

دور التنويرات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها
دور التنويرات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها
الباحثة / الهام صلاح عبد المولى
لدرجة الدكتوراه في الآداب/ قسم الإعلام / شعبة الإذاعة (راديو وتلفزيون/ إنتاج المواد الإذاعية)
إشراف

أ.د / شيماء ذو الفقار حامد زغيب

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام-جامعة القاهرة

د / ولاء إبراهيم حسان

مدرس الإذاعة والتلفزيون - كلية الآداب-قسم الإعلام-جامعة المنصورة

ملخص البحث:

هدفت الدراسة إلى التعرف على المعالجة الإعلامية للمبادرات الرئاسية في الحملات التلفزيونية عينة الدراسة واتجاهاتها وأهدافها ومصادر معلوماتها، تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study، والتي تفسر وترصد دور الحملات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في تهيئة المواطن المصري لها، بالاعتماد على منهج المسح Survey الذي يعد من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، ويُعد المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها التحليلي، يتمثل مجتمع الدراسة في الحملات التلفزيونية التي تعرضها القنوات الفضائية خاصة التي تحمل تصريحات من الرئيس السيسي أو من أحد المسؤولين في الوزارات المصري، والتي تتناول المبادرات الرئاسية خلال فترة التحليل، واكتفت الباحثة بتحليل مضمون الحملات في القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز)، خلال المدة من يناير ٢٠٢١م إلى نهاية ديسمبر ٢٠٢٣م ولمدة عامين.

وتوصلت الدراسة إلى:

١. توصلت الدراسة إلى أن الحملات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية، استقت معلوماتها الرسمية في الغالب من المتحدث الرسمي لوزارة الصحة.
٢. كما استنتجت الباحثة أن الحملات التلفزيونية، كان مضمونها النفسي يعمق الشعور بالمنفعة الشخصية، وفي المضمون الاجتماعي كان الشعور بالانتماء هو المضمون الغالب، وكان من أهم أولوياتها الاقتصادية القضاء على المشكلات التي تحتاج إلى سيولة مادية، وسياسياً كانت رسالتها أن حل أزمات مصر مسؤولية جميع المصريين وليس الحكومة فقط، مستخدمة أسلوب التحفيز على العمل.
٣. إن هذه الحملات التلفزيونية التي بثت في القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز) عينة الدراسة، تخدم بشكل كبير توجه الدولة المصرية في دعم صحة المواطن المصري وتتناول المبادرات الرئاسية بشكل إيجابي ومباشر وتحث المواطنين على المشاركة فيها وأغلبها يستهدف الجمهور العام.
٤. ومن جماع ما ظهر للباحثة في الدراسة التحليلية يتضح أنه لا بد من الاهتمام الكبير بالحملات التلفزيونية مع انطلاق أية مبادرة رئاسية جنباً إلى جنب حتى تصل للمواطن العادي أهداف هذه المبادرات، ويشارك فيها ويتفاعل معها لتحقيق جميع أغراضها مما ينعكس على صحته وصحة المجتمع ككل باعتبار أن صحة المواطن من أهم أولويات الدولة المصرية. الكلمات المفتاحية: الحملات التلفزيونية – المبادرات الرئاسية-التنويرات.

Abstract:

The role of television campaigns for presidential initiatives in preparing Egyptian citizens for them

The study aimed to identify the media treatment of presidential initiatives in television announcements, the sample of the study, their trends, objectives, and their sources of information. This study is considered a descriptive study, which explains and monitors the role of television campaigns for presidential initiatives in preparing the Egyptian citizen for them, relying on the survey method, which is considered one of the The main approaches to behavioral and social research in particular,towards advertisements. The main approach in studying the media audience in its analytical framework is the study population represented by television campaigns shown by satellite channels, especially those carrying statements from President Sisi or an official in the Egyptian ministries, which deal with presidential initiatives during the analysis period. The researcher was content with analyzing the content of the campaigns. In the channels (Egyptian Satellite Channel, Extra News Channel), during the period from January 2023 AD to the end of December 2023 AD, for a period of one year.

The study concluded that:

1. The study found that television campaigns for presidential initiatives mostly derived their official information from the official spokesman for the Ministry of Health.
2. The researcher also concluded that the television campaigns and advertising campaigns had a psychological content that deepened the feeling of personal benefit, and in the social content the feeling of belonging was the dominant content, and one of their most important economic priorities was eliminating problems that needed financial liquidity, and politically their message was to solve Egypt's crises. It is the responsibility of all Egyptians, not just the government, using the method of motivation to work.
3. These television campaigns, which were broadcast on the channels (Egyptian Satellite Channel, Extra News Channel), the sample of the study, greatly serve the Egyptian state's direction in supporting the health of the Egyptian citizen and address presidential initiatives in a positive and direct manner and encourage citizens to participate in them, and most of them target the general public.
4. From all that appeared to the researcher in the analytical study, it is clear that great attention must be given to television campaigns with the launch of any presidential initiative side by side in order for the average citizen to reach the goals of these initiatives, and to participate in them and interact with them in order to achieve all their goals, which is reflected in his health and the health of society as a whole, considering that Citizen health is one of the most important priorities of the Egyptian state.

Keywords: Television Campaigns - Presidential Initiatives- Disclaimers.

مقدمة:

تتمتع الحملات التلفزيونية بالقدرة على إيصال المعلومات بسرعة إلى كافة شرائح المجتمع، خاصة مع وجود التلفزيون في معظم المنازل. كما تتميز بقدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع مهما كان مستواهم الثقافي، إذ قد تعتمد الإعلانات التلفزيونية على العناصر المرئية، مما يؤدي إلى زيادة مستوى معرفتهم ووعيهم. كما أنها تعتمد على تكرار الرسائل الإعلامية، مما يزيد من تعرض الجمهور لها، بالإضافة إلى زيادة الوعي. وبالتالي التأثير على سلوك الجمهور.

