستوى الذكاء، وتقدير الذات، وهنا تم التركيز على متغيرات الاهتمام، المعرفة، والثقة في الوسيلة، وبعض المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة وبالتركيز بشكل أساسي على المرحلة العمرية. و المستوى التعليمي للأفراد، فبعض الدراسات تؤكد على أن تأثير التهيئة يصبح أكبر بين الأكثر تعليمًا لأنهم أكثر معرفة سياسية وقدرة على تخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، وهو ما تم قياسه في الدراسة الحالية.

سادسًا: تساؤلات الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة تم تقسيم التساؤلات إلي :

– **تساؤلات الدراسة التحليلية:**

1. ما كثافة تناول الصحف المصرية الثلاثة لقضية الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ؟
2. ما الأطر الصحفية التي تم إبرازها عند تناول قضية الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ؟
3. ما الأطراف الفاعلة التي تم التركيز عليها في التناول الصحفي لقضية الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ؟
4. ما الاستمالات التي تم الاعتماد عليها في تناول قضية الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ؟
5. ما أهداف الرسالة الصحفية من تناول قضية الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ؟

– **تساؤلات الدراسة الميدانية:**

1. ما مستوى اهتمام عينة الدراسة بموضوع الجمهورية الجديدة؟
2. ما مصادر عينة الدراسة في متابعة موضوع الجمهورية الجديدة؟
3. ما المعلومات التي تشكلت لدى الجمهور حول موضوع الجمهورية الجديدة؟
4. ما أشكال التفاعل مع منشورات العاصمة الإدارية الجديدة؟
5. ما تأثير التغطية الإعلامية على تشكيل وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؟

6. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتغطية وسائل الإعلام على الجمهور نحو مشروع الجمهورية الجديدة؟

7. ما تأثير التغطية الإعلامية لمشروع الجمهورية الجديدة على سلوك عينة الدراسة نحوها؟

سابعًا : فروض الدراسة:

سعت الدراسة نحو اختبار صحة ثلاثة فروض رئيسية ، تمثلت في :

الفرض الرئيسي الأول: تؤثر المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة ثم تبني سلوك تفاعلي مع مشروع الجمهورية الجديدة

الفرض الرئيسي الثاني: تؤثر الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على تحقق التأثيرات الاتصالية من المتابعة

الفرض الرئيسي الثالث: تؤثر مستوى الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على تشكيل المعرفة بالقضية و الاتجاهات نحوها

ثامنًا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

– **نوع الدراسة:** تُعد الدراسة من نوعية **الدراسات الوصفية** التي تستهدف وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، إلى جانب تقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما، إلى جانب تحديد درجة الارتباط بين المتغيرات، وأخيرًا الخروج بتنبؤات،[44]وهنا تهدف الدراسة التعرف على كيفية معالجة وسائل الإعلام بالتركيز علي الصحف الورقية لاعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، وتأثير المعالجات الصحفية علي معارف و أتجاهات الجمهور العام والذي يترتب عليه تبني سلوكًا نحو هذه المشروعات القومية التي تتجه الدولة نحو إعدادها.

– **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey ، ويستخدم منهج المسح في الدراسة لرصد وتحليل المعالجة الصحفية لاعلان الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية الجديدة في الصحف الورقية اليومية ممثلة في : الأهرام، الوفد ، الشروق خلال شهري يوليو و أغسطس2021. بالإضافة إلي مسح عينة من الجمهو المصري للتعرف علي معارفهم و أتجاهاتهم نحو مشروع العاصمة الإدارية الجديدة و اعلان الجمهورية الجديدة .

– **مجتمع وعينة الدراسة:**

– **عينة ومجتمع الدراسة التحليلية:** تسعي الدراسة نحو رصد المعالجة الصحفية لاعلان الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية الجديدة

في الصحف المصرية الورقية اليومية ، و في ضوء **الدراسة الاستطلاعية** التي قامت بها الباحثة قبيل البدء في تطبيق البحث بهدف رصد و متابعة كافة الصحف الورقية اليومية و ذلك في الأسبوع الأول من شهر يولية 2021 لتحديد مدى اهتمام الصحف بقضية الدراسة ، وبناء علي ذلك اختارت الباحثة الصحف التالية لتطبيق الدراسة التحليلية :

- **صحيفة الأهرام كممثلا للصحف القومية :**و التي تعد أهم الصحف القومية في مصر ، بالإضافة إلى احتوائها للعديد من الآراء المعبرة عن الاتجاهات والسياسات والتيارات الفكرية المختلفة في المجتمع، و تبين من الدراسة الاستطلاعية اهتمامها بقضية الدراسة .
- **صحيفة الوفد كممثلا للصحف الحزبية:**بوصفها صحيفة حزبية يومية ويأتي اختيارها في إطار تكاملية الأدوار بين الصحف والأحزاب وما تمليه الصحف الحزبية من تعبيرها عن أيديولوجية الحزب وفكره ومواقفه إزاء القضايا المختلفة وينبع ذلك من كون الحزب هو المالك للجريدة وممولها؛ وهو يقوم بتحديد سياستها التحريرية وأولويات معالجتها الصحفية[45]

صحيفة الشروق كممثلا للصحف الخاصة :وهى من أهم الصحف الخاصة ، و يتوافر فيها أرشيف الكترونى مما سهل الرجوع للأعداد السابقة خلال فترة الدراسة .

كما تتوافر لجميع الصحف السابقة شرط أو صفة الاستمرارية ، كذلك اهتمت جميع الصحف الثلاثة بقضية الجمهورية الجديدة و العاصمة الإدارية الجديدة.

الفترة الزمنية للدراسة التحليلية ، و مواد التحليل :

تم تحليل كافة المواد الصحفية : الاخبارية ، التفسيرية ، مواد الرأى ، وكذلك الاعلانات التحريرية التي تتناول قضية اعلان الجمهورية الجديدة أو مشروع العاصمة الإدارية الجيدة بصحف الدراسة ، وذلك بأسلوب الحصر الشامل ، و كانت فترة التحليل تبدأ من يوم 15 يوليو 2021 إلي 31 اغسطس من نفس العام ، بواقع سته أسابيع، وذلك لأن هذه الفترة شهدت تزايدًا واهتمامًا بالحديث عن مشروع الجمهورية الجديدة وعدد من الفعاليات التي شارك فيها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي في إطار برنامج حياة كريمة بالعاصمة الإدارية الجديدة، و بلغ أجمالي المواد التي تم تحليلها بالصحف الثلاثة (170) مادة صحفية .

- **عينة الدراسة الميدانية:** اعتمدت الدراسة علي عينة متاحة قوامها 250 مفردة من الجمهور المصري ممن يتراوح أعمارهم ما بين 18 إلي 55 عامًا من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية ، وتمثلت خصائص عينة الدراسة الميدانية فيما يلي:

– بلغت نسبة الإناث 52% ، في مقابل 48% من الذكور.

– بلغت نسبة الحاصلين علي مؤهل جامعي 56% في مقابل نسبة 24% من العينة مازالوا في مرحلة الدراسة الجامعية، و 20% من الحاصلين على مؤهل دراسات عليا.

– بلغت نسبة المرحلة العمرية من 18 إلي 25 عامً65 % من عينة الدراسة ، في حين جاء نسبة 35% من عينة الدراسة في المرحلة العمرية علي من 25 إلي 55 عامًا.

– **أدوات جمع البيانات:** تم إعداد أستمارة تحليل المحتوى في ضوء أهداف و تساؤلات الدراسة التحليلية و كان التركيز علي أسلوب التحليل الكيفي بإعتبار أنه يصف و يقدم تفسيرا و فهما أكبر للقضية محل الدراسة معتمدا علي النص أكثر من الأرقام .

– تم إعداد استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الجمهور المصري للتعرف علي معارفهم وأتجاهاتهم نحو مشروع الجمهورية الجديدة، و كذلك مشروع العاصمة الإدارية الجديدة .

– **اختبارات الصدق والثبات:** تم اختبار صلاحية استمارتي تحليل المحتوى و الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها، [46] وذلك على النحو التالي:

– **اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري**: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء، وتحليل المضمون) على المحكمين[47].

– **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، أما بالنسبة للدراسة التحليلية، فقد اعتمدت الباحثة على معادلة هولستي Holsti لتحديد الثبات، وبلغ نسبة الثبات 90%، وهي نسبة مرتفعة.

ثامنًا: المعالجة الإحصائية للدراسة: تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)[48]، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية والتحليلية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات

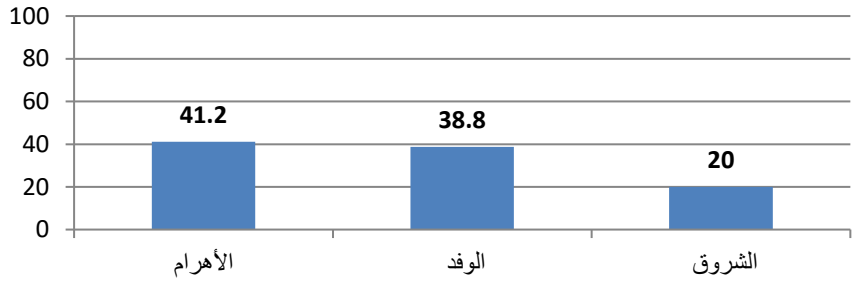
الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة:

أولًا: نتائج الدراسة التحليلية :

تهدف الدراسة التحليلية التعرف على "كيفية تناول الصحف المصرية بالتطبيق على صحف (الأهرام، الشروق، والوفد) لاعلان الجمهورية الجديدة من حيث كثافة الاهتمام بالقضية ، ونوع الفنون الصحفية، وتحديد أهداف التناول، ورصد طبيعة الأطر المستخدمة، وتحديد القوى الفاعلية الرئيسية، ونوع الاستمالات، وقد تم اختيار الصحف الثلاثة نظرًا لاختلاف نمط الملكية والتوجه لكل منهم بين القومي متمثلًا في الأهرام، والحزبي متمثلًا في الوفد، والخاص متمثلًا في الشروق. واتفاقهم في الصدور اليومي، والطبيعة الورقية، وقد قامت الباحثة بالتحليل الكمي والكيفي لكل المواد الصحفية (المواد الخبرية– المواد التفسيرية– مواد الرأي) التي تناولت فكرة الجمهورية الجديدة وبناء العاصمة الإدارية الجديدة وذلك من خلال ستة أسابيع بدأ من الأسبوع الثالث لشهر يوليو وحتي 31 أغسطس 2021، وبلغ عدد المواد الخاضعة للتحليل (170) مادة صحفية، وذلك على النحو التالي:

- كثافة تناول الصحف المصرية لقضية الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (1)

كثافة تناول الصحف عينة الدراسة لمشروع الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تصدر جريدة الأهرام في نشر مواد صحفية عن الجمهورية الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة وذلك بنسبة 47.2% بواقع 70 مادة صحفية ، تلاها جريدة الوفد بواقع 66 مادة صحفية ، تلاها جريدة الشروق بواقع 34 مادة صحفية و جدير بالذكر أن تناول الشروق لم يكن عبر الحديث المباشر عن الجمهورية الجديدة بل على توجه الدولة نحو المشروعات القومية في إطار تحقيق

متطلبات التنمية المستدامة، وذلك خلافا لجريدتي الأهرام و الوفد حيث تناولا فكرة الجمهورية الجديدة بشكل صريح و في أطار تناولما لمشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، بينما جاء تركيز جريدة الشروق بشكل أكبر علي المشروعات القومية.

وفي أطار تناول جريدة الأهرام لقضية الجمهورية الجديدة تم الإشارة في مواضيع مختلفة لربط الحديث عن الجمهورية الجديدة بتغير الفكر الحكومي في مصر، وفي إشارة لقيمة هذا المشروع جاء مقال بقلم د.أماني ألبرت بعنوان "الجمهورية الجديدة وصناعة العلامة الوطنية"[49] تم الإشارة لاتجاه مصر نحو تبني سياسات متنوعة في إطار تدشين الجمهورية الجديدة، وأن مصطلح الجمهورية الجديدة الذي أطلقه الرئيس السيسي كان على إطلاق مدن الجيل الرابع الجديدة التي ستفتتحها الدولة بداية بالعاصمة الإدارية الجديدة، حيث أن هذه المدن تعمل على توطين التكنولوجيا لبناء مصر الجديدة، وبالتالي فلفظ الجمهورية الجديدة أكثر من مجرد مصطلح فهوء جزء من علامة وطنية متميزة تصنعها مصر"، وبالتالي فقيمة الجمهورية الجديدة هي ما قامت به القيادة السياسية خلال السنوات السابقة للخروج من حالة أشباه الدولة إلى حالة مصر الجديدة"، كما تناول مقال آخر بجريدة الأهرام[50] الأبعاد الاجتماعية المرتبطة بالجمهورية الجديدة، متمثلة في أهمية تطوير البنية البشرية ودعم رأس المال الاجتماعي لمصر، وتطوير منظومة التعليم، والارتقاء بالمستوى المعيشي للمواطن.

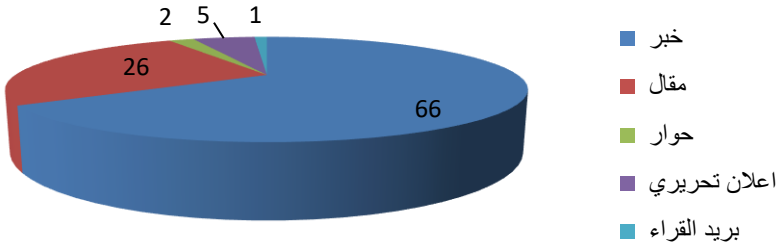
وتعود فكرة إطلاق مدن الجيل الرابع التكنولوجية، من ضمن برامج التحول الرقمي التي تسعى الدولة نحو تعميمها على مستوى مجالات الدولة المختلفة، بهدف تحويل المجتمع الحالي إلى مجتمع رقمي، حيث وفق الرؤية التنموية للدولة 2030 فإنه من ضمن أهدافها تعزيز مكانة مصر الدولية في صناعة خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وصناعة التعهيد والصناعات التجميعية والالكترونية والبحوث والابتكار وتشجيع ريادة الأعمال، من خلال توفير مجمعات متخصصة لاجتذاب الشركات العالمية ذات الخبرة الواسعة في الصناعات التكنولوجية ومتكاملة مع المشروعات القومية القائمة، ورقمنة الوثائق الحكومية للجهات المتنقلة للعاصمة الإدارية الجديدة، حيث استكمال المشروعات التي تخدم استراتيجية الدولة للتحول الرقمي في كافة القطاعات، واستكمال إنشاءات وتجهيزات المرحلة الأولى من مدينة المعرفة بالعاصمة الإدارية الجديدة. [51]

أما جريدة الشروق فخلال فترة الدراسة كانت تركز على أحداث أخرى غير الجمهورية الجديدة، كتناول أخبار صحفية عن تونس وتطورات الأوضاع السياسية بها، ثم قضايا (أخبار امتحانات الثانوية العامة وردود أفعال الطلاب، أوضاع العلاقات المصرية السودانية في إطار الأوضاع السياسية التي تمر بها دولة السودان).

ولم تذكر لفظة "الجمهورية الجديدة" بالجريدة سوى مرة واحدة، بينما كان التركيز على المظلة الكبرى لقضية الجمهورية الجديدة، والمتمثلة في تنفيذ المشروعات القومية، والتركيز على النشاط الكبير للرئيس عبد الفتاح السيسي في متابعة هذه المشروعات وافتتاحها في إطار تنفيذ رؤية مصر الاستراتيجية 2030، فضلا عن إنجازات الحكومة المتمثلة في توفير الإسكان للمواطنين كالأخبار المنشور عن بدء تسليم دفعة جديدة من أراضي الإسكان الاجتماعي بدمياط الجديدة، وتطوير منطقة القاهرة التاريخية باعتباره ضمن المشروعات القومية السياحية، ومسئولية رئيس جهاز التنسيق الحضاري عن دراسة الاشتراطات القانونية والإدارية لتطوير المنطقة.

ونجد أن كل من جريدة الوفد يتشابه تناولها لجريدة الشروق في تغطية مشروع الجمهورية الجديدة حيث ركزت على إبراز التفاصيل المتعلقة والمرتبطة بتطوير البيئة المحيطة بالعاصمة الإدارية، وذلك في إطار استعراض تفاصيل المشروعات القومية التي تنجزها الدولة.

