

**التماس طلاب كليات الإعلام المصرية للمعلومات عن
”مبادرة حياة كريمة“ من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة
(دراسة ميدانية)**

د. فاطمة الزهراء أبو الفتوح محمود الخطيب مدرس الاذاعة والتلفزيون – بكلية
الإعلام وفنون الاتصال جامعة ٦ أكتوبر

د. محمد صلاح يوسف مدرس الاذاعة والتلفزيون – بكلية الإعلام وفنون الاتصال
جامعة ٦ أكتوبر

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة لرصد مستوى المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام المختلفة عن مبادرة حياة كريمة وكيفية استقاء طلاب كليات الإعلام لتلك المعلومات ومدى تأثيرها عليهم في إدراك المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الدولة في إطار تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ بتطبيق نظرية التماس المعلومات باستخدام استبيان الكتروني على عينة عشوائية من طلاب كليات الإعلام المصرية قوامها ٦٦٢ مفردة من الذكور والاناث بكل من كليات الإعلام الحكومية والخاصة: بجامعة القاهرة، جامعة الأزهر، جامعة ٦ أكتوبر على مدى ثلاثة أشهر من نهاية أكتوبر ٢٠٢١ وحتى نهاية يناير ٢٠٢٢ وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ١- حققت مبادرة تحيا مصر المركز الأول بنسبة ٨٤,٩% كأكثر المبادرات الرئاسية المعروفة لدى عينة الدراسة وتقاربت معها بفارق بسيط مبادرة حياة كريمة في المركز الثاني بنسبة ٧٨,٩% مما يدل على وعي أفراد العينة بالمبادرة بشكل كبير.
- ٢- شكلت وسائل الإعلام الرقمي أهم مصادر المعلومات التي يتابع من خلالها طلاب كليات الإعلام المعلومات فيما يخص المبادرات الرئاسية بشكل عام بنسبة بلغت ٧٣,٦%
- ٣- جاءت أهم أسباب التماس المعلومات حول المبادرة أنها تساهم في تزويد الطلاب بالمعلومات والثقافة العامة بنسبة بلغت ٥٧,٣%
- ٤- عبرت استجابات الطلاب عينة الدراسة عن قدر من الثقافة العامة فيما يخص مجال النشاط الاجتماعي الذي تمارسه الدولة تمثل في نسبة معرفة متوسطة برؤية مصر ٢٠٣٠ بلغت ٦٦,٣%

مقدمة :

تأتي مقولة " المواطن أولا " شعاراً مميزاً يتخذه سيادة الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي عنواناً لسياسته الداخلية في إدارة شؤون البلاد منذ تولى مهام منصبه. حيث يبحث دائماً عن مزيد من الفرص لتحسين الأوضاع المعيشية للمواطن المصري ليرفع عن كاهله مشقة ما ترتبت عليه تداعيات الظروف الصعبة التي مرت بها البلاد أثناء أحداث ثورة ٢٠١١ وما قبلها. وبالفعل شهدت مصر نجاح العديد من المشروعات التنموية، الاقتصادية، توفير الخدمات الصحية، التعليمية، تطوير البنية التحتية والخدمات التي تأتي كلها من أجل خدمة المواطن المصري محل الاهتمام الأكبر "حجر الزاوية" في سياسة مصر الداخلية.

وبالرغم من حالة الكساد الاقتصادي التي عانى منها العالم أجمع بسبب جائحة كورونا إلا أن مصر دائماً ما تقف شامخة أمام الظروف الصعبة لتعبرها بالقرارات الحكيمة التي اتخذها سيادة الرئيس عبد الفتاح السيسي بتدشين العديد من المبادرات الرئاسية التي ذللت تلك الظروف القاسية وأخذت بيد المواطن المصري البسيط وعبرت به أزمة جائحة كورونا.. إنها مبادرات التكافل الاجتماعي وعلى رأسها مبادرة حياة كريمة هذه المبادرة التي يعبر اسمها عن شعارها وتحمل رسالتها هدفاً سامياً يجوب كل القرى المصرية الأكثر احتياجاً ليطورها ويحسن الخدمات المقدمة بها.

تسعى مبادرة حياة كريمة التي تم إطلاقها في يناير ٢٠١٩ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً في مصر وذلك من خلال العمل على تحقيق عدد من الأهداف المعلنة على الصفحة الرسمية للمبادرة نذكر منها:

- ١- التخفيف عن المواطنين في المناطق الريفية الأكثر احتياجاً
- ٢- التنمية الشاملة لمجتمع الريف.
- ٣- الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

بالإضافة إلى ان المبادرة تستهدف عددا من الفئات الاجتماعية مثل الأسر الأكثر احتياجا في التجمعات الريفية، كبار السن، ذوي الهمم، المتطوعين، النساء المعيلات، المطلقات، الأيتام وأخيرا الشباب القادر على العمل. (١)

وتنفذ المبادرة على ثلاث مراحل تبدأ المرحلة الأولى من القرى التي تتجاوز نسب الفقر بما حازر ٧٠٪. أما المرحلة الثانية فمخصصة للقرى التي تتراوح نسب الفقر بما بين ٥٠ : ٧٥ ٪ ، وأخيرا المرحلة الثالثة التي تقل نسب الفقر بما عن ٥٠٪ (٢)

وفي إطار انتشار المبادرات الرئاسية التي شهدتها مصر بكثافة غير مسبوقه عن ذي قبل. يبرز دور وسائل الإعلام المختلفة في تناول تلك المبادرات وتسهيل الضوء على أهدافها، والفئات المستهدفة منها، مراحل العمل بها، وحجم إنجازاتها، لتحقيق دور الإعلام بوجه عام في نشر الوعي ودعم الاتجاهات الإيجابية بالعمل كحلقة اتصال للربط بين المواطنين والدولة.

مما أثار اهتمام الباحثان بدراسة مستوى المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام المختلفة عن مبادرة حياة كريمة وكيفية استقاء طلاب كليات الإعلام لتلك المعلومات ومدى تأثيرها عليهم في إدراك المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الدولة في إطار تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

وبهذا تتمثل أهمية الدراسة في :

١- التركيز الإعلامي على تناول البعد الاجتماعي في خطة الدولة للتنمية المستدامة من خلال عدة محاور شملتها رؤية مصر ٢٠٣٠ خاصة التركيز على الاستثمار في البشر من خلال عدد من المشاريع والمبادرات الرئاسية مما استدعى التوقف عنده للدراسة.

٢- إلقاء الضوء على دور الدولة في محاولات تخطي تبعات أزمة كورونا التي أثرت سلباً على قطاع المواطنين من العمالة المؤقتة؛ والذي تمثل في تدشين العديد من المبادرات التي تبنتها الدولة والمجتمع المدني لمحاولة تفادي الأزمة بتوفير مقومات الحياة الأولية للمواطنين بشكل راقى وتوفير فرص معيشية مستقرة لهؤلاء المواطنين.

٣- يأتي اهتمام سيادة الرئيس عبد الفتاح السيسي بالمواطن المصري على قائمة أولوياته وقد ظهر ذلك جلياً في العديد من المبادرات التي توفر فرص التكافل الاجتماعي للفئات الأكثر احتياجاً.

٤- تخطى قرى الريف المصري بفرص عديدة للتطوير ورفع مستوى المعيشة من خلال المبادرة الرئاسية حياة كريمة تلك المبادرة الرئاسية التي تخطى بمساحة من الحملات الدعائية والإعلامية التي تتابع أنشطة التطوير في قرى الريف المصري المستهدفة من المبادرة وما لها من أهمية في دعم القطاع الأكبر من سكان مصر.

٥- أن هذه الدراسة من الدراسات الميدانية القليلة - في حدود اطلاع الباحثين- التي تهتم بدراسة آراء طلاب كليات الإعلام وترصد مؤشرات حول أفكارهم وشخصياتهم ومدى تأهيلهم لتحمل مسؤولية صنع الرسالة الإعلامية داخل مؤسسات السلطة الرابعة.

أهداف الدراسة:

- ١- رصد مدى معرفة طلاب كليات الإعلام المصرية بدور المسؤولية الاجتماعية للدولة الذي يعد أحد أهم محاور التنمية المستدامة برؤية مصر ٢٠٣٠
- ٢- التعرف على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها طلاب كليات الإعلام المصرية في التماس المعلومات حول مبادرة حياة كريمة.

٣- الكشف عن الاستراتيجيات التي يتبعها طلاب كليات الإعلام المصرية في البحث عن المعلومات.

٤- رصد تقييم طلاب كليات الإعلام المصرية لمستوى المعالجة الإعلامية المقدمة حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

الدراسات السابقة:

تتخذ المكتبة الإعلامية بالعديد من الدراسات التي تناولت دراسة وتحليل نشاطات المبادرات الرئاسية المصرية كما أن هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بتطبيق نظرية التماس المعلومات مما شكل روافد علمية تم الاستعانة بها من خلال عدة محاور وهي:

المحور الأول: سلوك التماس الجمهور للمعلومات:

١- دراسة ايمان عاشور سيد (٢٠٢١) هدفت إلى التعرف على قياس درجة التماس الجمهور للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم حيث رصدت الدراسة دوافع ونوع ومستوى المعرفة التي تم تحقيقها. بالتطبيق على عينة قوامها ٣٥٨ مفردة من الجمهور المصري. توصلت النتائج إلى أنه: جاء الواتس آب في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور المصري يليه الفيس بوك ثم اليوتيوب. (٣)

٢- دراسة Yerina S. Ranjit & Others (٢٠٢٠) والتي فهم سلوك الاتصالي لدى المهاجرين النيباليين خلال حادثة الزلزال الذي ضرب بلادهم ، من خلال معرفة كيف يتم التعرض للمعلومات حول الضرر وآثار الدمار التي لحقت بذويهم وأصدقائهم، استخدمت الدراسة منهج المسح ، وشملت العينة ٢٢٨ مفردة من النيباليين المقيمين خارج بلادهم، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة ومنها أن المهاجرين النيباليين علموا بالأحداث التي أصابت بلادهم أولاً من خلال مكالمات هاتفية

من صديق أو قريب ، كما أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي هي المنصة الثانية الأكثر استخداما لمشاركة الأخبار ، وأوضحت النتائج أيضا أن تعرض المبحوثين لصفحات وسائل الإعلام على شبكات الإنترنت كان من بين البدائل التي استخدموها في الحصول على المعلومات.^(٤)

٣-دراسة أحمد السمان (٢٠١٩) تناولت مصداقية المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كليات الإعلام باستخدام نظرية التماس المعلومات بتطبيق استبيان على ٣٠٠ مفردة من كليات الإعلام الحكومية والخاصة حيث أشارت النتائج إلى كثافة استخدام الإنترنت باعتباره الوسيط الأكثر مصداقية، تلاها التلفزيون ثم الصحف وأخيرا الراديو.^(٥)

٤- دراسة ربهام أسامة حسين (٢٠١٩) تهدف إلى التعرف على العوامل المؤثرة في التماس الشباب الجامعي المصري للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي بشأن ادراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال تطبيق دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة باستخدام نظرية التماس المعلومات وتوصلت إلى: ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد العينة، ارتفاع تفاعليتهم معها، ارتفاع درجة الثقة في المعلومات التي يلتبسوها من الشبكات الاجتماعية.^(٦)

٥- دراسة Paula R. Buchanan & Others (2018) هدفت إلى التحقيق في كيفية تأثير تفاعل الطبيب مع المستهلك في وسائل التواصل الاجتماعي للبحث عن المعلومات الصحية التي يهتم بها المستهلكين ونية الاستخدام، اعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث تم إجراؤها على ٣٥٢ مفردة من الأطباء والمستهلكين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة ومنها أنه يمكن تقسيم التفاعل بين الطبيب والمستهلك إلى تفاعل فعال وتفاعل عاطفي ، كما أظهرت النتائج أن هناك

ارتباط بين أنواع التفاعل على المعلومات الصحية لدى المستهلكين في البحث عن المعلومات الصحية ونية الاستخدام من قبل المستهلك ، كما بينت النتائج أن طبيعة الرضا والثقة تجاه الأطباء من قبل المستهلكين تؤثر على نوعية المعلومات التي يتم اختيارها وتداولها. (٧)

٦- دراسة **Rossella Zucco (2018)** سعت الدراسة إلى التعرف على طرق جمع المعلومات من الإنترنت حول المضادات الحيوية والسلوك المتبع في استخدامها، اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، وتم تطبيقها على عينة مكونة من ٩١٣ مفردة من أولياء أمور الطلاب ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج هامة من بينها أن ٢٢.١٪ من المبحوثين لا يعرفون إذا ما كان الأنسب لهم استخدام المضادات الحيوية أم لا ، كما أظهرت النتائج أن ٣٢.٣٪ من الآباء المبحوثين اعتمدوا في علاجهم على المضادات الحيوية بالفعل ، وأظهرت النتائج أيضاً أن ٧٣.٤٪ من المبحوثين استخدموا الإنترنت بالفعل للبحث عن المعلومات حول طرق استخدام المضادات الحيوية ومدى فعاليتها. (٨)