كما تعتمد الحملات التلفزيونية على مجموعة من الأساليب الإيضاحية والتي تؤثر بشكل كبير على التهيئة المعرفية والسلوكية للجمهور من بينها استخدام المؤثرات الصوتية والانفوجراف والرسوم والصور، مما يساعد على زيادة استيعاب الجمهور للقضايا التي تتناولها تلك الحملات التلفزيونية.

ولما كانت المبادرات الرئاسية أحد الموضوعات التي تشغل اهتمام الرأي العام ولما للإعلام من أهمية في تشكيل اتجاهاته نحو تلك القضايا وغيرها من خلال تسليط الضوء عليها ونشر الموضوعات الخاصة بها، جاءت أهمية تلك الدراسة من خلال التعرف على دور الحملات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للجمهور المصري.

مشكلة الدراسة:

شهد المجتمع المصري خلال السنوات القليلة الماضية إطلاق عدد من المبادرات في مختلف المجالات هدفها توفير حياة كريمة للمواطن ورفع شأن الوطن في كافة المجالات الصحية والاجتماعية والاقتصادية. ولاحظت الباحثة اهتمام كافة وسائل الإعلام المصرية في متابعتها لهذه المبادرات والتحولت أولاً بأول، ونقل التطورات المصرية للعالم أجمع، وقد بدأ للباحثة أن القنوات التلفزيونية بما تتضمنه من تنويرات وبرامج، من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور المصري لمتابعته للأحداث والقضايا المصرية المختلفة، وذلك لسرعة توصيل المضمون الإخباري بطريقة سهلة وثرائها المتميز في توظيف الوسائط التكنولوجية الحديثة.

وبالإطلاع على الدراسات السابقة تبين أهمية دور الحملات التلفزيونية في نشر الأخبار والمعلومات وأنها مصدر مهم من مصادر المعرفة وعرض المحتوى الإعلامي، كما أنها تسهم في تشكيل اتجاه الجمهور نحو الموضوعات المعروضة، وذلك من خلال تركيزها على بعض الأمور وتجاهلها للبعض الآخر، مما يمكن أن يؤثر على المعايير والمحكات التي على أساسها يبني الأفراد تقييماتهم وأحكامهم حول تلك الموضوعات، لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور التنويرات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطنين من خلال إبراز جوانب محددة في المبادرات الرئاسية وإعطائها الأولوية لدى الجمهور، بما يمكنهم من تشكيل اتجاهات معينة لديهم، وذلك من خلال "رصد وتحليل عدد من الحملات التلفزيونية المعروضة خلال مدة التحليل والتي تناولت المبادرات الرئاسية من حيث الشكل والمضمون، وأيضاً الكشف عن الدور الذي تقوم به تلك الحملات في تزويد الجمهور بالمعلومات عن المبادرات الرئاسية، وعلاقة ذلك برؤيتهم لتلك المبادرات وبهذا تتبلور

الباحثة / الهام صلاح عبد المولى
مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي وهو: ما هو دور الحملات التلفزيونية للمبادرات
الرئاسية في تهيئة المواطن المصري لها؟
أهمية الدراسة:

- ١- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تناولها لأحد الموضوعات الهامة والحيوية في الوقت الراهن وهو المبادرات الرئاسية والتي تعتمد عليها المؤسسات والهيئات الحكومية في توضيح سياساتها وخططها والاستراتيجيات المتبعة فيها من أجل تشكيل اتجاهات إيجابية لدى أفراد الجمهور بكافة فئاته لتحقيق الأهداف المنشودة في رؤية مصر ٢٠٣٠م.
- ٢- أهمية التعرف على مستوى معرفة الجمهور المصري بالمبادرات الرئاسية الاجتماعية والسياسية والتعليمية والثقافية والتنمية ومدى اهتمامه بما يدور حوله من قضايا والتهيئة المعرفية للمواطن المصري لديه.
- ٣- يمكن أن تؤدي نتائج هذه الدراسة إلى مساعدة متخذي القرار في تطوير التنويهات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية ودعم دورها في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها.

أهداف الدراسة:

- ١- دراسة سياسة وأهداف الحملات التلفزيونية عينة الدراسة، مع تحليل لبعض المضامين التي تقدمها بالقنوات المصرية، ووفقاً على ما تقدمه من رسائل تلفزيونية، مع إبراز بعض الفروق بينهما.
- ٢- رصد وتحليل عدد من المبادرات الرئاسية المقدمة خلال فترة التحليل وتحديد كيفية تناولها من خلال الحملات التلفزيونية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م.
- ٣- رصد أساليب محاولة بعض الحملات التلفزيونية غالباً الحصول على ثقة المشاهد المصري، من حيث اكتساب المصداقية لما تقدمه من أخبار ومواقف وآراء تخص الشأن المصري بصفة عامة والمبادرات الرئاسية بصفة خاصة.
- ٤- التعرف على مدى إسهام الحملات التلفزيونية في التهيئة المعرفية للمواطنين نحو المبادرات الرئاسية وإلى أي مدى تؤثر في مدى تقييمهم لها.

الدراسات السابقة:

■ بعد مراجعة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دور التلفزيون في التهيئة المعرفية للجمهور نحو المبادرات القومية التي أطلقتها الحكومات، اتضح غلبة الدراسات التي تناولت دور التلفزيون بكافة برامجهم وحملاته الإعلامية لتلك الموضوعات بشكل عام، كما وجدت الباحثة اهتماماً بحثياً بمعالجة المبادرات الرئاسية في الوسائل الإعلامية المختلفة كالمواقع الإلكترونية، والصحف وشبكات التواصل الاجتماعي، إلا أنه لوحظ محدودية الدراسات التي عيّنت بدراسة الحملات التلفزيونية ودورها في التهيئة المعرفية للجمهور نحو القضايا خاصة الدراسات العربية، لذا سيتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين هما:

■ المحور الأول: الدراسات التي تناولت التنويهات والحملات التلفزيونية ودورها في إمداد الجمهور بالمعلومات حول القضايا:

دورالتنويهات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها لاحظت الباحثة أن الدراسات التي تناولت التنويهات التلفزيونية والحملات الإعلامية تعلقت بالتوعية الصحية من خلال تسليط الضوء على الجهود التي تبذلها الحكومة في الوعي بالقضايا الصحية من خلال المبادرات والحملات الصحية، وكان من بينها دراسة **Leon Booth (2023)** ⁽¹⁾، التي سعت إلى تقييم الحملات التلفزيونية في التنبيه على مخاطر إدمان الكحول، وما هو تأثير ذلك على اتجاهات الشباب نحو الإقلاع عن إدمان الكحوليات، بالاعتماد على المنهج المسحي، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من المواطنين في غرب أستراليا قوامها ٧٦٠ مفردة بحثية، من خلال الاستقصاء، وأشارت النتائج إلى: اعتماد الحملة الوطنية على مجموعة من الاستراتيجيات من بينها إبراز مخاطر إدمان الكحول على الصحة بالإضافة إلى التركيز على المخاطر النفسية التي يمكن أن يسببها الإدمان، كما بينت وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين تعرض الجمهور إلى الحملة التلفزيونية وبين إقناعهم بأهمية الإقلاع عن إدمان الكحوليات، كما بينت أن العرض الوافي والشرح المتكامل لمخاطر الكحول له تأثير إيجابي على إقناع الجمهور بالإقلاع عن الكحول حيث أشارت نسبة ٧٣ % منهم أن رسالة الحملة بأن ارتباط الكحول بالسرطان يمكن تصديقها.

واتفقت معها إلى حد كبير دراسة **Hilal Bader Omar (2023)** ⁽²⁾، التي بحثت في العلاقة بين التعرض للحملات الإعلامية التلفزيونية الصحية وانخفاض الإدمان لدى الشباب في الإمارات، بالاعتماد أيضا على منهج المسحي، والتطبيق على عينة عمدية من الجمهور في الإمارات قوامها ٣٥٠ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء، أشارت النتائج إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض للتنويهات التلفزيونية وبين زيادة الوعي بمخاطر الإدمان بين الشباب في الإمارات، كما بينت النتائج أهمية الخطاب الاتصالي المستخدم في الحملات الإعلامية ودورها في إقناع الشباب بضرورة الإقلاع عن الإدمان، ومن بين الاستراتيجيات المستخدمة التي لها تأثير فعال على الشباب الاستعانة بنماذج ناجحة من الشباب يتم تقديمها كمصدر إلهام يساعد الشباب في الإقلاع عن إدمان المخدرات بهدف النجاح والتميز.

وفي مصر هدفت دراسة **عبيد محمد (٢٠٢١)** ⁽³⁾، إلى رصد وتحليل حملات التوعية الصحية التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتشكيل وعي المرأة بمرض الأورام، ومعرفة نوع الحملات التوعوية المتناولة مرض الأورام، وطبقت الدراسة على عينة من حملات التوعية الصحية في القنوات الفضائية من ١ مارس ٢٠٢١م إلى ١ يونيو ٢٠٢١م، كما طبقت على عينة من الفتيات والسيدات، وقد أوضحت النتائج ارتفاع الاهتمام بالرعاية الصحية على المستوى القومي، كما تشير النتائج أهمية التثقيف الصحي لمرضى الأورام هو أكثر الوسائل فعالية لتخفيض تكاليف العلاج، حيث تقوم حملات التوعية الصحية على تكوين اتجاهاتهم وزرع الوعي الصحي لدى الناس حول الأمراض عامة ومرض الأورام خاصة، كما أوضحت النتائج أن حملة ١٠٠ مليون صحة الموجهة للمرأة، وحملة بهية للوقاية لسرطان الثدي هي الأكثر متابعة كما تشير النتائج إلى أن مستوى تعرض المبحوثات للحملات

التوعوية الصحية في معرفة المعلومات الصحية عن مرض الأورام المقدمة بالتلفزيون متوسطة، وأن مستوى استفادة المبحوثات من الحملات التوعوية الصحية كانت متوسطة. كذلك تناولت دراسة بلال شعبان على (٢٠٢١) ^(٤)، العلاقة بين معدل التعرض للحملات الإعلانية واتجاهات الشباب نحو الإدمان حيث وقع اختيار الباحث على حملة "أنت أقوى من المخدرات" الخاصة بصندوق مكافحة وعلاج الإدمان والتعاطي وتم الحصول على الإعلانات التلفزيونية من خلال اليوتيوب ومن موقع الصندوق وقد قام الباحث بتحليل كل الإعلانات التلفزيونية المنشورة على اليوتيوب والموقع وبلغ عدد الإعلانات التي خضعت للتحليل (١٦) إعلاناً، وقد أوضحت النتائج كانت أكثر العناصر التي تجذب المبحوثون للإعلانات قصة الإعلان واستخدام الأغاني المشجعة والجذابة، وشخصية مقدم الإعلان فبعضها تم التركيز على الشخصيات المشهورة مثل الكابتن محمد صلاح وبعضها تم التركيز على أبطال الجيش مثل الكابتن أحمد عبد اللطيف، واستخدمت الحملات المؤثرات الصوتية من جمل جذابة وأخرى تحذيرية بالإضافة إلى الموسيقى والمناظر الطبيعية والأغاني، واستخدمت الحملات الاستمالات العقلية والمنطقية والعاطفية والتي تتمثل في نقل صورة حية للواقع الذي يعيش فيه المشاهد إلى جانب الاستعانة بنفس الملامح والسمات الأساسية للفئة الموجه لها الإعلان.

وفي نيجيريا تناولت دراسة **Kolade Ajilore, Ifeoluwa Atakiti (2018)** ^(٥) دور إعلانات الخدمة العامة على التلفزيون والإذاعة في زيادة وعي طلاب الجامعات بوباء Ebola الإيبولا، وقد اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات الخاصة في نيجيريا قوامها ٢١١ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض إلى إعلانات الخدمة العامة المقدمة في التلفزيون ووسائل الإعلام وبين زيادة الوعي بكيفية الوقاية من وباء الإيبولا، كما بينت النتائج أن ٨٢ % من عينة الدراسة اعتمدت علي التنويهات التلفزيونية في تعلم السلوكيات التي من خلالها كيفية الوقاية من الوباء، كما بينت الدراسة اعتماد الإعلانات علي مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية والتي أثرت علي زيادة الاقتناع بالنصائح المقدمة في تلك التنويهات ومن أهم تلك الاستراتيجيات الاتصالية مخاطبة مصلحة الإنسان والمسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع.

