

تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية وانعكاسه على تقييم السياسات التنموية

فوزية فيصل الطيب أحمد (*)

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بالتنمية المستدامة لا سيما بعد وضع أجندة الأمم المتحدة لعام ٢٠٣٠ بأهدافها (السبعة عشر)، وغاياتها (المائة وتسع وستون) في يناير ٢٠١٦، والتي اعتمدها قادة العالم في القمة العالمية التي عقدت في سبتمبر ٢٠١٥، وتهدف هذه الخطة إلى تحديد اتجاه السياسات العالمية والوطنية المعنية بالتنمية، كما أنها تشكل إطاراً عاماً يوجّه العمل الإنمائي العالمي والوطني. واستجابة لتلك الجهود العالمية فقد وضعت الدولة المصرية رؤية مصر ٢٠٣٠ في فبراير ٢٠١٦ وهي أجندة وطنية تعكس الخطة الاستراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كافة المجالات، وتمثل رؤية مصر ٢٠٣٠ محطة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة في مصر تربط الحاضر بالمستقبل وتهدف لبناء لوطن متقدم ومزدهر.

وتنفيذاً لتلك الرؤية فقد أطلق السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي العديد من المبادرات التنموية في كافة المجالات، وقد شكلت المبادرات الرئاسية نقطة فارقة ومضيئة داخل المجتمع في ظل حرص القيادة السياسية على إحداث تغييرات نوعية، وبناء الإنسان المصري صحياً واجتماعياً وتعليمياً بجانب توطين مفهوم العدالة الاجتماعية.

ولما كانت التنمية تستهدف (الإنسان) في المقام الأول، فإن الأمر يحتاج إلى توعية، ومن هنا جاءت العلاقة الوثيقة بين وسائل الإعلام والتنمية حيث يأتي دور الإعلام كأداة من أدوات التنمية المجتمعية يعمل على إحداث التحول الاجتماعي من خلال عرض القضايا التنموية ومناقشتها لرفع مستوى الوعي لدى الأفراد، والعمل على تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تساهم في التنمية، وأيضاً توفير الدعم والمساندة للبرامج التنموية والتي تستلزم مشاركة واستجابة جماهيرية.

ونجد أن الصحافة الإلكترونية كأحدى أهم وسائل الإعلام الإلكتروني يقع عليها دور هام كشريك في التنمية نظراً لقدرتها على تنمية معارف الجمهور وتثقيفهم وتزويدهم بالمعلومات الصادقة والصحيحة، وتشكيل الاتجاهات حول المبادرات

(*) هذا البحث مستل من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [تقييم النخبة الإعلامية لمعالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية المتعلقة بالتنمية المستدامة: دراسة ميدانية]، وتحت إشراف أ.م.د. أحمد حسين مجدين - كلية الآداب - جامعة سوهاج & د. نها السيد عبد المعطي - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

الرئاسية والتفاعل معها تضامنا مع جهود الدولة وللمشاركة في تحقيق الأهداف التنموية.

وتعد النخبة من الفئات المتميزة حيث تتوفر بهم خصائص وقدرات تمكنهم من قيادة المجتمع والتأثير في مساره، وتختص النخبة بالتأثير الكبير على المشهد السياسي والاجتماعي وهم الأكثر متابعة لوسائل الإعلام بحكم مكانتهم التي تستوجب المعرفة والاهتمام بشئون الحياة المختلفة ومنها التنمية وبالتالي هم الأجدر بالحكم على السياسات التنموية للدولة ومقدار ما حققته المبادرات الرئاسية من تقدم في المجتمع نحو تطبيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية، وتقييم فاعليتها في تحقيق السياسات المعنية بالتنمية المستدامة.

الدراسات السابقة

المحور الأول: علاقة النخبة بوسائل الإعلام والصحف الإلكترونية

فقد توصلت دراسة (السيد، ٢٠٢٣) إلى اعتماد النخبة المصرية على الوسائل الرقمية كالمواقع الإلكترونية في متابعة القضايا المناخية بالتطبيق على مؤتمر قمة المناخ العالمي (COP 27) لسهولة الوصول إليها وتوفير للجمهور التفاعلية، والانتقائية في التعرض، وقراءة التفاصيل بعمق.

وبالتطبيق أيضا على القضايا المناخية أشارت دراسة (أبو مندور، ٢٠٢٣) إلى أن التعرف على الإجراءات الاحترازية التي يتبعها العالم للحد من التغيرات المناخية جاءت في مقدمة الأسباب التي دفعت النخبة الأكاديمية المصرية إلى متابعة المواقع الثلاثة (BBC، الحرة أمريكا، الصين)، يليها في المرتبة الثانية التعرف على حجم الخسائر والضحايا جراء التغيرات المناخية، وفي المرتبة الثالثة جاء التعرف على التصورات الإجرائية الناتجة من مؤتمر قمة المناخ العالمي Cop27 للحد من التغيرات المناخية.

وكشفت دراسة (سليمان، ٢٠٢٢) أنه تصدرت الأهداف المتعلقة بالفهم الترتيب الأول من أهداف اعتماد النخبة عينة الدراسة على مواد الرأي بالصحف الإلكترونية، حيث جاء في مقدمتها زيادة الفهم والمعرفة بخطورة فيروس كورونا المستجد، ثم إزالة الغموض حول أعداد المصابين والوفيات لفيروس كورونا حول العالم، وجاءت الأهداف التوجيهية في الترتيب الثاني وفي مقدمتها المساعدة على التعمق في معرفة وجهات النظر المختلفة حول طرق الوقاية من فيروس كورونا، يليها تكوين رأي سليم حول الآثار الناجمة عن الأزمة.

وفي إطار الاعتماد المتبادل بين النخب ووسائل الإعلام فقد قارنت دراسة (Wolfgang, et al. 2021) تصريحات الصحفيين السياسيين الأمريكيين (٢٠٤ مفردة) من خلال الاستبيان مع تحليل محتوى تقاريرهم، وكشفت الدراسة أن عددا

محدودا من الصحفيين يعكسون وجهات نظر متنوعة في تقاريرهم، حيث اعتمد معظم الصحفيين بشكل كبير على مصادر النخبة، كما أن الصحفيين الذين أفادوا في الاستبيان أنهم يفضلون المصادر المستقلة، أدرجوا تنوعاً أكبر في وجهات النظر في تقاريرهم.

وقد قيم ١٩ من الصحفيين في فنلندا تعددية المصادر في الموضوعات الاقتصادية في دراسة (Harjuniemi. 2021) حيث كشفت النتائج عن سيطرة مصادر النخبة على النقاش الصحفي حول السياسة الاقتصادية، وتُظهر المقابلات أيضاً أن الأزمات في السياسة الاقتصادية، مثل جائحة كوفيد-١٩ وتداعياتها قد خلق مساحة لمزيد من تعددية المصادر في الصحافة الاقتصادية.

وكذلك أوضحت دراسة (Baek& Lee. 2020) الفروق في درجة الاعتماد على المصادر العامة والنخبوية في الأخبار الاقتصادية المنشورة في ثلاث صحف كورية جنوبية - تشوسون إلبو، وجونج أنج إلبو، ودونج إيه إلبو - في الفترة من ١٩٩٤ إلى ٢٠١٤. حيث على الرغم من تنوع المصادر التي تم استخدامها خلال التغيرات الديناميكية في الاقتصاد الوطني، بما في ذلك الأزمة المالية عام ١٩٩٧ والركود في الطلب المحلي عام ٢٠٠٤، إلا أن مقدار ومعدلات الزيادة كانت بارزة في الغالب في استخدام المصادر النخبوية ليس فقط في الأخبار الاقتصادية غير الموجهة للحياة اليومية كالسياسات المالية والأزمات، ولكن أيضاً في الأخبار الاقتصادية الموجهة نحو الحياة اليومية مثل (معدلات التضخم والضرائب والاستثمارات والعقارات والأسعار والاستهلاك والمنتجات...إلخ)

وبالنسبة إلى تأثير وسائل الإعلام على النخبة توصلت دراسة (المرزوقي. ٢٠٢٠) إلى تعدد التأثيرات الناتجة عن متابعة النخبة لمضامين المواقع الصحفية الإلكترونية ومن أبرزها التأثيرات المعرفية والتي تمثلت في فهم الأحداث المختلفة من خلال التحليل المتعمق لها ومعرفة المعلومات الصحيحة عن الشائعات التي تروجها وسائل الإعلام الأجنبية والتأثيرات السلوكية حيث جاء في مقدمتها توجيه نشر الوعي بأهمية الحفاظ على قيم الاعتدال والوسطية وتبادل النقاش مع الآخرين حول تطورات الأحداث الجارية والتأثيرات الوجدانية والتي جاء في مقدمتها المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة والرغبة في الالتزام نحو أداء واجبي نحو وطني.