- طبيعة الفنون الصحفية التي وظفتها الصحف المصرية ي تناول قضية الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (2)

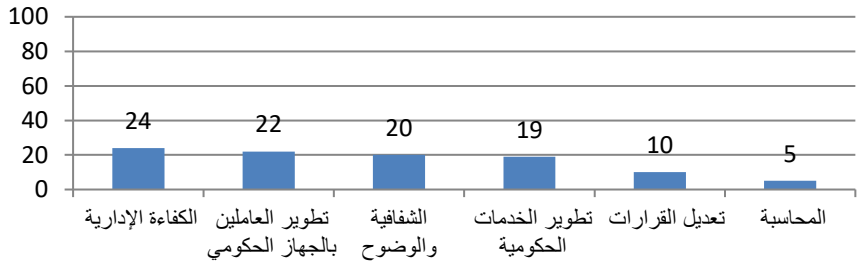
طبيعة الفنون الخبرية التي ركزت الصحف المصرية عليها في تناول قضية الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تفوق الشكل الخبري من حيث توظيفه في تناول أخبار العاصمة الإدارية الجديدة و الجمهورية الجديدة وذلك بنسبة 66%، وذلك على مستوى الصحف الثلاث، تلاه توظيف المقال الصحفي بنسبة 26% وإن برز أكثر في جريدة الأهرام، ثم الإعلان التحريري بنسبة 5%، وبرز في جريدة الأهرام، ثم توظيف الحوار وبريد القراء بنسب 2%، و1% على التوالي، الأولى في الشروق، والثاني في جريدة الأهرام.

وفي الحوار الذي جاء بجريدة الشروق، مع رئيس الهيئة البرلمانية لحزب الوفد، تأكيده على أن مصر تحتاج لاستراتيجية جديدة وأداء حكومي جديد مع الجمهورية الجديدة التي يسعى الرئيس عبد الفتاح السيسي لتدشينها"، وكان هذا الحوار هو الذكر الصريح لمشروع الجمهورية الجديدة بوجه خاص في إطار مناقشة متطلبات الحكومة في ظل الفترة القادمة، بأنه لابد أن يكون الأداء الحكومي مختلفًا. ([52])

وجاءت الإعلانات التحريرية بجريدة الأهرام في إطار صفحتين كاملتين بها، بعنوان الأهرام العقاري، متضمن إعلانات في قوالب تحريرية للعقارات والمولات بالعاصمة الإدارية الجديدة.

- القيم الخبرية التي برزت عند تناول قضية الجمهورية الجديدة في التغطية الصحفية:



شكل رقم (3)

القيم الخبرية التي برزت عند تناول قضية الجمهورية الجديدة في التغطية الصحفية

يكشف الشكل السابق عن تركيز الصحف المصرية على تناول قيم إخبارية عند الحديث عن الجمهورية الجديدة و العاصمة الإدارية الجديدة فجاء في المقدمة التركيز على قيمة الكفاءة الإدارية بنسبة 24%، تلاه توظيف قيمة تطوير العاملين بالجهاز الحكومي بنسبة 22%، حيث جاء في مقال صحفي بجريدة الشروق نقد المصالح الحكومية التي مازالت تعتمد في تعاملاتها على الأوراق، مؤكدة على أهمية تضمن المؤسسات الحكومية التكنولوجيات الرقمية المتقدمة في تنفيذ المهام الإدارية الحكومية، وهو الفكر الذي يقوم عليه العاصمة الإدارية الجديدة ([53])، وهو ما تم التأكيد عليه في جريدة الأهرام بشكل صريح ومتكرر، حيث جاء في جريدة الأهرام التأكيد على أهمية التغيير الإداري لمواكبة الجمهورية الجديدة، و أنه لابد في ظل العاصمة الإدارية الجديدة أن يكون التعامل وفق نظم إدارية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وأن يكون هناك جيلًا قادرًا على التفاعل مع هذه التكنولوجيا الإدارية، حيث

أن هذا المشروع يمثل نقلة حضارية لمصر، وأن المستقبل لوطن عزيز محترم لا يحتمل التردد في اتخاذ القرارات الحاسمة مثل ما حدث مع فكر الإصلاح الاقتصادي ([54]).

كما أشارت جريدة الأهرام لفكرة نقل العاملين للعاصمة الإدارية الجديدة في إطار استعراض جهود الدولة في تسهيل عملية أدائهم للعمل، بتوفير السكن اللائق للمواطنين في الجمهورية الجديدة، حيث يتم تدشين أول مشروع سكني لموظفي العاصمة الإدارية الجديدة والتي تقع على بعد 10 دقائق فقط من الحي الحكومي للعاصمة، ومن المقرر تسليمها لموظفي الوزارات الذين وقع عليهم الاختيار للانتقال للعاصمة، وتم استعراض مزايا الانتقال، حيث يتم توفير وحدات سكنية مختلفة تشمل الإسكان الاجتماعي، إسكان متوسط، إسكان متميز، فضلًا عن توفير الخدمات التعليمية، المراكز الطبية، الخدمات الأمنية، المواصلات، الخدمات الرياضية والتموينية والرياضية، حيث الأخذ في الاعتبار كافة الجوانب الاجتماعية لتسكين المواطنين ([55]).

في حين أشارت جريدة الوفد لمسألة الحوافز المالية للعاملين المنتقلين للعاصمة الإدارية الجديدة، حيث جاء في خبر عن قرار الحكومة صرف بدل سكن قيمته ٤ آلاف جنيه شهريا لموظفى الدرجة الأولى فأقل، يرتفع إلى ٥٠٠٠ جنيه لمديرى العموم ورؤساء القطاعات ورؤساء الإدارات المركزية، وذلك للعاملين بالعاصمة الإدارية الجديدة، أما موظفو الحكومة ممن لم يحصلوا على وحدات سكنية بالعاصمة الإدارية فسيحصل كل منهم على ٢٠٠٠ جنيه بدل انتقال شهرى لموظفى الدرجة الأولى فأقل و٢٥٠٠ جنيه لمديرى العموم، وكانت الحكومة قد أعلنت عن قرب انتقال ٤٢ ألف موظف حكومى للعمل بالعاصمة الإدارية، وقررت صرف حزمة حوافز لهم شملت دعم أسعار الوحدات السكنية، بمبلغ ٢٢٣ ألف جنيه لكل وحدة يبلغ سعرها ٦٧٣ ألف جنيه، مع تخفيض نصف قيمة اشتراك العضوية فى المدينة الرياضية بالعاصمة الإدارية والبالغة ٢٠٠ ألف جنيه.

وجاء في الترتيب الثالث قيمة الشفافية والوضوح في إبراز المشروع وتطوراته بنسبة 20%، فمثلا أوضح خبر في جريدة الشروق أن مشروع تطوير جزيرة الوراق هي أحد مشروعات الوجه الحضاري للقاهرة، وأن مدينة الوراق الجديدة هي إحدى مدن الجيل الرابع التي يتم تنفيذها على مستوى الجمهورية في إطار جهود الوزارة لتنفيذ المخطط الاستراتيجي القومي للتنمية العمرانية بمصر 202، كما اهتمت جريدة الوفد بإبراز المشروعات القومية النابعة من مشروع العاصمة الإدارية الجديدة في كافة المجالات الفنية والرياضية والثقافية وغيره، وأدوار القطاع الخاص في العاصمة الإدارية الجديدة. [56]

وجاءت قيمة التطوير للخدمات الحكومية لتكون الكترونية والحد من التعاملات المباشرة بنسبة 19%، فمثلًا أشارت جريدة الشروق لنشر قرار رئيس مجلس الوزراء برقم 1736 لسنة 2021 بإلزام جميع الهيئات العامة الاقتصادية في الدولة بتطبيق نظام إدارة المعلومات المالية للحكومة الالكتروني GFMIS([57]) ، كما أشارت جريدة الأهرام إلى خبر يتعلق ببدأ وزارة المالية بتطبيق منظومة الكترونية حديثة لتطوير أداء الخدمات المقدمة للمواطن، للانتقال التدريجي لمصر الرقمية " ([58])، كما أشارت جريدة الشروق لعدد من الأخبار المتعلقة بالتحول الرقمي[59]، كما أشارت جريدة الوفد في ذات السياق، لتصريحات وزير المالية، بإطلاق المنصة الإلكترونية للإجراءات الضريبية الموحدة، تسهم فى تعزيز حوكمة المنظومة الضريبية، حيث يتم من خلالها ربط مصلحة الضرائب إلكترونيا مع ٧٤ جهة حكومية؛ بما يؤدى إلى تعظيم جهود مكافحة التهرب إلـى جنب مع التيسير على الممولين؛ واتخاذ الإجراءات القانونية الإلكترونية، لرصد المتهربين ضريبيا اللازمة ضدهم. [60]

وجاءت قيمة تعديل القوانين والتي ترتبط بنظم عمل واصدار قرارات إدارية بنسبة 10%، وأخيرًا قيمة المحاسبة بأن الحكومة مسئولة عن تطوير الدولة وتنميتها لتكون في مصاف الدول المتقدمة بنسبة 5%، فمثلًا أشارت كل من جريدة الشروق([61]) والوفد[62] لصدور قرار جمهورية بإنشاء جامعة مصر المعلوماتية في العاصمة الإدارية الجديدة، حيث تقع فى مدينة المعرفة بالعاصمة الاداريـة الجديدة والتى تضم مركزًا متكاملا من مراكز للتدريب المعلوماتية، وتضم أربـع كليات هي: كلية علوم الحاسب والمعلومات، وكلية الهندسة، وكلية تكنولوجيا الأعمال، وكلية الفنون الرقمية والتصميم، ويعكس القرار رؤية القيادة السياسية لخلق جيل جديد من خبراء المعلوماتي.

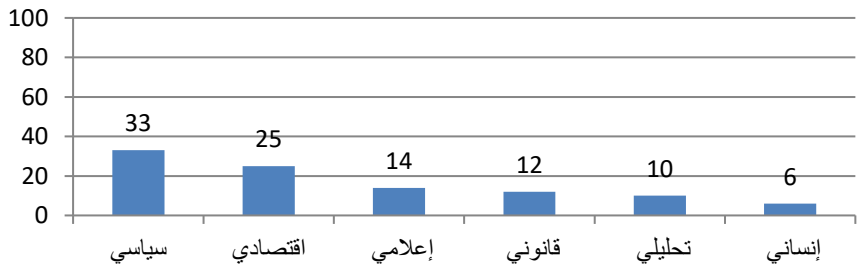
وفي إطار المحاسبة، جاء في جريدة الأهرام الإشارة لضرورة التغير الأخلاقي والفكري لكي يمكن استيعاب متطلبات الفكر الجديد للجمهورية الجديدة، كما كان هناك تأكيد على أن هذا المشروع هو بناء دولة عصرية جديدة، وهو ما يتطلب بناء القدرة العملية على إنجاز هذا التغيير الذي يمثل جسر العبور من شواطيء التخلف إلى آفاق التقدم السياسي والاجتماعي والاقتصادي" ([63])، وفي جريدة الوفد، تم تناول عدد من المشاريع القومية للدولة في تغطية مركزة والإشارة لاتجاه الدولة لإنشاء مدينة ذكية تتبع المطار، وإدارة المطارات والمدن الذكية باستخدام تقنيات التجارة الالكترونية والخدمات اللوجستية، وذلك في إطار خطة التنمية المستدامة مصر 2030، وجاء في السياق تأكيد القيادة السياسية على إيلاء الاهتمام الكبير بالمشروعات الحيوية القومية وجذب المزيد من الاستثمارات لخدمة الاقتصاد القومي.

وأشارت جريدة الوفد إلى اسـتعراض الدكتور مصطفى مدبولـى رئيـس الـوزراء جهـود تدريـب الموظفـين المرشـحين للانتقال إلى العاصمة الإدارية الجديدة مـع

الدكتور الدكتور صالح الشيخ رئيس الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة بأنه يتم تدريب الموظفين على حزمة برامج أساسية، والتى تنفذها الأكاديمية الوطنية لمكافحة الفساد، حيث علق كاتب المقال بأن الفساد هو عدو أى إصلاح وتطوير فى المجتمع، وانتقال الموظفين العاملين فى الوزارات والهيئات الى العاصمة الادارية الجديدة وهى مدينة ذكية سيكون العمل بها عبر تطبيقات إلكترونية وبرامج وسيكون التعامل مع الخدمات المقدمة للمواطنين عبر هذه البرامج والتطبيقات، لذا لابد من افهام من سيقوم بالعمل على اليات مكافحة الفساد وعلى طرق الابلاغ عنه واليات حماية المبلغين والاهم التدريب على اخلاقيات العمل الذى يقومون به، خاصة أن الحكومة المصرية من أولى الحكومات التى صاغت مدونة سلوك للموظفين العاملين فى الدولة وفى المؤسسات الخدمية، وحتى مع التقدم التكنولوجى فى بعض المؤسسات الحكومية.. أصبحت عبارة «السيستم واقع» بديلًا عن عبارة "فوت علينا بكره".

ويضيف ويؤكد كاتب المقال بأنه لو نجحت الحكومة الحالية فى القضاء على الفساد الادارى عبر وضع برامج تدريبية حقيقية لتنمية مهارات العاملين بها والموظفين على قضايا مكافحة الفساد ويكون من خلال تدريب حقيقي وورش عمل ودراسات حالة وتدريب عملي وتقييم حقيقي حتى يحقق مشروع العاصمة الإدارية الجديدة ثماره.

- الأطر الصحفية التي تم إبرازها عند تناول قضية الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (4)

الأطر الصحفية التي تم إبرازها عند تناول قضية الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تنوع الأطر الصحفية التي برزت عند تناول أخبار العاصمة الإدارية الجديدة و الجمهورية الجديدة بالصحف المصرية محل الدراسة ، فجاء في المقدمة التركيز على الإطار السياسي بنسبة 33%، وهو الأمر الطبيعي وذلك لأنه يعد من الأهداف الرئيسية للحكومة المصرية في إطار رؤية 2030 لمصر، تلاه إطار اقتصادي بنسبة 25% حيث أن مشروع العاصمة الإدارية الجديدة

أو الجمهورية الجديدة ليس مجرد فكرة نقل عاملين بالجهاز الإداري الحكومي وبناء مقرات حكومية على أعلى مستوى تكنولوجي لكنه مشروع متكامل به أهداف اقتصادية حيث مساهمة القطاع الخاص في التطوير والتنمية وضح الاستثمارات العربية والإجنبية، فهو فكر حكومي جديد هادف لتعزيز مصادر دخل الدولة وتنوعها، فمثلًا جاء في تقرير خبري بجريدة الشروق توضيحًا لمسح رويترز يتوقع النمو الاقتصادي المصري بنسبة 5% في العام المالي الحالي نتيجة للعوائد الاقتصادية للمشروعات القومية التي تتبناها الدولة.

كما جاء في جريدة الأهرام بعنوان "ارتفاع الأداء الاقتصادي كأحد تداعيات الجمهورية الجديدة"، حيث تتضمن المقال الإشارة إلى أن ارتفاع معدلات الأداء الاقتصادي برغم جائحة كورونا كان نتيجة للاستراتيجية التي اتبعتها الدولة المصرية في تحقيق التوازن بين الإجراءات الاحترازية واستمرار عجلة الإنتاج والعمل في المشروعات القومية العملاقة أبرزها العاصمة الإدارية الجديدة ومحور تنمية قناة السويس([64]) .

كما أشارت جريدة الوفد لطرح العاصمة الإدارية بالبورصة وهو الأمر الذي يعد رسالة تعظم دور سوق المال التمويلي، حيث أنها تعد رسالة إيجابية لسوق المال، تكشف مدى اهتمام القيادة السياسية بسوق الأسهم، فالبورصة منصة تمويل مهمة للشركات، والمشروعات القومية، بتكلفة منخفضة، مقارنة بتكلفة الفوائد البنكية، وأن هذه الخطوة تعمل على تغيير ثقافة الاستثمار للمستثمرين والمواطنين، وتوجيهها من القطاع البنكى إلى البورصة. [65]

وفي الترتيب الثالث جاء إطار إعلامي بنسبة 14%، حيث أن الصحف تحرص على نقل أي تطورات تتعلق بالمشروعات القومية التي تنفذها الدولة، ومنه مشروع الجمهورية الجديدة، حرصًا على إعلام المواطنين وحقهم في المعرفة، كما أشارت جريدة الأهرام بأن وسائل الإعلام العالمية أولت اهتمامًا بمتابعة المشروعات القومية التنموية الكبرى التي تنفذها مصر لتحسين حياة قطاعات واسعة من المواطنين خاصة في مجالات التنمية العمرانية وإعادة تطوير ظروف الحياة وتوفير المرافق والخدمات، كما نقلت جريدة الأهرام وكذلك جريدة الوفد[66] في إطار الاهتمام الإعلامي فعاليات تنظيم وزارة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج زيارة للعاصمة الإدارية الجديدة ضمن فعاليات المؤتمر الثاني للكيانات المصرية بالخارج، ليرى المواطن بعينه ما تحقق ولينقل الصورة بثقافته وطريقته للمجتمع الذى يعيش فيه، حيث أن المصريين بالخارج هم القوة الناعمة وصوت مصر فى الخارج، فضلًا عن دعم هذا المؤتمر مبادرة الرئيس المصري حياة كريمة، التي أوضح بشأنها وزير التنمية المحلية، بأن هدفها ليس توفير مسكن لائق لابناء القرى المصرية، بل إتاحة فرصة عمل مستدامة لأبناء القرى وتحسين دخل الأسر ومواجهة البطالة([67]) .