كما سعت دراسة **Crystale Purvis Cooper (2015)** ^(٦)، إلى التعرف على مدى فاعلية الحملة الوطنية المقدمة في التلفزيون لمكافحة سرطان القولون والمستقيم في الولايات

دور التثقيف التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها المتحدة، بالاعتماد على منهج المسح، حيث قام بتحليل عينة من إعلانات الخدمة العامة قوامها ٨ إعلانات باللغتين الإنجليزية والأسبانية عام ٢٠١٤م، كما قام باختيار عينة عمدية من الجمهور قوامها ١٢٠ مفردة والذين تعرضوا إلى حملة Screen for Life، أكدت النتائج على فاعلية تلك الحملات في التوعية من بعض الأمراض خاصة سرطان القولون، كما أشارت النتائج إلى اعتماد الجمهور محل الدراسة إلى متابعة الحملات التلفزيونية المتعلقة بالمبادرات الوطنية التي تقوم بها الدولة، وتوصلت أن هناك علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور لتلك الحملات التلفزيونية وبين زيادة الوعي بحملة Screen for Life والمتعلقة بكيفية الحماية من الأمراض والأوبئة.

المحور الثاني: تناول الإعلام للمبادرات الرئاسية ودوره في تزويد الجمهور بالمعلومات: اهتم عدد كبير من الدراسات سواء العربية أو الأجنبية بدراسة المبادرات الرئاسية القومية ودورها في تطوير المجتمع، إلى جانب اهتمامها بدور وسائل الإعلام في تناول تلك المبادرات حيث تعد من أهم الموضوعات التي تسعى الدولة من خلال إلى تحسين صورتها لدى المواطنين، وقد ظهر ذلك في الدول العربية والأجنبية على حد سواء، ففي فرنسا سعت دراسة **Ilaria Montagni, et, al. (2023)** ^(٧)، إلى تقييم الحملة الفرنسية باسم **Amis aussi la nuit** بشأن دعم الأصدقاء فيما يتعلق بالإسراف في شرب الخمر وتعاطي المواد المخدرة أثناء الاحتفالات، بالتطبيق على عينة قوامها ١٠٠٣ من الشباب، وتوصلت الدراسة أن المبحوثين أعربوا عن تقديرهم للحملة، وشعروا بالمشاركة في رسائلها الوقائية ووجدوا أن استراتيجية الاتصال المستخدمة مقبولة وفعالة. كما تم تحديد بعض السمات السلبية، خاصة فيما يتعلق بلغة ونبرة الحملة، كما أنها أثبتت أن قدرة وسائل الإعلام علي الوصول إلى جمهور كبير أدى إلى استمرار الجهود من قبل علماء الاجتماع فيما يتعلق بكيفية الاستخدام الأمثل لتلك الأدوات فيما يتعلق بالحد من انتشار المخدرات، من خلال تصميم الأساليب والمناهج المناسبة والتي تشمل وضع الخطط والاستراتيجيات التي تتناسب مع الجمهور فيما يعرف بتصميم الحملة الإعلامية، مما أدى إلى زيادة فعالية استخدام تلك الوسائل، بالإضافة إلى تقييم جهود تلك الحملات، مما جعل منها أداة فعالة لتغيير معتقدات وأفكار الشباب.

دراسة **دينا عبد الجواد (٢٠٢٣)** ^(٨) إلى تحليل قدرة الحملات الإعلانية على خلق وعي صحي لدى المواطنين، مع تقييم درجة إقبال المواطنين على هذه الحملات الإعلانية، تم استخدام منهج المسح، وتم تحليل عينة من الحملات الإعلانية لصفحات الصحف على شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (٧٢) مادة، كما طبقت الدراسة على عينة من الجمهور قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى تصدر تعميق الشعور بالمنفعة الشخصية في المقام الأول في الحملات الإعلانية الستة عينة الدراسة، وتعميق الشعور بمدى المنفعة العائد على الشخص ذاته من تلك الحملات، على عكس الشعور بالآخرين، كما اتخذت الحملات الإعلانية "مبادرة دعم صحة المرأة المصرية" عينة الدراسة المضمون النفسي للشعور بالمنفعة الشخصية والذات، بينما يؤخذ على "مبادرة دعم صحة المرأة المصرية" ومبادرة

الكشف المبكر عن التقزم والسمنة لدى طلاب المدارس تراجع الاهتمام بجهة الشعور بالأمان والطمأنينة.

وفي أيرلندا اهتمت دراسة **Sarpong Hammond Antwi, et al. (2022)** ^(٩)، التي استهدفت التعرف على مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات والمبادرات الحكومية للمحافظة علي المياه بالتطبيق علي المبادرة الأيرلندية، وقامت الدراسة بتحليل اتصالات وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر والفيديوك) ومنشورات الصحف من عام ٢٠١٨م إلى عام ٢٠٢٠م بشأن الحفاظ على المياه وأحداث الجفاف، بالإضافة إلى إجراء ست مقابلات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين تتكون من صحفيين وممثلين سياسيين، وخبير في مجال المياه والاتصالات، وأكدت الدراسة أن المبادرة الأيرلندية كإحدى المبادرات الحكومية للمحافظة علي المياه اعتمدت علي توظيف بعض الاستراتيجيات من بينها التخويف وذلك لأحداث تغيير سلوكي لدى الجمهور فيما يتعلق بالمياه وبضرورة المحافظة عليها وترشيد استهلاكها، وأكد المبحوثين أن تلك المبادرات والحملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التغير المناخي حيث يعتمد عليها ٩٠% من العينة محل الدراسة. كما أهتمت دراسة **كريمة كمال (٢٠٢٢)** ^(١٠)، بقياس مدى تأثير واستجابة وتفاعل الجمهور مع مضمون حملة (مبادرة اتحاد بنوك مصر)، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من عملاء البنوك المصرية وتوصلت إلى أن تكرار عرض الإعلان خلال الفاصل بين الفقرات التلفزيونية في البرنامج الواحد أثر على مدى تذكر الجمهور لمضمون الحملة كما ساهم موقع اليوتيوب وعرض الحملة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في سرعة انتشارها، كما أدى استمرار بث الحملة وعرضها مع إرسال رسائل تحذيرية دورية للجمهور إلى نجاحها وزيادة تأثير الحملة على الجمهور في تغيير السلوك أمام الاختراقات والاحتيال.