٧- دراسة **سارة محمود عبد العزيز (٢٠١٨)** استهدفت الدراسة بحث العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات الصحية عبر شبكة الانترنت بالاعتماد على نظرية التماس المعلومات على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة ونتج عنها: أن نسبة ٨٨,٥ ٪ من أفراد العينة لديهم معدل التماس كبير ومتوسط للمعلومات الصحية عبر الانترنت. يتق ٦٥,٦٪ من العينة في المعلومات الصحية بالإنترنت بدرجة كبيرة. (٩)

٨- دراسة **محمد فؤاد الدهراوي (٢٠١٨)** هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استراتيجيات التماس المعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي الديني لدى الشباب الجامعي والتعرف على مدى قدرتها على حث الشباب العربي على نبذ العنف وتبني ثقافة التسامح بتطبيق نظريتي الاعتماد والتماس المعلومات على عينة

حصصيه قوامها ٤٥٠ مفردة في الفترة من ٢٠١٨/٥/٣ : ٢٠١٨/٦/٣٠ وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أنه جاء في مقدمة مصادر المعلومات الانترنت يليه الكتب ثم التلفزيون، ارتفاع معدل التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي. (١٠)

٩-دراسة جيهان سيد يحيى (٢٠١٤) سعت الدراسة لرصد وتحليل أنماط واستراتيجيات ومصادر التماس الجمهور المصري للمعلومات حول تطورات الاستفتاء على تعديلات الدستور المعطل في ضوء فرضيات نظرية التماس المعلومات لاختبار العلاقة بين هذا الالتماس ومعارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته بشأن الاستفتاء على دستور ٢٠١٤. من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري بمحافظة القاهرة - الاسكندرية - بني سويف قوامها ٣٠٠ مفردة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن قناة cbc في مقدمة وسائل الإعلام التي يتابع الجمهور من خلالها تعديل الدستور ثم فيسبوك، تمثلت أكثر خطوات التماس المعلومات أهمية في شعور الجمهور بأهمية الدستور ولهذا بحثوا عن معلومات عنه. (١١)

١٠-دراسة **Kyung-Sun Kim & Others** (٢٠١٤) اعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تم التطبيق على ٨٠٠ طالب جامعي من المستخدمين لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات ، وأظهرت النتائج أن هناك اختلافات بين المبحوثين في طرق استخدام المنصات بناء على نوع الجنس والمستوى التعليمي و مدى الالتزام في الجوانب التعليمية ، كما أظهرت النتائج أن العديد من الطلاب يستخدمون منصات التواصل الاجتماعية لتحقيق أغراض متنوعة ومنها البحث عن المعلومات مما يؤثر على المستوى التعليمي والمعلوماتي لديهم بشكل أو بآخر. (١٢)

ثانياً: الدراسات التي تناولت المبادرات الرئاسية

١-دراسة آيات صلاح نور الدين(٢٠٢١) سعت الدراسة إلى التعرف على أهم أبعاد ودوافع تعرض الجمهور المصري لإعلانات حملات التسويق الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحو أبعاد الثقافة الوطنية، والكشف عن مدى الارتباط بين هذه الحملات التوعوية الصحية والواقع الاجتماعي بتطبيق مؤشرات نموذج هوفستد الثقافية من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري قوامها ٢٥٠ مفردة من سن ١٦ سنة فأكثر. تمثلت أهم نتائج الدراسة في تصدر حملة صحة المرأة والكشف المبكر عن سرطان الثدي بنسبة ٧١,٩% أكثر القضايا الصحية التي اهتم بها الباحثين وأقلهم اهتماماً بنسبة ١٧% كانت حملة فحص أمراض الانيميا والتقرم لدى الأطفال. (١٣)

٢-دراسة سامح حسنين(٢٠٢١) حاولت الدراسة الكشف عن العوامل المؤثرة في اقتناع المرأة المصرية برسائل الحملات الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي، التعرف على التأثيرات المختلفة لتلك الرسائل في رفع مستوى الوعي الصحي لديها سواء كانت هذه التأثيرات على المستوى المعرفي أو العاطفي أو السلوكي. بتطبيق نموذج المعتقد الصحي على عينة ميدانية قوامها ٤٠٠ مفردة من سكان الحضر والريف وتمثلت أهم دوافع تعرض الباحثين لرسائل حملات التوعية في التعرف على المرض وسبل الوقاية منه "الخطورة المدركة"، وتمثلت أعلى سلوكيات الباحثين في الالتزام بالكشف الصحي الدوري العام. (١٤)

٣-دراسة السيد السعيد عبد الوهاب (٢٠٢٠) هدفت إلى رصد وتحليل محاور الخطة الرسمية لمبادرة ١٠٠ مليون صحة، وكذلك الوسائل الاتصالية بكل أنواعها، والمواد والرسائل والمضامين التوعوية التي استخدمت بالمبادرة للإعلان عنها ونشر الوعي بخدماها في كل مراحلها، واهتمت كذلك باستبيان رأى الجمهور العام عبر نموذج اتصال المخاطر،

وطبقت على عينة بلغت ٤٠٠ مفردة بشأن الاجراءات الاتصالية والتوعوية بالحملة الإعلامية حول المبادرة الصحية. وعكست نتائج الدراسة عدة جوانب منها : جاءت المبادرات الرئاسية بالقطاع الصحي ضمن الاهتمامات الأولى لمشاركة المواطنين وثقتهم بخدماتها المقدمة لكونها أطلقت من خلال رئيس الدولة، يليها مبادرات التعليم وفرص العمل وتكنولوجيا المعلومات.^(١٥)

٤-دراسة مها مختار حسن (٢٠٢٠) سعت الدراسة إلى تحليل المحتوى الخبري لحملة ١٠٠ مليون صحة في المواقع الاخبارية بكل من اليوم السابع، مصراوي في الفترة من سبتمبر ٢٠١٨ وحتى مايو ٢٠١٩ بالاعتماد على تطبيق نظرية الأطر الإعلامية . أظهرت نتائج الدراسة أن موقعي اليوم السابع ومصراوي تناولوا الحملة من منظور سياسي وقومي أكثر من الجانب الطبي واستعانوا بالمسؤولين الحكوميين كمصادر للمعلومات لإعطاء الموضوعات المنشورة أهمية لدى الجمهور والتأثير على الجمهور المستهدف، ولكنهما أغفلتا الاعتماد على المتخصصين.^(١٦)

٥-دراسة إيناس محمود (٢٠١٨) هدفت إلى دراسة علاقة تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها بتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٣٧٢ مفردة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة على مدى شهري أكتوبر ونوفمبر ٢٠١٧ وتوصلت النتائج إلى ثقة الباحثين في المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد بالنسبة لهم أهم مصادر المعرفة عن المبادرات الرئاسية.^(١٧)

ثالثا: دراسات تناولت التنمية المستدامة

١- دراسة ماهيتاب جمال (٢٠٢٠) هدفت الدراسة إلى رصد طرق الحصول على معلومات عن استراتيجية التنمية المستدامة عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراته بالتطبيق على عينة متاحة قوامها ١٥٠ مفردة وتوصلت إلى نتائج هامة منها: أن

درجة ادراك طلاب كليات الإعلام لأهمية تلك الاستراتيجية بين أفراد المجتمع المصري وصلت إلى ٤٠ %، شكلت وسائل الإعلام التقليدية تغطية إعلامية متحيزة تقتصر على التأييد، وهو ما كان له تأثير على ادراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشأن تلك الاستراتيجية وفي مقدمتها الفيس بوك بنسبة استخدام بلغت ٧٨,٧ %^(١٨).

٢- دراسة محمد ابراهيم الحفناوي (٢٠٢٠) تبلورت حول قياس مدى اعتماد الجمهور المصري على البوابات الإخبارية كمصدر للمعلومات حول التنمية المستدامة ٢٠٣٠ بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي من محافظتي القاهرة وكفر الشيخ وقد أشارت النتائج إلى: ارتفاع نسبة المهتمين بمتابعة أخبار التنمية المستدامة عبر البوابات الإخبارية الإلكترونية حيث بلغت ٧٨ %، تنوعت أهداف اعتماد الجمهور على متابعة مشروعات التنمية المستدامة حيث كانت الحاجة إلى معلومات عن المشروعات الجديدة في صدارة الأهداف، جاء مشروع الضبعة القومي في صدارة المشروعات التي يتابعها الجمهور.^(١٩)

٣- دراسة مروة صبحي محمد (٢٠٢٠) هدفت الدراسة إلى قياس دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة، بالتطبيق على مبادرة "تحضر للأخضر"، ووظفت الدراسة منهجي المسح وتحليل المضمون على عينة تحليلية بلغت ١٦١ منشور من منشورات الصفحة، وعينة من متابعي الصفحة بلغت ٢٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: فاعلية الصفحة في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، كذلك ترتفع نسبة مشاركة الباحثين للمنشورات وممارستها الاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدراسة فاعلية الصفحة في التأثير على وعي

المبوحثين البيئي، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية. (٢٠)

٤- دراسة منة الله حسين مأمون (٢٠٢٠) تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية تغطية الموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠ في القنوات الفضائية المصرية من خلال تحليل مضمون عينة من البرامج الحوارية بكل من قناتي مصر الأولى، dmc لتحديد أهم الموضوعات التي تهتم بعرضها وبارزها وذلك خلال الفترة من ٢٠١٩/١٠/٣١ حتى ٢٠١٩/١٢/٣١ ومن أهم النتائج التي توصلت لها: جاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الأول تحديداً ما يتعلق بالتنمية المستدامة و أبرزها) الطاقة - التنمية الاقتصادية - كفاءة المؤسسات الحكومية) ،غلب الاتجاه الايجابي في عرض الموضوعات الاقتصادية الحوارية بنسبة ٩٦,٦٪ (٢١)

٥-دراسة منى طه محمد (٢٠١٩) هدفت إلى محاولة معرفة مدى مساهمة الصحف الالكترونية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة ومجالاتها وتحدياتها وأثر نجاحها أو فشلها على الفرد والمجتمع. بتطبيق نظرية التسويق الاجتماعي على عينة من الشباب المصري قوامها ٣٠٠ مفردة في الفترة من فبراير ٢٠١٦ إلى يناير ٢٠١٩ وخلصت نتائجها إلى: ركزت المواقع على المجال الاقتصادي في مجالات التنمية المستدامة تليها موضوعات ترتبط بالمجال الاجتماعي ثم المجالات البيئية والأمنية والسياسية. كانت كل من بوابة الأهرام واليوم السابع الأكثر اهتماماً بقضايا التنمية المستدامة. كما اعتمدت على أساليب الاقناع والاستمالات العقلانية بالاعتماد على النسب والاحصائيات. لم توظف المواقع محل الدراسة أشكال المعالجة الحديثة ولا امكانيات الوسيلة الالكترونية في تناول موضوعات التنمية المستدامة. (٢٢)

التعليق على الدراسات السابقة :

استفاد الباحثان من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في جوانب أضافت أبعادا مهمة في صياغة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وكذلك تحديد مجتمع الدراسة، ويشير الباحثان فيما يلي لأهم الملاحظات على الدراسات السابقة:

١- ركزت دراسات المحور الأول على سلوك التماس الجمهور للمعلومات التي جاء معظمها فيما يتعلق بالقضايا الصحية والسياسية حيث توصلت نتائج معظم الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها في التماس المعلومات الجديدة.

٢- اتضح من عرض دراسات المحور الثاني تركيزها على الاهتمام برصد الدور الإعلامي الإيجابي في تناول رؤية مصر ٢٠٣٠

٣- احتلت المبادرات الرئاسية في القطاع الصحي نصيباً من اهتمام الدراسات الإعلامية. ٤- ندرة اهتمام الدراسات الإعلامية المصرية بالدور الاجتماعي للمبادرات الرئاسية نظراً لحدثة تطبيقها في تلك الفترة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

عادة ما يرتبط التماس المعلومات بالقضايا والموضوعات الجديدة التي تظهر على الساحة اليومية، مما يدفع فئات الجمهور المختلفة بالسعي لتجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات من المصادر المتنوعة والسعي لتبادلها مع الزملاء والأصدقاء من أجل توسيع القاعدة المعرفية وبما أن هذه الدراسة تتناول المبادرات الاجتماعية الرئاسية التي تشهدها الدولة من أجل دعم الفئات الأكثر احتياجا وهي مبادرات جديدة لم تشهدها مصر من قبل وقد عملت وسائل الاعلام على إبرازها مما دفع الباحثان لدراسة مستوى التماس طلاب كليات الاعلام للمعلومات حول المبادرات الاجتماعية الرئاسية خاصة مبادرة حياة

كريمة وبمحت ماهية مصادر المعلومات التي يعتمدوا عليها من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتأثير تلك المعلومات على إدراكهم للمسئولية الاجتماعية للدولة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠ تمثلت الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ١- تحديد وصياغة المشكلة البحثية.
- ٢- الاطلاع على المراجع والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.
- ٣- تحديد عينة الدراسة بدقة بما يخدم أهداف الدراسة.
- ٤- كيفية صياغة الفروض في إطار نظرية التماس المعلومات.

