



جامعة المنوفية
كلية الآداب
قسم الإعلام

سمات الإعلام التنموي في مصر: دراسة حالة للمبادرات المجتمعية في الصحافة الالكترونية

رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الدكتوراه بنظام الساعات المعتمدة - تخصص صحافة

إعداد

جيهان أشرف إبراهيم محمد

المدرس المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي - كلية الإعلام وفنون الاتصال
جامعة فاروس بالإسكندرية

إشراف

الأستاذ الدكتور

أ.د/عبد الجواد سعيد محمد ربيع

أستاذ الصحافة المطبوعة والإلكترونية والعميد السابق لكلية الإعلام
جامعة المنوفية

الدكتور

د/مصطفى شحاتة عطا الله

مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة المنوفية

١٤٤٧هـ - ٢٠٢٥م

مستخلص الدراسة

اسم الباحث: جيهان أشرف إبراهيم محمد

عنوان الرسالة: سمات الإعلام التتموي في مصر: دراسة حالة للمبادرات المجتمعية في الصحافة الإلكترونية

جهة البحث: قسم الإعلام (صحافة) - كلية الآداب - جامعة المنوفية

المستخلص: استهدفت الباحثة من الدراسة التعرف على "سمات الإعلام التتموي في مصر، من خلال دراسة كيفية تغطية الصحافة الإلكترونية للمبادرات المجتمعية، بهدف فهم طبيعة هذا النوع من الإعلام ووظائفه وأساليبه في السياق المصري المعاصر" كهدف رئيسي.

- تعتمد الدراسة على منهج دراسة الحالة وتعتبر بحوث دراسة الحالة واحدة من عدة أشكال من بحوث العلوم الاجتماعية، حيث قامت الباحثة بتطبيق جانب التحليل الموضوعي: تحليل للمبادرات المجتمعية وهي مبادرة ١٠٠ مليون صحة، مبادرة حياة كريمة، مبادرة اتحضر للأخضر، مبادرة مستقبلنا رقمي، مبادرة أتكلم عربي، بالإضافة الي عمل مقابلة مقننة مع عدد من الصحفيين المتخصصين في الإعلام التتموي للوقوف على كيف ينتقي الصحفيين موضوعات الإعلام التتموي وكيف يتم معالجة هذه الموضوعات.

ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هي كالتالي:

أولاً: هيمنة الأخبار كنمط تحريري رئيسي

أظهر التحليل أن الأخبار كانت الشكل الغالب على تغطية معظم المبادرات المجتمعية في صحيفتي "اليوم السابع" و"بوابة الأهرام"، حيث بلغت نسبتها ٨١% في مبادرة "مستقبلنا رقمي" بصحيفة اليوم السابع، ووصلت إلى ٨٧% في بوابة الأهرام ضمن مبادرة "أتكلم عربي"، هذا التركيز يتوافق مع ما ذكره الصحفيون خلال المقابلات من أن السبق الصحفي والسرعة في نقل المعلومات هما أولويات رئيسية في العمل الإعلامي.

ولكن هذا النهج يؤدي إلى غياب أو ضعف الأنماط التحريرية الأخرى مثل التحقيقات، المقالات، والفيديوهات، التي كانت نسبتها ضعيفة جداً في العديد من الحالات، مما يقلل من فرص تقديم وجهات

نظر متعددة أو تحليل عميق لأداء هذه المبادرات، وهو أمر أكد عليه عدد من الصحفيين الذين عبروا عن حاجة المؤسسات الصحفية إلى تعزيز استخدام التقارير التحليلية والتحقيقات الاستقصائية.

ثانياً: تركيز الكلمات الدالة على الإنجازات دون التحديات

من خلال تحليل الكلمات الأكثر تكراراً في المحتوى الصحفي، يتضح أن الصحيفتين ركزتاً على كلمات مرتبطة بالإنجازات والمشروعات الملموسة، مثل كلمة "المشروعات" بنسبة ١٠.٠٦%، و"الخدمات" بنسبة ٦.٦٨%، و"الفحوصات" بنسبة ١.٤٦% في مبادرة "١٠٠ مليون صحة".