و أشارت جريدة الوفد في خبر متعلق بمشروع القطار الكهربائي والمونوريل الذي يعتبر شريان تنمية جديدا للمجتمعات العمرانية الجديدة (العبور – المستقبل – الشروق – هليوبوليس الجديدة – بدر – المنطقة الصناعية بالعاشر من رمضان – العاصمة الإدارية الجديدة) علاوة على تبادل لخدمة نقل الركاب مع الخط الثالث للمترو فى محطة عدلى منصور ومع القطار الكهربائى السريع العين السخنة العلمين فى المحطة المركزية ومع مونوريل العاصمة الإدارية فى محطة مدينة الفنون والثقافة. [68]

وفي هذا السياق، جاء بجريدة الوفد التطرق للتغيير الذي تنشده الدولة في الجمهورية الجديدة من خلال الحديث عن فعاليات حياة كريمة باعتبارها تعبر عن إرادة حقيقية تسعى لتغيير واقع القرى التى تعد المصدر الرئيسى للثروة البشرية التى قامت على أكتافها أقدم حضارة عرفها الإنسان، لهذا تأتى مشاركة وزارة الثقافة وقطاعاتها فى المبادرة الكريمة التى أطلقها الرئيس عبدالفتاح السيسي، بإعداد برنامج ثقافي وفني مكثف يهدف إلى رفع الوعى وتعزيز القيم الإيجابية وترسيخ قيم الولاء والانتماء واكتشاف ورعاية الموهوبين وغيرها من الأهداف التى ترسم ملامح جمهوريتنا الجديدة عبر آليات جادة محورها الرئيسى هو بناء الإنسان، حيث يهدف برنامج حياة كريمة تحقيق رؤية الدولة فى التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجا وتوفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية. [69]

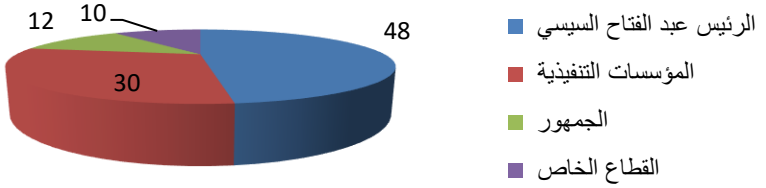
و في الترتيب الرابع جاء الإطار القانوني بنسبة 12%، والتي تتعلق بالقرارات والقوانين المتعلقة بتظيم بيئة العمل في الجمهورية الجديدة وما يرتبط بمشاريع البناء والإسكان بشكل عام على مستوى الدولة ومنها العاصمة الإدارية مثل خبر جاء في جريدة الشروق عن موافقة الرقابة المالية على تعديل قانون التمويل العقاري، حيث أوضح رئيس هيئة الرقابة المالية بأن الهدف هو تحفيز جهات التمويل على ضخ المزيد من التمويل بما يسهل على المواطنين الحصول على الوحدات السكنية، وفي سياق العقارات بالعاصمة الإدارية الجديدة، أصدر المجلس الأعلى للإعلام قرارًا بأنه لا إعلانات عن وحدات أو أراضي العاصمة الإدارية نشرًا أو بثًّا إلا بتصريح كتابي، كما أشارت جريدة الوفد بأن قرار الرئيس عبد الفتاح السيسى بإطلاق أسماء مجموعة من النجوم فى مختلف المجالات على بعض الكبارى والمحاور الجديدة حظى على الإعجاب والإشادة لما تحققه مثل هذه القرارات من دفعة قوية وحافز معنوى كبير للكثيرين لبذل اقصى الجهد كل فى مجاله على طريق الوصول الى الجمهورية الجديدة التى تنشدها القيادة السياسية ويتطلع اليها الشعب المصرى الذى يأمل فى حياة أفضل وأكثر تقدما.

وجاء الإطار التحليلي بنسبة 10% في المرتبة قبل الأخيرة، حيث تقديم الصحف التحليلات والتفسيرات لأسباب قيام العاصمة الإدارية الجديدة وأبعادها

التنموية، كما أشارت جريدة الوفد لقيام الدولة بمراجعة دراسات تقييم الأثر البيئي للمشروعات القومية سواء الدلتا الجديدة أو العاصمة الإدارية أو المشروعات القومية الأخرى.

وأخيرًا الإطار الإنساني بنسبة 6%، حيث إشارت بعض المواد الصحفية للعلاقة بين قيام هذا المشروع القومي الكبير وبين عائده الإيجابي على المواطن، وكذلك مراعاة حقوق المواطنين في المناطق التي يتم تجديدها حضاريا مثل القاهرة التاريخية، كما أشارت جريدة الأهرام إلى في مقال لها، أن الجمهورية الجديدة عمادها مواطن قوي مطمئن بقوة منزلته في بلده، شعوره بأنه قادر على حل مشكلاته، توجد قوانين عادلة ناجزة، حماية استحقاقاته، إن عدالة المواطن وعدم التمييز تمثل أساسًا لإدارة الحياة([70]) .

- القوى الفاعلة التي تم التركيز عليها في التناول الصحفي لقضية الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (5)

القوى الفاعلة التي تم التركيز عليها في التناول الصحفي لقضية الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تركز الأطراف الفاعلة التي برزت عند تناول أخبار العاصمة الإدارية الجديدة أو الجمهورية الجديدة بالصحف المصرية في أربع أطراف أساسية، جاء في المقدمة الرئيس عبد الفتاح السيسي بنسبة 48%، حيث أبرزت التغطيات الصحفية على متابعته للمشروعات القومية في مراحل تنفيذها المختلفة، فضلًا عن قيام بعض الفعاليات الحكومية في مباني العاصمة الإدارية الجديدة كنوع من الترويج والدعاية لفكر مصر الجديد، حيث جاء في جريدة الشروق التطرق للمبادرات الرئاسية والإسكان.

وجاء في المرتبة الثانية المؤسسات التنفيذية التي تعبر عن الحكومة المصرية بنسبة 30% والتي منوط بها تنفيذ الرؤى الاستراتيجية التنموية للدولة والتي على رأسها مشروع الجمهورية الجديدة، ثم الجمهور المصري أو المواطن المصري بنسبة 12% باعتباره مستفيدًا من حركة التنمية ومساهمًا في عملية التطوير، فضلًا عن حدوث حوار مجتمعي مع الرئيس عبد الفتاح السيسي حول القضايا المجتمعية والتنموية

بالدولة، حيث أوضحت جريدة الأهرام أن التنمية المستدامة التي تهدف الدولة لتحقيقها على أساس بناء نظام اجتماعي عادل يؤدي إلى رفع القدرات البشرية من خلال زيادة مشاركة المواطنين في العملية التنموية والسياسية وتوسيع خياراتهم وإمكاناتهم في الوصول لمستوى رفيع في الحياة.

وفي جريدة الأهرام، كان المواطن هو الفاعل وتحديدًا الشباب، عند تناول اتحاد شباب الجمهورية الجديدة، حيث جاء في مقال بعنوان "شباب مصر درة تاج الوطن ونبض قلبه"، حيث الإشارة إلى أن حلم تمكين الشباب تحول لحقيقة في عهد الرئيس السيسي من خلال سلسلة من المبادرات والمشروعات والقرارات غير المسبوقة، بداية من البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب، تنسيقية شباب الأحزاب، وصولًا لاتحاد شباب الجمهورية الجديدة، حيث أكد الرئيس السيسي على أن الشباب هم كلمة السر لعالم أكثر استقرارًا وسلامًا وأن شباب مصر جدير بتحمل المسئولية البناء والتعمير والعبور للمستقبل، وفي مقال آخر تم الإشارة لماذا تم إنشاء هذا الاتحاد، بأن الشباب يشكلون مصدر للابتكار والحلول، ويدفعون بقوة نحو التغييرات بمختلف المجالات، لكنهم يستبعدون من برامج التنمية، لذا تم إطلاق الاتحاد لتحقيق التأهيل الفكري والعملي للشباب، وإعداد قادة واعدة من الشباب، التطبيق الإداري المتطور، لأجل تكوين نواة حقيقية لمجتمع يفكر ويتعلم ويتطور، ويبتكر، وتشجيع الشباب على الانخراط في الحياة السياسية مما يكسبهم الخبرة العملية([71]) .

وفي جريدة الوفد تم الإشارة لدور نائبات البرلمان حيث دعم مجهودات الدولة المصرية والرئيس عبدالفتاح السيسى فى إطلاق الجمهورية الثانية فكان لهن السبق فى تكوين وفد برلمانى نسائى بعث رسالة شكر وتقدير للرئيس عبدالفتاح السيسى من قلب الجمهورية الثانية - العاصمة الإدارية الجديدة، وهو الأمر الذي يدل على أن كافة المواطنين كل من موقعه دورًا في دعم هذا الفكر التنموي الرائد الذي تتوجه له مصر. [72]

وأخيرًا جاء القطاع الخاص بنسبة 10% باعتباره أحد الأطراف المساهمين في حركة تطوير الدولة وتنميتها بضخ الاستثمارات في مشاريع بالجمهورية الجديدة، فمثلًا جاء في جريدة الوفد أن مساهمات القطاع الخاص تتسم بالوضوح، حيث أنه دوره مكملًا لدور القطاع العام والحكومة،

فالقطاع العام أسس قاعدة بناء الجمهورية الجديدة، وحقق ذلك بنجاح كبير، ثم بدأ القطاع الخاص قيادة الانطلاقة، وقد جاءت من الأرقام المحققة لشركات القطاع الخاص تفوق التوقعات خلال الفترة الماضية، وبالتالى بدأ القطاع الخاص الاستفادة من الإصلاح، لكن مازالت الدولة تستطيع المساهمة بمحفزات للصناعة، [73] ونجد أن جريدة الوفد كثفت تناولها لأخبار المستثمرين المصريين والعرب الذين ضخوا مشاريع في مدينة العاصمة الإدارية الجديدة، فضلا عن متابعة ملف القطاع الخاص

بالعاصمة بشكل خاص في صفحة داخلية بعنوان "عقارات"، أو ملف "متابعات" حيث لا يكاد يخلو عدد من متابعة للأداء القطاع الخاص في العاصمة أو قرارات للدولة بشأن متابعة مشروع نابع من العاصمة الإدارية الجديدة، فمثلًا في أحد أعدادها تم التأكيد على احتضان المدن الجديدة للمباني الشاهقة يؤكد على ذكاء المخطط العمراني في بناء النهضة العمرانية ودور القطاع الخاص في ذلك بالتعاون مع الحكومة.[74]

- طبيعة الاستمالات التي تم الاعتماد عليها في تناول قضية الجمهورية الجديدة:

شكل رقم (6)

الاستمالات التي تم الاعتماد عليها في تناول قضية الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تقدم الاستمالات العقلية عند تناول أخبار العاصمة الإدارية الجديدة أو الجمهورية الجديدة بالصحف المصرية في مقابل توظيف الاستمالات العاطفية بنسبة 21%، ويرجع ذلك لحرص التغطيات الصحفية على إبراز الحقائق والوضوح بخصوص مراحل تنفيذ مشروع الجمهورية الجديدة، وكذلك توضيح العائد من هذا المشروع وغيره من المشروعات القومية الآخرى، وبالتالي يغلب على هذه التغطية الصحفية التركيز على إبراز المعلومات والإخبار، إلا أن بعض الكتاب كان لديهم تحفظ على المشروعات القومية التي تنفذها الدولة في إطار غياب المعلومات الكاملة التفصيلية عنها وأسباب إطلاقها، حيث جاء مقال في جريدة الشروق ينتقد إطلاق الحكومة للمشروعات القومية فجأة دون وجود مؤشرات مبدئية لإطلاقها.

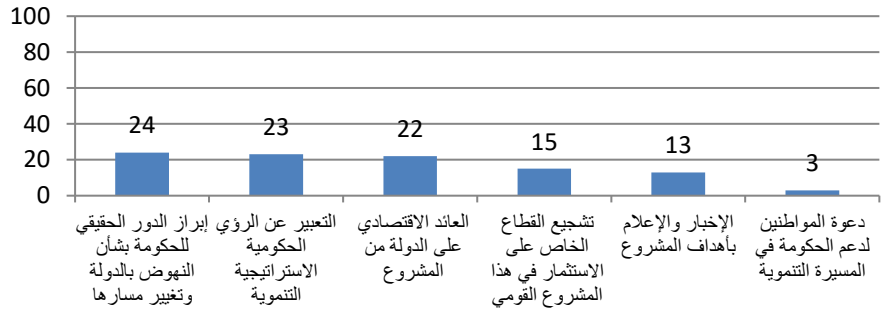
وتمثلت الاستمالات العقلية، في استعراض وبشكل خاص جريدة الأهرام وكذلك جريدة الوفد [75]

للحقائق المرتبطة بتنفيذ مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، ومراحله، وكذلك العائد الاقتصادي المتحقق من تنفيذ المشروع، حيث جاء في تقرير خبري بجريدة الأهرام

متابعة الرئيس السيسي لمشروعات التغذية الكهربائية في مشروعات العاصمة الإدارية الجديدة، أو توجيه الرئيس عبد الفتاح السيسي في تقرير إخباري آخر بإنشاء مقر مركزي للمنظمات الدولية بالحي الدبلوماسي بالعاصمة الإدارية الجديدة بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة، فضلًا عن التطرق لفكرة نقل العاملين للعاصمة الإدارية الجديدة في إطار متابعة تطورات العمل في العاصمة([76]) ، كما اشارت جريدة الوفد منفردة إلى انتهاء الحكومة من الإعداد لمتحف عواصم مصر بالعاصمة الإدارية الجديدة وأصبح بالفعل جاهزا للافتتاح، كما يجرى العمل حاليا بقصر محمد على بشبرا، والمتحف اليونانى الرومانى بالإسكندرية.[77]

كما أشارت جريدة الوفد لقرار رئاسة الجمهورية في إطار متابعة المخطط الإنشائى لمدينة العدالة بالعاصمة الإدارية الجديدة، عن تطوير منظومة التقاضى فضلا وميكنة خدمات وزارة العدل على مستوى الجمهورية، وجهود تطوير منظومة الشهر العقاري، حيث وجه الرئيس بأن يكون موقع مدينة العدالة فى محيط كل من الحى الحكومى والبرلمان ومجلس الشيوخ، لتتكامل رموز السلطات الرئيسية فى الدولة، التنفيذية والتشريعية والقضائية، فى نطاق لأركان جغرافى واحد ترسيخا الجمهورية الجديدة بكافة مكوناتها. [78]

- أهداف المواد الصحفية التى تناولت قضية الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (7)

أهداف الرسالة الصحفية من تناول قضية الجمهورية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تنوع أهداف المواد الصحفية التي تناولت العاصمة الإدارية الجديدة و الجمهورية الجديدة بالصحف المصرية، فجاء في المقدمة إبراز هدف "إبراز الدور الحقيقي للحكومة بشأن النهوض بالدولة وتغيير مسارها" بنسبة 24%، فمثلًا ورد في جريدة الشروق تشديد رئيس الوزراء المصري على ضرورة تكاتف الجهود بين الوزارات وجميع أجهزة الدولة بشأن تنفيذ المشروعات القومية المختلفة"، كما جاء في مقال أخر الإشارة لأهمية العمل على تنفيذ رؤى التنموية

للدولة، حيث إذا أرادت الدولة أن تكون قوية ومستدامة يجب عملها على تطوير الإمكانات المتاحة وتنميتها لتحقيق نتائج تنموية مستدامة"، كما جاء في أخبار عديدة التأكيد على اتجاه الدولة نحو التحول الرقمي في إطار تنفيذ رؤيتها الاستراتيجية التنموية 2030، حيث أكدت جريدة الأهرام أن مشروع الجمهورية الجديدة هو اكتمال نهضة عالمية بمصر، وأن الجمهورية الجديدة هي مولد مصر جديدة تعبر عن نفسها بكل اللغات".

وجاء هدف "التعبير عن الرؤى الحكومية الاستراتيجية التنموية" بنسبة 23% في المرتبة الثانية، كالتأكيد على التحول الرقمي كضرورة للجمهورية الجديدة، وأن استخدام التقنيات الحديثة لتصحيح صورة الشعب المصري بأنه مواكب للحضارة التقنية، وأنه على مؤسسات الدولة التكاتف لتحقيق ذلك بما فيها مؤسسة الافتاء حيث تشجيع رجال الدين المواطنين على تبني التكنولوجيا.

وجاء في المرتبة الثالثة هدف "العائد الاقتصادي من المشروع" بنسبة 22%، فمثلًا جاء في جريدة الشروق أن مصر احتلت المركز 82 في تقرير مؤشر التنمية المستدامة، وفي إطار تفسير النتائج، جاء الإشارة للآثار الإيجابية للمشروعات القومية، وفي خبر آخر استعرض وزير المالية الآثار الإيجابية للمشروعات القومية، مع التركيز على مدينة العلمين ([79])، وفي مقال بجريدة الأهرام تم الإشارة إلى أن التاريخ سوف يسجل للرئيس عبد الفتاح السيسي بأنه أول رئيس مصري نجح في زيادة الرقعة الزراعية بما يقر من 50% بعد استكمال مشروع الدلتا الجديدة، وزرع 1.5 مليون فدان، ومشروع الريف المصري، وهي كلها مشاريع قومية ترسخ دعائم الاقتصاد الإنتاجي في الجمهورية الجديدة([80]) .