الإطار المعرفي :

تعد رؤية مصر ٢٠٣٠ هي الأجنحة الوطنية التي تعكس الخطة الاستراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كل المجالات، وتوطينها بأجهزة الدولة المصرية المختلفة. تستند رؤية مصر ٢٠٣٠ على مبادئ "التنمية المستدامة الشاملة" و"التنمية الإقليمية المتوازنة"، وتعكس تلك الرؤية الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي.

تركز رؤية مصر ٢٠٣٠ على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة وذلك من خلال التأكيد على ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية. يأتي ذلك جنباً إلى جنب مع تحقيق نمو اقتصادي مرتفع، وتعزيز الاستثمار في البشر وبناء قدراتهم الإبداعية من خلال الحث على زيادة المعرفة والابتكار والبحث العلمي في كافة المجالات. (٢٣)

يتحقق البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠ من خلال الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته بالحد من الفقر بجميع أشكاله، والقضاء على

الجوع، وتوفير منظومة متكاملة للحماية الاجتماعية، وإتاحة التعليم وضمان جودته وجوده الخدمات الصحية، وإتاحة الخدمات الأساسية، وتحسين البنية التحتية، والارتقاء بالمظهر الحضاري، وضبط النمو السكاني، وإثراء الحياة الثقافية، وتطوير البنية التحتية الرقمية. وجاء في إطار ذلك إطلاق العديد من المبادرات الرئاسية قبل أزمة كورونا بهدف الحد من الفقر بجميع أشكاله والقضاء على الجوع والتي ساعدت على مواجهة التداعيات الناجمة عن انتشار فيروس كورونا:

- مبادرة "حياة كريمة" لتحسين مستوى المعيشة وتوفير فرص عمل بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في المناطق الأكثر احتياجًا.

- جهود الدولة في القضاء على العشوائيات كأحد آليات الحد من الفقر متعدد الأبعاد. المبادرات التي تم استحداثها لمواجهة تداعيات الأزمة بهدف الحد من الفقر بجميع أشكاله والقضاء على الجوع

- إطلاق مبادرة "نتشارك هنعدي الأزمة" من قبل صندوق تحيا مصر لدعم العمالة غير المنتظمة.

- تقديم المجتمع المدني مساعدات لدعم المتضررين مثل حملات "دعم العمالة اليومية مسؤولة"، "تحدي الخير".

المبادرات التي تم إطلاقها قبل الأزمة بهدف توفير منظومة متكاملة للحماية الاجتماعية - برنامج تكافل وكرامة للتحويلات النقدية المشروطة للأسر الفقيرة والأكثر احتياجًا وكفالة حقوق أطفالها الصحية والتعليمية. (٢٤)

ونتناول بالحديث في هذه الدراسة مبادرة حياة كريمة تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي بهدف تحسين ظروف المعيشة والحياة اليومية للمواطن المصري، لأنها تهدف أيضا إلى التدخل الآني والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته

وحقه في العيش الكريم، ذلك المواطن الذي تحمل فاتورة الإصلاح الاقتصادي والذي كان خير مساند للدولة المصرية في معركتها نحو البناء والتنمية.

من هنا جاء دور مبادرة حياة كريمة أحد أهم وأبرز المبادرات الرئاسية لتوحيد كافة جهود الدولة والمجتمع المدني والقطاع الخاص لهدف التصدي للفقر المتعدد الأبعاد وتوفير حياة كريمة بما تنمية مستدامة للفئة الأكثر احتياجاً في محافظات مصر ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعهم والاستثمار في تنمية الإنسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية.

وقد نشأت الفكرة عندما شارك الشباب المتطوع بعرض رؤيتهم وأفكارهم في المؤتمر الأول لمبادرة "حياة كريمة"، والذي عُقد على هامش المؤتمر الوطني السابع للشباب في ٣٠ يوليو ٢٠١٩، وعلى إثره تم إنشاء مؤسسة حياة كريمة بتاريخ ٢٢ أكتوبر ٢٠١٩ من شباب متطوع يقدم نموذج فريد يحتذى به في العمل التطوعي.

وتهدف المؤسسة إلى التدخل الإنساني لتنمية وتكريم الانسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم لإحداث تغيير ملموس لتكريس كافة مجهودات العمل الخيري والتنموي. (٢٥)

أهداف المبادرة

١. التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجاً في الريف والمناطق العشوائية في الحضر.

٢. التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجاً بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.

٣. الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.

٤. توفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية.

٥. إشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم.

٦. الاستثمار في تنمية الانسان المصري. (٢٦)

مراحل عمل المبادرة

تم تقسيم القرى الأكثر احتياجاً المستهدفة وفقاً لبيانات ومسوح الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بالتنسيق مع الوزارات والهيئات المعنية.

المرحلة الأولى من المبادرة: تشمل القرى الأكثر احتياجاً ذات نسب الفقر من ٧٠٪ فيما أكثر

المرحلة الثانية من المبادرة: القرى ذات نسب الفقر من ٥٠٪ إلى ٧٠٪

المرحلة الثالثة من المبادرة: القرى ذات نسب الفقر أقل من ٥٠٪

المعايير الأساسية لتحديد القرى الأكثر احتياجاً:

١- ضعف الخدمات الأساسية من شبكات الصرف الصحي وشبكات المياه.

٢- انخفاض نسبة التعليم، وارتفاع كثافة فصول المدارس.

٣- الاحتياج إلى خدمات صحية مكثفة لسد احتياجات الرعاية الصحية.

٤- سوء أحوال شبكات الطرق.

٥- ارتفاع نسبة فقر الأسر القاطنة في تلك القرى. (٢٧)

محاور عمل المبادرة

- سكن كريم رفع كفاءة منازل، بناء أسقف، وبناء مجمعات سكنية في القرى الأكثر احتياجاً، ومد وصلات مياه وصرف صحي وغاز وكهرباء داخل المنازل.
- بنية تحتية مشروعات متناهية الصغر وتفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى.

- خدمات طبية بناء مستشفيات ووحدات صحية وتجهيزها من معدات وتشغيلها بالكوادر الطبية. إطلاق قوافل طبية وتقديم من خلالها خدمات صحية من أجهزة تعويضية (سماعات، نظارات، وكراسي متحركة، وعكازات.. إلخ).
- خدمات تعليمية بناء ورفع كفاءة المدارس والحضانات وتجهيزها وتوفير الكوادر التعليمية.
انشاء فصول محو الأمية.
- تمكين اقتصادي تدريب وتشغيل من خلال مشروعات متوسطة وصغيرة ومتناهية الصغر.
مجمعات صناعية وحرفية وتوفير فرص عمل.
- تدخلات اجتماعية وتنمية إنسانية وتشمل بناء وتأهيل الإنسان وتستهدف الأسرة والطفل والمرأة وذوي الهمم وكبار السن ومبادرات توعوية.
توفير سلات غذائية وتوزيعها مُدعمة.
زواج اليتيمات بما يشمل تجهيز منازل الزوجية وعقد أفراح جماعية.
تنمية الطفولة بإنشاء حضانات منزلية لترشيد وقت الأمهات في الدور الإنتاجي وكسوة أطفال.
- تدخلات بيئية: كجمع مخلفات القمامة مع بحث سبل تدويرها.

الإطار النظري :

اعتمد الباحثان على تطبيق نظرية التماس المعلومات اطاراً نظرياً ملائماً لموضوع

الدراسة:

لقد ساد الاعتقاد لدى الباحثين الإعلاميين حتى منتصف السبعينات بأن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات محدودة على اتجاهات الجمهور وسلوكه ، فنتج عن ذلك ظهور

نظريات تحاول استقصاء أثر وسائل الإعلام على المعرفة ومن بين هذه النظريات نظريات التماس المعلومات من وسائل الإعلام وتعرف نظرية التماس المعلومات بأنها " أي نشاط يقوم به الفرد لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضي احتياجات معينة لديه ، وبالتالي فإن نشاط الالتماس يختلف من فرد لآخر".^(٢٨) في حين يمثل التماس المعلومات أحد المداخل التي تساعد الأفراد في تحديد المصادر التي يستقي منها المعلومات التي يريدونها وتسهل عليه فرص الوصول إليها. كما يعد استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية وسيلة جديدة وشيقة للتماس المعلومات.^(٢٩)

تسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة.^(٣٠)

حيث يكمن سبب اختيار نظرية التماس المعلومات لأنها تتيح مساحة لفهم سلوك كل من فئات الجمهور المختلفة أثناء البحث عن المعلومات من مصادرها التقليدية، بالإضافة لما أصبح متوفراً في ظل التقدم التكنولوجي من قواعد البيانات ومصادر المعلومات القائمة على التفاعلية عبر الانترنت مما أتاح مجالاً للتنافس مع الوسائل التقليدية فأهمهم سيكون الأكثر تفضيلاً ويفوز بثقة الباحثين. كما تساعد تلك النظرية أيضاً في الكشف عن " استراتيجيات التماس المعلومات " بما في ذلك من أساليب البحث عن المعلومات.^(٣١)

تركز النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر مختلفة وهي تستهدف متلقي الاتصال (الجمهور) بحيث يتوقف التماس المعلومات على سهولة الوصول لمصدر المعلومة وسهولة التعامل معه وتسعى الى اختبار فرضية " أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة.

كما أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في عملية التماس المعلومات منها: إدراك الجمهور للمصدر، درجة الثقة في المصدر، درجة الرضا عن مستوى تحقيق اشباع الاحتياجات المعرفية من ذلك المصدر. وهناك متغيرات متعلقة بسلوك الالتماس من حيث نوع الجمهور، مستوى التعليم. (٣٢)

كما تشير النظرية إلى تحديد مصادر المعلومات التي يلجأ لها الفرد سواء الرسمية منها أو غير الرسمية حتى يتحقق له الاشباع فيقرر إغلاق دائرة السعي للحصول على المعلومات ليتخذ سلوكاً نحو مراجعة تلك المعلومات ومدى تأثيره بها سواء بتدعيم معتقداته أو تغييرها. كما تلاحظ أن بنية المجتمع تتدخل في التماس المعلومات وفق نوع وسائل الإعلام الأكثر تفضيلاً لدى الجمهور. (٣٣)

الإطار المنهجي

منهج ونوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح من خلال دراسة ميدانية على طلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية المختلفة. **مجتمع الدراسة:** تشمل جميع طلاب كليات الإعلام الحكومية والخاصة والأزهرية بالفرقتين الثالثة والرابعة والدراسات العليا، وذلك حتى يكون لدى الطالب قدر مناسب من الوعي بأهمية موضوع الدراسة.

عينة الدراسة: عينة عمدية من طلاب كليات الإعلام المصرية قوامها ٧٠٠ مفردة من الذكور والاناث بكل من كليات الإعلام الحكومية وتمثلها جامعة القاهرة ، الجامعات الخاصة وتمثلها جامعة ٦ أكتوبر، والتعليم الأزهرى يمثله جامعة الأزهر. لما لاختلاف أنماط الدراسة من تأثير على معدل ثقافة طلاب كليات الإعلام وتفاعلهم واستقراءهم للأحداث المطروحة على الساحة.

الإطار الزمني للدراسة : امتد الإطار الزمني على مدى ثلاثة أشهر من نهاية

أكتوبر ٢٠٢١ وحتى نهاية يناير ٢٠٢٢

أدوات جمع البيانات: تم تصميم استبيان الكتروني على منصة جوجل فورم يتكون من

عدد ١٣ سؤال تشتمل على مقاييس سلوكية للكشف عن سلوك الطلاب تشمل كل

من:

١- مقياس لمراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ في ٨

عبارات ثم مقياس استراتيجية التماس المعلومات ويتكون من ٥ عبارات.

٢- مقاييس معرفية: حول الوعي بوجود المبادرات الاجتماعية، ثم تحديد مصادر

المعلومات كل منهما ٨ عبارات ، ثم مقياس مدى إدراك طلاب كليات الإعلام للمسئولية

الاجتماعية للدولة يتكون من ١١ عبارة

٣- الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين ويتكون

من ١٣ عبارة، الجهود التي تقوم بها وسائل الإعلام المصرية لدعم دور المسئولية الاجتماعية

ويتكون من ٨ عبارات.