في حين هدفت دراسة **هشام رشدي (٢٠٢٠)** ^(١١)، إلى التعرف على العلاقة بين العوامل المؤثرة على مصداقية التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو مؤسسة الرئاسة، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بشقيه (الإعلامي- الجمهور)، وطبقت الدراسة التحليلية على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمبادرات الرئاسية، كما طبقت الدراسة الميدانية إلكترونياً على عينة عشوائية من الجمهور قوامها ٩٩٢ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبه ودالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المعرفة بتلك المبادرات، بالإضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو مؤسسة الرئاسة المصرية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض المختلفة للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهتم دراسة الباحثان **Elizabeth Johnson Avery, Sejin Park (2019)** ^(١٢) والتي سعى من خلال دراستهما إلى تناول المعالجة الإعلامية لحملات الصحة العامة للتطعيم

دورالتنويهات التليفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها ضد فيروس الورد الحليمي البشري من خلال تطبيق "نموذج اتصال المخاطر" على المبادرات الرسمية والحملات التوعوية في المجال الصحية، وتقديم أفضل الممارسات الاتصالية للجمهور بوسائل إعلامية وتواصلية متنوعة، وطبق الباحثان دراستهما على القائمين بالاتصال بالوحدات الصحية والولايات الأمريكية وكذلك المندوبين الصحفيين في المجال الصحي، وأشارت النتائج إلى أن استخدام نداءات الخوف في حملات العلاقات العامة المتعلقة بالصحة والأزمات والمخاطر قد يعزز أداء سلوكيات الحماية الموصى بها، وانتهت الدراسة لضرورة التنوع في الوسائل الاتصالية وقيام منظومة التشبيك والرصد والتنسيق على مستوى جميع الوحدات الصحية بالولايات الأمريكية.

التعليق على الدراسات السابقة:

● **من حيث الأطر النظرية:** تباينت اتجاهات الدراسات السابقة في استخدام المداخل النظرية المفسرة لها ومن الأطر النظرية التي اعتمدت عليها بعض الدراسات السابقة لخدمة أهدافها وقد تناولت الدراسات السابقة العديد من النظريات مثل: الاعتماد على وسائل الإعلام، فجوة المعرفة، ثراء الوسيلة الإعلامية – النظرية الظرفية لتفسير سلوك الجمهور، مثل: نموذج اتصالات المخاطر للباحثان **Elizabeth Johnson Avery, Sejin Park (2019)**، واتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتمادها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وكذلك اعتمدت على نظرية التهيئة المعرفية **Cognitive Priming Theory**.

● **من حيث الأطر المنهجية:** أشار الرصد البحثي إلى أن الدراسات التي أمكن للباحثة الاطلاع عليها وعرضها، وجاءت أغلب الدراسات معتمدة على منهج المسح الإعلامي مثل: دراسة **Leon Booth (2023)** وهي دراسات وصفية، وتنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات، حيث اعتمدت الدراسات العربية في أغلبها على أداة الاستبيان" لجمع البيانات مثل: دراسة **Hilal Bader Omar (2023)** بالتطبيق على الجمهور المستهدف من الحملات التي تناولت المبادرات، وأخرى اعتمدت على أداة "تحليل المضمون" لمحتوى الموضوعات والأنشطة الخاصة بالحملات والمبادرات الرئاسية، مثل: دراسات **دينا عبد الجواد (٢٠٢٣)**، **كريمة كمال (٢٠٢٢)**، **عبير محمد (٢٠٢١)**. كما استخدمت أغلب الدراسات الأجنبية التي تم عرضها نفس أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسات العربية، ومن تلك الدراسات (دراسة **Leon Booth (2023)**، **Hilal Bader Omar (2023)**).

● **من حيث النتائج:** اجتمعت الدراسات حول أهمية المبادرات الرئاسية بأنها مبادرات تقوم بها الدول أو المؤسسات أو الأفراد، وتشمل في أعمالها أنشطة متنوعة أهمها مبادرات الوعي الصحي ومواجهة المخاطر الصحية، مبادرات التوعية البيئية، وكذلك المبادرات الاجتماعية التي تستهدف تحسين معيشة المواطنين مثل: مبادرة القضاء على العشوائيات ومبادرات الوعي ضد المخاطر الإلكترونية مثل: مبادرة اتحاد البنوك المصري، وأن تلك المبادرات أكثر الوسائل تأثيراً في التغيير المجتمعي، ويتحقق لها نسب مرتفعة من النجاح، عندما تطلق بشكل رسمي من الدولة وتتنبأها في كل مراحلها، وفي نفس الوقت تقدم خدمات مجتمعية وصحية ووقائية للمواطنين من المخاطر القائمة، مع التنوع في استخدام وسائل الاتصال

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

– القدرة على تحديد موضوع وأهداف ومنهجية الدراسة وتحديد متغيراتها، ومحاولة استكمال ما قدمه الباحثون والبناء على ما توصلوا إليه من نتائج وتوصيات للدراسات المستقبلية بالمجال العلمي والتطبيقي في موضوع الدراسة الراهنة.

– تتبنى الدراسة الراهنة مفهوم "المبادرة الرئاسية" وفق ما تقدم من خلال الدراسات السابقة، وكذلك التهيئة المعرفية" وفق ما عرض بنتائج الدراسات، بحيث تنطلق الدراسة الراهنة من إمكانية تحديد دور الحملات التلفزيونية الخاصة بالمبادرات في التهيئة المعرفية للمواطنين من خلال عرض المبادرات وتحليلها وتشكيل صورة الدولة والقيادات السياسية وفقاً لما يتم عرضه.