وتوصلت دراسة (Sevenans. 2018) إلى أن النخبة السياسية (٤١٠) مفردة من السياسيين في بجيكا، كندا، والنظام الإسرائيلي كانوا أكثر استجابة لوسائل الإعلام من غيرهم نتيجة لموضوع القضايا التي تنشرها وسائل الإعلام (تأثير المعلومات) وليس نتيجة لمجرد نشر هذه المعلومات (تأثير القناة الإعلامية). كما أنه اتفقت نسبة ٦٠% أن القضايا التي تحظى باهتمام وسائل الإعلام يوليها السياسيون عينة الدراسة قدرًا أكبر قليلاً من الاهتمام مما كانت عليه قبل النشر (تأثير وجداني)

وقد أوضحت دراسة (Zoizner et al., 2017) أن سلوك النخب السياسية عينة الدراسة (١٩٧ سياسياً في بلجيكا وكندا والنظام الإسرائيلي) وتحديدًا استجاباتها لوسائل الإعلام لا تحدده القيود المؤسسية فحسب، بل أيضاً من خلال الأهداف والتفضيلات الفردية؛ فالنخب التي تهدف المنافسة السياسية (أعضاء الأحزاب) يحاولون الوصول إلى جمهور أوسع وبالتالي أكثر استجابة لوسائل الإعلام، كذلك تختلف درجة استجابة السياسيين لوسائل الإعلام حسب دورهم التمثيلي؛ فالسياسيون الذين يعتبرون أنفسهم وسيطاً لمطالب الجمهور أكثر استجابة لوسائل الإعلام من السياسيين الذين يتصرفون بناء على حكمهم الخاص. كما أن النواب المنخرطين في مجموعة واسعة من القضايا العامة هم أيضاً أسرع استجابة إلى الأجنحة الإعلامية.

المحور الثاني: المبادرات الرئاسية وقضايا التنمية المستدامة في وسائل الإعلام الإلكترونية

فقد كشفت دراسة (العدوي، ٢٠٢٣) إلى ارتفاع معدلات تعرض النخبة للحملات الإعلامية للمبادرات الرئاسية عبر المواقع الصحفية الإلكترونية حيث جاءت المتابعة الدائمة في الترتيب الأول يليها أحياناً ثم نادراً. وجاءت المواقع الإلكترونية الصحفية في المرتبة الثالثة بعد وسائل التواصل الاجتماعي والدورات التعليمية على الترتيب.

وأظهرت دراسة (هلال، ٢٠٢٣) أنه فيما يتعلق بدرجة حرص المواطنين عينة الدراسة على متابعة المبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجد أنه جاءت "دائماً" في المقدمة، يليها في المرتبة الثانية "أحياناً"، بينما جاءت "نادراً" في المرتبة الأخيرة. وجاء تطبيق اليوم السابع في المقدمة، يليه تطبيق نبض الإخباري، ثم جاء تطبيق الأهرام في المرتبة الثالثة.

أما دراسة (de Morais Pinto et al. 2021) فقد كشفت أن الإعلانات الخارجية أكثر الوسائل المستخدمة في الحملات الصحفية التي تستهدف تعزيز وعي ومشاركة السكان المستهدفين في تبني السلوكيات المرغوبة، يليها الإعلام الرقمي والأخبار الإلكترونية، وفي النهاية الإعلام المطبوع.

وفيما يخص التأثيرات الناتجة عن التعرض لمضامين التنمية المستدامة والمبادرات الرئاسية

بالنسبة للفيسبوك فقد كشفت دراسة (المقدم، ٢٠٢٢) الشبه تجريبية أن الفيس بوك وسيلة فعالة لنشر الوعي ولكنه ليس أنسب وسيلة لتغيير سلوك الجمهور المصري وذلك بالتطبيق على مبادرة "أتحضر للأخضر" كمثال لقضايا البيئة، كما أن مشاركة المنشورات الخاصة بالحفاظ على البيئة أو التعليق عليها لا يرتبط بتغيير سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة وفقاً لعينة الدراسة التي بلغت (٣٥) من طالبات كلية الإعلام وخريجياتها.

في حين تمكنت الصحف الإلكترونية في إحداث التأثيرات الثلاثة (المعرفية والوجدانية والسلوكية) فقد أفادت دراسة (فرج، ٢٠٢٢) أن التعرف على المجهود الكبير الذي تبذله الحكومة من أجل المواطنين وتوعيتهم بالمبادرات الرئيسية في صدارة المكونات المعرفية الناتجة عن تعرض الشباب لإنفوجرافيك المواقع الإخبارية التي تناولت المبادرات الرئاسية، وفيما يختص في مجموعة المكون الوجداني جاء في مقدمتها جذب الانتباه نحو المبادرات والمشروعات القومية وبالنسبة لمجموعة المكون السلوكي فجاء في مقدمتها قدرة الحكومة على تنفيذ المبادرات في فترات زمنية محددة مع مراعاة الجودة والتكلفة.

كذلك كشفت دراسة (de Morais Pinto et al. 2021) عن ارتفاع التأثيرات السلوكية الناتجة عن تعرض الجمهور البرازيلي للأخبار الإلكترونية للحملات الصحية؛ حيث توجد زيادة تدريجية فيما يتعلق بنشاط البحث على الإنترنت بعد انطلاق الحملة، وارتفاع معدل تسجيل الطلاب بالدورات الصحية التثقيفية، وتسجيل زيادة واضحة في أعداد الخاضعين للاختبارات الصحية.

ولكن ظهر التأثير السلوكي الإيجابي للإعلام الجديد وتحديدًا الفيسبوك في دراسة (قرني، ٢٠٢٠) التي استهدفت تحديد أبعاد الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام المصري نحو المبادرات التي يشملها صندوق تحيا مصر وأكدت أغلبية عينة الدراسة (٤٠١ مفردة من المتابعين لصفحة الصندوق على فيسبوك) على مشاركتها في المبادرات التي قام بتنفيذها صندوق تحيا مصر كمستفيدين منها، ثم كمتبرعين بالمال والخدمات، أو بالتطوع.

واتساقًا مع الدراسة السابقة أوضحت دراسة (Chwialkowska. 2019) التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أنها تدفع المستهلكين عينة الدراسة إلى تبني أسلوب حياة صديق للبيئة وتغيير سلوكهم من خلال بناء مجتمع يعلم بالمنتجات وأثارها الضارة ويعزز الخيارات الخضراء والمستدامة.

كذلك بينت دراسة (Kang. 2019) أن الشبكات المحلية والتواصل عبر الإنترنت رفعت بشكل كبير نية المواطنين في المشاركة في بعض السلوكيات الخاصة بالتنمية المستدامة مثل الاستخدام الفعال للأراضي، وإدارة التلوث، والحفاظ على الطاقة.

مشكلة الدراسة

لاحظت الباحثة اهتماما كبيرا من قبل الدولة المصرية بإحداث التنمية في المجتمع لا سيما التنمية المستدامة، وذلك منذ اعتماد الدولة المصرية استراتيجية التنمية المستدامة (رؤية مصر ٢٠٣٠) في فبراير ٢٠١٦، واتخاذ الدولة سياسات تستهدف تحسين الحياة الاجتماعية للمواطنين، ونمو الاقتصاد المصري، مع الأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على البيئة من خلال المبادرات التي دشنها الرئيس السيسي منذ توليه الرئاسة والتي أحدثت نقلة نوعية في المجتمع المصري.

وفي ضوء تصاعد اهتمام وسائل الإعلام بتغطية الجهود التنموية والإنجازات الحكومية والتي قد يصبح نجاحها مرهونا بالمشاركة الإيجابية لوسائل الإعلام ودورها التنموي ومنها الصحف الإلكترونية نظرا لتمييزها بخصائص الإعلام الجديد من تفاعلية وفورية وسعة انتشار والتي جعلت من الممكن أن تلعب الصحف الإلكترونية الدور الرائد في التبصير بالحقائق والمعلومات حول المبادرات الرئاسية المتعلقة بالتنمية المستدامة، وانتهاج سياسة نشر مفاهيمها وأهدافها.

ومن منطلق الدور القيادي الذي تلعبه النخبة في المجتمع وتأثيرها الكبير على المشهد السياسي والاجتماعي مما يجعلها أكثر الفئات تعرض واستخدام لوسائل الإعلام والأكثر معرفة بالمبادرات الرئاسية ويمتلكون القدرة الجيدة على الحكم على تلك المبادرات وفعاليتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠، وبالتالي تتبلور المشكلة البحثية في التساؤل الآتي:

ما معدل تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية في الصحف الإلكترونية وعلاقته بتقييم السياسات التنموية؟
أهمية الدراسة

- ١- **تعزيز جودة المعالجة الصحفية:** تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المؤسسات الصحفية في الوقوف على سمات المعالجة الصحفية ومصداقيتها في تناول المبادرات الرئاسية، ومن ثم الوقوف على جوانب القوة وتدعيمها والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.
- ٢- **تعزيز الوعي والتفاعل الاجتماعي:** من خلال لفت الانتباه إلى القضايا التنموية المهمة والتحديات التي تواجهها وتعزيز الفهم لأهمية تلك المبادرات وفوائدها المحتملة، وبالتالي الحث على المشاركة الفاعلة في تلك المبادرات.
- ٣- **تعزيز التواصل والتعاون:** قد تساعد نتائج هذه الدراسة في تقديم توصيات وتعليقات بناءة تعزز التعاون مع الوزارات الحكومية والجهات المسؤولة عن تنفيذ المبادرات الرئاسية والمؤسسات المعنية بالتنمية المستدامة.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى رصد معدل تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية وانعكاسها على تقييم السياسات التنموية، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة في:

- ١- رصد معدل تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية.
- ٢- الوقوف على درجة اهتمام النخبة بمجالات المبادرات الرئاسية.
- ٣- استكشاف المبادرات الرئاسية الأكثر تناولا بالصحف الإلكترونية من وجهة نظر النخبة.

