

العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق التنمية المستدامة في ظل رؤية مصر 2030 من وجهة نظر المشاهدين الشباب

د. نهى مجدي محمد السيد

مدرس بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام - قسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني

منذ بداية الثمانينيات من القرن العشرين كثفت دول العالم اهتمامها بالإعلام التنموي الموجه والمتخصص (Janoušková & Hák, & Nečas, & Moldan, B., 2019)، فالإعلام لا يمثل القوة الوحيدة لتحقيق التحول والتغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي في المجتمعات فالإقناع والتأثير أساس لتحقيق أي تغيير مجتمعي يهدف إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة. (سعيد محمد أبو رحمة، عبير محمد الفليت ، 2021) والتلفزيون باعتباره وسيلة سمعية بصرية يعد من المؤسسات الفاعلة والمساهمة في عملية التغيير والتنشئة الاجتماعية من خلال مضامين ومحتويات تدعم الاتجاهات التنموية وتؤثر في ترتيب الاهتمامات والأولويات حيث تعتبر البرامج التلفزيونية أهم القوالب لتناول قضايا ومواضيع التنمية والموجه لمختلف الفئات المجتمعية لتكوين قيم هادفة وواقعية تراعي حاجات الجمهور المستهدف ودوره (لامية جرمان ، 2017).

مقدمة:

وبشكل عام تستطيع السياسات الإعلامية تحقيق التنمية الشاملة المستدامة عن طريق إدماج الإعلام والاتصال في خطط التنمية والقيام بدور توعية المواطنين في خدمة أهدافها وإبراز أهمية المشاركة كقيمة اجتماعية للحفاظ على البيئة وحمايتها وترشيد استهلاك الموارد ومن هنا ظهر ما يسمى بالإعلام البيئي أو الأخضر لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة والتي تمثل فيها التوعية البيئية ركيزة أساسية في تشكيل وتكوين الوعي البيئي متطلب أساسي لتحقيق التنمية المستدامة من خلال التناغم في العلاقة بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والبشرية والاقتصادية والتي لا غنى عنها في البرامج التثموية (شفيفة مهري ، 2016).

وفي السنوات القليلة الماضية اكتسب التلفزيون أبعادا استراتيجية جديدة زادت من أهميته وقدرته على التأثير على الأفراد والجماعات من خلال مضامين اجتماعية واقتصادية وبيئية فاهتم بتوفير التوعية البيئية وترسيخ قيم الثقافة البيئية ونشر الثقافات السلوكية القومية بين القائمين على التجديد والتغيير وعلى إثر ذلك تلعب البرامج التلفزيونية دورا هاما في تنمية الوعي البيئي الذي أصبح ضرورة ملحة في العصر الحالي (حسيبة بوفيرينة، وفاء فحيجة ، 2017) .

وفي الآونة الأخيرة برزت العديد من البرامج الحوارية وناقشت موضوعات تهم قاعدة عريضة من الجماهير لاهتمامها بالأحداث والتطورات فأصبحت ساحة واسعة لعرض الآراء في مختلف قضايا المجتمع مستندة إلى مساحة واسعة من حرية التعبير وقد أصبحت مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية طقسا دوريا في حياة فئة عريضة من المشاهدين وأصبحت مصدرا لاستقاء المعلومات والتعرف على مجريات الحوادث في المجتمع ومن هنا كانت العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وما يفسرها من نظريات وبين تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها والتي تسعة الاستراتيجية الوطنية لمصر 2030 لدعمها (إيلي عبد المجيد، سامية قدرى ، 2018) . ويمكن تسليط الضوء على دور الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة من خلال قدرته على تحقيق التغيير في اتجاهات أفراد المجتمع نحو البيئة الطبيعية والموارد وإنشاء أشكال جديدة من العلاقات مع الموارد الاقتصادية مما يترتب عليه تغيير التركيب الاجتماعي ومجموع القيم الاجتماعية وتكوين سلوكيات وعادات وخبرات (هالة توفيق الطلحاتي ، أبو بكر حبيب الصالحي ، 2011) يساهم في إكسابها الإعلام المستنير ذو القاعدة الجماهيرية العريضة.