وجاء هدف "تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في هذا المشروع القومي" بنسبة 15%، ثم هدف "الإخبار والإعلام بأهداف المشروع" بنسبة 13%، وأخيرًا هدف "دعوة المواطنين لدعم الحكومة في مسيرتها التنموية" بنسبة 3%.

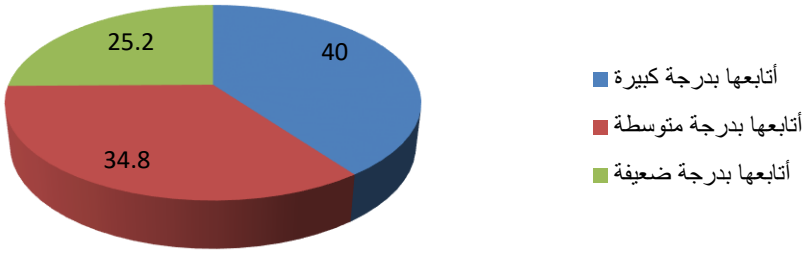
ففي جريدة الشروق، كان يتم إبراز جهود الدولة في صورة أخبار مكثفة عن الخدمات والتطوير الذي تنجزه الدولة في البيئة المحيطة بالعاصمة الإدارية، مما يعطي انطباع عام عن متابعة العمل في هذه المنطقة والإنجاز، مثل خبر عن إنشاء محطة المياة الجديدة بمدينة بدر بتكلفة 530 مليون جنيه، فضلا عن ورود بعض الأخبار عن التحول الرقمي في العاصمة الإدارية الجديدة وتضمنت التغطية تصريحات لوزير الاتصالات باعتباره كقوى فاعلة ممثلة للمؤسسات التنفيذية.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: المعرفة بموضوع الجمهورية الجديدة من قبل الجمهور عينة الدراسة:

– **أشار الجمهور المصرى عينة الدراسة إلي معرفته بموضوع الجمهورية الجديدة بنسبة 100%**، وهو الأمر الذي يمكن تفسيره بأن موضوع الجمهورية الجديدة يحظى باهتمام إعلامي كبير حيث أن كافة القنوات الفضائية جعلته شعار الفترة الحالية، وكذلك عقد العديد من المؤتمرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الموضوع بالعاصمة الإدارية، فضلًا عن إطلاق اتحاد شباب الجمهورية الجديد في إحدى هذه المؤتمرات التي كانت تتعلق بمشروع "حياة كريمة" خلال شهر يوليو وتحديدًا في تداعيات فعاليات المؤتمر الأول للمشروع القومي "حياة كريمة" لتنمية قرى الريف المصري، الذى عقد في 15 يوليو 2021، وكافة هذه الأمور تُعد مصادر إخبار وإعلان وتوعية بقضية الجمهورية الجديدة تساعد على غرسها في أذهان الجمهور المتابع لوسائل الإعلام والأخبار الرسمية.

– **وانطلاقًا من النتيجة السابقة جاء ارتفاع متابعة عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام المختلفة لموضوع الجمهورية الجديدة أمرًا طبيعيا، حيث** جاء في المقدمة المتابعة بدرجة كبيرة بنسبة 40% لمشروع الجمهورية الجديدة من قبل عينة الدراسة، تلاه المتابعة المتوسطة بنسبة 34.8%، وأخيرًا المتابعة بدرجة ضعيفة بنسبة 25.2%، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (8)

المتابعة عبر وسائل الإعلام المختلفة لموضوع الجمهورية الجديدة

وتتقارب النتيجة السابقة مع ما توصلت له **دراسة (محمد إبراهيم أحمد، 2020)**[81] أن الجمهور المصري يهتم بمتابعة أخبار التنمية المستدامة 2030 بدرجة كبيرة، ويرجع ذلك إلى حاجة الجمهور المصري للمعلومات عن استراتيجية الدولة 2030،

التي تجسد رؤية مصر التنموية الشاملة، واستعادة دور مصر الريادي في المنطقة العربية، ويعد مشروع الجمهورية الجديدة جزء من هذا الدور التنموي الطموح لتغير مكانة مصر عربيا وإقليميا وعالميا.

- **مصادر معرفة الجمهور العام بموضوع الجمهورية الجديدة:**

جدول رقم (1)

مصادر معرفة الجمهور العام بموضوع الجمهورية الجديدة

المصدر	التكرار	النسبة
التلفزيون	128	27.1
مواقع التواصل الاجتماعي	114	24.1
الأفراد من حولي	86	18.2
مواقع إخبارية على الانترنت	57	12.1
اعلانات بيع العقارات	45	10
الراديو	25	5.3
الصحف	14	3
من الاكاديميه الوطنية لتدريب الشباب	4	0.2
الإجمالي	473	100

يكشف الجدول السابق عن تنوع المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة للحصول على معلومات حول مشروع الجمهورية الجديدة، إلا أن التلفزيون كان في مقدمة هذه المصادر بنسبة 27.1%، تلاه مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 24.1%، وهي النتائج المعتادة حيث أثبتت كافة الدراسات السابقة أن هناك تنافسًا بين وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في التلفزيون مع الإعلام الجديد ومتمثلًا في مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاعتماد عليهما كمصدر للمعلومات، إلا أنه برز في هذه الدراسة مصدرًا جديدًا لم يبرز في كافة الدراسات الحديثة وهو الأفراد من حولي، بنسبة 18.2% وفي الترتيب الثالث، أي الاتصال المباشر بالأفراد، وهو ما يدل على أن هذا الموضوع هو مثار حديث المجتمع المصري، كما برز دور الإعلانات بنسبة 10% في التنبيه لموضوع الجمهورية الجديدة والتي كانت هنا إعلانات بيع العقارات في العاصمة الإدارية التي أصبحت مجال الدعاية والتسويق العقاري خلال الفترة الراهنة، فضلًا عن اتجاه الدولة نحو البناء والتعمير للوحدات السكنية في المناطق القريبة من العاصمة الإدارية وكذلك داخل العاصمة الإدارية نفسها، وكانت أقل المصادر اعتمادًا عليها في متابعة الموضوع هي الصحف التقليدية (المطبوعة) فضلًا عن مؤسسة الأكاديمية الوطنية للتدريب، وربما هنا يتطلب الأمر التوقف للتعليق على هذه النتيجة بشكل تفصيلي:

- **قل اعتماد عينة الدراسة على الصحف في معرفة أخبار الجمهورية الجديدة** وربما يعزو ذلك لأن الاتجاه العام حاليًا لمتابعة الصحف هو عبر مواقعها الالكترونية على شبكة الإنترنت، خاصة في ظل اتجاه الصحف المطبوعة نحو توظيف خاصية الأرشيف الالكتروني للصحف المطبوعة، إلى جانب متابعة أخبار هذه الصحف عبر صفحاتها على

مواقع التواصل الاجتماعي، وهنا نؤكد على نتيجة هامة وهي أن وسائل الإعلام التقليدية اتجهت للاندماج والتكامل والاستفادة من إمكانات الإنترنت لأجل تسريع توصيل خدماتها المعلوماتية للجمهور المستهدف، وهو الأمر الذي تحقق من خلال التواجد عبر الشبكة العنكبوتية، والتي تتيح ضمانة وصول المعلومة للجمهور المستهدف في أي وقت ومكان، وذلك في ظل توافر هذه المعلومات الصحفية عبر تطبيقات الهواتف الذكية التي هي متاحة مع الجمهور في أي مكان وزمان.

– **أما عن انخفاض الاعتماد على مؤسسة الأكاديمية الوطنية للتدريب**، وهو الأمر الذي يثير نوع من الاستفهام بخصوص هذه النتيجة، وذلك لأن هذه الأكاديمية لها موقعًا الكترونيا (https://www.nta.eg/ar-index.html#!) يعبر عن أنشطة وأهداف الأكاديمية وبرامجها التدريبية وخدماتها والمستفيدين منها، كما أن عدد متابعي الأكاديمية عبر صفحتها على موقع الفيس بوك بلغ (93 ألف و145 متابع)، وترى الباحثة أن الأمر يعزو لعدم وجود حملات إعلانية مكثفة للتوعية بأدوار هذه الأكاديمية ودورها الفاعل في تنمية الشباب باعتبارهم دعامة المستقبل، علاوة على أن هذه الأكاديمية تعد شريكا في المنتدي العالمي الشباب في مدينة شرم الشيخ، وكذلك في المؤتمرات الوطنية للشباب.

– تتقارب نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت له **دراسة (أمنية عبد الرحمن توفيق، 2021)**[82] من حيث حرص الفئات المختلفة من الجمهور المصري على متابعة البيانات والأخبار المنشورة من قبل الوزارات ورئاسة مجلس الوزراء والأجهزة الحكومية إلى جانب حرص الجماهير على متابعة المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالحكومة المصرية، ويأتي الإنترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها الجمهور في التعرف على أنشطة الحكومة المصرية، وفي المقدمة تأتي مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت **دراسة (منة الله حسين مأمون، 2021)** [83] لاهتمام الجمهور المصري بالبرامج الحوارية لمتابعة الموضوعات المتضمنة بالبعد الاقتصادي فى رؤية استراتيجية مصر 2030، وما تتضمنه من مشروعات تنموية ومستقبلية والتي من بينها العاصمة الإدارية الجديدة والتي لها عوائد اقتصادية مفيدة على الدولة.

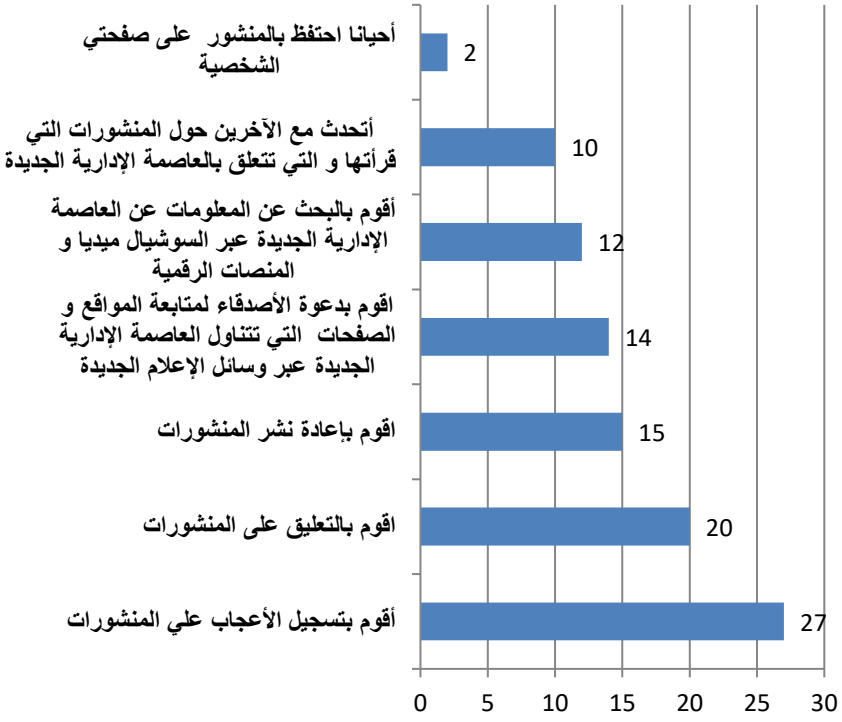
– ويتفق ارتفاع اهتمام الجمهور المصري بمتابعة أخبار العاصمة الإدارية وإعلان الجمهورية الجديدة، نتيجة لحرص الحكومة بشكل جاد على تحقيق الحوار المجتمعي من خلال مشاركة كافة أصحاب المصلحة من مؤسسات حكومية وشباب ومجلس النواب ومنظمات المجتمع المدني والقطاع الخاص والنقابات والمرأة وذوي الاحتياجات الخاصة للتأكيد على مبدأ التشاركية والملكية لرؤية مصر 2030 وتضمين توصيات الجميع في عملية التجميع الكلي للنسخة النهائية للرؤية، [84] وفي ظل أن مؤسسات الإعلام تعد أحد أضلع الدولة الهامة في نقل هذه الشراكة التنموية،

كان لابد أن يكون هناك ارتفاع في مستوى الاهتمام والمتابعة لكافة الأحداث المرتبطة بإعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة.

- **درجة ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإعلامية بأنواعها:**

اشارت نتائج الدراسة إلي أن غالبية العينة لديها درجة ثقة متوسطة في التغطية الإعلامية عن الجمهورية الجديدة و العاصمة الإدارية سواء بوسائل الاعلام التقليدية أو الجديدة، وإن جاء أعلى درجة ثقة في المستوى المتوسط هي وسائل الإعلام الجديدة كالمواقع الالكترونية والتغطيات الإخبارية الالكترونية بوزن 77.3 درجة، تلاه مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 60 درجة، أما عن درجة الثقة المرتفعة فكانت من لوسائل الإعلام التقليدية، حيث أن التلفزيون ما زال يحظى بمصدر متابعة مرتفع وكذلك درجة ثقة في تغطياته الإعلامية، خاصة أن التلفزيون يحاول الاستفادة من إمكانات الإنترنت، ليكي يزيد من مستوى متابعته وكذلك مستوى جودة تغطياته الإعلامية وذلك بوزن 67.7 درجة.

- **أشكال التفاعل مع منشورات العاصمة الإدارية الجديدة:**



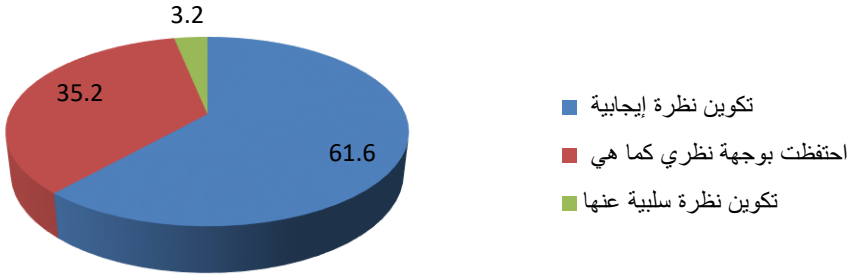
شكل رقم (9)

أشكال التفاعل مع منشورات العاصمة الإدارية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تنوع أشكال تفاعل عينة الدراسة مع منشورات المتعلقة بالعاصمة الإدارية الجديدة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وإن جاء في المقدمة المتابعة فقط بعمل like "إعجاب" على المنشورات المتعلقة بالعاصمة الإدارية بنسبة 27%، ثم التعليق بالرأي والنقاش على المنشورات بنسبة 20%، ثم القيام بعمل إعجاب وإعادة نشر للمنشورات المتعلقة بالعاصمة الإدارية بنسبة 15%، ثم دعوة الأصدقاء لمتابعة المواقع و الصفحات التي تتناول العاصمة الإدارية الجديدة عبر وسائل الإعلام الجديدة بنسبة 14%، ثم القيام بالبحث عن المعلومات الخاصة بالعاصمة الإدارية الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية بنسبة 12%، ثم الحديث مع الآخرين حول المنشورات التي تم قرائتها عن العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة 10% وأخيرًا جاء الاحتفاظ بالمنشور الخاصة بالعاصمة الإدارية الجديدة عبر صفحتي الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 2% من عينة الدراسة.

وهي النتائج التي تتفق مع ما توصلت له دراسة **(وفاء محمد إبراهيم، 2020)**[85] أن مواقع التواصل الاجتماعي يزداد انجذابهم لها لما تتيحه هذه المواقع من وسائل تفاعلية تزامنية وغير تزامنية متعددة مثل: البريد الإلكتروني مواقع المحادثة/غرف الدردشة, المدونات, منتديات النقاش, خدمة متابعة الرسائل الإخبارية ,RSS تقييم المحتوى (أعجبني/ لا يعجبني), التعليقات, المشاركات, الروابط, خدمات المساعدات, الأرشيف...الخ. والتي نقلت المستخدم من متلقي سلبي إلى متلقي نشط يقيم ويعلق ويشارك في المحتوى, بل أصبح صانعًا للمحتوى متحكمًا به.