تساؤلات الدراسة:

١- كيف يلتمس طلاب كليات الإعلام المصرية المعلومات حول البعد الاجتماعي

لرؤية مصر ٢٠٣٠ ؟

٢- ما مصادر المعلومات التي يلتمس من خلالها عينة الدراسة المعلومات حول

المسئولية الاجتماعية للدولة ؟

٣- ما مراحل التماس تلك المعلومات لدى عينة الدراسة ؟

٤- ما أسباب التماس طلاب كليات الإعلام المصرية للمعلومات حول المسؤولية

الاجتماعية للدولة المصرية ؟

٥- ما مدى إدراك عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية للدولة؟

٦- ما الجهود التي تقوم بها وسائل الإعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية

للدولة ؟

فروض الدراسة:

الفرض الاول: أ. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام

عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة، وأهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين.

ب. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة وأهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة حسب (النوع ومستوى التعليم ونوع الجامعة ونوع الوسيلة مصدر المعلومات) حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الاعلام عينة الدراسة حسب(نوع الجامعة) حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات.

نتائج الدراسة

١- صدق أداة الدراسة

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

٢- ثبات أداة الدراسة Reliability

نظرا لصعوبة إعادة التطبيق على أفراد العينة تم حساب الثبات

Reliability بطريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha)، ويوضح الجدول

(١) معاملات الثبات التي تم الحصول عليها بتحليل الثبات.

جدول (١) معاملات ألفا كرونباخ لثبات أداة الدراسة

الدرجة	معامل الصدق	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	السؤال أو المحور
مرتفعة	٠,٩٠٦	٠,٨٢١	٨	اسم المبادرة
مرتفعة	٠,٨٨٣	٠,٧٧٩	٨	الوسائل حول مبادرة حياة كريمة
مرتفعة	٠,٨١٧	٠,٦٦٨	١	اهتمامك بالبحث عن معلومات
مرتفعة	٠,٨٧٣	٠,٧٦٢	٤	سبب التماسك للمعلومات/ اهتمامك بمبادرة حياة كريمة
مرتفعة	٠,٧٩٧	٠,٦٣٥	١	مدى درايتك بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠
مرتفعة	٠,٨٨٢	٠,٧٧٨	٦	مصادر المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة
مرتفعة	٠,٨٩١	٠,٧٩٣	٦	اسباب اهتمامك بالتماس المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة
مرتفعة	٠,٩٠٢	٠,٨١٤	٨	مراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام
مرتفعة	٠,٧٧٧	٠,٦٠٤	٤	حدد درجة موافقتك على العبارات التالية التي تقيس التماسك للمعلومات
مرتفعة	٠,٩٥٤	٠,٩١١	١١	حدد درجة صحة العبارات التالية التي تقيس مدى إدراكك للمسؤولية الاجتماعية للدولة
مرتفعة	٠,٩١٤	٠,٨٣٥	١١	من وجهة نظرك: اذكر اهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين
مرتفعة	٠,٨٩٧	٠,٨٠٥	٨	من وجهة نظرك : حدد الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة

يتضح من الجدول (١) أن قيمة معاملات الثبات لأسئلة ومحاور أداة الدراسة جاءت جميعها مرتفعة؛ ويشير تحليل الثبات إلى الثبات الجيد للأداة، وبالتالي الثقة في نتائج الدراسة الميدانية وسلامة البناء عليها. كما يتضح من الجدول أن الصدق الذاتي للأسئلة ومحاور أداة الدراسة قد تراوحت بين (٠,٧٧٧) و(٠,٩٥٤)، وجاءت جميعها مرتفعة؛ وهو ما يؤكد الصدق الذاتي لأداة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية

تستهدف الدراسة الميدانية الكشف عن التماس طلاب كليات الإعلام المصرية للمعلومات عن "مبادرة حياة كريمة" من وسائل الاعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بإدراكهم للمسئولية الاجتماعية للدولة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، من حيث قياس مراحل الالتماس ومصادر المعلومات ومدى الثقة فيها واستراتيجيات التعامل مع تلك المبادرة. وقد تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عمدية من طلاب فرق التخصص (الثالثة -الرابعة- الدراسات العليا) بكليات الإعلام، ويوضح الجدول (٢) وصف عينة الدراسة بحسب (النوع ومستوى التعليم ونوع الجامعة).

جدول (٢) وصف عينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	المتغير	
٣٩,١	٢٥٩	ذكور	النوع
٦٠,٩	٤٠٣	إناث	
٩٠,٨	٦٠١	طالب جامعي	مستوى التعليم
٩,٢	٦١	طالب دراسات عليا	
٣٣,٢	٢٢٠	٦ أكتوبر	الجامعة التي تنتمي إليها
٣٩,٤	٢٦١	القاهرة	
٢٧,٣	١٨١	الأزهر	
١٠٠	٦٦٢	المجموع	

يتضح من الجدول (٢) أنه:

- ١- بحسب متغير النوع: قد تضمنت عينة الدراسة (٤٠٣) من الإناث بنسبة مئوية (٦٠,٩٪)، و(٢٥٩) من الذكور بنسبة مئوية (٣٩,١٪).
- ٢- بحسب متغير مستوى التعليم: قد تضمنت عينة الدراسة (٦٠١) من الطلاب الجامعيين بنسبة مئوية (٩٠,٨٪)، و(٦١) من طلاب الدراسات العليا بنسبة مئوية (٩,٢٪).
- ٣- بحسب متغير الجامعة التي ينتمي إليها: قد تضمنت عينة الدراسة (٢٦١) من المنتسبين لجامعة القاهرة بنسبة مئوية (٣٩,٤٪)، و(٢٢٠) من المنتسبين لجامعة ٦ أكتوبر بنسبة مئوية (٣٣,٢٪)، و(١٨١) من المنتسبين لجامعة الأزهر بنسبة مئوية (٢٧,٣٪).

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (٣) يوضح مدى معرفة الافراد عينة الدراسة بالمبادرات الرئاسية

الاجتماعية. (ن=٦٦٢)

م	اسم المبادرة	درجة المتابعة			الوزن النسبي	الرتبة	كا	الدلالة الإحصائية
		جيدا	إلى حد ما	لا أعرفها				
١	كلنا واحد	ك	٢٩٩	٣٦٣	٠	٤	٠,٠٢٧	٠,٨٧
		%	%٤٥,٢	%٥٤,٨	%٠			
٢	مصر بلا غارمين	ك	٢٥٧	٤٠٥	٠	٦	٣١,٨٧٤	٠,٠٠٠١
		%	%٣٨,٨	%٦١,٢	%٠			
٣	حياة كريمة	ك	٥٢٩	١٣٣	٠	٢	٠,٦٢١	٠,٤٣١
		%	%٧٩,٩	%٢٠,١	%٠			
٤	اطفال بلا ماوى	ك	٢٧١	٣٩١	٠	٥	٤,٤٥١	٠,٠٣٥
		%	%٤٠,٩	%٥٩,١	%٠			
٥	سكن كريم	ك	٢٣٩	٤٢٣	٠	٧	٠,٨٣٤	٠,٣٦١
		%	%٣٦,١	%٦٣,٩	%٠			
٦	تطوير مؤسسات الرعاية الاجتماعية	ك	٢٠٤	٤٥٨	٠	٨	٠,٦٨٩	٠,٤٠٦
		%	%٣٠,٨	%٦٩,٢	%٠			
٧	تكافل وكرامة مصر بلا عوز	ك	٣٠٣	٣٥٩	٠	٣	٨,٧٠٣	٠,٠٠٣
		%	%٤٥,٨	%٥٤,٢	%٠			
٨	تحيا مصر	ك	٥٦٢	١٠٠	٠	١	١٢,٤٦٦	٠,٠٠٠١
		%	%٨٤,٩	%١٥,١	%٠			
المتوسط العام					٢,٥٠٣٠	الدرجة مرتفعة		

حققت مبادرة تحيا مصر المركز الأول بنسبة ٨٤,٩% كأكثر المبادرات الرئاسية المعروفة

لدى عينة الدراسة بوزن نسبي بلغ ٢,٣٠٨٢ وتقاربت معها بفارق بسيط مبادرة حياة كريمة

في المركز الثاني بنسبة ٧٨,٩ % ووزن نسبي بلغ ٢,٧٩٩١ مما يدل على وعي أفراد العينة بالمبادرة بشكل كبير. بينما جاءت مبادرة تطوير مؤسسات الرعاية الاجتماعية في المركز

الأخير بنسبة ٣٠,٨ % ووزن نسبي بلغ ٢,٨٤٨٩

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء الاهتمام الإعلامي المكثف التي توليه وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية بمبادرات تحيا مصر وحياة كريمة خاصة أنها تحظى بدعم مباشر من الرئيس عبد الفتاح السيسي وهذا ما ترجمته وسائل الإعلام من خلال هذا الاهتمام.

اتفقت النتيجة بشكل عام حول اهتمام المواطنين بالمبادرات الرئاسية مع دراستي آيات صلاح (٢٠٢١)، السيد السعيد عبدالوهاب (٢٠٢٠) التي اشارت الى ان المبادرات الرئاسية بالقطاع الصحي جاءت ضمن الاهتمامات الأولى لمشاركة المواطنين.

جدول (٤) يوضح آراء عينة الدراسة حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية

الاجتماعية. (ن=٦٦٢)

م	مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية	درجة المتابعة			الوزن النسبي	الرتبة	ك	الدلالة الإحصائية
		دائما	إلى حد ما	لا أتابعها				
١	وسائل الإعلام التقليدية الرسمية	١٥٦	٣٦١	١٤٥	٢,٠١٦٦	٥	١٦,٣٦١	٠,٠٠٠١
		٢٣,٦ %	٥٤,٥ %	٢١,٩ %				
٢	وسائل الإعلام التقليدية الخاصة	١٢٣	٣٧٨	١٦١	١,٩٤٢٦	٦	٠,٥٤٦	٠,٧٦١
		١٨,٦ %	٥٧,١ %	٢٤,٣ %				
٣	وسائل الإعلام الرقمي الجديد: فيس بوك - يوتيوب - تويتر	٤٨٧	١٢٦	٤٩	٢,٦٦١٦	١	٠,٢٣١	٠,٨٩١
		٧٣,٦ %	١٩,٠ %	٧,٤ %				
٤	مواقع الصحف الإلكترونية	٢٩١	٢٧١	١٠٠	٢,٢٨٨٥	٢	١٩,٣٨٥	٠,٠٠٠١
		٤٤,٠ %	٤٠,٩ %	١٥,١ %				
٥	صفحة الموقع الإلكتروني لرئاسة الجمهورية	٢٠٢	٢٩١	١٦٩	٢,٠٤٩٨	٤	٢,٩٨١	٠,٢٢٥
		٣٠,٥ %	٤٤,٠ %	٢٥,٥ %				

م	مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية		درجة المتابعة			الدرجة متوسطة
	ك	%	دائما	إلى حد ما	لا أتابعها	
٦	صفحة الموقع الرسمي لمبادرة حياة كريمة	ك	١٧٢	٢٦٦	٢٢٤	١,٩٢١٥
		%	٪٢٦,٠	٪٤٠,٢	٪٣٣,٨	
٧	مؤسسات المجتمع المدني	ك	١٠٣	٢٤٧	٣١٢	١,٦٨٤٣
		%	٪١٥,٦	٪٣٧,٣	٪٤٧,١	
٨	الاتصال الشخصي مع الزملاء والأصدقاء والأقارب	ك	٣٠٥	١٩٤	١٦٣	٢,٢١٤٥
		%	٪٤٦,١	٪٢٩,٣	٪٢٤,٦	
		المتوسط العام			٢,٠٩٧٤	

-اذكر مصادر معلومات أخرى (٢٥١)

شكلت وسائل الاعلام الرقمي أهم مصادر المعلومات التي يتابع من خلالها طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة للمعلومات فيما يخص المبادرات الرئاسية بشكل عام بنسبة بلغت ٧٣,٦ % بينما تشير النتائج إلى أن مؤسسات المجتمع المدني تمثل النسبة الأضعف من بين مصادر المعلومات لدى أفراد العينة بنسبة بلغت ١٥,٦ % ويرجع ذلك لعدم انخراط طلاب الإعلام بشكل كبير في ممارسة العمل التطوعي مع تلك الجهات، بالإضافة إلى قلة تأثير وسائل الدعاية التي تستخدمها تلك الجهات أو ضعفها إلى حد ما. اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراستي أحمد السمان (٢٠١٩)، محمد فؤاد (٢٠١٨) حيث اعتمدت عينة الدراسة على الانترنت باعتباره الوسيط الأكثر مصداقية، تلاها التلفزيون كمصدر للمعلومات. كما اتفقت النتيجة مع نتائج دراستي كل من: ربهام أسامة (٢٠١٩)، ايناس محمود (٢٠١٨) التي تشير الى ثقة الباحثين في المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد بالنسبة لهم أهم مصادر المعرفة.