٤- التعرف على مصداقية معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية من منظور النخبة.

٥- تقييم النخبة لفاعلية المبادرات الرئاسية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠.

تساؤلات الدراسة

- ١- ما معدل تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية؟
- ٢- إلى أي مدى تهتم النخبة بمجالات المبادرات الرئاسية؟
- ٣- ما المبادرات الرئاسية الأكثر تناولا بالصحف الإلكترونية من وجهة نظر النخبة؟
- ٤- ما مدى مصداقية معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية من منظور النخبة؟
- ٥- كيف تساهم المبادرات الرئاسية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠؟

الإطار النظري للدراسة

استندت الدراسة على نظرية التهيئة المعرفية

قدم كل من شاننو اينجار، ودونالد كايندر Shanto Lyngar & Donald Kinder ، مفهوم التهيئة Priming عام ١٩٨٧ كامتداد وتطوير لنظرية وضع الأجندة Agenda Setting والتي تركز على التأثيرات الوجدانية، أي تأثير الوسائل الاتصالية على اتجاهات المتلقي (الحاج. ٢٠٢٠، ص ١٥٧) وتشير التهيئة إلى "التغييرات في المعايير التي يستخدمها الأفراد لإجراء التقييمات السياسية" وتحدث التهيئة عندما يقترح محتوى الأخبار للمتلقي وأنه يجب عليه استخدام قضايا محددة كمعايير لتقييم أداء القادة والحكومات. (Sheufele & Tewksbury.2007, p11)

■ توظيف النظرية في الدراسة:

لم يعد دور الإعلام مقتصرًا على تقديم المعلومات والمعرفة، بل إنه يساهم في تقييم الأحداث عن طريق ما يعرضه من تحليلات للقضايا المثارة، وفي تقييم الرسالة الإعلامية يتم الاعتماد على الرصيد الفكري والثقافي للجمهور بشكل عام والنخبة بشكل خاص (حدادي. ٢٠١٩ ، ص ١٤٨) كما أن للنخبة دورا يزيد أو يقلص من فاعلية برامج التنمية والتقدم الاجتماعيين وفق مدى تفاعلها مع وسائل التعبير المتمثلة في الاتصال الشخصي مع الطلاب والباحثين وأيضًا مع وسائل الإعلام كأدوات اتصال جماهيرية. (عبد المعطي. ٢٠١٣، ص ٣١)

وبالتطبيق على الدراسة الحالية:-

تعد نظرية التهيئة المعرفية هي الأنسب حيث تعد خصائص الرسالة متغيرا مهما في النظرية ويشمل (المصدقية، درجة التحيز، سهولة فهم الرسالة، حيوية الرسالة، وكثافة الرسالة ودرجة انتشارها) (ندا، وزغيب. ٢٠٠٣، ص ١٧٣) كما أن النخبة الإعلامية هم الفئة الأجدر بتقييم معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية وذلك لتميزهم عن باقي أفراد المجتمع بالمستوي المعرفي المرتفع، الاهتمام بالقضايا المختلفة وهي متغيرات أساسية في نظرية التهيئة المعرفية (المعرفة السياسية، الاهتمام السياسي، الاندماج السياسي)

وبالتطبيق على المفاهيم الأساسية للنظرية، تتمثل تلك المفاهيم في:

١- البروز: يتمثل في نتائج الدراسات السابقة والتي كشفت عن الاهتمام الذي توليه الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية من حيث كثافة التغطية وانتشارها.

٢- الساحة العامة: والتي تولي اهتماما كبيرا بقضايا التنمية المستدامة خاصة مع فترة تطبيق الدراسة واستضافة مصر لمؤتمر قمة المناخ COP27، وما نتج عنه من إطلاق المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وجهود رفع الوعي البيئي من خلال مبادرة "تحضر للأخضر"، وقضايا تمكين الشباب من خلال مؤتمر الشباب والمبادرات الخاصة بتأهيلهم لسوق العمل والقيادة السياسية، كذلك الإشادة العالمية من قبل الأمم المتحدة بالجهود المصرية في تحقيق التنمية المستدامة من خلال عدة مبادرات علي رأسها "حياة كريمة".

٣- النعمة الغالبة: وهي المحور الأساسي الذي تدور حوله معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية، وهو الدور التنموي للصحف الإلكترونية والذي يمكن تحقيقه من خلال رفع الوعي، والتعريف بالخدمات والأنشطة المختلفة التي تقدمها المبادرات الرئاسية.

٤- الملازمة: وهو الارتباط بين متابعة النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية (المثير الذي يتعرض له النخبة الإعلامية) وموضوع التقييم (تقييم سياسات التنمية المستدامة) حيث إن هذه المبادرات تم إطلاقها منذ وضع رؤية مصر ٢٠٣٠ لتحقيق أهداف تلك الرؤية في كل من البعد الاجتماعي، الاقتصادي، والبيئي.

فروض الدراسة:

- ١- يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على المصدقية المدركة للمعالجة الصحفية ومن ثم تقييم السياسات التنموية.
- ٢- يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على درجة الاهتمام بها ومن ثم على تقييم السياسات التنموية

٣- يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على الثقة بالمعالجة ومن ثم على تقييم السياسات التنموية

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الميداني
عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة ميداني يتمثل في النخبة الإعلامية من أساتذة الجامعات في كليات وأقسام الإعلام والمهنيين من الصحفيين بالصحف الإلكترونية المستقلة والخاصة والحزبية، وتم الاعتماد على العينات الغير احتمالية باختيار عينة متاحة قوامها (١٢٥) مفردة من النخبة وبالأخص الصحفيون والأكاديميون، ويرجع السبب في اختيار العينة إلى علاقتها بالصحف الإلكترونية وكونها حلقة وصل بين السلطة والمجتمع، ولمعرفتها بالتنمية المستدامة وأهدافها أكثر من العامة، وكذلك قدرتها على تفسير وتقييم السياسات التنموية في الدولة.

جدول رقم (١)

يوضح خصائص العينة

النسبة المئوية	التكرار	خصائص العينة	
٥٢.٨%	٦٦	ذكر	النوع
٤٧.٢%	٥٩	أنثى	
١٠٠%	١٢٥	المجموع	
٦١.٦%	٧٧	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عام	الفئة العمرية
٢٦.٤%	٣٣	من ٤٠ عام إلى أقل من ٥٠ عام	
٨%	١٠	من ٥٠ عام إلى أقل من ٦٠ عام	
٤%	٥	من ٦٠ عام فأكثر	
١٠٠%	١٢٥	المجموع	
٤٨.٨%	٦١	جامعي	المستوى التعليمي
٥١.٢%	٦٤	فوق جامعي	
١٠٠%	١٢٥	المجموع	
٥٩.٢%	٧٤	صحفي	مجال العمل
٤٠.٨%	٥١	أكاديمي	
١٠٠%	١٢٥	المجموع	
١٢%	١٥	أنتمي	الانتماء الحزبي
٨٨%	١١٠	لا أنتمي	
١٠٠%	١٢٥	المجموع	

أداة جمع البيانات:

تم جمع البيانات بواسطة استمارة استبيان.

إجراءات الثبات والصدق

يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات أو الاستبيانات (أو محاورها) التي تقيس موضوعا يفترض تجانس مفرداته، ولا بد أن تكون قيمة المعامل أكبر من ٠.٧٠ لقبول ثبات الاستبيان

جدول رقم (٢)

يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ للاستبيان	٠.٨٢٠

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات العام للاستبانة مرتفع حيث بلغ (٠.٨٢٠) وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ووفقاً لهذه الدرجة تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها والتحقق من فروضها.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (٣)

يوضح مدى تعرض أفراد العينة للمبادرات الرئاسية في الصحف الإلكترونية

الانحراف المعياري	متوسط تعرض العينة للمبادرات	النسبة المئوية	التكرار	مدى تعرض أفراد العينة للمبادرات الرئاسية في الصحف الإلكترونية
٠.٦١٩	٢.٣٨٤	٤٧.٢%	٥٩	أحيانا
		٤٥.٦%	٥٧	دائما
		٧.٢%	٩	نادرا
		١٠٠%	١٢٥	المجموع

ويمكن تفسير ذلك باهتمام النخبة الإعلامية بمتابعة الموضوعات التنموية والمبادرات الرئاسية لما لها من فائدة على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، كما أن الصحف الإلكترونية من الوسائل المناسبة لنشر القضايا التنموية لأن

تغطيتها قد تأخذ أشكال مختلفة (نصية، مرئية، أو مسموعة) ونظرا لمكانتها بين النخبة الإعلامية من أكاديميين وصحفيين وخصائصها الفنية والإنتاجية المتطورة.