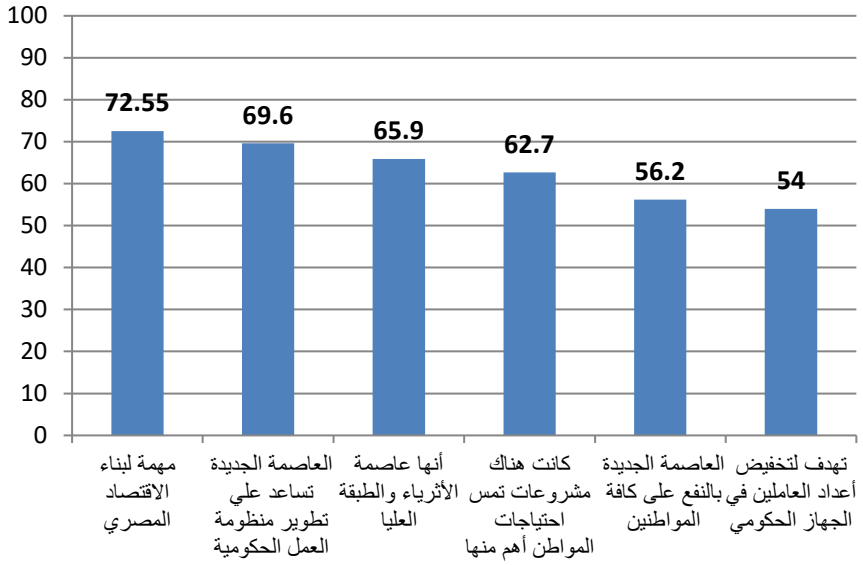
المحور الثاني: دور التغطية الإعلامية في تشكيل أتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع الجمهورية الجديدة:



شكل رقم (10)

تأثير التغطية الإعلامية على تشكيل وجهة نظر الجمهور

تكشف النتائج السابقة عن أن التغطية الإعلامية بشكل عام نجحت في توصيل رؤية الحكومة حول مشروع الجمهورية الجديدة، حيث جاء في المقدمة تكوين وجهة نظر إيجابية حول أهمية المشروع لدى نسبة 61.6% من عينة الدراسة بواقع 154 مبحوث، تلاه نسبة 35.2% من عينة الدراسة محتفظة بوجهة نظرها حول الموضوع بواقع 88 مبحوث، في حين أن نسبة بسيطة التي تكونت لديها وجهت نظر سلبية 3.2% بواقع 8 أفراد من عينة الدراسة، **أما عن طبيعة اتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، فكانت كما يلي:**



شكل رقم (11)

اتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع العاصمة الإدارية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن تنوع اتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، والتي تنقسم ما بين اتجاهات إيجابية مقاربة للأهداف المقررة من مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وإن جاء في المقدمة رؤية عينة الدراسة أنه مهم لبناء الاقتصاد المصري بوزن 72.55 درجة، ثم رؤيتهم أن العاصمة الإدارية الجديدة ستساعد على تطوير منظومة العمل الحكومية بوزن 69.6 درجة، ثم رؤية عينة الدراسة بأن العاصمة الإدارية الجديدة سوف تعود بالنفع على كافة المواطنين بوزن 56.2 درجة، ووفقًا للخطة الربع الرابع لمتابعة تنفيذ أهداف التنمية المستدامة (2021-2022) تنوعت إجمالي الاستثمارات الحكومية ما بين استثمارات الجهاز الإداري والتي كان فيها التركيز على تحقيق استثمارات التنمية البشرية والإدارة المحلية والهيئات الخدمية العامة والتي قدرت بقيمة 358.1 مليار جنيه (شاملًا 6

مليار جنيه بند تعويضات لمشروعات استثمارية، و9.8 مليار جنيه بند احتياطات)، بنسبة تعادل 5% من الناتج المحلي الإجمالي المقدر للعام ذاته. [86]

في حين تمثلت الاتجاهات السلبية التي تشكلت لدى عينة الدراسة عن المشروع، في رؤية مجموعة من عينة الدراسة بأنها عاصمة الأثرياء والطبقة العليا بوزن 65.9 درجة وإن كان هذا الهدف بعيد عن رؤية الحكومة التنموية من العاصمة الإدارية لكنه يمثل ترديد لبعض الشائعات التي تدور حول فكرة المشروع والتي من المفترض مقاومتها، ثم تعبير عينة الدراسة بأن هناك مشروعات قومية اخرى المواطن في أمس الاحتياج لها اكثر من العاصمة الإدارية الجديدة بوزن 62.7 درجة، ثم جاء تقييم عينة الدراسة بأن هذا المشروع يهدف لتخفيض أعداد العاملين في الجهاز الحكومي بوزن 54 درجة، وهو ما يتقارب مع شائعات التي صدرت خلال الفترة السابقة عن أن اقتراض الدولة من البنك الدولي مشروط بتخفيض أعداد العاملين في الجهاز الإداري للدولة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة نتيجة الوزن العام لاتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، والتي جاءت مستخلصة من إجمالي أوزان العبارات مرتفعًا نوعًا ما بقيمة (63.5) درجة، ويعني أن العينة تتجه نحو التقييم الإيجابي للمشروع وأهدافه، والتي تتمثل في سبعة أهداف رئيسية تتفق مع خصائص ومتطلبات المدن الذكية المتعارف عليها، كما يلي:[87]

1- أن تكون مدينة خضراء يبلغ نصيب الفرد من المسطحات الخضراء 15 م^2 وذلك وفقًا للمعايير العالمية لجودة الحياة.

2- أن تكون مدينة مستدامة تستخدم محددات الاستدامة في الطاقة وتدوير المخلفات، وأن تغطي 70% من أسطح المباني بوحدات الطاقة الشمسية.

3- مدينة للمشاة: الربط بين أحياء المدينة من خلال شبكة ممرات للمشاة والدراجات، وتخصيص 40% من شبكة الطرق للمشاة والدراجات.

4- مدينة للسكن والحياة تخصص 30% من مساحة العاصمة الإدارية الجديدة للسكن والحياة، بواقع مليون ونصف وحدة سكنية، يبلغ الإسكان على الكثافة 35%، ويبلغ الإسكان متوسط الكثافة 50% والإسكان منخفض الكثافة 15%.

5- مدينة متصلة يراعي بها تدرج جميع شبكات النقل والمواصلات (قطار، مترو، ترام، تلوللي، أتوبيسات، تاكسي)

6- مدينة ذكية تقدم جميع خدمات المدينة إلكترونيا كما تغطي المدينة شبكة المعلومات العالمية، وقد أوضحت نتائج **دراسة (غادة عبد المعطي، شيماء سليمان، 2020)**[88] بالتطبيق على توظيف التقنيات التكنولوجية الحديثة متمثلة في الذكاء الاصطناعي في مباني العاصمة الإدارية الجديدة، أن كلا من فندق رويال الماسة

ومطار العاصمة الدولى لا يقدمان أنواعًا جديدة من الخدمات الذكية للضيوف حتى الآن؛ على الرغم من أن لديهما بنية تحتية تقنية جيدة، وأوصت الدراسة بتنفيذ بعض الخدمات الذكية للمسافرين فى المطارات مثل التطبيقات الذكية المباشرة على الركاب لإتمام إجراءات المطار بشكل مثالى، وضرورة توفير تطبيقات المطاعم الذكية والغرف الذكية فى الفنادق فى العاصمة الادارية الجديدة لمصر.

7- مدينة الأعمال حيث إنشاء مركز للمال والأعمال يخدم إقليم القاهرة الكبرى وإقليم قناة السويس، يتم تخصيص 30% من المدينة لخدمة قطاع الأعمال والمال.

المحور الثالث: المعلومات التي تشكلت لدى الجمهور حول العاصمة الإدارية الجديدة:

تنوعت طبيعة المعلومات التي تشكلت لدى الجمهور العام حول العاصمة الإدارية الجديدة ، والتي يمكن تقسيمها لمجموعتين رئيسيتين هما:

أولًا: المجموعة الأولي: التي تتعلق بإدراك الطبيعة التكنولوجية للعاصمة الإدارية الجديدة: جاء في المقدمة إدراكهم أن العاصمة الإدارية الجديدة التي تعد الجوهر الرئيسي للجمهورية الجديدة أحد المدن الذكية التي تخطط الدولة لتأسيسها ضمن استراتيجية مصر 2030 بوزن نسبي 87.1 درجة، لذا جاء تقييمهم وفقًا لمعرفتهم إدراكهم مراعاة تأسيس العاصمة الإدارية الجديدة وفقًا لمعايير البيئة الذكية والاقتصاد الذكي بوزن 83.2 درجة، حيث لم تعد النظم الاقتصادية التقليدية التوجه الأمثل الذي يعتمد عليه إرساء نهضة تنموية حقيقية، وبناءً على ذلك كان لا بد من اتخاذ تدابير مضادة وحلول اقتصادية غير تقليدية في إطار ما يعرف بالتنمية المستدامة Sustainable development.

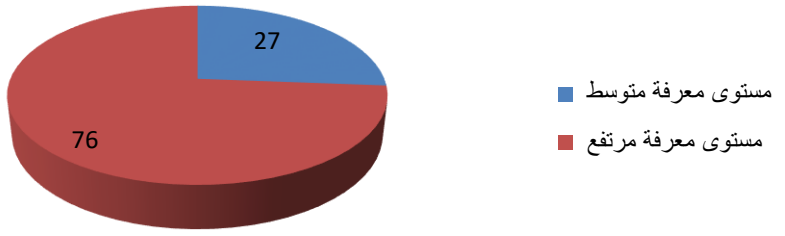
وفي الترتيب الثالث جاء مراعاة مقرات الحكومة بالعاصمة الإدارية الجديدة تطوير منظومة العمل الحكومي باستخدام الوسائل الالكترونية بوزن 81.5 درجة، وهو الأمر الذي يبرز توجه الدولة نحو تطوير مستوى أداء الخدمات الحكومية، بأن يكون مواكبًا للتطور المعرفي والتكنولوجي، حيث كان وضع مصر في تدهور مستمر في تقارير التنافسية والمعرفة العالميين وبدأ في التحسن منذ عام 2018؛ فقد حصلت مصر على المركز 115 في تقرير التنافسية العالمية عام 2017، ثم 100 عام 2018، ثم 93 عام 2019، وحصل على عدد نقاط 39 عام 2018 ثم على 42,5 عام 2019 في مؤشر المعرفة العلمي مما يبرهن على أن إستراتيجية التنمية المستدامة 2030 تسير في الاتجاه الصحيح، خاصة أن تجربة أزمة كورونا "كوفيد- 19" أظهرت الحاجة الملحة لتطبيقات المعرفة مثل الشمول المالي والبنوك الالكترونية التي توفر الجهد والوقت، والعمل عن بعد والتعليم عن بعد والصحة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والحكومة الإلكتروني،[89] وهذه النتيجة تتواكب مع البناء المعرفي للعاملين في الجهاز الحكومي حيث منحهم العديد من الدورات التدريبية

للتطوير المهاري والمعرفي لديهم فضلًا عن البناء التكنولوجي للعاصمة الإدارية الجديدة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتطوير التكنولوجي في أسلوب إدارة العمل، حيث تبني أنظمة الإدارة الالكترونية، التي هي منظومة إلكترونية متكاملة تهدف لتحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف، وتوفر الإدارة الإلكترونية كافة الحاجات الخدمية للموظفين، فالإدارة الالكترونية تُعد وسيلة لتحسين الأداء التنظيمي كي يصبح فعالاً،[90] كما أكدت دراسة **(أماني البرت، 2021)**[91] على أن مشروع العاصمة الإدارية الجديدة يرتكز على فكرة تطوير المنظومة الرقمية والبنية المعلوماتية التحتية، وخطة التحول للحكومة الرقمية والميكنة، والتركيز على التدريب الراقي والمتطور للكوادر البشرية والقيادية، لزيادة تأهيلها على العمل في البيئة الرقمية، وأن استخدام التكنولوجيا الحديثة لتوفير فرصة لتقليل الخطأ البشري وانعدام الفساد، وأن أنظمة العاصمة الإدارية حديثة تتيح تقليل الخطأ البشري وتوفير الوقت لتحقيق أداء متميز.

ثانيا: المجموعة الثانية: التي تتعلق بإدراك عينة الدراسة للفوائد المرتبطة بإنشاء العاصمة الإدارية الجديدة: حيث جاء في الترتيب الرابع رؤيتهم أن إنشاء هذه العاصمة الإدارية الجديدة سوف يساعد على تفريغ القاهرة الكبرى من التكدس والازدحام بوزن 79.3 درجة، تلاه أنها تضم مجموعة من الفعاليات والأنشطة التي تسهم في توفير نوعية جيدة للحياة بوزن 78.4 درجة، تلاه تحويل القاهرة لمقصدًا سياحيا وتراثيا وثقافيا وتاريخيا بوزن 74 درجة، تلاه تقييم عينة الدراسة أنه سينتج عنها زيادة مساحة الرقعة الزراعية بالعاصمة الإدارية والتي تتضمن في تخطيطها استصلاح 4 مليون فدان للزراعة بوزن 69 درجة، وأخيرًا يرى عينة الدراسة كآخر تقييم أنها مجرد تغيير لمكان عمل مقرات الحكومة وانتقالها لمكان خارج حدود القاهرة فقط بوزن 53.1 درجة.

ومدركات المجموعتين تتقارب مع أحد أهداف التنمية المستدامة للدولة، والتي تتمثل في إنشاء مدن ومجتمعات محلية مستدامة، حيث تهدف مصر لبناء مدن مستدامة تعمل على خفض الكثافة السكانية بالمدن الحضرية، وقد تم بناء 15 مدينة جديدة حتى الأن منها العاصمة الإدارية الجديدة ومدينة العلمين الجديدة، بالإضافة إلى تسليم 600 ألف وحدة سكنية خلال أربع سنوات وفقا لبرامج الإسكان الاجتماعي، كما ارتفعت نسبة توصيل شبكات المياه للأسر إلى 96.9% في عام 2017، وعلى ذلك النحو ارتفعت نسب توصيل شبكات الصرف الصحي مقارنة بالعام السابق. [92]

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياسًا عامًا للمعرفة لدى عينة الدراسة عن مشروع العاصمة الإدارية الجيديدة ، على النحو التالي:



شكل رقم (12)

مقياس المعرفة التي تشكلت لدى الجمهور حول العاصمة الإدارية الجديدة

يكشف الشكل السابق عن ارتفاع مستوى معرفة عينة الدراسة بالعاصمة الإدارية الجديدة حيث جاء نسبة 76% من عينة الدراسة لديها مستوى مرتفع من المعلومات في مقابل نسبة 27% من عينة الدراسة لديها مستوى متوسط من المعلومات ، وتدل النتائج على ارتفاع وعي الجمهور بطبيعة مشروع العاصمة الإدارية الجديدة من حيث التشكيل والبناء والأهداف، وهو الأمر إن دل على اهتمام الجمهور بمتابعة المشروعات القومية، والتي تحظى أيضًا بتغطية رسمية مكثفة لها عبر قنوات المؤسسات الحكومية الرسمية سواء عبر الوسائل التقليدية كما اتضح هنا "التلفزيون" وكذلك عبر مواقعها الالكترونية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التي درست العلاقة ما بين الرؤى التنموية للدولة وتغطية وسائل الإعلام لها، حيث توصلت **دراسة (غادة مصطفي البطريق، 2020)**[93] إلى أن رؤية 2030 تعد خطة طموحة قابلة للتحقيق تُعبِّر عن أهداف وآمال المملكة العربية السعودية على المدى البعيد، وجاء في الترتيب الأول مستوى الإدراك المتوسط للشباب الجامعي السعودي لرؤية 2030 للمملكة العربية السعودية وذلك بنسبة 57%، يليه في الترتيب الثاني مستوى الإدراك المرتفع بنسبة 43.% من التغطيات الإعلامية لها، كما **ناقشت دراسة (هبة فريد عبد الحميد محرم، 2019)** [94] اعتماد الصفحات الرسمية للوزارات والجهات الحكومية الخدمية على الفيس بوك في تقديم وعرض معلومات للجمهور عن الخدمات الحكومية الإلكتروني، إلى جانب التعرف على مدى مساهمة اعتماد الطرفين على الفيس بوك والأدوات الاتصالية الحديثة في تطوير الأداء الاتصالي الحكومي الخدمي، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أهداف توظيف المؤسسات للفيس بوك وعرض المحتوى على الصفحة هو: (التعرف بالوزارة أو الجهة الحكومية وإنجازاتها، ثم التواصل مع الجمهور المستهدف من المحتوى، وكان من أبرز الاستراتيجيات المستخدمة على التوالي ما يلي: (الاستراتيجية الإعلامية) واستراتيجية الدعاية للمؤسسة، واستراتيجية التركيز.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت له الدراسة التحليلية، حيث ارتفاع التغطية الصحفية لجريدة الأهرام في إطار مقارن مع جريدتي الشروق والوفد، وهو ما يؤكد ارتفاع وحرص المؤسسات الحكومية على توظيف المنابر الإعلامية الرسمية في التعبير عن أنشطتها وإنجازاتها بشكل أكثر تفصيلًا، خاصة أن جريدتي الشروق والوفد كلًا منهما تعبر عن توجهات خاصة وحزبية لهما أجنداتهما المرتبطة بانطلاقاتهما الفكرية والإيديولوجية، وفي هذا الإطار توصلت **دراسة (هبة أحمد رزق، 2021)**[95] المتعلقة بالتعرف على كيفيه معالجة الصحف الإلكترونية للحراك التنموي بمصر على مستوى الصحف القومية والحزبية والخاصة للمشروعات التنموية وتبين أن هناك اتفاقاً بين صحيفة الوفد واليوم السابع في التركيز علي معالجة الأخبار الخاصة بالمشروعات الاجتماعية، حيث يُظهر ذلك تفوقهما علي صحيفة الأهرام في تغطية المشروعات الاجتماعية، كما غلب اهتمام صحيفة الأهرام بمعالجة الأخبار الخاصة بتنمية قطاع الأمن والمشروعات الصحية، ومن الملاحظ أنه كان اهتماماً بالغاً لما له من أولوية وضرورة حتمية لتحقيق أهداف التنمية، كما أبرزت نتائج التحليل مدي اهتمام صحيفة اليوم السابع بمعالجة الأخبار الخاصة بالمشروعات العلمية، حيث كان اهتماماً كبيراً مقارنة بصحيفة الوفد والأهرام، بينما ركزت صحيفتا الأهرام والوفد علي معالجة الأخبار الخاصة بقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، فقد غلب الاهتمام بهذا القطاع من جانب هاتين الصحيفتين أما في اليوم السابع فكانت بصورة أقل.