جدول (٥) يوضح رأي عينة الدراسة في نوع وسائل الاعلام مصدر المعلومات حول "مبادرة حياة كريمة". (ن=٦٦٢)

نوع الوسيلة	التكرارات	النسبة المئوية
وسائل الإعلام التقليدية.	٣٨٥	٥٨,٢%
وسائل الإعلام الرقمية.	٢٧٧	٤١,٨%
المجموع	٦٦٢	١٠٠%

شكلت وسائل الاعلام التقليدية (الصحف- الاذاعة- التلفزيون) النسبة الأكبر (٥٨,٢%) من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الطلاب عينة الدراسة حول مبادرة حياة كريمة مما يدل على كثافة اهتمام وسائل الاعلام التقليدية بالتركيز في عرض الأنشطة الرئاسية والتي منها مبادرة حياة كريمة. وهذه النسبة تكاد تتقارب مع نسب اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية مما يدل على قدرتها في استقطاب طلاب كليات الإعلام مما يجعلهم يثقوا فيها كمصدر معلومات يعتمد عليه فيما يخص موضوع الدراسة.

جدول (٦) يوضح مدى اهتمام أفراد العينة من طلاب كليات الاعلام بالبحث عن

معلومات حول مبادرة حياة كريمة. (ن=٦٦٢)

الدلالة الإحصائية	٢٤	الوزن النسبي	درجة الاهتمام			العبرة	م
			نادرا	أحيانا	دائما		
٠,٣٦٩	١,٩٩٣	٢,٠١٥١ متوسطة	١٢٠	٤١٢	١٣٠	ك	مدى الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة
			١٨,١%	٦٢,٢%	١٩,٦%		

تشير النتائج إلى أن نسبة ٦٢,٢% من الطلاب عينة الدراسة تعطي نسبة اهتمام متوسطة للبحث عن معلومات تخص مبادرة حياة كريمة وتلك النسبة تعطي مؤشراً لاهتمام الطلاب بالمبادرة نتيجة ارتفاع معدل وعيهم بموضوع المبادرات الاجتماعية بما يتفق مع نتيجة جدول رقم (٣)

جدول (٧) يوضح استجابات عينة الدراسة حسب أسباب التماسهم للمعلومات عن مبادرة حياة كريمة. (ن=٦٦٢)

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب التماس المعلومات عن مبادرة حياة كريمة
٤	٤,٥%	٣٠	اشراك ضمن المتطوعين في تلك المبادرة
٣	١٨,٩%	١٢٥	أفضل ممارسة العمل التطوعي الخيري بشكل عام
٢	١٩,٣%	١٢٨	أركز اهتمامي الاعلامي على الانشطة الاجتماعية للدولة
١	٥٧,٣%	٣٧٩	المساهمة بتزويدي بالمعلومات والثقافة العامة
-	١٠٠%	٦٦٢	الاجمالي

جاءت أهم أسباب التماس الطلاب للمعلومات حول المبادرة أنها تساهم في تزويد الطلاب بالمعلومات والثقافة العامة بنسبة بلغت ٥٧,٣% وجاءت أضعف أسباب الالتماس بنسبة ٤,٥% لمن يشاركون ضمن المؤسسات الاجتماعية التي تدعم المبادرة) يمارس العمل التطوعي).

وتبدو هذه النتيجة منطقية على اعتبار أن عدداً كبيراً من طلاب الإعلام يهتمون بالبحث عن المعلومات رغبة منهم في مواكبة الأحداث، فضلاً عن سعيهم لتحصيل المعلومات اللازمة لمتطلبات دراستهم الجامعية.

كما تشير نتيجة دراسة سارة محمود (٢٠١٨) أن نسبة ٨٨,٥% من أفراد العينة لديهم معدل التماس كبير ومتوسط للمعلومات الصحية.

جدول (٨) يوضح النتائج الخاصة بمدى معرفة أفراد العينة من طلاب كليات الاعلام

بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠. (ن=٦٦٢)

م	السؤال	درجة المعرفة			الوزن النسبي	ك	الدلالة الإحصائية
		واسعة	متوسطة	ضعيفة			
١	مدى معرفتك بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠	١٢٤	٤٣٩	٩٩	٢,٠٣٧٨ متوسطة	ك	٠,٠٠٠١
		%	%١٨,٧	%٦٦,٣			
					٢٠,٠٦		

عبرت استجابات الطلاب عينة الدراسة عن قدر من الثقافة العامة في ما يخص مجال النشاط الاجتماعي الذي تمارسه الدولة تمثل في نسبة معرفة متوسطة برؤية مصر ٢٠٣٠ بلغت ٦٦,٣٪. جاءت تلك النسبة مؤشراً يدل على ارتفاع وعي الطلاب بها خاصة في ظل أنها أصبحت مجالاً للحديث في العديد من المعالجات الإعلامية وأيضاً مجالاً خصباً للنتاج الفكري والعملية بالعديد من مشروعات الطلاب بالمقررات الدراسية في ظل دعم الدولة لتفعيل أهداف التنمية المستدامة المختلفة.

جدول (٩) يوضح النتائج الخاصة بمصادر المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية

للدولة. (ن=٦٦٢)

م	مصادر المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة	درجة المتابعة			الوزن النسبي	الرتبة	ك	الدلالة الإحصائية
		دائماً	أحياناً	نادراً				
١	وسائل الاعلام التقليدية	٢٣٧	٣٣٦	٨٩	٢,٢٢٣٦	٤	ك	٠,٠٠٠١
		%	%٣٥,٨	%١٣,٤				
٢	مواقع التواصل الاجتماعي	٤٨٩	١٤٧	٢٦	٢,٦٩٩٤	١	ك	٠,٠١٤
		%	%٧٣,٩	%٣,٩				
٣	مواقع الاخبار الالكترونية	٣٥٨	٢٣٧	٦٧	٢,٤٣٩٦	٢	ك	٠,٠٠٢
		%	%٥٤,١	%١٠,١				

الدلالة الإحصائية	كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة المتابعة			مصادر المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة	م
				نادرا	أحيانا	دائما		
٠,٠٠٠١	١٧,٦٤٢	٥	٢,١٠٢٧	١٥٩	٢٧٦	٢٢٧	ك	٤
				%٢٤,٠	%٤١,٧	%٣٤,٣	%	
٠,٣٠٩	٢,٣٤٨	٣	٢,٢٥٨٣	١٠٥	٢٨١	٢٧٦	ك	٥
				%١٥,٩	%٤٢,٤	%٤١,٧	%	
٠,٥٥٩	١,١٦٤	٦	١,٩٩٠٩	١٧٢	٣٢٤	١٦٦	ك	٦
				%٢٦,٠	%٤٨,٩	%٢٥,١	%	
الدرجة متوسطة			٢,٢٨٥٨	المتوسط العام				

مصادر أخرى (١٨٢)

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أهم وأول مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الطلاب عينة الدراسة حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة. بينما شكلت القراءات الخاصة آخر مصادر المعلومات في ظل اعتماد الشباب الجامعي في عصر المعلوماتية على تكنولوجيا الانترنت، وبما أن العديد من الدراسات أثبتت مدى تعلق وارتباط الشباب الجامعي بوسائل التواصل الاجتماعي واعتمادها كمصدر لمعلومات ووسيلة لتبادل الآراء فإن نتيجة هذا الجدول تعطي انطباعاً عن مدى كثافة اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي بدور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

جدول (١٠) يوضح أسباب الاهتمام بالتماس المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة. (ن=٦٦٢)

م	الأسباب	درجة الموافقة			الوزن النسبي	الرتبة	نكا	الدلالة الإحصائية
		موافق	محايد	معارض				
١	اهتم بمتابعة إنجازات رئيس الدولة	ك	٤٣٧	١٩٨	٢٧	٢	٧,٧٣٨	٠,٠٢١
		%	%٦٦,٠	%٢٩,٩	%٤,١			
٢	اعمل على تنفيذ نفسي للعمل في الإعلام	ك	٤٨٥	١٦٥	١٢	١	٥,٣٣٧	٠,٠٦٩
		%	%٧٣,٣	%٢٤,٩	%١,٨			
٣	تعد مادة خصبة لإعداد أفكار للمقررات الدراسية	ك	٣٢١	٢٧٢	٦٩	٤	٣,٩٨٤	٠,١٣٦
		%	%٤٨,٥	%٤١,١	%١٠,٤			
٤	اهتم بدور مشاركات الشباب في المشروعات التنموية بالدولة	ك	٣٧٥	٢٤٠	٤٧	٣	١,٩٠٧	٠,٣٨٥
		%	%٥٦,٦	%٣٦,٣	%٧,١			
٥	هذا المجال من الموضوعات التي اهتم بالعمل عليها في مشروع التخرج	ك	٢٧٠	٢٧٤	١١٨	٥	٢,٢١٩	٠,٣٣
		%	%٤٠,٨	%٤١,٤	%١٧,٨			
٦	لأني اشارك بالأنشطة المجتمعية بالكلية	ك	١٧٤	٣٣١	١٥٧	٦	١,٠٦٤٤	٠,٠٠٥
		%	%٢٦,٣	%٥٠,٠	%٢٣,٧			
المتوسط العام						٢,٤١٠٩	الدرجة مرتفعة	

تمثلت أهم أسباب التماس المعلومات لدى عينة الدراسة حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة في: العمل على تنفيذ الذات للاستعداد لممارسة العمل في مجالات الإعلام. وهنا نلاحظ سعة أفق عينة الدراسة التي لم تكتف بالتماس المعلومات فقط لأغراض الدراسة بل أدركت أهمية الموضوع التي جعلتهم يتسلحوا بقدر وافر من المعلومات بمهد له فرص تقديم محتوى إعلامي يخدم المجتمع بعد التخرج.

كما تشير النتائج إلى أن نسبة ٢٦,٣% من الطلاب من يجعل من مشاركته في الأنشطة المجتمعية بالكلية سبباً لالتماس المعلومات حول دور المسؤولية الاجتماعية للدولة. تتفق

النتيجة مع نتيجة دراسة جيهان يحيى (٢٠١٤) التي اشارت إلى أن أكثر خطوات التماس المعلومات أهمية تمثلت في شعور الجمهور بأهمية الدستور ولهذا بحثوا عن معلومات عنه.

جدول (١١)

يوضح النتائج الخاصة بمراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام.(ن=٦٦٢)

الدلالة الإحصائية	٢ كا	الرتبة	الوزن النسبي	الاستجابة			مراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام		م
				نادرا	أحيانا	دائما	ك	%	
٠,٧٨٨	٠,٤٧٧	٢	٢,٣٥٨٠	٧٨	٢٦٩	٣١٥	ك	١	اتعرض لمعلومات عن المسؤولية الاجتماعية لمصر عبر شبكة الانترنت بشكل عام
				%١١,٨	%٤٠,٦	%٤٧,٦	%		
٠,٣٩٨	١,٨٤٥	٨	٢,١٣١٤	١٤٣	٢٨٩	٢٣٠	ك	٢	أقوم بالبحث عن معلومات عبر الموقع الالكتروني لرؤية مصر ٢٠٣٠
				%٢١,٦	%٤٣,٧	%٣٤,٧	%		
٠,٠١	٩,٢٨٦	٧	٢,٢٤٠٢	٨٣	٣٣٧	٢٤٢	ك	٣	أقوم بجمع المعلومات عن مبادرة حياة كريمة من وسائل الاعلام المختلفة
				%١٢,٥	%٥٠,٩	%٣٦,٦	%		
٠,٩٠٢	٠,٢٠٧	٦	٢,٢٥٣٨	١١٦	٢٦٢	٢٨٤	ك	٤	أقوم بتنقيح المعلومات التي جمعتها من مواقع التواصل الاجتماعي باستبعاد البيانات غير الصحيحة منها
				%١٧,٥	%٣٩,٦	%٤٢,٩	%		
٠,٠٨٢	٥,٠١٢	٤	٢,٢٦٨٩	١٠٦	٢٧٢	٢٨٤	ك	٥	أقوم بتحديث البيانات التي تم جمعها
				%١٦,٠	%٤١,١	%٤٢,٩	%		
٠,١١٣	٤,٣٦٨	١	٢,٤٨١٩	٦٦	٢١١	٣٨٥	ك	٦	أقوم بتحديد مصادر المعلومات ذات المصدقية
				%١٠,٠	%٣١,٩	%٥٨,٢	%		
٠,٠١٣	٨,٧٣١	٣	٢,٣٤٤٤	٦٧	٣٠٠	٢٩٥	ك	٧	أتعرف بالصدفة على العديد من المبادرات الرئاسية الاجتماعية عند البحث عن مبادرة حياة كريمة
				%١٠,١	%٤٥,٣	%٤٤,٦	%		
٠,٠٣	٧,٠٣٩	٥	٢,٢٥٨٣	٨١	٣٢٩	٢٥٢	ك	٨	أقوم بتجميع معلومات عن أنشطة المبادرات الرئاسية الاجتماعية
				%١٢,٢	%٤٩,٧	%٣٨,١	%		
الدرجة متوسطة			٢,٢٩٢	المتوسط العام					

تمثلت **مراحل التماس المعلومات** التي يتبناها الطلاب حول البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الإعلام في الآتي: شكلت مصداقية مصادر المعلومات الخطوة الأولى والأهم والتي ترتب بناءً عليها التعرض لمعلومات عن خدمات المسؤولية الاجتماعية التي تقدمها مصر عبر شبكة الانترنت بشكل عام من تلك المصادر، ثم البحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة التي تمثل محور الاهتمام، ثم يأتي التعرض بالصدفة لمعلومات عن العديد من المبادرات الرئاسية الاجتماعية. ثم أشار الطلاب لضرورة تحديث البيانات والمعلومات بالاضافة إلى تجميع العديد منها من قبل وتنقيحها من خلال التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (تعتبر تلك المراحل الستة عن أهمية الانترنت كمصدر أساسي للمعلومات لدى الشباب) ثم يأتي دور وسائل الاعلام التقليدية كمصدر ثاني لجمع المعلومات في المرحلة السابعة يليه موقع مصر ٢٠٣٠ الذي لم ينل مساحة من اهتمام عينة الدراسة قد يكون لعدم تعرضهم للموقع بالرغم من معرفتهم برؤية مصر ٢٠٣٠ كما أشارت نتيجة جدول(9) إلا أن المعرفة جاءت من مصادر أخرى غير الموقع الرسمي.