جدول رقم (٤)

يوضح مصادر متابعة أفراد العينة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	تفرا	أحيانا	دائما	التكرارات والنسب المئوية	الصحف الإلكترونية
١	دائما	٧٨.٦٧	٠.٧٤٥	٢.٣٦	٤٠	٦٥	٢٠	التكرار	اليوم السابع
					%٣٢	%٥٢	%١٦	النسبة المئوية	
٢	أحيانا	٧٤.٦٧	٠.٨١٧	٢.٢٤	٣٥	٦٠	٣٠	التكرار	المصري اليوم
					%٢٨	%٤٨	%٢٤	النسبة المئوية	
٣	أحيانا	٧٢.٨٠	٠.٨٤٦	٢.١٨٤	٣٢	٥٨	٣٥	التكرار	الأهرام
					%٢٥.٦	%٤٦.٦	%٢٨	النسبة المئوية	
٤	أحيانا	٧٢.٥٣	٠.٨٠٤	٢.١٧٦	٤١	٥٣	٣١	التكرار	الوطن
					%٣٢.٨	%٤٢.٤	%٢٤.٨	النسبة المئوية	
٥	أحيانا	٦٦.٦٧	٠.٨٢٣	٢	٤١	٤٢	٤٢	التكرار	القاهرة ٢٤
					%٣٢.٨	%٣٣.٦	%٣٣.٦	النسبة المئوية	
٦	أحيانا	٦٦.١٣	٠.٨٣٣	١.٩٨٤	٣٩	٤٢	٤٤	التكرار	مصر اوى
					%٣١.٢	%٣٣.٦	%٣٥.٢	النسبة المئوية	
٧	أحيانا	٦٠.٨٠	٠.٨٥٣	١.٨٢٤	٣١	٣٦	٥٨	التكرار	أخبار اليوم
					%٢٤.٨	%٢٨.٨	%٤٦.٤	النسبة المئوية	
٨	أحيانا	٥٦.٠٠	٠.٧٧٩	١.٦٨	٣٧	٢٤	٦٤	التكرار	الجمهورية
					%٢٩.٦	%١٩.٢	%٥١.٢	النسبة المئوية	
٩	تفرا	٥٤.٦٧	٠.٨١٧	١.٦٤	٢٦	٢٧	٧٢	التكرار	الوفد
					%٢٠.٨	%٢١.٦	%٥٧.٦	النسبة المئوية	

وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٠٠، وانحراف معياري بلغ ٠.٨١٣، وبوزن نسبي ٦٦.٩٩، والاتجاه السائد للمقياس ككل أحيانا

تشير البيانات الجدول السابق أن موقع اليوم السابع جاء في المرتبة الأولى من بين الصحف الإلكترونية الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة، وفي المرتبة الثانية جاء موقع المصري اليوم وفي المرتبة الثالثة جاءت بوابة الأهرام، ثم صحيفة الوطن، يليها موقع القاهرة ٢٤، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت صحيفة الوفد.

ويمكن تفسير ذلك: بثقة النخبة الإعلامية عينة الدراسة بالصحف المستقلة كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية؛ حيث جاءت في ترتيب متقدم مقارنة بالصحف القومية والحزبية بخلاف بوابة الأهرام التي جاءت في مرتبة متقدمة (الثالثة)، وقد يرجع ذلك إلى تمتع الصحف المستقلة بحرية أكبر، حيث أنها لا تخضع مباشرة للحكومة وبالتالي قد تعرض الأخبار بدرجة من الموضوعية والتوازن والحيادية أكبر مما تكون عليه الصحف القومية التابعة للدولة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (بخيت، ٢٠٢٢) والتي أوضحت أن المواقع الإخبارية الإلكترونية أهم مصادر الأخبار لدى عينة الدراسة عن مبادرة حياة كريمة وجاء موقع اليوم السابع على رأس قائمة هذه المواقع، ثم موقع المصري اليوم، يليه موقع الأهرام، ثم الجمهورية.

جدول رقم (٥)

يوضح مدى ثقة أفراد العينة في معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	متوسط ثقة عينة الدراسة	النسبة المئوية	التكرار	ثقة أفراد العينة فيما يتم عرضه من معلومات حول المبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية
٠.٥٣٧	٢.٣٩٢	٥٦%	٧٠	أثق إلى حد ما
		٤١.٦%	٥٢	أثق بدرجة كبيرة
		٢.٤%	٣	لا أثق مطلقاً
		١٠٠%	١٢٥	المجموع

وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب منها اعتماد الصحف الإلكترونية على المصادر الموثوقة في تناول موضوعاتها، كما أنها وسيلة مهمة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي وانحدار الثقة بها، وهو ما يدعم ويفسر النتائج السابقة التي أشارت إلى ارتفاع التعرض للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية، وأنها المصدر الأول للحصول على المعلومات حول تلك المبادرات.

جدول رقم (٦)

يبين درجة اهتمام أفراد عينة الدراسة بمجالات المبادرات الرئاسية

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أهم	أهم بدرجة متوسطة	أهم بدرجة كبيرة	التكرارات والنسب المئوية	العبارات
١	أهم بدرجة كبيرة	٩٠.٤٠	٠.٥٥١	٢.٧١٢	٦	٢٤	٥٩	التكرار	المبادرات الصحية
					%٤.٨	%١٩.٢	%٧٦	النسبة	
٢	أهم بدرجة كبيرة	٨٦.١٣	٠.٥٧١	٢.٥٨٤	٥	٤٢	٧٨	التكرار	مبادرات الحماية الاجتماعية
					%٤	%٣٣.٦	%٦٢.٤	النسبة	
٣	أهم بدرجة كبيرة	٨١.٦٠	٠.٥٨٨	٢.٤٤٨	٦	٥٧	٦٢	التكرار	مبادرات تأهيل الشباب
					%٤.٨	%٤٥.٦	%٤٩.٦	النسبة	
٤	أهم بدرجة متوسطة	٧٥.٤٧	٠.٦١١	٢.٢٦٤	١١	٧٠	٤٤	التكرار	المبادرات البيئية
					%٨.٨	%٥٦	%٣٥.٢	النسبة	
٤	أهم بدرجة متوسطة	٧٥.٤٧	٠.٦٦٢	٢.٢٦٤	١٥	٦٢	٤٨	التكرار	مبادرات العدالة والاندماج الاجتماعي
					%١٢	%٤٩.٦	%٣٨.٤	النسبة	
٥	أهم بدرجة متوسطة	٧١.٤٧	٠.٧٠٤	٢.١٤٤	٢٣	٦١	٤١	التكرار	مبادرات الصناعة
					%١٨.٤	%٤٨.٨	%٣٢.٨	النسبة	

وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٤٠، وانحراف معياري بلغ ٠.٦١٤، وبوزن نسبي ٨٠.٠٩، والاتجاه السائد للمقياس ككل أهم بدرجة كبيرة

ويبين الاتجاه الكلي للمقياس أهمية المبادرات الرئاسية ودورها في تنمية المجتمع المصري مما جعلها محط اهتمام النخبة الإعلامية. ويمكن تفسير الاهتمام الأكبر بالمبادرات الصحية في ضوء اهتمام الدولة بالمبادرات الصحية؛ حيث أن الصحة كان لها النصيب الأكبر من المبادرات الرئاسية والتي بلغت ١٥ مبادرة حتى بداية عام ٢٠٢٣ وفقاً للموقع الرسمي لوزارة الصحة والسكان، كما أن مبادرات الحماية الاجتماعية تحظى باهتمام النخبة الإعلامية في ظل إقدام الحكومة المصرية على إجراءات تستهدف الإصلاح الاقتصادي والتي تحمل عبؤها المواطن البسيط مما نتج عنه اهتمام الدولة بتحسين جودة حياة المواطن المصري، في حين جاءت المبادرات الصناعية في المرتبة الأخيرة وقد تشير هذه النتيجة إلى ضرورة تطوير وعي الصحفيين في منظومة الصحافة الاقتصادية بحيث لا يكونون ناقلين للبيانات فقط بل القدرة على تحليل البيانات وربط المعلومات في سياق يسمح بتقديم رؤية نقدية تفسر المبادرات الصناعية ومدى ملاءمتها لاحتياجات الدولة في الفترة الحالية ومتابعة أنشطتها وما قدمته من نتائج.