المحور الرابع: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتغطية وسائل الإعلام لمشروع العاصمة الإدارية الجديدة : يكشف التحليل الإحصائي عن أن القيمة العامة لمقياس التأثيرات الاتصالية التي تحدثها وسائل الإعلام على الجمهور المصري قد بلغ 61.9 درجة، وهي النتيجة المرتفعة التي تدل على ارتفاع تأثر عينة الدراسة بما يتم بثه عبر وسائل الإعلام فيما يخص القضايا البارزة التي تركز عليها والتي تمثلت هنا في قضية الجمهورية الجديدة و مشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، وتنقسم هذه التأثيرات الاتصالية إلى ثلاث أنواع من التأثيرات : معرفية، ووجدانية، وسلوكية، نعرضها فيما يلي :

التأثيرات المعرفية Cognitive Effects: تشتمل على الكشف عن الغموض الناتج عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها، وتكوين الاتجاهات، واتساع المعتقدات، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: أن وسائل الإعلام نجحت في تغطية تطورات تأسيس العاصمة الإدارية الجديدة بوزن نسبي 73.9 درجة، ثم التأكيد على نجاح تغطية وسائل الإعلام لمسألة نقل الموظفين العاملين في الجهاز الإداري للدولة وأنها كافية وواضحة بوزن 64.4 درجة، ثم تغيير التغطية الإعلامية للآراء المغلوطة حول دور العاصمة الإدارية الجديدة والذي تبين تأثيره في الاقتصاد المصري بوزن 53.3 درجة، ويبرز من النتائج السابقة ارتفاع

وأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام في تنوير وتعريف الجمهور بالخطط التنموية، والرؤى الاستراتيجية للدولة، وهو ما يندرج تحت مسمى الإعلام التنموي، وقد أكدت **دراسة (هاني فتحي علي محمد، 2021)**[96] على أهمية الإعلام التنموي في تزويد المجتمع بالمعلومات والحقائق والمعلومات الدقيقة، وتوجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم وتحسين مستوى معيشتهم وإدراك مشكلات بيئتهم، وربط أفكار أبناء المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية، وتفوقت القنوات التلفزيونية بشكل عام في تقديم وتغطية وتسويق مشروعات التنمية المستدامة، وإن كان التفوق للقنوات الخاصة على القنوات الحكومية، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له الدراسة الميدانية، من حيث تفوق التلفزيون كأحد وسائل الإعلام التقليدية في تعريف الجمهور بالجمهورية الجديدة، إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي.

التأثيرات الوجدانية Affective Effects: التي تتضمن مشاعر الحب والكراهية، إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: الإحساس بالسعادة لوجود العاصمة الإدارية الجديدة بمصر بوزن 65.2 درجة، ثم تغيير عينة الدراسة اتجاهاتهم السلبية نحو العاصمة الإدارية الجديدة بوزن 61 درجة، ثم جاء شعور بالخوف لدى عينة الدراسة من ان يكون الانتقال للعاصمة الإدارية إجباريا لإنهاء المصالح الحكومية بوزن 57.8 درجة.

التأثيرات السلوكية Behavioral Effects: هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو العاطفية، مثلا نجد أن الناس يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال وسائل الإعلام، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: مساعدة التغطية الإعلامية لعينة الدراسة في تكوين رأي سليم و حكم عملي عن دور العاصمة الإدارية الجديدة في التنمية بوزن 63.8 درجة، ثم خلقت التغطية الإعلامية لدى عينة الدراسة الرغبة في الانتقال إلى العاصمة الإدارية لأجل إنجاح مشروع تنميته بوزن 59.4 درجة، وأخيرًا توضيح تغطية وسائل الإعلام لأهمية دور المواطن في تفعيل دور هذه العاصمة الإدارية الجديدة بشكل واقعي ملموس بوزن 57.4 درجة.

– **تأثير التغطية الإعلامية لمشروع الجمهورية الجديدة على سلوك عينة الدراسة نحوها:** أظهر التحليل الإحصائي تنوع تأثير التغطية الإعلامية لمشروع الجمهورية الجديدة على تبني سلوك نحوها، وإن كان تأثير التغطية منخفضًا نوعًا ما، حيث أن التأثير في سلوك عينة الدراسة نحو الانضمام لاتحاد الجمهورية الجديدة كان بوزن 38.32 درجة، وإن جاء في المقدمة عبارة "التعرف على الشروط المتضمنة للالتحاق باتحاد الجمهورية" بوزن 40.3 درجة، تلاه التعرف على الأنشطة المرتبطة بشباب اتحاد الجمهورية الجديدة للمشاركة بها دون الانضمام للاتحاد بوزن 40 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء التعرف على الكيانات المنضمة لشباب اتحاد

الجمهورية الجديدة للتفكير في الانضمام لها بوزن 38.6 درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء الدخول على الموقع الالكتروني للاتحاد لجمع المعلومات عنه بوزن 38.3 درجة، وأخيرًا في الترتيب الخامس جاء الانضمام لشباب اتحاد الجمهورية الجديدة ضمن الشباب المتطوع بوزن 34.4 درجة.

فقد ارتبط بإطلاق الرئيس عبد الفتاح السيسي، الجمهورية الجديدة، إطلاق "اتحاد شباب الجمهورية الجديدة"، والذي أطلق في تداعيات فعاليات المؤتمر الأول للمشروع القومي "حياة كريمة" لتنمية قرى الريف المصري، الذى عقد فى 15 يوليو 2021، الإعلان عن اتحاد شباب الجمهورية الجديدة الذي يُعد خطوة جديدة نحو تمكين الشباب وإتاحة الفرص لهم؛ للإسهام في عجلة التنمية في كل المجالات وتعزيز دور كيانات ومبادرات شبابية كبيرة تطرح العديد من الرؤى والأفكار، وأهمية زيادة الوعي وترسيخ مفهوم التطوع والعمل المجتمعي، [97] وتتمثل رسالة ورؤية وعضوية **اتحاد شباب الجمهورية الجديدة كما يلي:**[98]" العمل على توحيد كافة المجهودات الشبابية على مستوى الجمهورية تحت مظلة واحدة لتعزيز الوعى بالعمل الوطنى والمجتمعي، وإعداد كوادر شبابية وطنية وصقلا بالخبرات العملية المجتمعية والسياسية، وإتاحة المزيد من الفرص للعمل العام وتعزيز ثقافة العمل التطوعى والمشاركة الفعالة، حيث بلغ عدد المتطوعين المنضمين للاتحاد حوالي 21 ألف متطوع من بينهم 6.510 إناث و14.490 ذكور والتى تشمل الفئة العمرية أقل من 18 عاما 756 متطوعا ومن 18:25 6.048 متطوعا ومن 25:35 بلغ 7.833 متطوعا ومن 35:40 بلغ 6.363 متطوعا، كذلك فيديو تعريفى عن الاتحاد.

– أعلنت 5 كيانات ومبادرات شبابية انضمامها للكيان الجديد "اتحاد شباب الجمهورية الجديدة"، حيث تقدم تحالف شباب 30 يونيو، وكيان شباب مصر، ومؤسسة بكرة لينا، وشباب يلا سيسي، ومبادرة السياسي الشاب بالانضمام، كما يضم يضم اتحاد شباب الجمهورية الجديدة عددا من الكيانات الشبابية، والمبادرات والحركات المعنية بالعمل العام، والتنمية المجتمعية والسياسية، والتجمعات الشبابية، يأتي في مقدمتها: مجموعة من خريجي الأكاديمية الوطنية للتدريب، متطوعو حياة كريمة، كوادر البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة، منتدى شباب العالم، المؤتمر الوطني للشباب.

وأبرز الموقع الرسمى لاتحاد شباب الجمهورية الجديدة، عددا من الأهداف الرئيسية متمثلة في:

– إشراك الخبرات العلمية من الفئات الشبابية تحت مظلة واحدة فى العمل الوطنى فى مختلف التخصصات على مستوى الجمهورية بشكل لا مركزي في إطار رؤية مصر 2030، وسياسات الدولة المصرية لبناء الجمهورية الجديدة

- تأسيس كيان وطنى يكون قادرًا على إحداث تغيير وتطوير فى الحياة المجتمعية، كذلك استثمار طاقات ورؤى وأفكار الشباب بما يساهم فى نهضة المجتمع المصرى، لإعداد جيل جديد من شباب مصر متدرب على التحديات والصعوبات ومسلحا بالخبرات العلمية.
- تنمية القدرات الشبابية من خلال إتاحة المزيد من فرص المشاركة فى الحياة المجتمعية وتوفير الفرص التدريبية والمنح التعليمية.
- زيادة الوعى الوطنى من خلال تمكين الشباب لتحمل المسئولية الوطنية تجاه الدولة والمجتمع.
- توسيع نطاق الشراكات مع كافة الجهات الحكومية والخاصة لدعم الكوادر وتمكين الكوادر الشبابية ذات الخبرات العلمية والعملية.
- دعم الحراك المجتمعى الشبابى من خلال توظيف بالقوى الشبابية فى عمل مؤسسى منظم.
- تخطيط وتنفيذ وتنسيق أنشطة مجتمعية وطنية لتنمية قدرات الشباب على مستوى المحافظات والاستفادة المثلى من القدرات الإبداعية.
- زيادة لوعى الشبابى بالقضايا الوطنية ودعم سياسة الحوار المجتمعى البناء ودعم مفهوم العمل السياسى المعنى بالقضايا الوطنية.
- دعم وتنفيذ الخطط التنموية المجتمعية وإرساء قواعد العمل التطوعى من خلال إتاحة الفرص للكوادر الشبابية للمشاركة الفعالة.

الجزء الثاني: تأثير المتغيرات الديموجرافية على معرفة و أتجاهات وسلوك عينة الدراسة نحو إعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة:

أشارت نظرية التهيئة المعرفية إلى بروز تأثير المتغيرات الديموجرافية المرتبطة بعينة الدراسة وكانت نتائج تأثيرها على متغيرات النظرية والدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد•• الذي يعتمد على قياس تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة (هنا خصائص عينة الدراسة) على المتغير التابع، وكانت النتائج كما يلي:

أولًا: النماذج الإحصائية التي ثبت معنويتها:

- تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغير (المرحلة العمرية) على متابعة إعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وبلغ معامل التحديد (R2 = .093)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت قيمة ف (25.524).
- تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغيري (المرحلة العمرية، والمستوى الاقتصادي) على تشكيل معارف عينة الدراسة حول الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وبلغ معامل التحديد (R2 = .117)، ويؤكد على

معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.000)، وكانت قيمة ف (16.430)، وكان التأثير الأول للمستوى الاقتصادي تلاه المرحلة العمرية.

- تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغيري (المرحلة العمرية) على تحقق التأثيرات الاتصالية المعرفية،و الوجدانية،و السلوكية لدى عينة الدراسة نتيجة متابعة إعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وبلغ معامل التحديد (R2 = .044)، ، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.001)، وكانت قيمة ف (11.332).

- تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغيرات عينة الدراسة كافة (النوع، والمرحلة العمرية، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي) على تحقق الثقة لدى عينة الدراسة نتيجة متابعة إعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة بوسائل الإعلام، وبلغ معامل التحديد (R2 = .818)، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.000)، وكانت قيمة ف (276.204)، حيث كان التأثير الأول لمتغير المستوى التعليمي تلاه النوع ثم المرحلة العمرية ثم المستوى الاقتصادي" على متغير "الثقة".

- ويتضح من النتائج السابقة أن متغير المرحلة العمرية يعتبر العامل المشترك في التأثير على كافة متغيرات الدراسة والنظرية، تلاه المستوى الاقتصادي الذي برز تأثيره على متغيرين فقط إلى جانب المرحلة العمرية وتمثل هذين المتغيرين في (تشكيل المعرفة، الثقة في الوسيلة)، ثم برز تأثير كل من متغيري النوع والمستوى التعليمي إلى جانب متغير المستوى التعليمي والمرحلة العمرية على متغير الثقة في الوسيلة.

- ربما يعد بروز متغير المرحلة العمرية في التأثير على كافة متغيرات الدراسة، لأن هذه القضية تمثل كافة فئات المجتمع سواء كان جمهور الشباب الذي يتطلع نحو مستقبل أفضل وجزء كبير من هذا المشروع يستهدف تنمية الشباب، إلى جانب باقي فئات المجتمع خاصة العاملين في الجهاز الحكومي الإداري.

الجزء الثالث: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة الميدانية:

- **الفرض الرئيسي الأول:** تؤثر المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة ثم تبني سلوك تفاعلي مع مشروع الجمهورية الجديدة، ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (10)

تأثير الاهتمام والمتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تبني سلوك تفاعلي مع مشروع الجمهورية الجديدة.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
سلوك تفاعلي مع مشروع الجمهورية الجديدة	0.006	1.508	0.221	الثابت (Constant)	41.992	0.000
				مستوى متابعة المشروع	-0.064	0.221
المعرفة	0.783	894.261	0.000	الثابت (Constant)	90.806	0.000
				مستوى متابعة المشروع	0.263	0.000

– يتفرع من هذا الفرض الرئيسي الأول فرضين فرعيين هما:

الفرض الفرعي الأول: تأثير المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة:

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة، وبلغ معامل التحـــــــــــــديد (R2 =0.783)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (متابعة قضية الجمهورية الجديدة) يفسر حوالي 78.3% من التغييرات التي تحدث من حيث تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.00)، وكانت قيمة ف (894.261)، وهو ما يعني أنه كلما ارتفعت متابعة قضية الجمهورية الجديدة لدى عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى المعرفة عنها بمقدار (B=0.263)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية قوية بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.885) وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفعت متابعتها لقضية الجمهورية الجديدة عبر وسائل الإعلام كلما ساعد ذلك على رفع معدلات المعرفة عنها.

الفرض الفرعي الثاني: تأثير المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تبني سلوك فعلي نحو مشروع الجمهورية الجديدة:

– ثبت عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين المتابعة لقضية الجمهورية الجديدة على تبني سلوك تفاعلي مع مشروع الجمهورية الجديدة، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمتها (.221)، وكانت قيمة ف (1.509)، حيث اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين متابعة عينة

الدراسة لقضية الجمهورية الجديدة وبين الالتحاق باتحاد الجمهورية الجديدة، في حين ثبت وجود تأثير لمتابعة التغطيات الإعلامية لمشروع الجمهورية الجديدة وارتفاع مستوى المعرفة عنه، وهو ما اتضح في إجابات عينة الدراسة على العبارات التي تقيس المعرفة التي تشكلت لدى الجمهور وتبني سلوك فعلي تفاعلي نحو مشروع الجمهورية الجديدة، ونتيجة مقياسي الدراسة، يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (6)

وزني مقياسي المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة وتبني سلوك فعلي نحوها

يتضح ارتفاع مستوى المعرفة التي تشكلت لدى الجمهور عن مشروع الجمهورية الجديدة بوزن 75.7 درجة، في مقابل انخفاض تأثيرها على عينة الدراسة سلوكيا في الالتحاق باتحاد الجمهورية الجديد أو تبني أي أنشطة مرتبطة بهذا الاتحاد، وذلك بوزن 38.32 درجة.

– **الفرض الرئيسي الثاني :** تؤثر الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على تحقق التأثيرات الاتصالية من المتابعة، ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (18)

تأثير الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على تحقق التأثيرات الاتصالية من المتابعة.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
التأثيرات الاتصالية	0.015	3.783	0.05	الثابت (Constant)	56.969	0.000
				الثقة	0.073	0.05
التأثير المعرفي	0.000	0.000	0.986	الثابت (Constant)	63.821	0.000
				الثقة	0.001	0.986
التأثير الوجداني	0.012	2.997	.085	الثابت (Constant)	56.297	0.000
				الثقة	0.074	0.085
التأثير السلوكي	0.034	8.677	0.004	الثابت (Constant)	50.788	0.000
				الثقة	0.144	0.004

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين الثقة نتيجة متابعة الجمهور لإعلان الجمهورية الجديدة على تحقق التأثيرات الاتصالية من متابعة تغطية وسائل الإعلام لهذه القضية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P-Value أقل أو تساوي 0.05، وبلغت قيمتها (0.05)، وكانت قيمة ف (3.783)، أى أنه كلما زادت درجة ثقة الجمهور في تغطية وسائل الاعلام لاعلان الجمهورية الجديدة ومشروع العاصمة الإدارية الجديدة ، كلما زادت التأثيرات المختلفة عليهم لا سيما السلوكية ، حيث اتضح وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين متغيري الثقة في التغطية و التأثيرات السلوكية من متابعة التغطية ، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.004)، وكانت قيمة ف (8.667)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (الثقة) يفسر حوالي 3.4% من التغييرات التي تحدث من حيث التأثير على السلوك الذي تتبناه العينة نحو مشروع الجمهورية الجديدة، وهو ما يعني أنه كلما ارتفع مستوى الثقة في متابعة قضية الجمهورية الجديدة لدى عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام ، يؤدي ذلك إلى رفع مستوى السلوك نحوها .