جدول (١٢) يوضح درجة موافقة أفراد العينة من طلاب كليات الإعلام على

العبارات التي تقيس التماس المعلومات (ن=٦٦٢)

م	العبارة	درجة الموافقة			الوزن النسبي	الرتبة	كا	الدلالة الإحصائية
		موافق	محايد	معارض				
١	دفعني الفضول بعد تكرار الدعاية عن مبادرة حياة كريمة إلى البحث بعمق عن معلومات حول رؤية مصر ٢٠٣٠	٣٦٢	٢٥٨	٤٢	٢,٤٨٣٤	١	٩,٥٣٢	٠,٠٠٩
		% ٥٤,٧	% ٣٩,٠	% ٦,٣				
٢	اثق في مساحة تبادل الآراء المقدمة عبر المعالجة الاعلامية بوسائل الاعلام التقليدية والخاصة	٣١٣	٣٠٥	٤٤	٢,٤٠٦٣	٣	٤,٠٧٤	٠,١٣
		% ٤٧,٣	% ٤٦,١	% ٦,٦				

الدلالة الإحصائية	٢ كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			العبرة	م
				معارض	محايد	موافق		
٠,٠٠١	١٤,٩٦٨	٢	٢,٤٥١٧	٤٦	٢٧١	٣٤٥	ك اهتم بمتابعة المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية الرسمية عن رؤية مصر ٢٠٣٠	٣
				%٦,٩	%٤٠,٩	%٥٢,١		
٠,٦٤٤	٠,٨٨١	٤	٢,٢٥٨٣	١٠١	٢٨٩	٢٧٢	ك اكتفي بقدر من المعلومات العامة التي أتعرض لها بالصدفة حول الدور الاجتماعي للدولة	٤
				%١٥,٣	%٤٣,٧	%٤١,١		
الدرجة مرتفعة			٢,٣٩٩	المتوسط العام				

شكلت عبارة "دفعني الفضول بعد تكرار الدعاية عن مبادرة حياة كريمة إلى البحث بعمق عن معلومات حول رؤية مصر ٢٠٣٠" المركز الأول من بين العبارات التي تقيس دوافع التماس الطلاب للمعلومات. وهذا دليل على الدور المؤثر الذي تقدمه حملات الدعاية الاعلامية وهو ما يتفق مع نتيجة جدول (١٠). كما أظهرت النتائج أن عبارة "اكتفي بقدر من المعلومات العامة التي أتعرض لها بالصدفة حول الدور الاجتماعي للدولة" كانت أقل العبارات التي تقيس دوافع التماس الطلاب للمعلومات. كما تؤكد نتيجة دراسة محمد الحفناوي (٢٠٢٠) إلى تنوع أهداف اعتماد الجمهور على متابعة مشروعات التنمية المستدامة حيث كانت الحاجة إلى معلومات عن المشروعات الجديدة في صدارة الأهداف.

جدول (١٣) يوضح مدى إدراك الطلاب عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية

للدولة. (ن=٦٦٢)

الدلالة الإحصائية	كأ	الرتبة	الوزن النسبي	الاستجابة			العبارات	م
				خطأ	لا أعرف	صحيحة		
٠,٠٠٤	٦,٤٢١	٨	٢,٢٨٥٥	٨٤	٣٠٥	٢٧٣	ك بلغ عدد المبادرات الرئاسية الاجتماعية ٧ مبادرات توفر التكافل الاجتماعي للفئات الأكثر احتياجاً بالدولة	١
				%١٢,٧	%٤٦,١	%٤١,٢		
٠,٠٠٠١	١٨,٥٧٧	٣	٢,٤٩٠٩	١١٢	١١٣	٤٣٧	ك تشارك منظمات المجتمع المدني مع كل من القطاع الخاص والوزارات الحكومية في التنمية المستدامة بمصر.	٢
				%١٦,٩	%١٧,١	%٦٦,٠		
٠,١٢٢	٤,٢٠٨	١	٢,٥٣٠٢	١١٨	٧٥	٤٦٩	ك تساهم مبادرة حياة كريمة في دعم المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر لئلاسر المحتاجة	٣
				%١٧,٨	%١١,٣	%٧٠,٨		
٠,٢٤٣	٢,٨٢٨	٧	٢,٢٩٤٦	١٥٩	١٤٩	٣٥٤	ك توفر مبادرة حياة كريمة فرص عمل لفئة العمالة المؤقتة	٤
				%٢٤,٠	%٢٢,٥	%٥٣,٥		
٠,٨٤٢	٠,٣٤٣	٢	٢,٥٢٤٢	١١٠	٩٥	٤٥٧	ك ساعدت أزمة كورونا على تفعيل العديد من المبادرات الاجتماعية	٥
				%١٦,٦	%١٤,٤	%٦٩,٠		
٠,٤٩٢	١,٤١٧	٩	٢,٢٤٣٢	١٧٣	١٥٥	٣٣٤	ك تقدم مبادرة حياة كريمة قروض مالية ميسرة السداد للارامل	٦
				%٢٦,١	%٢٣,٤	%٥٠,٥		
٠,٧٣٣	٠,٦٢	م١	٢,٥٣٠٢	١١٨	٧٥	٤٦٩	ك يعد القضاء على العشوائيات أحد آليات الحد من الفقر	٧
				%١٧,٨	%١١,٣	%٧٠,٨		
٠,١٨٦	٣,٣٦	٥	٢,٣٨٥٢	١١٠	١٨٧	٣٦٥	ك نُجحت مبادرة الجهات الخيرية "تحدي الخير" إلى جمع تبرعات للمتضررين في أزمة كورونا	٨
				%١٦,٦	%٢٨,٢	%٥٥,١		
٠,٠٣١	٦,٩١٨	٦	٢,٣٨٢٢	١٣٦	١٣٧	٣٨٩	ك تقدم مبادرة حياة كريمة العلاج المجاني للفئات الفقيرة غير القادرة على تحمل نفقات العلاج	٩
				%٢٠,٥	%٢٠,٧	%٥٨,٨		

الدلالة الإحصائية	كأ	الرتبة	الوزن النسبي	الاستجابة			العبارات	م
				خطأ	لا أعرف	صحيحة		
٠,٩٢٦	٠,١٥٣	١٠	٢,١٩٣٤	١٩٤ ٪٢٩,٣	١٤٦ ٪٢٢,١	٣٢٢ ٪٤٨,٦	ك تدعم مبادرة حياة كريمة سداد ديون الغارمات	١٠
٠,٢٢٧	٢,٩٧	٤	٢,٤٢٩٠	٩١ ٪١٣,٧	١٩٦ ٪٢٩,٦	٣٧٥ ٪٥٦,٦	ك تهدف " مبادرة خليتنا سند لبعض " إلى مساعدة المصريين العالقين بالخارج خلال أزمة كورونا	١١
الدرجة مرتفعة			٢,٣٨٩	المتوسط العام				

جاءت أكثر العبارات التي تحدد مدى إدراك الطلاب للمسئولية الاجتماعية للدولة عبارة " تساهم مبادرة حياة كريمة في دعم المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر للأسر المحتاجة" وتشارك معها العبارة " يعد القضاء على العشوائيات أحد آليات الحد من الفقر" وذلك بنسبة بلغت ٧٠,٨٪.

في حين جاءت أكثر العبارات التي لم يوافق على صحتها الطلاب " تدعم مبادرة حياة كريمة سداد ديون الغارمات" بنسبة ٢٩,٣٪

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء التركيز الإعلامي على مبادرة حياة كريمة بالإضافة إلى القضاء على العشوائيات، حيث تخصص وسائل الإعلام المرئية مساحات كبيرة لتغطية جهود الدولة في هذه المبادرات في حين لم يسלט الضوء على سداد ديون الغارمات بنفس القدر.

جدول (١٤) يوضح أهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها

الاجتماعية تجاه المواطنين. (ن=٦٦٢)

الدلالة الإحصائية	٢كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			م	أهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين
				معارض	محايد	موافق		
٠,٠٠٩	٩,٤٢٧	١	٢,٨١٥٧	٨	١٠٦	٥٤٨	١	إطلاق وتنظيم العديد من مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية
				%١,٢	%١٦,٠	%٨٢,٨		
٠,٠٠٣	٦,٩٩١	٣	٢,٧٢٠٥	٦	١٧٣	٤٨٣	٢	توجيه وسائل الاعلام على تناول الدور الاجتماعي للدولة
				%٩,٠	%٢٦,١	%٧٣,٠		
٠,٠٣٩	٦,٤٧٩	٦	٢,٦٣١٤	٢٧	١٩٠	٤٤٥	٣	تدشين العديد من المواقع الالكترونية للمبادرات الرئاسية
				%٤,١	%٢٨,٧	%٦٧,٢		
٠,١٨٤	٣,٣٨٥	١٠	٢,٥١٨١	٤٦	٢٢٧	٣٨٩	٤	تدعيم المقررات الدراسية بمراحل التعليم المختلفة بأهمية البعد الاجتماعي للدولة
				%٦,٩	%٣٤,٣	%٥٨,٨		
٠,٠٧٦	٥,١٥٨	٤	٢,٧٠٣٩	١٥	١٦٦	٤٨١	٥	تركز الدولة جهودها في الكشف عن الفئات المهمشة والأكثر احتياجا لتقديم يد العون لهم لتحسين ظروفهم المعيشية
				%٢,٣	%٢٥,١	%٧٢,٧		
٠,٤٥٧	١,٥٦٥	٧	٢,٦٢٩٩	٢٨	١٨٩	٤٤٥	٦	تحتم مصر بتحقيق التنمية المستدامة من خلال الاستثمار في البشر الذي تقدمه المبادرات الرئاسية
				%٤,٢	%٢٨,٥	%٦٧,٢		
٠,٣٧٤	١,٩٦٨	٨	٢,٦٢٥٤	١٤	٢٢٠	٤٢٨	٧	أدركت دور المسؤولية الاجتماعية للدولة من خلال تنوع مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية
				%٢,١	%٣٣,٢	%٦٤,٧		
٠,٠٣٨	٦,٥٣٣	٩	٢,٥٢٨٧	٤٠	٢٣٢	٣٩٠	٨	بدأت في الاهتمام بالبحث عن الدور الاجتماعي للدولة بعد الاعلان عن المبادرات الرئاسية
				%٦,٠	%٣٥,٠	%٥٨,٩		
٠,٩١٣	٠,١٨١	٨م	٢,٦٢٥٤	٣١	١٨٦	٤٤٥	٩	يوفر انطلاق المبادرات الرئاسية في مجال التكافل الاجتماعي اعلانا عن مقومات دور الدولة الداعمة لمسئوليتها الاجتماعية
				%٤,٧	%٢٨,١	%٦٧,٢		

الدلالة الإحصائية	كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			أهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين		م
				معارض	محايد	موافق			
٠,٢٧١	٢,٦١٢	٢	٢,٧٥٣٨	١١	١٤١	٥١٠	ك	تعد مبادرة حياة كريمة مؤشرا لاهتمام الدولة برعاية الفئات الأكثر احتياجا.	١٠
				٪١,٧	٪٢١,٣	٪٧٧,٠	%		
٠,٠٠٠١	٢٧,٨٠٢	٥	٢,٦٦٣١	٢٨	١٦٧	٤٦٧	ك	تمثل زيادة عدد مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية وتنوعها دليلا على نجاح الدولة في ممارسة دورها الاجتماعي.	١١
				٪٤,٢	٪٢٥,٢	٪٧٠,٥	%		
الدرجة مرتفعة			٢,٦٥٦	المتوسط العام					

تشير النتائج إلى تصور عينة الدراسة حول أهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين والتي جاء ترتيبها كالتالي:

- ١- إطلاق وتنظيم العديد من مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية.
- ٢- تعد مبادرة حياة كريمة مؤشرا لاهتمام الدولة برعاية الفئات الأكثر احتياجا.
- ٣- توجيه وسائل الاعلام لتناول الدور الاجتماعي للدولة.
- ٤- تركز الدولة جهودها في الكشف عن الفئات المهمشة والأكثر احتياجا لتقديم يد العون لهم لتحسين ظروفهم المعيشية.
- ٥- تمثل زيادة عدد مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية وتنوعها دليلا على نجاح الدولة في ممارسة دورها الاجتماعي.
- ٦- تدشين العديد من المواقع الالكترونية للمبادرات الرئاسية.
- ٧- تهتم مصر بتحقيق التنمية المستدامة من خلال الاستثمار في البشر الذي تقدمه المبادرات الرئاسية.