جدول رقم (٧)
يبين بالمبادرات الأكثر تناولا بالصحف الإلكترونية من وجهة نظر العينة

الترتيب	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا	دائمًا	التكرارات والنسب المئوية	المبادرات	
					لم تعرض لها	نادراً					
١	دائمًا	٨٩.٦٠	٠.٦٢٨	٢.٦٨٨	٢	٥	٢٣	٩٥	التكرار النسبة	الكشف عن فيروس سي والأمراض غير السارية	
					%١.٦	%٤	%١٨.٤	%٧٦			
					٤	١٥	٣٨	٦٨	التكرار النسبة		دعم صحة المرأة المصرية
					%٣.٢	%١٢	%٣٠.٤	%٥٤.٤			
٢	أحيانًا	٧٨.٦	٠.٨٩٠٦	٢.٣٦	٦	٢٧	٤٤	٤٨	التكرار النسبة	إنهاء قوائم الانتظار	
					%٤.٨	%٢١.٦	%٣٥.٢	%٣٨.٤			
٣	أحيانًا	٦٩.٠٧	٠.٨٩١	٢.٠٧٢	١٤	٣٨	٤٥	٢٨	التكرار النسبة	نور حياة	
					%١١.٢	%٣٠.٤	%٣٦	%٢٢.٤			
١	دائمًا	٨٨.٥٣	٠.٦٤٩	٢.٦٥٦	٢	٦	٢٥	٩٢	التكرار النسبة	مبادرات الصحة الاجتماعية (حصة ١٠٠ مليون صحة)	
					%١.٦	%٤.٨	%٢٠	%٧٣.٦			
					٤	١٣	٣٢	٧٦	التكرار النسبة		تكافل وكرامة
					%٣.٢	%١٠.٤	%٢٥.٦	%٦٠.٨			
٢	دائمًا	٨١.٣٣	٠.٨٠٧	٢.٤٤	١٣	٤٤	٣٦	٣٢	التكرار النسبة	فرصة	
					%١٠.٤	%٣٥.٢	%٢٨.٨	%٢٥.٦			
٣	أحيانًا	٥٦.٥٣	٠.٩٦٩	١.٦٩٦	١٠	٢٣	٣٤	٥٨	التكرار النسبة	كلنا واحد	
					%٨	%١٨.٤	%٢٧.٢	%٤٦.٤			
١	أحيانًا	٧٣.٨٧	٠.٨٦٧	٢.٢١٦	٦	١٨	٤٤	٥٧	التكرار النسبة	المبادرات البيئية	
					%٤.٨	%١٤.٤	%٣٥.٢	%٤٥.٦			
					١١	٣٠	٤٦	٣٨	التكرار النسبة		أتحضر للأخضر المبادرة
					%٨.٨	%٢٤	%٣٦.٨	%٣٠.٤			
٢	أحيانًا	٦٢.٩٣	٠.٩٤٤	١.٨٨٨	٩	٢٩	٣٩	٤٨	التكرار النسبة	أطفال بلا مأوى	
					%٧.٢	%٢٣.٢	%٣١.٢	%٣٨.٤			
٢	أحيانًا	٦٢.٦٧	٠.٩٧٢	١.٨٨	١٢	٣١	٤٢	٤٠	التكرار النسبة	دمج... تمكين... مشاركة	
					%٩.٦	%٢٤.٨	%٣٣.٦	%٣٢			
١	أحيانًا	٦٧.٤٧	٠.٩٢	٢.٠٢٤	١٠	٢١	٥٠	٤٤	التكرار النسبة	مبادرات الشباب	
					%٨	%١٦.٨	%٤٠	%٣٥.٢			
٢	أحيانًا	٦٤.٢٧	٠.٩٨٥	١.٩٢٨	١١	٣٢	٣٧	٤٥	التكرار النسبة	تأهيل الشباب (PIP للقيادة) مستقبلاً رقمي	
					%٨.٨	%٢٥.٦	%٢٩.٦	%٣٦			
١	أحيانًا	٦٢.٩٣	٠.٩٤٤	١.٨٨٨	١١	٣٠	٤٦	٣٨	التكرار النسبة	المبادرات الصناعية	
					%٨.٨	%٢٤	%٣٦.٨	%٣٠.٤			
					٢٠	٤٠	٣٨	٢٧	التكرار النسبة		مبادرة تطوير الصناعة المصرية (ايدا)
					%١٦	%٣٢	%٣٠.٤	%٢١.٦			
٢	نادراً	٥٢.٥٣	١.٠٠٢	١.٥٧٦	٢٠	٤٠	٣٨	٢٧	التكرار النسبة	مصر تصنع الإلكترونيات	
					%١٦	%٣٢	%٣٠.٤	%٢١.٦			

وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٠٧، وانحراف معياري بلغ ٠.٨٩٦، ووزن نسبي ٦٩.٠٢، والاتجاه السائد للمقياس ككل أحياناً

يتبين من البيانات المعروضة بالجدول السابق أنه بالنسبة للمبادرات الصحية فقد جاءت مبادرة الكشف عن فيروس سي والأمراض غير السارية في المرتبة الأولى كأكثر المبادرات التي تعرض لها المبحوثين، ثم مبادرة دعم صحة المرأة المصرية.

وقد يرجع ذلك إلى أن مبادرة الكشف عن فيروس سي أولى المبادرات الصحية التي تم إطلاقها لذلك حظيت بتغطية صحفية واسعة، كما أن الاهتمام بصحة المرأة

المصرية يأتي علي رأس أولويات القطاع الصحي وبالتالي زادت المساحة المخصصة لها، وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع دراسة (حسن، نسرین وآخرون. ٢٠٢٢) حيث تصدرت مبادرة "الست المصرية هي صحة مصر" المنصات عينة الدراسة من مواقع إخبارية وقنوات فضائية، ووسائل التواصل الاجتماعي.

وفيما يتعلق بمبادرات الحماية الاجتماعية فقد جاءت مبادرة حياة كريمة في المرتبة الأولى وينفق ذلك مع دراسة (حسب النبي، زينهم. ٢٠٢٢) حيث توصلت إلى كثافة التغطية لمبادرة حياة كريمة حيث بلغت (٥٧٤) مادة صحفية في ٣ مواقع إخبارية (بوابة الأهرام، موقع اليوم السابع، بوابة الوفد) من خلال الحصر الشامل لمدة شهر واحد (أكتوبر ٢٠٢١)، وهو ما يدل على الوعي بأهمية تلك المبادرة والتي تعمل على تنمية المجتمع الريفي وتقدمه.

وبخصوص بالمبادرات البيئية تشير النتائج إلى أن مبادرة أتحضر للأخضر جاءت في المرتبة الأولى، وقد يرجع ذلك إلى تزامن فترة تطبيق الدراسة مع مؤتمر المناخ COP 27 وتخصيص مساحات واسعة من أجل تغطية المؤتمر والقضايا البيئية ورفع مستوى الوعي البيئي.

وحول مبادرات العدالة والاندماج الاجتماعي فقد جاءت مبادرة أطفال بلا مأوى في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت مبادرة دمج.. تمكين.. مشاركة. وفيما يتعلق بمبادرات تأهيل الشباب فقد جاءت مبادرة تأهيل الشباب للقيادة في المرتبة الأولى وذلك لنجاحها؛ إذ أشادت بها الأمم المتحدة في تدريب الشباب وتعزيز إشراكهم في عملية التنمية.

وفيما يتعلق بالمبادرات الصناعية فقد جاءت مبادرة تطوير الصناعة المصرية (ابداً) في المرتبة الأولى، وقد يرجع ذلك إلى حداثة إطلاق مبادرة ابدأ خلال فترة تطبيق الدراسة أيضاً مما جعلها تلقى انتشاراً واسعاً في الصحف الإلكترونية للتعريف بأهداف المبادرة ومحاو عملها.

وقد بلغ الاتجاه السائد للمقياس ككل أحياناً وهو ما يؤكد نتيجة سابقة للدراسة الحالية حول مدى تعرض أفراد العينة للمبادرات الرئاسية في الصحف الإلكترونية حيث جاءت أحياناً في المرتبة الأولى.

جدول رقم (٨)
يبين مصداقية معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية من منظور العينة

ت	الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نادراً	احتمالاً	دائماً	التكرارات والنسب المئوية	العبارات	
١	موافق	٨٩.٠٧	٠.٥٥	٢.٦٧٢	٥	٣١	٨٩	التكرار	تنشر الأخبار بواسطة جهات موثوقة ومسئولة عن التنفيذ	مصدقية
					%٤	%٢٤.٨	%٧١.٢	النسبة		
١	محايد	٧٦.٥٣	٠.٧٠٧	٢.٢٩٦	٣٥	٥٤	٣٦	التكرار	الانحياز لوجهه نظر معينه	مصدقية الرئاسية
					%٢٨	%٤٣.٢	%٢٨.٨	النسبة		
٢	محايد	٧٥.٢٠	٠.٦٨٣	٢.٢٥٦	١٩	٤٢	٦٤	التكرار	توفير جميع المعلومات (حول المبادرات الشمولية)	مصدقية الرئاسية
					%١٥.٢	%٣٣.٦	%٥١.٢	النسبة		
٣	محايد	٧٤.٩٣	٠.٦٥٦	٢.٢٤٨	١٧	٥٩	٤٩	التكرار	الموضوعية	مصدقية الرئاسية
					%١٣.٦	%٤٧.٢	%٣٩.٢	النسبة		
٤	محايد	٦٦.٩٣	٠.٧٥٧	٢.٠٠٨	١٥	٦٤	٤٦	التكرار	توظيف الوسائط المتعددة لزيادة المصدقية	مصدقية الرئاسية
					%١٢	%٥١.٢	%٣٦.٨	النسبة		
١	موافق	٨٤.٠٠	٠.٦١٧	٢.٥٢	٩	٤٥	٧١	التكرار	توفر التفاعلية للتعبير عن وجهات النظر المختلفة	مصدقية الرئاسية
					%٧.٢	%٣٦	%٥٦.٨	النسبة		
٢	موافق	٨٣.٢٠	٠.٦٣	٢.٤٩٦	١٩	٤٩	٥٧	التكرار	وتقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٣١، والانحراف المعياري بلغ ٠.٦٧٦، ويوزن نسبي ٧٧.١٢، والاتجاه السائد للمقياس ككل محايد	مصدقية الرئاسية
					%١٥.٢	%٣٩.٢	%٤٥.٦	النسبة		

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بمصدقية المعالجة تصدرت عبارة "تنشر الأخبار بواسطة جهات موثوقة ومسئولة عن التنفيذ" أول أشكال المصدقية

تنفق هذه النتيجة مع دراسة (حسن، مها. ٢٠٢٠) حيث كشفت الدراسة عن اعتماد التغطية على المسؤولين الحكوميين وذلك لإكساب المواضيع المنشورة مصداقية مما يساهم في عملية الإقناع.