– نوعت الدراسات من الأدوات البحثية المستخدمة التحليلية وفق أهداف الدراسات ومجالاتها التطبيقية، وهو ما تتخذه الدراسة الراهنة في الجمع بين الأدوات الكيفية " التحليلية"، وبما يحقق متطلبات دراسة المبادرات الرئاسية خلال فترة التحليل.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى اهتمام التنويهات التلفزيونية بعرض المبادرات الرئاسية محل الدراسة؟
 ٢. ما أبرز المبادرات التي تم التركيز عليها في التنويهات التلفزيونية خلال فترة الدراسة؟
 ٣. ما أهداف معالجة المحتوى المنشور عن المبادرات الرئاسية محل الدراسة والمقدم عبر التنويهات التلفزيونية؟
 ٤. ما اتجاهات معالجة المحتوى المنشور عن المبادرات الرئاسية محل الدراسة والمقدم عبر التنويهات التلفزيونية؟
 ٥. ما الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها التنويهات التلفزيونية في تقديم المبادرات الرئاسية محل الدراسة؟
 ٦. ما القوى الفاعلة الأكثر بروزاً في التغطية الإعلامية للمبادرات الرئاسية المقدمة عبر التنويهات التلفزيونية؟
 ٧. كيف تم توظيف عناصر الوسائط المتعددة والمعالجة الفنية في تقديم المبادرات الرئاسية في التنويهات التلفزيونية؟
 ٨. ما طبيعة المعلومات المقدمة عن المبادرات الرئاسية محل الدراسة والمقدم عبر التنويهات التلفزيونية؟
 ٩. ما الاستراتيجيات التي اعتمدت عليها التنويهات التلفزيونية في تقديم المبادرات الرئاسية محل الدراسة؟
- التعريفات الإجرائية للدراسة:

دور التنويهاات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها

١- **المبادرات:** عبارة عن فكرة ابتكارية قابلة للتطبيق ولم يسبق لها التنفيذ بنفس الطريقة من قبل، وتعمل على تحقيق أهداف الجهات التي تطلقها، سواء كانت مؤسسات أو أفراد أو دول أو منظمات، وتسهم في أن يكون لها مردود إيجابي على المواطنين المستفيدين من مجالات المبادرات. (١٣)

٢- **وتعرفها الباحثة إجرائياً:** بأنها سلسلة من الخطط والبرامج المقترحة من إدارات محترفة تابعة لرئاسة الجمهورية هدفها الأول والأساسي تصحيح وتغيير أوضاع مجتمعية ومشكلات قائمة يتعاون في تنفيذها هيئات ومؤسسات الدولة والمجتمع المدني بمنظوماته الخيرية ومشاركة الشباب الفعالة بها وتدعيمها بأعماله التطوعية المجدية، وهي مبادرات أطلقتها الحكومة المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وبما يحقق للمواطنين الحماية الكاملة ويكفل لهم الفرص الاجتماعية والرعاية الصحية السليمة وكذلك التمكين الاقتصادي كما يمكنهم من الإلمام بالثقافة الرقمية، بهدف الارتقاء بقدراتهم وتحقيق ذواتهم، ومن ثم القيام بدورهم في إعلاء شأن الوطن، ومن أمثلتها مبادرة حياة كريمة، ١٠٠ مليون صحة، مبادرة أبدأ، مبادرة كن متنوع، مبادرة أنحضر للأخضر، مبادرة تكافل وكرامة، وغيرها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة تحديد الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في إجراءات متضمنة الآتي: منهج الدراسة، وأسلوب اختيار العينة، وأسلوب جمع البيانات، والأساليب المستخدمة في تحليلها.

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تسعى هذه الدراسة إلى تحليل محتوى الحملات التلفزيونية التي تناولت المبادرات الرئاسية ودورها في تشكيل معارف الجمهور نحوها، والتهيئة المعرفية لهم.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على منهج المسح Survey ويُعد المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها التحليلي.

مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة في التنويهاات التلفزيونية التي تعرضها القنوات الفضائية خاصة التي تحمل تصريحات من الرئيس السيسي أو من أحد المسؤولين في الوزارات المصري، والتي تتناول المبادرات الرئاسية خلال فترة التحليل، إلا أن الباحثة سوف تكتفي بتحليل مضمون التنويهاات في القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز)، خلال المدة من يناير ٢٠٢١ إلى نهاية ديسمبر ٢٠٢٣ ولمدة عام واحد.

مببرات اختيار العينة:

اعتمدت الباحثة على عينة من التنويهاات من قنوات (القناة الفضائية المصرية، وقناة إكسترا نيوز) وذلك لاختلاف التوجهات الإعلامية بها تبعاً لنمط ملكيتها حيث تعد القناة المصرية إحدى القنوات الحكومية كما أن قناة إكسترا نيوز تعد قناة مصرية خاصة والتي تملكها شركة المتحدة للخدمات الإعلامية.

الباحثة / الهام صلاح عبد المولى

اعتمدت الباحثة على مد فترة التحليل على مدار عامين بهدف رصد أكبر عدد من التتويجات التلفزيونية خلال فترة التحليل، كما يمكن الباحثة من رصد عدد أكبر من المبادرات الرئاسية وعدم التركيز على مبادرات محدودة.

أمثلة لبعض التتويجات التي سيتم تحليلها على قنوات الدراسة:

مبادرة "أنت الحياة" ضمن فاعليات مبادرة حياة كريمة فبراير ٢٠٢٣م في محافظة الغربية على القناة الفضائية المصرية.



تتويجات للتعريف بأبرز مبادرات رئيس الجمهورية الصحية بمشاركة نجوم الفن والكرة بتاريخ إبريل ٢٠٢٢م على قناة ON، وتتضمن مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية، ومبادرة رئيس الجمهورية لفحص وعلاج الأمراض المزمنة والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي، ومبادرة رئيس الجمهورية لاكتشاف وعلاج ضعف وفقدان السمع للأطفال حديثي الولادة، ومبادرة رئيس الجمهورية للقضاء على قوائم الانتظار، ومبادرة دعم صحة الأم والجنين والتطعيم ضد فيروس كورونا المستجد ومبادرة رئيس الجمهورية للكشف عن السمّة والأنيميا والتغزم لطلاب المدارس، وكذلك البرنامج الصحي لرعاية كبار السن.