٨- أدركت دور المسؤولية الاجتماعية للدولة من خلال تنوع مبادرات التكافل الاجتماعي الرئاسية ، مشاركة مع عبارة" يوفر انطلاق المبادرات الرئاسية في مجال التكافل الاجتماعي إعلانا عن مقومات دور الدولة الداعمة لمسئوليتها الاجتماعية".

٩- بدأت في الاهتمام بالبحث عن الدور الاجتماعي للدولة بعد الاعلان عن المبادرات الرئاسية.

١٠- تدعيم المقررات الدراسية بمراحل التعليم المختلفة بأهمية البعد الاجتماعي للدولة.

جدول (١٥) يوضح أهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور

المسؤولية الاجتماعية للدولة.(ن=٦٦٢)

م	اهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة		درجة الموافقة			الدلالة الإحصائية
	ك	%	موافق	محايد	معارض	
١	ك	%	٤٦٤	١٧٢	٢٦	٠,٢٧٤
						٢,٥٨٦
						٤
						٢,٦٦١٦
٢	ك	%	٤٧٤	١٦٥	٢٣	٠,٤٩
						١,٤٢٥
						٢
						٢,٦٨١٣
٣	ك	%	٤٥٨	١٨٣	٢١	٠,٨٤٦
						٠,٣٣٤
						٥
						٢,٦٦٠١
٤	ك	%	٤٤٢	١٩٧	٢٣	٠,٠٠٦
						١٠,٢٤
						٧
						٢,٦٣٢٩
٥	ك	%	٤٨٣	١٥٧	٢٢	٠,٤
						٦,٤٦١
						١
						٢,٦٩٦٤
٦	ك	%	٣٦٦	٢٥٦	٤٠	٠,٥٢٣
						١,٢٩٦
						٨
						٢,٤٩٢٤

الدلالة الإحصائية	٢كا	الرتبة	الوزن النسبي	درجة الموافقة			م	اهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة
				معارض	محايد	موافق		
٠,٦٢٥	٠,٩٣٩	٦	٢,٦٤٦٥	٢٣	١٨٨	٤٥١	ك	هناك نوع من التحفيز لفئات المجتمع المختلفة للمشاركة في مبادرة حياة كريمة
				%٣,٥	%٢٨,٤	%٦٨,١	%	
٠,٠٠٠١	٢٢,٤٨	٣	٢,٦٦٧٧	٢٧	١٦٦	٤٦٩	ك	تسعى وسائل الاعلام لرصد حالات من المواطنين المستفيدين من مبادرة حياة كريمة
				%٤,١	%٢٥,١	%٧٠,٨	%	
الدرجة مرتفعة			٢,٦٤٢٤	المتوسط العام				

- تشير النتائج إلى تصور الطلاب عينة الدراسة حول أهم الجهود التي تقوم بها وسائل الإعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة والتي جاء ترتيبها كالتالي:
- ١- يتم تسليط الضوء على مؤشرات نجاح مبادرة حياة كريمة باستعراض حجم إنجازاتها في قرى مصر.
 - ٢- هناك اهتمام بتقديم الحملات الإعلامية للتوعية بأنشطة المبادرات الرئاسية التي تخدم الفئات الأكثر احتياجاً.
 - ٣- تسعى وسائل الإعلام لرصد حالات من المواطنين المستفيدين من مبادرة حياة كريمة.
 - ٤- أسهمت وسائل الاعلام التقليدية في التوعية بأهمية الدور الرئاسي في تحسين أحوال معيشة المواطنين.
 - ٥- نجحت وسائل الإعلام الجديد في جذب الانتباه لاهتمام الدولة بتحسين ظروف معيشة المواطن البسيط.
 - ٦- هناك نوع من التحفيز لفئات المجتمع المختلفة للمشاركة في مبادرة حياة كريمة.
 - ٧- تركز التغطية الإعلامية على تقديم معلومات عن أهداف ومراحل عمل مبادرة حياة كريمة.

٨- توجد مساحة للحوار مع المسؤولين حول أساليب دعم الدولة لمبادرة حياة كريمة.

ونستخلص من نتائج الجدولين (١٤، ١٥) قدرة الطلاب عينة الدراسة على القراءة الجيدة للجهود التي تقوم بها الدولة للقيام بمسؤولياتها تجاه المواطنين بالإضافة إلى قدرتهم على الربط بين هذه الجهود وجهود وسائل الإعلام لدعم الدولة.

التحقق من صحة الفرض الأول:

والذي ينص على أنه: أ. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة، وأهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين.

ب. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة وأهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

وللتحقق منه قام الباحثان باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson ، كما هو مبين بالجدول التالي:

جدول (١٦)

دراسة العلاقة الارتباطية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة، وأهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين، وأهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة

العلاقة بين	بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة
أهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين	٠,٣٨٤**
أهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة	٠,٥٥٠**

(**) دالة عند مستوى (٠,٠١)

يتضح من نتائج جدول رقم (١٦): وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة، وأهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين، وأهم الجهود التي تقوم بها وسائل الإعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

وتعطي هذه النتائج مؤشراً لارتفاع الوعي لدى عينة الدراسة التي تتعرض للمعالجة الإعلامية التي تدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة، مما يعني هذا قبول الفرض الأول من فروض الدراسة.

التحقق من صحة الفرض الثاني:

والذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة حسب (النوع ومستوى التعليم ونوع الجامعة ونوع الوسيلة مصدر المعلومات) حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية.

جدول (١٧) دلالة الفروق حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية

الاجتماعية حسب متغيرات الدراسة

المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	مجموع المربعات	قيمة الفاء (F)	الدلالة الإحصائية
مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية	النوع	١٤,٦٩٨	١٤,٦٩٨	١,١٠٦	٠,٢٩٣ غير دالة
	مستوى التعليم	١٨,٠٦٥	١٨,٠٦٥	١,٣٥٩	٠,٢٤٤ غير دالة
	نوع الجامعة	٨٧,٥١٣	٤٣,٧٥٧	٣,٢٩١	٠,٠٣٨ دالة
	نوع الوسيلة مصدر المعلومات	٠,٦٠٥	٠,٦٠٥	٠,٠٤٥	٠,٨٣١ غير دالة

يتضح من النتائج بالجدول (١٧) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) في متوسط استجابات عينة الدراسة حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية بحسب متغيرات (النوع- مستوى التعليم- ونوع الوسيلة مصدر المعلومات)

بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) في متوسط استجابات عينة الدراسة حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية بحسب متغير (نوع الجامعة) وهو ما قد يرجع إلى أن نمط التعليم (الحكومي، الخاص) له تأثير في كيفية اختيار مصادر المعلومات التي جاءت ف المركز الأول لصالح الاعلام الجديد. ولمعرفة اتجاه الفروق حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية تبعا لمتغير نوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، باستخدام اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية:

جدول (١٨) يوضح نتائج اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية لعينة الدراسة تبعاً لمتغير نوع الجامعة (ن=٦٦٢).

السؤال	نوع الجامعة	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطات		
					٦ أكتوبر	القاهرة	الأزهر
مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية	٦ أكتوبر	٢٢٠	١٧,٥٩	٣,٤٤	—	٩٢٤٢.	١,٦٣٥١*
	القاهرة	٢٦١	١٦,٦٧	٣,٦٠	—	—	٧١٠٩.
	الأزهر	١٨١	١٥,٩٦	٣,٩٥	—	—	—

* تعني أن الفرق بين المتوسطات دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يتضح من الجدول (١٨) ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً نوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، بالنسبة لمصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية لصالح فئة أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، حيث جاءت قيمة الفرق بين متوسطات أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، وجامعتي القاهرة والأزهر على الترتيب (٩٢٤٢٠*)، (١٠٦٣٥١*)، وهما قيمتان دالتان إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). كما جاءت الفروق لصالح فئة أفراد العينة من جامعة القاهرة في حالة مقارنتها بجامعة الأزهر حيث جاء الفرق بين متوسطيهما (٠,٧١٠٩*)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

ولمعرفة اتجاه الفروق حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (جامعي - دراسات عليا)، باستخدام اختبار Means لمعرفة أي الفئتين أعلى في متوسط الاستجابة:

جدول (١٩) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لدرجات أفراد العينة حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (ن=٦٦٢).

الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المستوى التعليمي	السؤال
٣,٦٣	١٦,٧١	٦٠١	جامعي	مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية
٤,٢٥	١٧,٤٨	٦١	دراسات عليا	

يتضح من نتائج الجدول (١٩) أن متوسط استجابات أفراد العينة من فئة الطلاب الجامعيين أقل من متوسط استجابات طلاب الدراسات العليا.

ويعني هذا قبول **الفرض الثاني الفرعي**: توجد فروق ذات دلالة بين الطلاب عينة الدراسة حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية بحسب متغيري (مستوى التعليم - نوع الجامعة).

وقبول **الفرض الصفري والذي ينص على**: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة حسب (النوع ونوع الوسيلة مصدر المعلومات) حول مصادر المعلومات عن المبادرات الرئاسية الاجتماعية.

التحقق من صحة الفرض الثالث:

والذي ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة حسب نوع الجامعة حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات. النتائج الخاصة بالفروق بين الطلاب عينة الدراسة حسب (نوع الجامعة) حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات، والجداول التالية تبين ذلك:

جدول (٢٠)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين ثلاثي الاتجاه لإظهار دلالة الفروق بين استجابات أفراد العينة حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات حسب متغير الجامعة (ن=٦٦٢)

مصدر التباين	السؤال	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الجامعة	الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة	٥,٨٨٩	٢	٢,٩٤٥	٧,٩٥٤	٠,٠٠٠١ دالة
	المعرفة بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠	٨,١٩٥	٢	٤,٠٩٧	١٢,٦٢٦	٠,٠٠٠١ دالة
	مراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام	٣٤٠,٨٧٢	٢	١٧٠,٤٣٦	١٠,٠٦٥	٠,٠٠٠١ دالة

يتضح من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) في متوسط استجابات عينة الدراسة حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات بحسب متغير (نوع الجامعة). ولمعرفة اتجاه الفروق حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات تبعا لمتغير نوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، باستخدام اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية:

جدول (٢١)

يوضح نتائج اختبار LSD للمقارنات الثنائية البعدية لعينة الدراسة تبعاً لمتغير نوع الجامعة حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة والمعرفة بتلك المعلومات ومراحل التماس تلك المعلومات (ن=٦٦٢).

الفرق بين المتوسطات			الانحراف المعياري	المتوسط	ن	نوع الجامعة	السؤال
الأزهر	القاهرة	٦ أكتوبر					
*٠,١٤٩٨	٠,٠٨٤٦-	—	٠,٦١	٢,٠٢	٢٢٠	٦ أكتوبر	ما مدى التماسك للمعلومات (اهتمامك بالبحث عن معلومات) حول مبادرة حياة كريمة
*٠,٢٣٤٤	—		٠,٦٣	٢,١١	٢٦١	القاهرة	
—			٠,٥٨	١,٨٧	١٨١	الأزهر	
*٠,٢٣٤١	*٠,٢٣٧٦	—	٠,٦٤	٢,٢٠	٢٢٠	٦ أكتوبر	المعرفة بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠
٠,٠٠٣٥-	—		٠,٥٠	١,٩٦	٢٦١	القاهرة	
—			٠,٥٨	١,٩٦	١٨١	الأزهر	
*١,٨٤٦٥	٠,٧١٢٨	—	٣,٦٥	١٩,١٢	٢٢٠	٦ أكتوبر	مراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام
*١,١٣٣٧	—		٤,٢٥	١٨,٤١	٢٦١	القاهرة	
—			٤,٤٣	١٧,٢٨	١٨١	الأزهر	

* تعني أن الفرق بين المتوسطات دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يتضح من الجدول (٢١) ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لنوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، حول الاهتمام بالبحث عن معلومات حول مبادرة حياة كريمة، لصالح فئة أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، حيث جاءت قيمة الفرق بين متوسطات أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، وجامعة الأزهر (٠,١٤٩٨*)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). كما جاءت الفروق لصالح فئة أفراد العينة من جامعة القاهرة

في حالة مقارنتها بجامعة الأزهر حيث جاء الفرق بين متوسطيهما (٠,٢٣٤٤)*، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). بينما أظهرت النتائج بالجدول عدم وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين أفراد العينة من جامعتي ٦ أكتوبر والقاهرة.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لنوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، حول المعرفة بالمعلومات عن البعد الاجتماعي في رؤية مصر ٢٠٣٠، لصالح فئة أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، حيث جاءت قيمة الفرق بين متوسطات أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، وجامعتي القاهرة والأزهر على الترتيب (٠,٢٣٧٦)*، (٠,٢٣٤١)*، وهما قيمتان دالتان إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). بينما أظهرت النتائج بالجدول عدم وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين أفراد العينة من جامعتي القاهرة والأزهر.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لنوع الجامعة (٦ أكتوبر/ القاهرة/ الأزهر)، حول مراحل التماس المعلومات عن البعد الاجتماعي لرؤية مصر ٢٠٣٠ من وسائل الاعلام، لصالح فئة أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، حيث جاءت قيمة الفرق بين متوسطات أفراد العينة من جامعة ٦ أكتوبر، وجامعة الأزهر (١,٨٤٦٥)*، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). كما جاءت الفروق لصالح فئة أفراد العينة من جامعة القاهرة في حالة مقارنتها بجامعة الأزهر حيث جاء الفرق بين متوسطيهما (١,١٣٣٧)*، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). بينما أظهرت النتائج بالجدول عدم وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين أفراد العينة من جامعتي ٦ أكتوبر والقاهرة.