ويأتيها في الترتيب الثاني توظيف الوسائط المتعددة. وهو ما يشير إلى أهمية الوسائط المتعددة، حيث تضيف إمكانية التعايش مع الحدث مما يدعم مصداقية المحتوى الصحفي، ونظراً لقوتها تستطيع الصحف توظيفها كقوالب صحفية قائمة بذاتها من خلال التقارير المصورة والإنفوجرافيك والفيديو جراف أو مقاطع الفيديو والبث المباشر مما يعطي واقعية ومصداقية لتغطية المبادرات الرئاسية.

جدول رقم (٩)

يبين تقييم عينة الدراسة لفاعلية المبادرات الرئاسية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

العبارة	التكرارات والنسب	موافق	محايد	معارض	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه السنه	ت
تحقيق الرعاية الصحية	التفاز	٣١	٤١	٣	٢.٧٠٤	٠.٥٠٨	٩٠.١٣	موافق	١
	النسبة	%٢٤.٨	%٧٢.٨	%٢.٤					
تعزيز خطط تمكين المرأة اجتماعيا واقتصاديا	التفاز	٤٢	٨١	٢	٢.٩٣٢	٠.٥١٦	٨٧.٧٣	موافق	٢
	النسبة	%٣٣.٦	%٦٤.٨	%١.٦					
توفير سكن ادمي والقضاء على المضاربات	التفاز	٣١	٨٥	٤	٢.٩٠٨	٠.٦٢١	٨٦.٤٣	موافق	٣
	النسبة	%٢٤.٨	%٧٧.٢	%٧.٢					
تعزيز مفهوم الاندماج الاجتماعي لنوي الهمم	التفاز	٤٠	٧٤	٦	٢.٥٨٤	٠.٥٨٥	٨٦.١٣	موافق	٤
	النسبة	%٣٢	%٦٣.٢	%٤.٨					
التوعية البيئية لمواجهة تحديات التغيرات المناخية	التفاز	٣٥	٨٠	١٠	٢.٥٩	٠.٦٤	٨٥.٣٣	موافق	٥
	النسبة	%٢٨	%٦٤	%٨					
تحقيق مفهوم التحول الرقمي والمجتمعات النقية	التفاز	٤٧	٧٠	٨	٢.٤٤٦	٠.٦١٧	٨٣.٢٠	موافق	٦
	النسبة	%٣٧.٦	%٥٩	%٩.٤					
توسيع نطاق الحملية الاجتماعيه	التفاز	٣٤	٧٤	١٧	٢.٤٥٦	٠.٧٢٤	٨١.٨٧	موافق	٧
	النسبة	%٢٧.٢	%٥٩.٢	%١٣.٦					
تعزيز استهلاك الطالب والاعتماد على المصادر المتجددة	التفاز	٥٠	٦٥	١٠	٢.٤٤	٠.٦٤	٨١.٣٣	موافق	٨
	النسبة	%٤٠	%٥٢	%٨					
تعزيز الريادة المصرية في المنطه العربية والإثريية	التفاز	٤٤	٦٧	١٤	٢.٤٢٤	٠.٦٨٧	٨٠.٨٠	موافق	٩
	النسبة الغوية	%٣٥.٢	%٥٣.٦	%١١.٢					
تعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني	التفاز	٤٥	٦٤	١٦	٢.٣٨٤	٠.٧٠٥	٧٩.٤٧	موافق	١٠
	النسبة	%٣٩	%٥١.٢	%١٢.٨					
تحقيق السلام والأمن بمفهومه الشامل	التفاز	٥٤	٥٩	١٢	٢.٣٧٦	٠.٦٥٩	٧٩.٢٠	موافق	١١
	النسبة	%٤٣.٢	%٤٧.٢	%٩.٦					
تدريب الشباب وتأهيلهم لاسواق العمل	التفاز	٥١	٥٧	١٧	٢.٣٢	٠.٧٠٣	٧٧.٣٣	محايد	١٢
	النسبة	%٤٠.٨	%٤٥.٦	%١٣.٦					
تعزيز الصناعات الشاملة والمستدامة	التفاز	٥٢	٥٥	١٨	٢.٢٩٦	٠.٧٠٧	٧٦.٥٣	محايد	١٣
	النسبة	%٤١.٦	%٤٤	%١٤.٤					
التوعية بحملية النظم الحرة والحفاظ على النظم الإيتولوجية الأرضية	التفاز	٤٣	٥٧	٢٥	٢.٢٥٦	٠.٧٧٢	٧٥.٢٠	محايد	١٤
	النسبة	%٣٤.٤	%٤٥.٦	%٢٠					
اعتماد ممارسات إنتاج والأستهلاك المستدامين	التفاز	٥٢	٥١	٢٢	٢.٢٣٢	٠.٧٣١	٧٤.٤٠	محايد	١٥
	النسبة	%٤١.٦	%٤٠.٨	%١٧.٦					
الارتقاء بالنظام التعليمي	التفاز	٥٥	٤٨	٢٢	٢.٢٠٨	٠.٧٢٢	٧٣.٦٠	محايد	١٦
	النسبة	%٤٤	%٣٨.٤	%١٧.٦					
تعزيز فرص العمل الذاتي	التفاز	٥٠	٤٩	٢٩	٢.١٨٤	٠.٧٥٦	٧٢.٨٠	محايد	١٧
	النسبة	%٤٠	%٣٩.٢	%٢٠.٨					
تحقيق الشفافية والمساءلة ومحاربة الفساد	التفاز	٥٠	٤٩	٢٩	٢.١٨٤	٠.٧٥٦	٧٢.٨٠	محايد	١٧
	النسبة	%٤٠	%٣٩.٢	%٢٠.٨					

و بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل ٢.٤٠، وانحراف معياري يبلغ ٠.٦٦، ويوزن نسبي ٨٠.٢٦، والاتجاه السنه للمقياس ككل موافق.

توضح بيانات الجدول السابق والمتعلقة بتقييم فاعلية المبادرات الرئاسية في تحقيق الأهداف أن تحقيق الرعاية الصحية تصدر مقدمة الأهداف وقد يرجع ذلك إلى اهتمام القيادة السياسية بتطوير المنظومة الصحية من خلال عدد من المبادرات التي تحقق التغطية الصحية الشاملة والمجانية؛ حيث تضمنت الفئات المختلفة من المرأة وكبار السن وطلاب المدارس، وشملت كافة التخصصات الطبية، كما اهتمت بدعم الأبحاث والتطوير في المجال الصحي مثل: مبادرة الاكتفاء الذاتي من مشتقات البلازما، ولم تغفل المبادرات عن تدريب القوى العاملة الصحية وتعزيز قدراتها مثل: المبادرة الرئاسية للاستثمار في مقدمي الخدمات الطبية،

بالإضافة إلى تمكن المبادرات من إدارة المخاطر الصحية الوطنية والعالمية من خلال مبادرة متابعة حالات العزل المنزلي لمرضي فيروس كورونا. مما جعل هذه المبادرات والتي انطلقت تحت مظلة حملة " ١٠٠ مليون صحة" تلقى بإشادة منظمة الصحة العالمية.

وفي المرتبة الثانية جاء تعزيز خطط تمكين المرأة اجتماعيا واقتصاديا ويمكن تفسير ذلك في ضوء المبادرات الموجهة للمرأة المصرية فعلى الجانب الاجتماعي: اهتمت المبادرات بصحة المرأة المصرية؛ حيث خصصت مبادرتين للمرأة وهما: دعم صحة المرأة المصرية، مبادرة صحة الأم والجنين. كما استهدفت المبادرات الارتقاء بالمستوى التعليمي للمرأة المصرية من خلال مبادرة (هي لمستقبل رقمي) والتي تستهدف تعزيز دور المرأة المصرية في التحول الرقمي، ومحو الأمية الرقمية. وعلى الجانب الاقتصادي: عملت المبادرات على توفير دخلا لمساندة الأسر الفقيرة باستهداف النساء بشكل خاص من خلال برنامج تكافل وكرامة، كما عملت على إنشاء مشروعات للمرأة الريفية المعيلة، كما خصصت المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية فئة خاصة بالمشروعات التنموية المتعلقة بالمرأة وتغيير المناخ والاستدامة.

وجاء هدف توفير سكن أدمي والقضاء على العشوائيات في المرتبة الثالثة، وهو هدف هام مرتبط بالهدف الأول بأجندة الأمم المتحدة (القضاء على الفقر)، ويعد إصلاح البنية التحتية من التدخلات الخدمية المباشرة لمبادرة حياة كريمة تحت شعار "سكن كريم" من خلال بناء أسقف ورفع كفاءة منازل، ومد وصلات مياه ووصلات صرف صحي .. إلخ.