– **الفرض الرئيسي الثالث:** تؤثر مستوى الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على تشكيل المعرفة بالقضية و الاتجاهات نحوها، ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (19)

تأثير الثقة في الوسيلة الاتصالية التي يتم متابعة قضية الجمهورية الجديدة عبرها على اكتساب المعرفة وتشكيل الاتجاهات نحو القضية البارزة.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
اكتساب المعرفة	0.011	2.762	0.098	الثابت (Constant)	72.648	0.000
				الثقة	0.045	0.098
تشكيل الاتجاهات	0.015	3.827	0.052	الثابت (Constant)	51.566	0.000
				الثقة	0.082	0.052

– **يتفرع من هذا الفرض الرئيسي الأول فرضين فرعيين هما:**

الفرض الفرعي الأول: تأثير الثقة في تغطية قضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة:

يتضح من الجدول السابق عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين الثقة في متابعة قضية الجمهورية الجديدة على تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة،

ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمتها (0.098) وكانت قيمة ف (2.762)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

تشكيل المعرفة عن مشروع الجمهورية الجديدة *(0.045) +72.648 =Y

الفرض الفرعي الثاني: تأثير الثقة في تغطية قضية الجمهورية الجديدة على تشكيل الاتجاهات نحو مشروع الجمهورية الجديدة:

– ثبت عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين الثقة في تغطية قضية الجمهورية الجديدة على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو مشروع الجمهورية الجديدة، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمتها (.052)، وكانت قيمة ف (3.827).

مناقشة نتائج الدراستين"التحليلية والميدانية":

- ارتفع تأثير التغطية الإعلامية في الجانب المعرفي، حيث برز ارتفاع إدراك عينة الدراسة لماهية التكوين التكنولوجي للعاصمة الإدارية الجديدة، وأهمية هذا المشروع القومي في تحقيق عائد اقتصادي للدولة، وهو ما يتقارب مع التغطية الصحفية للجرائد الثلاث عينة الدراسة، والتي كان تركيزهم الرئيسي على أهمية تبني الدولة كل الآليات التي تمكن مصر من تحقيق التحول الرقمي في كافة المجالات، وقد برز في جريدة الوفد التركيز على متابعة الملفات التكنولوجية والعلمية وتحليل الجانب العلمي والتقني في المشروعات المرتبطة بالعاصمة الإدارية الجديدة بشكل خاص في الصفحة الخاصة بالمتابعات.

- تفاعل الجمهور مع المنشورات المتعلقة بالعاصمة الإدارية الجديدة، وهو الأمر الذي يعطي دافع للمؤسسات الحكومية وكذلك القائمين على ملف العاصمة الإدارية الجديدة والجمهورية الجديدة في استثمار إمكانات الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المنصات الرقمية والتطبيقات الهاتفية الخلوية في الإخبار والإعلام عن المشروعات القومية وتطوراتها، حيث سرعة وصول المعلومة للمواطن وضمانة لعدم حدوث أي شائعات قد تثار حول الأداء الحكومي، وقد كشفت الدراسة التحليلية عن أن التفاعل امتد لها وذلك عن طريق بعض التقارير المصورة التي تناولت القضية محل الدراسة، وكذلك ورود بريد قراء مرسل لجريدة الأهرام بخصوص القضية، وهو الأمر الذي يعطي مؤشرًا بأن هذه القضية لها خصوصيتها حيث حرص الجمهور على التفاعل معها سواء على مستوى الوسائل التقليدية أو الوسائل الحديثة.

- برز دور الصحف في إدراك الإعلاميين بأن نشر أخبار المشروعات القومية تُعد في إطار الإعلام التنموي، والذي يعد من أحد أهدافه هو تعميق فهم المواطن بالخطط التنموية الاستراتيجية ورؤيتها، وهو ما تسعى الدولة لتحقيقه، والذي كشفت عنه التغطيات القوية في كلا من جريدتي الوفد والأهرام، حيث كان هناك حرص على إبراز الدور المؤسسي الحكومي في متابعة مراحل تنفيذ المشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وكذلك حرص على إبراز دور القطاع الخاص في التفاعل مع هذا المشروع خاصة في مجالات الدعم التكنولوجي وضخ الاستثمارات العقارية في هذه المنطقة لإحياء هذا المشروع، كما أن أي مجالات تعاون تتم بين الدولة المصرية وجهات أجنبية مثل التعاون في مجال تركيب القطار الكهربائي السريع، يتم التركيز الإعلامي عليه، وهو ما يدلل على أن هناك متابعة جدية للمشروع وتداعياته، والتي يتأثر بها الجمهور بالتبعية، وفي هذا الشأن تواصل الحكومة استهداف الشركات العالمية لتوطين مشروعاتها في مصر، وبحث السبل والآليات والاستراتيجيات التي من شأنها زيادة حجم الاستثمارات في السوق المصري وتذليل أية تحديات قد تواجهها. [99]

- لم يكن هناك اتجاه من قبل الجمهور نحو تبني سلوك سياسي فعلي على أرض الواقع، حيث انخفاض مستوى الانتماء كسلوك نحو اتحاد الجمهورية الجديدة، ويرجع ذلك لضعف التغطية الصحفية لهذا الاتحاد ودوره، وبالقياس باقي وسائل الإعلام، حيث لم يرد ذكر هذا الاتحاد الهام الهادف لتمكين الشباب السياسي سوا في جريدة الأهرام فقط ولمرتين فقط، وهو الأمر الذي يترتب عليه ضرورة تعظيم باقي الصحف كالوفد والشروق تغطياتها الصحفية بخصوص هذا الاتحاد، مثلما اتسمت تغطياتهم بالجدية والموضوعية في مناقشة فكرة الجمهورية الجديدة وأبعادها وكذلك مبادرات الرئيس التنموية مثل مبادرة حياة كريمة التي أطلقت من قبل العاصمة الإدارية الجديدة.

- تميزت جريدة الوفد بإعداد ملف متابعات لمشروع الجمهورية الجديدة أو العاصمة الإدارية الجديدة كتسليط الضوء على الاستثمارات الخاصة بها وكذلك الإعلان عن أول جامعة معلوماتية تكنولوجية يتم إنشائها هناك، وغيره من مظاهر اهتمام الحكومة الفعلي بهذا المشروع وتطويره.

- كشفت الدراسة التحليلية عن بروز إعلانات تتناول مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وهو الأمر الذي برز أثره كمصدر من مصادر متابعة عينة الدراسة للإعلانات لهذا المشروع.

توصيات بخصوص التغطية الصحفية:

- لابد من وجود تغطيات مكثفة ومتابعات دورية للمشروعات القومية المرتبطة بالجمهورية الجديدة أو العاصمة الإدارية الجديدة من قبل وسائل الإعلام كافة، خاصة أن هذا المشروع له طبيعة خاصة، حيث لم يكن هناك تغطيات مكثفة عبر الفيديوهات وألبومات صور لمشروع العاصمة الإدارية الجديدة في كافة مراحله، حيث من المفترض كفرصة متاحة أن يكون هناك توثيق إعلامي وكذلك توثيق من الدولة لكافة مراحل تأسيس هذا المشروع القومي التنموي بشكل تفصيلي، ويتم من خلاله إعداد أفلام وثائقية تسجيلية تعد ملحمة توثيقة لهذا المشروع القومي.

- أن يكون هناك فريق إعلامي متخصص في متابعة ملف العاصمة الإدارية، وذلك لتعددها تابع لكيان مجلس الوزراء أو رئاسة الجمهورية، يوثق تفصيلًا للاجتماعات والقرارات الحكومية والتحضيرات الحكومية للمشروع، وذلك إلى جانب ما تم إثارته في الجزئية السابقة حول التوثيق بالصور لكافة هذه الإنجازات بمراحلها المختلفة، حيث فائدة هذا الفريق، هو إصدار أخبار متابعة يومية عن واقع التطورات التي تشهدها العاصمة الإدارية وذلك لأن الصحف أو وسائل الإعلام بشكل عام لديها ملفات متنوعة كثيرة داخلية وخارجية، لكن هذا الفريق متخصص في متابعة مشروع مصر الحضاري.

- أن يكون هناك تنوع في طبيعة المواد الصحفية من حيث استهداف الجمهور من كافة المراحل العمرية، حيث أثبتت نتائج تحليل الانحدار المتعدد بالدراسة الميدانية، أثر متغير المرحلة العمرية في التفاعل مع التغطيات الإعلامية الصحفية والتأثر بها وكذلك الثقة فيها، وبالتالي لابد أن يكون هناك وعي وإدراك من قبل الإعلاميين في تخصيص مواد تتابع المشروع وطبيعة الجمهور المستهدف منه، وكذلك إبراز بعض أشكال تفاعل الجمهور مع المشروع، وهو الأمر الذي لم يكن هناك تسليط للضوء عليه.

- كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن ارتفاع المتابعة عبر وسائل الإعلام الجديدة للمشروع وربما تعزو هذه النتيجة لانتشار امتلاك الجمهور المصري بشكل عام للهواتف الذكية، وفي نفس الوقت تتفاعل الصحف المطبوعة مع إمكانات الإنترنت حيث إتاحة مطبوعاتها الورقية الكترونيا على بوابتها الالكترونية في جزء مخصص لذلك، وهو الأمر الذي يؤكد أهمية الصحافة المطبوعة والالكترونية وتفاعلاهما معًا، وتقود هذه النتيجة لأهمية استمرار الصحف عينة الدراسة على فكرة التكاملية التي أبرزت نتائج الدراسة.

وتستخلص الباحثة من مناقشة نتائج الدراسة "التحليلية والميدانية"، بعض المعايير الهامة لنجاح الاتصال الحكومى للتغطيات الإعلامية المتعلقة بالمشروعات القومية، كما يلى:

- **مراعاة** صياغة الأخبار الحكومية إبراز عدد من القيم الهامة المتمثلة في:

أ- الكفاءة الحكومية في التخطيط وتحديد الفترات الزمنية والخطط الإصلاحية والتنموية، حيث قامت الحكومة بتكليف وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية بمسئولية متابعة مراحل تنفيذ التنمية المستدامة والتي من بينها المشروعات القومية والتي يمثل مشروع العاصمة الإدارية الجديدة وإعلان الجمهورية الجديدة أحدهم، وهذا التكليف تضمن مسئوليتها عن إعداد خطة واضحة للرؤية التنموية وكذلك تحديد أدوار الشركاء ما بين الحكومة والقطاع الخاص والحكومي والبرامج التنفيذية للأهداف، والتوعية المجتمعية التي يعد الإعلام شريك اصيل في التعريف بمنجزات وخطوات الحكومة، وبالتالي هنا تعد وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية القوى الفاعلة الرئيسية في متابعة تنفيذ رؤية مصر 2030، وهذا الأمر لم يكن واضحًا في التغطيات الإعلامية، حيث لم يكن هناك حرص من قبل التغطيات الإعلامية توضيح الخريطة الحكومية لتنفيذ المشروعات القومية، وبالتالي عدم وضوح أدوار القوى الفاعلة من الجهات الحكومية المنفذة للمشروعات القومية.

فقد كانت التغطيات الإعلامية للمشروعات القومية ومنها العاصمة الإدارية مجزأة بمعنى تقديم تفاصيل عن المشروع بشكل منفصل عن ارتباطه بالرؤية التنموية للدولة وأهدافها العامة ورسالتها لأجل نقل الدولة لمصاف الدول المتقدمة وتحقيق التحول الرقمي.

ب- الإنجاز، حيث أن هذه القيمة الإخبارية ضروري إبرازها في الصياغة الإخبارية للمشروعات القومية، حيث أن التغطيات الإعلامية تكون عبارة عن نقل لتداعيات أحداث أو أخبار عن عزم الحكومة لافتتاح مشروع قومي أو افتتاح مشروع، دون أن يكون هناك متابعات دائمة أو عمل ملفات متابعة للمشروعات القومية بمراحل التنفيذ، وقد اتجهت جريدة الوفد نحو تخصيص صفحة تحت اسم متابعة، لكنها تتضمن ليس في كل الأعداد خبر عن المشروعات القومية المرتبطة بالعاصمة الإدارية وليس متابعة يومية لكافة المشروعات المرتبطة بالعاصمة الإدارية والتي تتعدد برامجها.

ت- وضوح الشركاء في تنفيذ المشروعات القومية خارج إطار الجهاز الحكومي، حيث أن رؤية التنموية للدولة قائمة على وجود حوار مجتمعي

جاد حول كافة المشروعات القومية التي تتولى الدولة تنفيذها، وهنا بخصوص تحفيز المجتمع المحلي الداخلي، لم يكن هناك تغطيات جادة لكافة أدوار شركاء النجاح في مشروع العاصمة الإدارية، حيث أن التركيز الأكبر على أدوار الوزارات المرتبطة بالمشروعات التي تم تغطيتها، لكن لا يوجد تغطيات متعمقة وتحقيقات صحفية، لكن يمكن القول أن جريدة الوفد تميزت بعمل تغطيات مكثفة لدور القطاع الخاص في العاصمة الإدارية الجديدة.

- **أن يكون هناك حوار إعلامي جاد وثابت حول تداعيات مشروع الجمهورية الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة،** حيث تميزت التغطية الصحفية لجريدة الوفد في المقام الأول بوضوح فكرة المشروعات القومية بها، وكذلك بتركيزها على مفهوم الجمهورية الجديدة ومشروعات التابعة للعاصمة الإدارية الجديدة، وإن كان التركيز على مشروعات النقل وافتتاح شركات خاصة بها ومشروع مدينة المعرفة الجامعية، والجدير بالذكر أنها تعد مدينة متكاملة رقمية، وبالتالي لابد من **تغطية كافة جوانب المشروع مثل الجانب الصحي، والجانب الاجتماعي، لكن يحسب لتغطية جريدة الوفد إشارتها لمدينة العدالة الرقمية بالعاصمة، وكذلك الإشارة للربط بين رقمنة مصلحة الضرائب وارتباط ذلك بالعاصمة، لكن لم يكن هناك تغطيات صحفية مكثفة للأوضاع الصحية في العاصمة الإدارية الجديدة.**

- لم تتضمن التغطية تحقيقات تنقل اراء الجمهور المصري في مشروع الجمهورية الجديدة أو العاصمة الإدارية، وكذلك لم يكن هناك توضيح مكثف لدور المجتمع المدني في تعزيز هذه المشروعات أو مساهماتها بهذه المشروعات، وكذلك لم يكن هناك توضيح لدور المؤسسات الثقافية والاجتماعية بشكل خاص في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالعاصمة الإدارية.

مقترحات الدراسة: أن يتم إثراء المكتبة البحثية بمزيد من البحوث العربية عن الموضوعات التالية:

أ- تغطيات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للمشروعات القومية باختلاف أنواعها.

ب- تغطيات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للمدن الذكية وتطوراتها على مستوى مدن الجيل الرابع التي تتجه الدولة لبنائهم.

ت- دراسات مسحية لتأثيرات المعالجة الإعلامية لمشروعات القومية على الجمهور وتحقيقها أهداف الدولة التنموية.

مراجع الدراسة :

[1] https://www.youtube.com/watch?v=NULZWx8Lctg [1]

[2]سحر أحمد غريب، "دور أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام، 2018) ص 3

[3]أسراء محارب الهوارى ، أطر معالجة مشروع قناة السويس الجديدة في الصحف الألكترونية العربية و الأجنبية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة جنوب الوادى ، كلية الاعلام و تكنولوجيا الاتصال ، 2020)

[4] سحر أحمد غريب، مرجع سابق

[5]أمنية سامي محمد عامر،معالجة الصحف الألكترونية المصرية لمشروع قناة السويس الجديدة و علاقتها بأتجاهات المراهقين نحوه، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس ، كلية الدراسات العليا و الطفولة ، قسم الاعلام و ثقافة الأطفال ، 2018)

[6] أمينة عبد الرحمن أحمد. منى جابر هاشم. دور الصحف الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة.** كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 11. 2017.

[7]حسام فاروق عبد الرحمن، "دور الصحافة في وضع أألجندة السياسية في مصر: بالتطبيق على مشروع قناة السويس الجديدة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قناة السويس، كلية التجارة، قسم العلوم السياسية, 2016م.

[8]محمود محمد عبد الحليم ،" اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، ، المجلد 16، العدد 4، الخريف 2017، الصفحة 429-496

[9] محمد رفاعي شوقي إبراهيم. دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية. **رسالة ماجستير غير منشورة. (**جامعة حلوان: كلية الأداب، قسم الإعلام، 2020)

[10]أمنية رزق عوض الجسطي ،" معالجة التلفزيون المصرى للمشروعات القومية – دراسة حالة لمشروعات الأسكان "،رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأسكندرية،كلية الأداب ، قسم الأجتماع ، 2019)

[11] إيمان عبد الله عبد العظيم. التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب الجامعي نحوها. **رسالة ماجستير غير منشورة.** (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2019)

[12]علاء الشامي و أخرون ، " أطر المعالجة الاعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرو في الدول العربية :قدراسات حالة لمشروعات الهيئة الملكية للجبيل و ينبع بالسعودية- قناة السويس الجديدة بمصر – اقلاع للنهوض بالصناعة المغرب ، دراسة مقدمة للمنتدى السنوى السابع للجمعية السعودية للاعلام و الاتصال : الاعلام و الاقتصاد تكامل الأدوار في خدمة التنمية ، أبريل 2016

[13]علاء أحمد مرتضى، "دور التلفزيون المصري في دعم المشروعات القومية", رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة و التلفزيون، 2015م.