إنجازات مبادرة ابدأ في ديسمبر ٢٠٢٢ بالاستعانة ببعض قصص النجاح الفعلية من المواطنين.

دور التنويرات التليفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها



تنويرات عن المبادرة الوطنية للنشء والشباب المعرفة والفرص لفهم بيئتهم والعناية بها وحمايتها من الآثار الضارة لتغير المناخ في سبتمبر ٢٠٢٢م باستخدام الرسوم المتحركة.



إنجازات مبادرة حياة كريمة في أغسطس ٢٠٢٢م بالاستعانة بتصريحات للرئيس السيسي ووزيرة التخطيط الدكتورة هالة السعيد ووزيرة التنمية المحلية الدكتورة نيفين القباج وبلقطات من القرى التي بدأت الحملة بها على قناة الفضائية المصرية.



الباحثة / الهام صلاح عبد المولى
تنويهات عن مبادرة تكافل وكرامة لمساندة المواطنين بتاريخ أغسطس ٢٠٢٢م على قناة
إكسترا نيوز Extra News .



أدوات جمع البيانات:

-أداة تحليل المضمون Content Analysis: تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون Content Analysis: وتعرف على أنها أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، بهدف تحليل المنتج الإعلامي وفي هذه الدراسة سوف يتم مسح شكل ومضمون عدد من الحملات التلفزيونية المعروضة في القنوات الفضائية والتي تناولت المبادرات الرئاسية. إجراءات الثبات والصدق:

أ. صدق التحليل Validity:

ويقصد بالصدق صلاحية أسلوب القياس بإمكانية قياس الاختبار فعلاً وما يفترض أن يقيسه، ويشير الصدق إلى دقة القياس، ويكون المقياس صادقاً عندما يقيس ما يفترض أن يقيسه ويؤدي الوظائف التي يُدعى (يزعم) أداءها، وقام الباحث لاختبار صدق التحليل بالآتي:
-تحديد فئات التحليل ووحداته، وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً متفقاً عليه.
-عرض مقياس التحليل على مجموعة المحكمين، وذلك للتعرف على صحة ومنطقية أسلوب القياس.

ب. ثبات التحليل Reliability:

الثبات يعنى الاتساق أو الدقة في القياس، ومدى خلوها من الأخطاء غير المنظمة التي تشوب القياس أي مدى قياس الاختبار للسمة التي يهدف لقياسها، فدرجات الاختبار تكون ثابتة إذا كان الاختبار يقيس سمة معينة قياساً متسقاً في الظروف المتباينة التي قد تؤدي إلى أخطاء القياس، وستقوم الباحثة بإجراء ثبات التحليل عن طريق القيام بأسلوب Test –Re-Test مع زميلين آخرين مع شرح الفئات لهما وتدريبهما عليها وتزويدهما بقائمة للتعريفات الخاصة بفئات التحليل، وسيتم إجراء الثبات على عينة تبلغ ١٠٪ من مجتمع الدراسة.
مناقشة نتائج الدراسة:

دورالتنويهات التلفزيونية للمبادرات الرئاسية في التهيئة المعرفية للمواطن المصري بها اتخذت الدراسة التحليلية بتحليل مضمون الحملات في القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز)، خلال المدة من يناير ٢٠٢١م إلى نهاية ديسمبر ٢٠٢٣م ولمدة عامين. وتتعلق ببعض المبادرات الرئاسية التي تعني بصحة المواطن المصري وهي:

- مبادرة القضاء على فيروس سي.
- مبادرة دعم صحة المرأة المصرية.
- مبادرة الكشف المبكر عن التقزم والسمنة لدى طلاب المدارس.
- مبادرة الكشف المبكر وعلاج ضعف وفقدان السمع لدى الأطفال حديثي الولادة.
- مبادرة إنهاء قوائم الانتظار.
- مبادرة متابعة وعلاج الأمراض المزمنة والكشف المبكر عن الاعتلال الكلوي.

واعتماداً على استمارة تحليل المضمون قامت الباحثة بتحليل مضمون الحملات في القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز)، من الحملات التلفزيونية عن المبادرات الرئاسية سالفة الذكر.

وقد توصلت الباحثة أن هذه الحملات التلفزيونية التي بثت من خلال القنوات (القناة الفضائية المصرية، قناة إكسترا نيوز)، عينة الدراسة تخدم بشكل كبير توجه الدولة المصرية في دعم صحة المواطن المصري وتتناول المبادرات الرئاسية بشكل إيجابي ومباشر وتحث المواطنين على المشاركة فيها وأغلبها يستهدف الجمهور العام.

كما استنتجت الباحثة أن التنويهات المصورة كانت هي الغالبة في الحملات التلفزيونية وكان مضمونها النفسي يعمق الشعور بالمنفعة الشخصية، وفي المضمون الاجتماعي كان الشعور بالانتماء هو المضمون الغالب، وكان من أهم أولوياتها الاقتصادية القضاء على المشكلات التي تحتاج إلى سيولة مادية، وسياسياً كانت رسالتها أن حل أزمت مصر مسؤولية جميع المصريين وليس الحكومة فقط، مستخدمة أسلوب التحفيز على العمل.

واستنتجت الباحثة أيضاً أن التنويهات الخبرية كانت هي الأغلب في الحملات التلفزيونية، واستنقت معلوماتها الرسمية في الغالب من المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. وكانت اللغة العربية الفصحى المبسطة هي اللغة السائدة في تغطيات الصحف عينة الدراسة للمبادرات الرئاسية.

وتوصلت الباحثة أن الهدف الرئيس للحملات التلفزيونية الخاصة بالمبادرات الرئاسية عينة الدراسة هو الحث على مشاركة الجمهور بالرعاية الصحية، جاء بعده إثارة اهتمام الجمهور بموضوع الحملة، وكانت أهم استجابة سلوكية مرجوة من تلك الحملات هي المشاركة في تنفيذ أعمال صحية.