وحول هدف توطين مفهوم العدالة والاندماج الاجتماعي لذوي الهمم فجاء في المرتبة الرابعة وهو ما يشير إلى حرص الدولة على توعية المجتمعات بشؤون ذوي الإعاقة، ودمجهم في الحياة السياسية والاجتماعية؛ حيث طبقت الاستهداف الفئوي لذوي الإعاقة في مبادرة "تكافل وكرامة"، وعملت على توفير الخدمات التعليمية والصحية بسهولة من خلال مبادرة "دمج وتمكين متحدي الإعاقة" ، كما وفرت فرص عمل، وأفكار مشروعات لريادة الأعمال من خلال مبادرة " مصر بكم أجمل"

ثم جاءت التوعية البيئية لمواجهة تحديات التغيرات المناخية في المرتبة الخامسة مما يدل على نجاح المبادرات في خلق وعي بيئي حقيقي بقضايا التغيرات المناخية وسط المجتمع المصري بالإضافة إلى تشجيعها للتشجير والصناعة الخضراء.

بينما جاء الارتقاء بالنظام التعليمي في المرتبة القبل الأخيرة، وقد يرجع ذلك إلى عدم تقديم خدمات تعليمية مباشرة للتعليم قبل الجامعي من قبل المبادرات؛ حيث اقتصرت أنشطة المبادرات على تقديم خدمات طبية لطلاب المدارس، وإنشاء وتجديد المباني، وهذا بخلاف مبادرة بنك المعرفة والذي يُعد أكبر مكتبة إلكترونية في العالم، ساهم في نقل المعارف وإتاحتها للطلاب مجاناً، ونجح في تكوين

شراكات مع ٣٢ من دور النشر العالمية وبيوت الخبرة المتخصصة، ويبلغ عدد مستخدميه ٣.٥ مليون مستخدم مُقارنةً بأقل من ١٠٠ ألف مستخدم للمكتبات الرقمية المختلفة المتوفرة قبل إنشائه. (أمين، ٢٠٢٢)

وفي المرتبة السابعة عشرة والأخيرة جاء كل من توفير فرص العمل اللائقة، تحقيق الشفافية والمساءلة ومحاربة الفساد بنسب متساوية. وفي هذا الصدد أشار تقرير التنمية المستدامة في مصر ٢٠٢٢ إلى أنه قد وصلت معدلات البطالة إلى ٨.٩٦%، وعلى الرغم من تحقيق الأهداف الفرعية الخاصة بمؤشر الناتج المحلي، وخفض معدل حوادث العمل القاتلة من إجمالي السكان، لكن لا تزال هناك تحديات جسيمة فيما يخص ضمان حقوق العمل الأساسية (مصر في تقرير التنمية المستدامة ٢٠٢٢، ص ٢٧: ٢٨) كما أوضح تقرير التنمية المستدامة في مصر أن مؤشري مدركات الفساد وحرية الصحافة شهدا تراجع خلال السنوات الأخيرة. (مصر في تقرير التنمية المستدامة ٢٠٢٢، ص ٤١: ٤٢)

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على المصدقية المدركة للمعالجة الصحفية ومن ثم تقييم السياسات التنموية.

جدول رقم (١٠)

يوضح تحليل الاختبار الخطي المتعدد لاثبات العلاقة بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بالمصدقية المدركة لمعالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية

مستوى الدلالة	قيمة Beta	قيمة F	الخطأ المعياري للتقدير	معامل التحديد المعدل (٢ر)	معامل التحديد (٢ر)	معامل ارتباط (ر)
.٠٠٠	.٢٦٠	١٦.٤٨٢	.٥٠٦٥٦	.١١١	.١١٨	.٣٤٤
.٠٠٠		١٢.٢٥٢	.٤٧٦٣٢	.٢١٤	.٢٣٣	.٤٨٣

يتضح من بيانات الجدول السابق تأثر العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية وفقا لمصدقية معالجتها على الصحف الإلكترونية،

حيث بلغت قيمة معامل ارتباط (ر) 0.344 ، 0.483 ، وقيمة Beta 0.260 ، ومستوى الدلالة 0.000 . وهى قيمة دالة إحصائياً .

وبذلك نقبل الفرض القائل بوجود تأثير لتعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على المصادقية المدركة للمعالجة الصحفية ومن ثم تقييم السياسات التنموية

وقد يرجع ذلك إلى أهمية عامل المصادقية ودوره في الإقنتاع بالمحتوى الصحفي، خاصة وأن وسائل الإعلام أو الصحف الإلكترونية على وجه التحديد تعد من أهم مصادر المعلومات حول المبادرات الرئاسية بالنسبة للنخبة الإعلامية عينة الدراسة، وبالتالي فإن العلاقة بين حجم التعرض لتلك المبادرات وتقييم مدى فاعليتها في تحقيق التنمية المستدامة مرهونا بمقدار مصادقية المعالجة.

الفرض الثاني: يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على درجة الاهتمام بها ومن ثم على تقييم السياسات التنموية.

جدول رقم (١١)

تحليل الانحدار الخطي المتعدد لإثبات العلاقة بين حجم تعرض المبحوثين وتقييم المبادرات الرئاسية بدرجة الاهتمام بتلك المبادرات.

مستوى الدلالة	قيمة Beta	قيمة F	الخطأ المعياري للتقدير	معامل التحديد المعدل (٢ر)	معامل التحديد (٢ر)	معامل ارتباط (ر)
0.000	0.260	16.482	0.0606	0.111	0.118	0.344
0.000		8.039	0.49663	0.146	0.166	0.408

يتضح من بيانات الجدول السابق تأثر العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بدرجة الاهتمام، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط (ر) 0.344 ، 0.408 ، وبلغت قيمة Beta 0.260 . ومستوى الدلالة 0.000 . وهى قيمة دالة إحصائياً.

وبذلك نقبل الفرض القائل يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على درجة الاهتمام بها ومن ثم على تقييم السياسات التنموية ويمكن تفسير ذلك أن انتباه المبحوثين للمبادرات الرئاسية أو الأهمية التي يعطوها لها عقب التعرض للصحف الإلكترونية تجعل هذه المبادرات معايير بارزة عند إصدار أحكام حول سياسات التنمية المستدامة

الفرض الثالث: يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية على الثقة بالمعالجة ومن ثم على تقييم السياسات التنموية

جدول رقم (١٢)

تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاثبات العلاقة بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بمستوى الثقة

مستوى الدلالة	قيمة Beta	قيمة F	الخطأ المعياري للتقدير	معامل التحديد المعدل (٢ر)	معامل التحديد (٢ر)	معامل ارتباط (ر)
.٠٠٠	.١٨٣	١٦.٤٨٢	.٥٠٦٥٦	.١١١	.١١٨	.٣٤٤
.٠٠٠		١٠.٧٥١	.٤٩٩٤٢	.١٣٦	.١٥٠	.٣٨٧

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تأثير بين حجم تعرض الجمهور وتقييم المبادرات الرئاسية ومستوى الثقة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط (ر) .٣٤٤، .٣٨٧، قيمة Beta .١٨٣، ومستوى الدلالة .٠٠٠. وهي قيمة دالة إحصائياً .

وبذلك نقبل الفرض القائل يؤثر تعرض النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف

الإلكترونية على الثقة بالمعالجة ومن ثم على تقييم السياسات التنموية ويشير ذلك إلى أن الثقة في معالجة الصحف الإلكترونية للمبادرات الرئاسية من المحتمل أن تجعل المبحوثين يولوا النغطية اهتماماً أكبر وأن يفكروا في دلالتها السياسية، ويضعونها في اعتبارهم عند تقييم المبادرات الرئاسية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

النتائج العامة للدراسة

- ١- أوضحت نتائج الدراسة أن جاءت "أحيانا" في مقدمة متابعة النخبة للمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية، ثم جاءت "دائما"، يليها "نادرا".
- ٢- كشفت الدراسة عن مستوى ثقة متوسط من أفراد عينة الدراسة من النخبة فيما يتم عرضه من معلومات حول المبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية.
- ٣- بينت الدراسة أن المبادرات الصحية في مقدمة المبادرات التي يهتم بها أفراد عينة الدراسة من النخبة الإعلامية، تليها مبادرات الحماية الاجتماعية.
- ٤- جاءت مبادرة الكشف عن فيروس سي والأمراض غير السارية في مقدمة المبادرات الصحية الأكثر تناولاً من وجهة نظر أفراد العينة، وجاءت مبادرة حياة كريمة في مقدمة مبادرات الحماية الاجتماعية، وجاءت مبادرة اتحضر للأخضر في مقدمة المبادرات البيئية وجاءت مبادرة أطفال بلا مأوى في مقدمة مبادرات الاندماج الاجتماعي، وجاءت مبادرة تأهيل الشباب للقيادة في مقدمة مبادرات تأهيل الشباب.
- ٥- من خلال تقييم أفراد العينة لمصادقة معالجة الصحف الإلكترونية لمعالجة المبادرات الرئاسية أوضحت أن الاخبار تُنشر بواسطة جهات موثوقة ومسئولة عن التنفيذ، وأنها توظف الوسائط المتعددة في المعالجة لزيادة المصادقية، فضلاً عن توفير التفاعلية للتعبير عن وجهات النظر المختلفة.
- ٦- تصدر تحقيق الرعاية الصحية مقدمة أهداف التنمية المستدامة التي حققتها المبادرات الرئاسية، ثم تعزيز خطط تمكين المرأة اجتماعياً واقتصادياً، ثم توفير سكن أدمي والقضاء على العشوائيات، وجاء في المرتبة الأخيرة توفير فرص العمل اللائق، وتحقيق الشفافية والمساءلة ومحاربة الفساد.
- ٧- قبول الفرض القائل بوجود تأثير للعلاقة الارتباطية بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بالمصادقية المدركة لمعالجة الصحف الإلكترونية.
- ٨- قبول الفرض القائل بتأثير العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بدرجة الاهتمام.
- ٩- قبول الفرض القائل بتأثير العلاقة الارتباطية بين حجم تعرض النخبة وتقييم المبادرات الرئاسية بمستوى الثقة