[14] منة الله حسين مأمون،"دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة 2020 وتقييم النخبة لها. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2021) .

[15] أحمد محمد السيد. تحليل القيم البيئية الأساسية للتنمية المستدامة في الإعلام: دراسة تطبيقية لمواد إعلامية مختلفة على شرائح من الجمهور. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة عين الشمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم الإنسانية البيئية، 2021)

[16] فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي. الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار استراتيجية التنمية المستدامة 2030. **مجلة البحوث الإعلامية.** كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 54. الجزء الثالث. 2020.

[17]أحمد أبراهيم أحمد الحفناوى ، اعتماد الجمهور المصرى علي البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة 2030 " ، المجلو العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلن ، العدد 19،يناير – يونيو 2020

[18] Soad Matara ," Media Coverage, Environmental Issues, and Sustainable Development in the UAE", International Journal of Innovation, Creativity and Change. www.ijicc.net
Volume 12, Issue 6, 2020

[19] Amr ElAlfy, et al ," Corporations and sustainable development goals communication on social media: Corporate social responsibility or just another buzzword?".

[20]ربيعة مانع الحمداني ، وفاء كنعان خضر ،" دور وسائل الاعلام في تدعيم التنمية المستدامة من وجهه نظر أساتذة الجامعة ، مجلة التربية و العلوم الاجتماعية ، جامعة تكريت العراق ، العدد 6، مجلد 3، 2019

[21] أنعام مجدي إبراهيم، "التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في مصر واتجاهات النخبة نحوها: دراسة تطبيقية. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2018)

[22] Nefi Wole-Abu," The Role of Traditional Media in the Propagation of the Sustainable Development Goals in Nigeria", International Journal of African and Asian Studies, Vol.43, 2018

[23]محمود محمد ذكي، التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل. **رسالة ماجستير غير منشورة.** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018)

(24) صالح بن ابراهيم السكاكر:" واقع التنمية الاجتماعية المستدامة في ضوء رؤية المملكة 2030"، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الإستراتيجية، 2018 . **Available https://repository.nauss.edu.sa/handle**

[25] نرمين إبراهيم علي اللبان، إستخدام الإرشيفات الوطنية لشبكة الفيس بوك في التنمية المستدامة، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات**، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، ، مج5, ع2، يونيو 2018 ، ص ص 191 – 227.

[26]رضا عبد الجواد أيمن ، "اعتماد الجمهور البحريني علي الاعلام الجديد كمصر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة "، المجلة العربية للاعلام و الاتصال ، العدد 17، أبريل – يونيو 2017

27 Peace Ireju Amannah. THE ROLE OF THE MEDIA OF NATIONAL DEVELOPMENT. Icheke journal of the faculty of humanities. Rivers State University of Science and Technology. Vol 11. No 1. Sep 2017.

[28] خالد محمد محسن. تطوير الرسالة الإعلامية بالصحف المسائية لتنمية المواطنة البيئية لدى القراء في ضوء أبعاد التنمية المستدامة: دراسة تطبيقية. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي. 2015)

[29] Dr. Malik Zahra Khalid, Dr. Aaliya Ahmed, Dr. Sabeha Mufti. Media and Development in Society: Continuity and Challenges. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 20, Issue 11, Ver. II (Nov. 2015) PP 47-54

[30]إيمان بالله ياسر عبد الرحيم ، " الخطاب الصحفي الإفريقي تجاه قضايا لاتنمية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة ، 2013)

[31]مجدى محد عبد الجواد ، " دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007 " ، مجلة حوليات الأدب و العلوم الأجتماعية ، مجلس النشر العلمي ، الكويت ، عدد 33، 2012 ،

[32] Payel Sen Choudhury. MEDIA IN DEVELOPMENT COMMUNICATION. Global Media Journal – Indian Edition/ Vol. 2/No.2. December 2011

[33]

https://www.sis.gov.eg/Story/219409/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%89-%D9%85%D8%B5%D8%B1?lang=ar

[34] بناء مدن الغد الذكية المستدامة. **أخبار الاتحاد.** الاتحاد الدولي للاتصالات. العدد 2. 2016. ص 6

[35] حاتم حمودي حسن. المدن الذكية ودورها في حل مشكلات الخدمات المجتمعية في المدن: مدينة بغداد أنموذجا. **مجلة مداد الأداب.** كلية الاداب. الجامعة العراقية. ص 646 . متاح على الرابط التالي: https://www.iasj.net/iasj/download/e39688b69ae8c5aa

[36]محمد الحديدي، (2005). "أثر النص الخبري في معارف واتجاهات القراء نحو القضايا البارزة: دراسة تجريبية على عينة من قراء الصحف في مصر"، **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (القاهرة: قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص- ص 57-58.

[37]MarianaGoya Martinez, (2012) "Priming and Context Through Cognitive and Advertising Lenses", **Paper presented at The Annual Meeting of the International Communication Association,** Phoenix, AZ, May 24, , p.2.

38 آمال حسن الغزاوي. خلود عبد الله ملياني. اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.** جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 11. 2017. ص 7

(39)Matthew Thornton and ChrisWeber, (2012) "Accessibility or Applicability? Religious Appeals and the Activation of Religious Considerations in Campaign Ads", **Paper presented at The Annual Meeting of The Southern Political Science Association,** New Orleans, Louisiana, Jan 12, p.3.

, Jeffrey Karp and Jack ., Susan Banducci.(40)Daniel Stevens Vowels.,(2009) "Media, Priming, and Leadership Evaluations in Britain", **Paper presented at The Annual Meeting of The Midwest Political Science Association 67the Annual National Conference,** Chicago, IL, 02, , p.4

(41) Ryan Claassen.(2008) "Information Effects and Campaign Effects: Maximum Effects for Minimum Citizens?", **Paper presented at the Annual Meeting of the APSA 2008**, Hynes Convention Center, Massachusetts, p.11

(42) شيماء ذو الفقار، (2000). "دور المادة الإخبارية في التليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة: قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص93.

(43)ولاء العقاد، (2011) "معالجة القضايا المقدمة في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص91..

44 شيماء ذو الفقار. **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية.** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.2009. ص ص. 89-90

45) دينا يحيي، تأثير أبعاد الإطار الإعلامي للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأي العام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، يناير –ديسمبر2003، ص200

(46) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ لستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية.** (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).

47أ و هم : .د. سلوى سليمان الأستاذ بكلية الأداب جامعة عين شمس

أ.م.د. ايناس عبد الحميد وكيل كلية الاعلام جامعة الأهرام الكندية
أ.م.د. مني عبد الوهاب الأستاذ المساعد بكلية الاعلام جامعة القاهرة

48 جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، **التحليل الإحصائي باستخدام برامج "Spss"**، ط2، (القاهرة:دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006).

[49] https://gate.ahram.org.eg/daily/News/203852/4/820160/%D9%82%D8%B6%D8%A7%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%A1/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%88%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9.aspx

[50]- مقال بعنوان " الأبعاد الاجتماعية والثقافية للخريطة الجديدة لمصر""، د.علي الدين هلال، الأهرام، 8 أغسطس 2021، ص 11.

[51] خطة العام الرابع (2021- 2022) من الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة (2019/2018-2022/2021). وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية. رؤية مصر 2030. ص ص 220- 221

[52]- حوار، الشروق، 19 أغسطس 2021، ص 4.

53- مقال بعنوان "وقوع السيستم"، بسمة عبد العزيز، الشروق، 7 أغسطس 2021، ص 5.

[54]- مقال بعنوان "الجمهورية الجديدة وهيكلة إدارة الدولة"، حماد عبد الله حماد، الأهرام، 24 أغسطس 2021، ص10.

[55]- تم الرجوع إلى:
- بدوي السيد بخيلة، الأهرام، 8 أغسطس 2021، ص5.
- هند السعيد، الأهرام، 8 أغسطس 2021، ص5.
- مقال بعنوان "الجمهورية الجديدة تستحق وقود ديزل أفضل"، د.م. نادر رياض، الأهرام، 8 أغسطس 2021، ص10.

[56] خبر, الشروق ،. 28 يوليو 2021 ، ص 2.

[57]- - الشروق، 27 يوليو 2021، ص5.

[58]- إيمان عراقي، الأهرام، 11 أغسطس 2021، الصفحة الأولى.

[59]- محمد عنتر، الشروق، 16أغسطس 2021، ص3.

[60] ملف متابعات. جريدة الوفد. الثلاثاء 10 أغسطس. 2021. ص 2

[61]-أحمد عواد، الشروق، 11 أغسطس، الصفحة الأولى.

[62] منة الله جمال. تحقيق. جريدة الوفد.

- الأربعاء 25 أغسطس 2021. ص 6
- الأربعاء 18 أغسطس 2021. ص 6.
- ملف فنون. الأربعاء 11 أغسطس 2021. ص 7.

[63]- مقال بعنوان "البعد الثقافي للجمهورية الجديدة"، د. مصطفي فقي، الأهرام، 3 أغسطس 2021، ص10.

[64]- مقال بعنوان " ارتفاع الأداء الاقتصادي كأحد تداعيات الجمهورية الجديدة "، عمود رأي الأهرام، الأهرام، 27 يوليو 2021، ص3.

[65] صلاح الدين عبد الله. جريدة الوفد. الأحد 15 أغسطس. 2021. ص 1.

[66] تم مراجعة:
- حوار صلاح السعدني. جريدة الوفد. السبت 28 أغسطس 2021. ص 4.
- عبد الرحيم أبو شامة. جريدة الوفد. الجمعة 27 أغسطس 2021. ص 3

[67]- تم الرجوع إلى:
- أ.ش.أ، الأهرام، 27 أغسطس 2021، ص5.
-الشروق،10 أغسطس 2021، ص5.

[68] أحمد دراز، شيرين عجمي. جريدة الوفد.
- الأحد 22 أغسطس. 2021. ص 2.
السبت 21 أغسطس. 2021. ص 1.

[69] ملف متابعات. جريدة الوفد.الجمعة 13 أغسطس. 2021. ص 2.

[70]- مقال هوامش حرة، بعنوان " الريف المصري بين بناء البيوت وإنقاذ العقول "، فاروق جويدة، الأهرام، 6 أغسطس 2021، ص13.

[71]- تم الرجوع إلى:
- مقال بعنوان " شباب مصر درة تاج الوكن ونبض قلبه "، د.جهاد عامر، الأهرام، 16 أغسطس 2021، ص 11.
- مقال بعنوان " الشباب ومستقبل مصر "، مصطفى كمال السيد، الشروق، 16 أغسطس 2021، ص 4.

[72] حازم العبيدي. حوار. جريدة الوفد. الخميس 5 أغسطس 2021. ص 5.

[73] حوار صلاح الدين عبد الله. القطاع العام لاعب رئيسي في البناء..والخاص يقود استكمال التنمية. جريدة الوفد. الأحد 29 أغسطس 2021. العدد 783-1- السنة الخامسة والثلاثون. ص 6

[74] ملف متابعات. جريدة الوفد. 5 اغسطس 2021. ص 9.

[75] مجدي حلمي. العاصمة الإدارية ومكافحة الفساد.جريدة الوفد. السبت 28 أغسطس 2021. ص 4.

[76]- تم الرجوع إلى :
- الأهرام، 18 أغسطس 2021، الصفحة 5.
- الأهرام، 27 أغسطس 2021، الصفحة 10.

[77] حوار. جريدة الوفد. الجمعة 20 أغسطس 2021. ص 5.

[78]خبر. جريدة الوفد. ملف متابعات. الخميس 19 أغسطس 2021. ص 3.

[79]-محمد عنتر،الشروق،30 يوليو، الصفحة الأولى.

[80]- مقال صندوق الأفكار، عبد المحسن سلامة، الأهرام، 11 أغسطس 2021، ص2.

[81]محمد إبراهيم أحمد. اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة 2030. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.** كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 19. 2020.

[82]أمنية عبد الرحمن توفيق الديب. الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية ودورها في إدارة العلاقات مع الجمهور. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.** كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 21. 2021.

[83] منة الله حسين مأمون،" **مرجع سابق،** 2021.

[84] مسار التحول إلى التنمية المستدامة: مصر تمضي قدما نحو 2030. وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. 2020. ص 36

[85] وفاء محمد إبراهيم الشرقاوي. استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. **رسالة ماجستير غير منشورة.** (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2020)

[86] وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية. خطة الربع الرابع للتنمية المستدامة. 2021-2022. **مرجع سابق.** ص 83.

[87] بسام سمير الرميدي. العاصمة الإدارية الجديدة في مصر كنموذج رائد للمدن الذمية في إفريقيا. **بحث منشور في المؤتمر الدولي المغاربي الأول لمستجدات التنمية المستدامة المنظم من 12 إلى 16 مارس 2021.** المغرب. 2021. ص ص 6-7

[88] غادة عبد المعطي. شيماء سليمان. تطبيقات التكنولوجيا الذكية في صناعة السياحة والضيافة بالعاصمة الإدارية الجديدة. **مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والفنادق.** المجلد 19. العدد 2. 2020. ص ص 102- 129.

[89] محمود محمد محمود. دور التكنولوجيا الحديثة في رفع القدرة التنافسية للاقتصاد المصري. **رسالة دكتوراه غير منشورة .** (جامعة بنها: كلية الحقوق، قسم الاقتصاد والمالية العامة، 2021)

[90] أحمد السيد عبد الرازق. تطور المحليات ورفع كفاءة الأداء في ظل ثورة المعلومات: دراسة ميدانية بمحافظة الدقهلية. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة المنصورة: كلية الأداب. قسم علم الاجتماع، 2021)

91 أماني ألبرت. استراتيجيات تسويق المزايا التنافسية للدولة المصرية في ضوء رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية لموقع رئاسة الجمهورية. **مجلة البحوث الإعلامية.** كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 57. الجزء الأول. إبريل 2021. ص ص 37- 40.

[92] مسار التحول إلى التنمية المستدامة: مصر تمضي قدما نحو 2030. وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. 2020. ص 28

93 غادة مصطفي البطريق. التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها. **مجلة البحوث الإعلامية.** كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 55. الجزء الأول. الخريف 2020.

[94] هبة فريد عبد الحميد محرم. التواصل الالكتروني وتطوير الأداء الحكومي: دراسة ميدانية لبعض الوزارات الخدمية. **رسالة ماجستير غير منشورة.** (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم التربية. قسم الاجتماع. 2019)

95 هبة أحمد رزق الخولي. معالجة الصحف الالكترونية للحراك التنموي في مصر: دراسة تحليلية. **رسالة ماجستير غير منشورة.** (جامعة دمياط: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021)

[96] هاني فتحي على محمد. دور القنوات الفضائية في التسويق الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة بصعيد مصر. **رسالة دكتوراه غير منشورة.** (جامعة سوهاج: كلية الأداب. قسم الإعلام، 2021)

97قيادات حزبية وشبابية": مبادرة حياة كريمة تعكس قوة الجمهورية الجديدة.. واتحاد شباب الجمهورية خطوة جديدة نحو التمكين. يوليو 2021. متاح على الرابط الالكتروني: https://www.elbalad.news/4892834

98 الموقع الرسمي لاتحاد شباب الجمهورية الجديدة: الرابط الالكتروني، https://www.nregypt.com/

- تحليل الانحدار المتعدد التدريجي باستخدام طريقة Stepwise والذي يهتم بترتيب المتغيرات حسب أهميتها في تفسير المتغير التابع، ويتم استخدام الانحدار الخطي المتعدد في حالة توافر الشروط التالية: (أن تكون العلاقة خطية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع– أن تكون البيانات موزعة توزيعا طبيعيا للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع، ويجب أن تكون قيم المتغير التابع من المستوى الترتيبي على الأقل).
- **تمثلت معادلة الانحدار الخطي المتعدد:** Y= A+ B1X1+ B2X2+ B3X3.....+ e، وتفسير المعادلة كما يلي:

– الرمز (y) يعبر عن المتغير التابع.
– والرمز (X1) يعبر عن المتغير المستقل الأول والذي يتعدد في حالة الانحدار المتعدد برمز (X2) و(X3) وهكذا.
– والرمز (a) يعبر عن قيمة ثابتة Constant
– والرمز (B1) يعبر عن ميل الانحدار y على المتغير المستقل الأول، والرمز (B2) يعبر عن ميل الانحدار y على المتغير المستقل الثاني، وهكذا.

99 خطة متابعة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية. 2021-2022. مرجع سابق. ص 98.