الباحثة / الهام صلاح عبد المولى

وكانت الاستمالات العقلية هي الغالبة على معظم التنويهات مستخدمة الأرقام والإحصائيات، وكذا إعادة بناء الواقع وتقديمه في صورة أفضل، وجاءت بعدها الاستمالات العاطفية مستخدمة إثارة المشاعر الإنسانية.

ومن جماع ما ظهر للباحثة في الدراسة التحليلية يتضح أنه لا بد من الاهتمام الكبير بالحملات التلفزيونية مع انطلاق أية مبادرة رئاسية جنباً إلى جنب حتى تصل للمواطن العادي أهداف هذه المبادرات ويشارك فيها ويتفاعل معها لتحقيق جميع أغراضها مما ينعكس على صحته وصحة المجتمع ككل باعتبار أن صحة المواطن من أهم أولويات الدولة المصرية.

توصيات ومقترحات الدراسة:

١. إقامة حملات توعية مشتركة تعكس هدف التغيير في المجتمع، في العديد من قضايا الصحة، مثل صحة المرأة، مخاطر التدخين، سرطان الثدي، التهاب الكبد الوبائي.

٢. حملات توعية في إطار أحداث خاصة بالمحافظات، بحيث يتم تطبيقها على القرى، والمدن، والمحافظات، مما يرفع مستوى معارف واتجاهات المجتمع نحو المشاركة الإيجابية لبناء المجتمع، وتحقيق التنمية الشاملة.

٣. ضرورة الاهتمام باستراتيجيات الحديثة لتخطيط الحملات التلفزيونية من قبل ممارسي الإعلان ومخططي الحملات بصفقتها من أهم الدعائم في تحقيق الأهداف الإعلانية ونجاح الحملات التلفزيونية.

٤. الاهتمام بتكثيف ودعم الحملات المقدمة للتوعية بالخدمات التي تقدمها المبادرات الرئاسية الصحية في كافة أرجاء الدولة، وكذلك أماكن تواجد القوافل الصحية.

٥. هناك حاجة إلى مقاييس إضافية لتقييم فعالية حملات الصحة العامة، والحاجة إلى مناهج جديدة لتوليد الاهتمام العام بالأمراض المزمنة.

٦. ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد والاتصال الشخصي من خلال وزارة الصحة لاتباع استراتيجية موحدة لتوعية المواطنين بالمبادرات الصحية.

٧. إجراء المزيد من الدراسات المسحية والنوعية والتجريبية حول مستوى سياسات التنمية المستدامة على تحقيق التنمية المستدامة على تحقيق التوعية الصحية في ظل المبادرات الرئاسية الصحية.

(١) Hilal Bader Omar, et al (2023). Evaluating an Alcohol Harm-Reduction Campaign Advising Drinkers of the Alcohol-Cancer Link. **Addictive Behaviors**. Volume 145, October 2023.

(٢) Hilal Bader Omar. (2023). The Relationship between Drug Prevention Campaigns and Awareness to Reduce the Addiction Phenomenon among College Students in UAE. **Res Militaris (resmilitaris.net)**, 13(2), p.4752-4768.

(٣) عبير محمد محمد، (٢٠٢١)، "حملات التوعية الصحية التليفزيونية المصرية وعلاقتها بتشكيل وعى المرأة بمرض الأورام: دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام.
(٤) بلال شعبان علي، (٢٠٢١)، "العلاقة بين التعرض للحملات الإعلامية لصندوق مكافحة وعلاج الإدمان والتعاطي بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب نحو الإدمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

(٥) Kolade Ajilore, Ifeoluwa Atakiti. (2018). College Students' Knowledge, Attitudes and Adherence to Public Service Announcements on Ebola in Nigeria: Suggestions for Improving Future Ebola Prevention Education Programmes. **Health Education Journal**, 76(6).pp. 648-660.

(٦) Crystale Purvis Cooper. (2015). Life Cycle of Television Public Service Announcements Disseminated Through Donated Airtime. **Preventive Medicine Reports**, 2, pp.202-205.

(٧) Ilaria Montagni et al (2023). Mixed-Methods Evaluation of a Prevention Campaign on Binge Drinking And Cannabis Use Addressed to Young People. **Journal of Substance Use**, 28(2), pp.229-234.

(٨) دينا عبد الجواد حسين، (٢٠٢٣)، "دور الحملات الإعلانية الصحفية في دعم الحملات الرئاسية تجاه قضايا الصحة ومدى استجابة الجمهور لها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام.

(٩) Sarpong Hammond Antwi et al (2022). Communicating water availability to improve awareness and implementation of water conservation: A study of the 2018 and 2020 drought events in the Republic of Ireland, **Science of the Total Environment**, Vol. 807, Part 2, p. 75-94.

(١٠) كريمة كمال عبد اللطيف، (٢٠٢٢)، "دور الحملات الإعلامية في التصدي لاختراق الخصوصية الرقمية - مبادرة اتحاد بنوك مصر نموذجا"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد العالي الدولي لأعلام الشروق، المجلد ٢١، العدد ٢١، ص ١-٦٠.

(١١) هشام رشدي خير الله، (٢٠٢٠)، "العوامل المؤثرة على مصداقية التناول الإعلامي للمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو مؤسسة الرئاسة - دراسة تحليلية ميدانية"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، المجلد ٧، العدد ٢١، ص ٥٢٩-٦٠٠.

(١٢) Elizabeth Johnson Avery, Sejin Park, (2018), HPV Vaccination Campaign Fear Visuals: an eye-Tracking Study Exploring Effects of Visual Attention and Type on Message Informative Value, Recall, and Behavioral Intentions. **Public Relations Review**, 44(3), pp.321-330

(١٣) موسى نجيب موسى، (٢٠٢٠)، "دور المبادرات المجتمعية في تنمية قيم المواطنة لدى عينة من الطلاب المعوقين حركيا في المرحلة الثانوية"، المجلة العربية لعلوم الاعاقة والموهبة، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، العدد ١٤، ص ٤٠١.