في المقابل، ظهرت كلمات ذات طبيعة تحليلية أو مستقبلية مثل "الاستدامة" بنسبة ١.٠٨% فقط، وكلمة "السلوكيات" بنسبة ٠.٩١%، وهو مؤشر يتفق مع ما ذكره الصحفيون حول أن التغطية غالباً ما تكون ترويجية بسبب ضغوط العمل والتركيز على الإيجابيات، وهو ما يقلل من قدرة الصحافة على تسليط الضوء على الجوانب التغييرية أو التحديات الحقيقية التي تواجه تنفيذ المبادرات.

ثالثاً: ضعف التنوع في تقديم المحتوى التحليلي والاستقصائي

أظهر التحليل أن التقارير والتحقيقات كانت محدودة للغاية، حيث بلغت نسبة التقارير في اليوم السابع 3% فقط، بينما لم تتجاوز ١% في بوابة الأهرام، وأما التحقيقات فكانت غائبة تقريباً في كلتا الصحيفتين، هذا الواقع يعزز فكرة أن المؤسسات الصحفية تواجه تحديات كبيرة في تقديم محتوى تحليلي عميق، سواء لأسباب تتعلق بقلّة الخبرات الصحفية في هذا المجال أو بسبب ضعف الوصول إلى البيانات والمعلومات الدقيقة .

وقد أشار الي ذلك صحفيون في مقابلاتهم إلى أن أحد أكبر التحديات التي تواجههم هو صعوبة الحصول على بيانات دقيقة ومحدثة حول أداء المبادرات، وهو أمر يعوق قدراتهم على كتابة مواد صحفية ذات عمق تحليلي، مما يبرز الحاجة إلى تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجهات الحكومية المسؤولة عن الوصول إلى المعلومات .

رابعاً: محاولات محدودة لاستخدام الإنفوجرافيك والتغطية التفاعلية

بينت النتائج أن هناك بعض المحاولات لتقديم محتوى بصري مختصر وجذاب، كما في مبادرة "اتحضر للأخضر" في صحيفة اليوم السابع، حيث حصل الإنفوجراف على نسبة ١٢%، وظهرت أيضاً الوسائط التي تجمع بين النصوص والصور والفيديو بنفس النسبة، لكن هذه المحاولات لا تزال محدودة نسبياً مقارنة بالنظام التقليدي للعرض.

وهو ما أكده صحفيون إلى أهمية استخدام الإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة لتقديم المعلومات المعقدة بطريقة مبسطة وتفاعلية، وهو ما لم يتحقق بشكل كاف في الواقع التحريري، مما يشير إلى الحاجة إلى تحسين جودة التدريب المهني للصحفيين وإدخال برامج تدريبية متنوعة ومتخصصة في استخدام الأدوات الرقمية.

خامساً: غياب تام لأنماط التحرير غير الإخبارية

في تغطية بوابة الأهرام للمبادرات، ظهر غياب تام لأنماط التحرير غير الإخبارية، حيث جاءت نسبتا التحقيقات، المقالات، والفيديوهات بنسبة ضعيفة جداً، مما يعكس نقصاً في التنوع التحريري، ويقلل من إمكانية تقديم زوايا تحليلية أو استقصائية أو وجهات نظر مختلفة حول الموضوع.

وقد أشار بعض الصحفيين إلى أن غياب هذه الأنماط يرجع إلى غياب السياسات التحريرية الداعمة للإبداع والتحليل داخل المؤسسة، وهو ما يستدعي إعادة النظر في استراتيجيات التحرير لتكون أكثر انفتاحاً على التنوع والتحليل والاستقصاء.

سادساً: ضعف استخدام أدوات التفاعل الاجتماعي في بوابة الأهرام

بينما أظهرت صحيفة اليوم السابع بعض الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعزيز التفاعل مع الجمهور، حيث بلغت نسبة "السوشيال ميديا والفضائيات" ٨%، إلا أن بوابة الأهرام كانت أقل اهتماماً بهذا الجانب، حيث لم تُستخدم هذه الوسائط إطلاقاً في بعض المبادرات.

وهو ما أكده بعض الصحفيون الي أن التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي أصبح عنصراً مهماً في إيصال الرسائل الإعلامية، وخاصة فيما يتعلق بالمبادرات المجتمعية، وبالتالي فإن غياب هذا الجانب يقلل من فعالية الحملات الإعلامية وتأثيرها على الجمهور المستهدف.