خلاصة النتائج :

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة والتي نلخصها في النقاط التالية:

١- حققت مبادرة تحيا مصر المركز الأول بنسبة ٨٤,٩% كأكثر المبادرات الرئاسية المعروفة لدى عينة الدراسة وتقاربت معها بفارق بسيط مبادرة حياة كريمة في المركز الثاني بنسبة ٧٨,٩%

٢- شكلت وسائل الاعلام الرقمي أهم مصادر المعلومات التي يتابع من خلالها طلاب كليات الإعلام عينة الدراسة للمعلومات فيما يخص المبادرات الرئاسية بشكل عام بنسبة بلغت ٧٣,٦%

٣- شكلت وسائل الإعلام التقليدية (الصحف- الاذاعة - التلفزيون) النسبة الأكبر (٥٨,٢%) من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الطلاب عينة الدراسة حول مبادرة حياة كريمة مما يدل على **كثافة اهتمام** وسائل الاعلام التقليدية بالتركيز في عرض الأنشطة الرئاسية.

٤- جاءت أهم أسباب التماس الطلاب للمعلومات حول المبادرة أنها تساهم في تزويد الطلاب بالمعلومات والثقافة العامة بنسبة بلغت ٥٧,٣%. وجاءت أضعف أسباب الالتماس بنسبة ٤,٥%. لمن هم يشاركون ضمن المؤسسات الاجتماعية التي تدعم المبادرة (ممارسة العمل التطوعي).

٥- شكلت عبارة "دفعني الفضول بعد تكرار الدعاية عن مبادرة حياة كريمة إلى البحث بعمق عن معلومات حول رؤية مصر ٢٠٣٠" المركز الأول من بين العبارات التي تقيس دوافع التماس الطلاب للمعلومات.

٦- قبول الفرض الأول من فروض الدراسة والذي ينص على أنه: أ. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة، وأهم الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المواطنين. ب. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك طلاب كليات الإعلام عينة البحث للمسؤولية الاجتماعية للدولة وأهم الجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية لدعم دور المسؤولية الاجتماعية للدولة.

توصيات الدراسة :

١- ضرورة الاهتمام بدور المؤسسات الاجتماعية والعمل التطوعي من خلال اتاحة مساحات إعلامية أكبر للأنشطة التي تمارسها.

٢- التركيز الإعلامي على جميع المبادرات التي تقوم عليها الدولة بنفس الاهتمام المتحقق لكل من مبادرتي حياة كريمة وتحميا مصر.

٣- الاهتمام بتطوير الخطاب الإعلامي المهتم بالمبادرات الرئاسية الموجه عبر وسائل الإعلام الجديد باعتباره مستقبل الإعلام خاصة مع إقبال الشباب عليه.

٤- الاهتمام بتطوير المقررات الدراسية في كليات الاعلام المصرية بما يقدم قدرا من المعرفة والتثقيف حول قضايا المجتمع في اطار تطبيق رؤية مصر ٢٠٣٠ بما يخدم تنشيط المهارات العملية من خلال انتاج العديد من المعاجات الاعلامية والمشروعات التطبيقية التي تعبر عن التفاعل مابين الطلاب لدعم قضايا التنمية المستدامة وفق توجهات الدولة.

مراجع الدراسة

- 1- <https://www.presidency.eg/ar/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D8%A7%D8%B3%D8%A9/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A9-%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%A9-%D9%83%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A9/>
- 2-<https://www.hayakarima.com/phases.html>
- ٣-إيمان عاشور سيد: التماس الجمهور للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، مجلة البحوث الاعلامية ، جامعة الازهر، مج ٥٤ ، ع ٤ ، ٢٠٢٠
<https://0810g23a4-1103-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1092558>
- ٤- Yerina S. Ranjit & Others ,Needing to know about the crisis back home: Disaster information seeking and disaster media effects following the 2015 Nepal earthquake among Nepalis living outside of Nepal, International Journal of Disaster Risk Reduction, vol.50(2020) pp
- ٥-أحمد السمان: مصادقية المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كليات الإعلام: دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة في إطار نظرية التماس المعلومات، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، ع ١٧ ، ٢٠١٩
<https://0810ga1mg-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1138164>
- ٦-ريهام أسامة حسين: التماس الشباب الجامعي للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على معرفتهم بتطورات فيروس كورونا، المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، ع ٥٤ ، ٢٠١٩
<https://0810ga1mg-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1129025>
- ٧- Paula R. Buchanan & Others, Seeking and using intention of health information from doctors in social media: The effect of doctor-consumer

interaction, International Journal of Medical Informatics, Vol 115, July 2018, Pages 106–113

٨- Rossella Zucco, Internet and social media use for antibiotic-related information seeking: Findings from a survey among adult population in Italy, International Journal of Medical Informatics ,Vol 111 (2018)PP 131–139

٩- سارة محمود عبد العزيز: التماس الجمهور المصري للمعلومات الصحية عبر شبكة الانترنت وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم، المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مج ١٧، ع ٣ ، ٢٠١٨، https://joa.journals.ekb.eg/article_79753_2f74426ecedcd4b0318732e6e172d7c1.pdf

١٠- محمد فؤاد الدهراوي: التماس الشباب العربي للمعلومات الدينية من مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الديني وتبني ثقافة التسامح، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة، مج ١٧، ع ٢ ، ٢٠١٨، https://joa.journals.ekb.eg/article_79793_d2d0476735438c2f50df1ab141b517f8.pdf

١١- جيهان سيد مجي: العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري :دراسة حالة للاستفتاء على تعديلات الدستور المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، عدد ٤٧ ، ٢٠١٤ ،
١٢-Kyung-Sun Kim, Individual Differences in Social Media Use for Information Seeking, *The Journal of Academic Librarianship*, Vol. 40 (2014) pp171–178

١٣- آيات صلاح نور الدين: علاقة الجمهور المصري لمحتوى حملات التسويق الاجتماعي باتجاهاتهم نحو الثقافة الوطنية دراسة تطبيقية على حملة مليون صحة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال عدد ٣٢، يناير / مارس ٢٠٢١

<https://0810g23a4-1103-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1150599>

١٤- سامح حسنين عبد الرحمن: تأثير الحملات الإعلامية لدعم صحة المرأة المصرية على رفع مستوى الوعي الصحي - الحملة الإعلامية للتوعية الصحية بمرض سرطان الثدي "نموذجاً"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ١٥، ٢٠٢١

https://mjsm.journals.ekb.eg/article_167039_e0e69e96c00b26ebe0a9c8822db5cd2d.pdf

١٥- السيد السعيد عبدالوهاب: فاعلية المبادرات الرئاسية في مواجهة المخاطر الصحية واتجاهات الجمهور نحو انشطتها الاتصالية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان - عدد ٢٠، يوليو- ديسمبر ٢٠٢٠

<https://0810g23a4-1103-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1108145>

١٦- مها مختار حسن: اطر تقديم حملة ١٠٠ مليون صحة في المواقع الاخبارية المصرية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد ٢٨ ، يناير - مارس ٢٠٢٠

https://jkom.journals.ekb.eg/article_107290_8d46b54a55b12912b3750989df640145.pdf

١٧- ايناس محمود حامد: تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحوها، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، ٨٠ع، مج ٢١، ٢٠١٨

<https://0810ga1mg-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/941489>

١٨- ماهيتاب جمال: سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في بناء توقعاتهم نحو مستقبل الدولة المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد ٣١ أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٢٠

https://jkom.journals.ekb.eg/article_156682_2b6ec22a97ff91cd93402ef8213408aa.pdf

١٩- محمد ابراهيم الحفناوي: اعتماد الجمهور المصري على البوابات الاخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، عدد ١٩، يناير / يونية ٢٠٢٠

https://sjocs.journals.ekb.eg/article_155435_4b2b8002e5b6f452faaae75ae3e34ad6.pdf

٢٠- مروة صبحي محمد: دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم تنمية البيئة المستدامة بالتطبيق على صفحة تحضر للاخضر، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، عدد ٥٥ ، ج ٣ - أكتوبر ٢٠٢٠

https://jsb.journals.ekb.eg/article_122630_5733988fc2f3b939c1f1bda8f35b3762.pdf

٢١- منة الله حسين مأمون: معالجة البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للموضوعات الاقتصادية برؤية مصر ٢٠٣٠، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة و التلفزيون، عدد ١٩، يناير - يونية ٢٠٢٠

https://ejsrt.journals.ekb.eg/article_152564_0d0292d6e85bd065b8d6724963bff3f5.pdf

٢٢- منى طه محمد: دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد ٢٥ ابريل / يوليو ٢٠١٩

https://jkom.journals.ekb.eg/article_107435_57b7cf8e24e12b3c32c76eb705aee055.pdf

٢٣- موقع رئاسة الجمهورية : رؤية مصر ٢٠٣٠

<https://www.presidency.eg/ar/%D9%85%D8%B5%D8%B1/%D8%B1%D8%A4%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D8%B5%D8%B1-2030/>

٢٤- موقع الهيئة العامة للاستعلامات <https://www.sis.gov.eg/?lang=ar>

٢٥- الصفحة الرسمية لمبادرة حياة كريمة <https://www.hayakarima.com/>

٢٦- موقع مبادرة حياة كريمة: اهداف المبادرة <https://www.hayakarima.com/goals.html>

٢٧- موقع مبادرة حياة كريمة: مراحل العمل <https://www.hayakarima.com/phases.html>

٢٨ - إبراهيم محمد فرج: اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات : أزمة تفجيرات دهب نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد ٢ ، يونيو - ديسمبر ، ص ٥٩ - ١٢١ ، ٢٠٠٦

٢٩- احمد السمان: مرجع سابق، ٢٠١٩، ص ٣٦٥

٣٠- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، نظريات الإعلام ، القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع . ط ١ ، ٢٠٠٩ ،

٣١- موقع سطور: التماس المعلومات بتاريخ ٨/٨/٢٠١٩

https://sotor.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA

٣٢- مرام أحمد عبد النبي: التماس الجمهور المصري للمعلومات حول القضايا الصحية من البرامج الطبية الحوارية وعلاقته بمستوى الوعي لديه، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، ع ٣٥ ، ٢٠٢١ ، ص ١٥٢

https://jkom.journals.ekb.eg/article_222469_7999ffb004142699d4803874157bdc6.pdf

٣٣- حسن عماد مكايي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ٣٣٨-٣٣٩

قام بتحكيم الاستمارة كل من السادة المحكمين التالي اسمائهم " ترتيباً أبجدياً "

- | | |
|----------------------|--|
| د.م.ا/ ابراهيم غنيم | استاذ مساعد بكلية التربية - جامعة الأزهر |
| د.ا/ اميمة عمران | استاذ الإعلام - جامعة اسيوط |
| د.م.ا/ جيهان يحيى | استاذ الاذاعة المساعد - الاكاديمية البحرية - القرية الذكية |
| د.ا/ خالد عبد الجواد | استاذ الاذاعة بالاكاديمية البحرية - الاسكندرية |
| د.م.ا/ رانيا احمد | استاذ مساعد - مركز البحوث الاجتماعية والجنائية |
| د.ا/ رباب عبد الرحمن | استاذ الاذاعة - قسم الإعلام - كلية الاداب - جامعة حلوان |
| د.م.ا/ وليد الهادي | استاذ الصحافة المساعد كلية الاداب - جامعة حلوان |