التوصيات:

- ١- توظيف الصحف الإلكترونية للتقنيات الحديثة مثل الدردشة الآلية (chatbot) للمضامين ذات الطابع الإرشادي في التعريف بالمبادرات الرئاسية وخدماتها وكيفية دعمها والمشاركة.
- ٢- إبراز المبادرات الرئاسية بشكل جديد ومتطور يجذب المتلقي مثل استخدام أسلوب صحافة الحلول لتعبر عن التحديات وتناقشها مع الجمهور ومحاولة إيجاد الحلول لها خاصة في المبادرات البيئية.

- ٣- إعطاء مساحة للتعبير عن الآراء المختلفة حول المبادرات الرئاسية وتفعيل المزيد من الخدمات التفاعلية مثل التعليق على المحتوى واستطلاع الرأي لتحقيق المشاركة المجتمعية.
- ٤- ضرورة الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية والتي تمكن الصحف القيام بدورها التنموي في ظل المسؤولية الاجتماعية.
- ٥- التقييم والمتابعة المستمرة لتنفيذ استراتيجية المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام "نحو إعلام تنموي مسئول" لدعم رؤية مصر ٢٠٣٠.
- ٦- تعظيم الدور التنموي للقطاع الخاص، ومنظمات المجتمع المدني، ومشاركة الحكومة في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.
- ٧- الاهتمام بإطلاق المزيد من المبادرات التي تفعل آليات التواصل مع المواطنين وتفعيل دور المساءلة والمراقبة المجتمعية، وكذلك المبادرات التعليمية؛ حيث جاء هدفي تحقيق الشفافية والمساءلة ومحاربة الفساد، والارتقاء بالنظام التعليمي في نهاية تقييمات النخبة الإعلامية للأهداف المحققة من المبادرات الرئاسية.

مراجع الدراسة

- ١- أبو مندور، شيماء. (٢٠٢٣). اتجاهات النخبة الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية لمؤتمر قمة المناخ العالمي Cop27 ٢٠٢٢. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*, ٢٠٢٣ (٢٥), ٢٨٩-٢٤١.
- ٢- الحاج، كمال. (٢٠٢٠). *نظريات الإعلام والاتصال. الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية*، ص ١٥٧.
- ٣- السيد، أماني محمد. (٢٠٢٣). اتجاهات النخبة نحو تغطية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للقضايا المناخية "COP27" نموذجًا. *مجلة البحوث الإعلامية*, ٦٨ (١), ١٧٤-١١١.
- ٤- العدوي، آية صلاح عبد الفتاح. (٢٠٢٣). اتجاهات النخبة نحو الحملات الإعلامية للمبادرات الرئاسية بالمواقع الصحفية وانعكاسها علي مفهوم التميز الحكومي لديهم. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*, ٢٠٢٣ (٢٥), ٦٩٧-٧٤٦.
- ٥- المرزوقي، نوره بنت صالح. (٢٠٢٠). *مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج ٤، ٧٤، ٦٠ - ٨٣.
- ٦- المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية. (٢٠٢٠). (تقرير). مصر في تقرير التنمية المستدامة ٢٠٢٢ (ص ٢٧-٤٢). القاهرة، مصر.

- ٧- المقدم، سارة شوقي. (٢٠٢٢). تأثير مبادرة اتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفيسبوك للاهتمام بالبيئة: دراسة شبه تجريبية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع ٨٠، ٧٨٥ - ٨١١.
- ٨- أمين، أسماء. ٢٠٢٢. موقع اليوم السابع: تعرف على أهم مبادرات الدولة في التعليم قبل الجامعي. تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٣/١٠. متاح على الرابط الآتي: <https://m.youm7.com/story/2022/6/22/مبادرات-الدولة-في-التعليم-قبل-الجامعي/٥٨١٠٦١٠>
- ٩- حسب النبي، زينهم حسن علي. (٢٠٢٢). دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠. **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**. مج ٨. ص ٣٨٤، ١٦٩٥ : ١٧٣٢.
- ١٠- حسن، مها مختار. (٢٠٢٠). أطر تقديم حملة ١٠٠ مليون صحة في المواقع الإخبارية المصرية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع ٢٨٤، ٦٣٨ - ٦٨١.
- ١١- حسن، نسرين حسام الدين، التلاوي، نهي حسين محمد محمود، قطب، فاطمة فايز عبده، أبو العز، إنجي عباس، و عبید، أحمد شحاته عبدالفضيل. (٢٠٢٢). المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة تحليلية. **مجلة البحوث الإعلامية**، ع ٦١٤، ج ٣، ١٢٤١ - ١٤٣٤.
- ١٢- سليمان، أنغام مجدي. (٢٠٢٢). "تأثير مواد الرأي بالصحف الإلكترونية على تشكيل وعي النخبة أثناء الأزمات" بالتطبيق على أزمة فيروس كورونا المستجد Covid 19. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع ٢٣٤، ٤٤٧ - ٥٣٠.
- ١٣- عبد المعطى، رزق سعد. (٢٠١٣). اتجاهات النخبة الأكاديمية حول المعالجة الإعلامية لأزمة الإصلاح السياسي في مصر بعد الثورة: دراسة حالة على التغطية الإعلامية لدور الأحزاب السياسية في مصر "دراسة ميدانية". **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، ع ١، ٣٠-٥١.
- ١٤- فرج، إبراهيم محمد أبو المجد. (٢٠٢٢). تعرض الشباب المصري للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي. **مجلة البحوث الإعلامية**، ع ٦١٤، ج ٢، ٧١٧ - ٨٠٨.
- ١٥- قرني، هناء حسين. (٢٠٢٠). الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الرأي العام نحو صندوق تحيا مصر. **مجلة البحث العلمي في الآداب**. مج ٢١، ع ٩٤، ص ٢٠٩ - ٢٢٦.

- ١٦- نداء، ايمن منصور، و زغيب، شيماء ذو الفقار. (٢٠٠٣). دراسات في نظريات الرأي العام. القاهرة: المدينة برس، ص١٦٣: ١٨٥.
- ١٧- هلال، مها أشرف سالم. (٢٠٢٣). اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية. (رسالة ماجستير). جامعة المنوفية: كلية الآداب- قسم إعلام.
- 18- Baek, K. and Lee, N.Y. (2020) 'Public voices muted in economic news: A content analysis of public and elite sources in South Korean newspapers', **SAGE Open**, 10 (2).1- 23.
- 19- Chwialkowska, A. (2019). How sustainability influencers drive green lifestyle adoption on social media: the process of green lifestyle adoption explained through the lenses of the minority influence model and social learning theory. **Management of Sustainable Development**, 11(1), 33-42
- 20- . de Morais Pinto, R., de Medeiros Valentim, R. A., Fernandes da Silva, L., Góis Farias de Moura Santos Lima, T., Kumar, V., Pereira de Oliveira, C. A., Martins Gomes de Gusmão, C., de Paiva, J. C., & de Andrade, I. (2021). Analyzing the reach of public health campaigns based on multidimensional aspects: The case of the syphilis epidemic in Brazil. **BMC Public Health**, 21(1). 1-13.
- 21- Harjuniemi, T. (2021). The power of primary definers: How journalists assess the pluralism of economic journalism. **Journalism**, 24(4), 877–893.
- 22- Kang, S. (2019). Communicating sustainable development in the digital age: The relationship between citizens' storytelling and engagement intention. **Sustainable Development**, 27(3), 337-348.
- 23- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. **Journal of communication**, 57(1), 9-20.

- 24- SEVENANS, J. (2018), How mass media attract political elites' attention. **European Journal of Political Research**, 57: 153-170.
- 25- Wolfgang, J.D. et al. (2021) 'Political journalism and democracy: How journalists reflect political viewpoint diversity in their reporting', **Journalism Studies**, 22(10), pp. 1339–1357.
- 26- Zoizner, A., Fogel-Dror, Y. and Sheafer, T. (2017) 'When politicians react to the media: How the attitudes and goals of political elites moderate the effect of the media on the political agenda', **How Political Actors Use the Media**, pp. 147–163.