ولعل ما يعزز أثر مشاهدة البرامج التلفزيونية بين فئة الشباب في الآونة الأخيرة تزايد الصفحات الإلكترونية للبرامج بشكل ملحوظ إلى جانب صفحات مقدمي تلك البرامج مما يزيد من حجم الأثر والتبني والتغيير والتوجيه لتلك الفئة تحديدا فأصبح للبرامج التلفزيونية حيزا دعائيا مميزا يتمثل في شعبية وتكرار وكثافة تعرض الشباب لمضامين وسائل التواصل الاجتماعي وإمكانية استعادة وتكرار مقاطع تلك البرامج والتأثر بمضمونها وتداول رسالتها (بسنت مراد فهمي ، 2017).

وقد شرعت جمهورية مصر العربية في سبيل تحقيق التنمية المستدامة منذ عام 2015 من خلال آفاق تنموية تضمن حق الأجيال القادمة في بيئة آمنة ونظيفة وموارد تساعد في حياة أفضل وتمثل استراتيجية مصر للتنمية المستدامة رؤية 2030 بعدا جوهريا وأساسيا في خطة التنمية الشاملة تبنتها الحكومة المصرية لتحقيق النمو والعدالة الاقتصادية والاجتماعية وتعظيم الاستفادة من

المقومات والمزايا التنافسية، ومن هنا تتعاضد مسؤولية الإعلام بما يقدمه من برامج تلفزيونية لتكوين اتجاه الرأي العام نحو تبني أبعاد التنمية المستدامة في مختلف قضايا ومشاريع وإجراءات التنمية. (إمام شكري القطان ، 2020) ومن هنا كانت أهمية الدراسة في تتبع العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية لفئة الشباب لتحقيق التنمية المستدامة وفقا للرؤية المصرية 2030.

مشكلة الدراسة:

هناك دور مميز وبارز للإعلام في تعزيز الوعي والاتجاه الإيجابي نحو القضايا المختلفة والتأثير في السلوك ومستوى المشاركة والتبني وعليه كان هناك دورا لوسائل الإعلام في التنمية المستدامة على المستوى الدولي والعربي والوقوف على العراقيل التي تواجه خطوات التنمية حيث تلعب وسائل الإعلام دورا أصيلا في تنمية الوعي بالقضايا البيئية وتعمق شعور المواطنين بالمسؤولية نحو البيئة والوعي بمفاهيم وأبعاد التنمية المستدامة (لمين هماش وآخرون ، 2017) ولم يكن مستبعداً ولا غريبا تناول الإعلام المصري والعربي لقضايا التنمية المستدامة من منظور أخلاقي لتحديد الأبعاد والمعايير القومية لتحقيق التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية (إلهام يونس، 2016) وقد أكدت دراسة (إيمان بالله ياسر، 2013) على دور الإعلام في تحقيق التنمية البشرية اللازمة لتحقيق التنمية المستدامة. كما أكد (بدور عبد الوهاب المنير ، 2018) على إمكانية وفاعلية توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية لفئة الشباب وتأثيرها في تكوين الأفكار والاتجاهات ونشر الثقافة وتنمية الوعي للحفاظ على النسيج الاجتماعي والأخلاقي والذي يمكن بالطبع توجيهه في تحقيق التنمية المستدامة.

ووفقا لما تمثله الأجندة العالمية للتنمية المستدامة 2030 والتي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة منذ 2015 كمبادرة عالمية تنموية شاملة تستهدف تحقيق تغييرات أساسية في أبعاد التنمية المستدامة الثلاث الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في ضوء الخبرات العالمية ووفقا لما أقرته رؤية مصر للتنمية المستدامة كانت أهمية وأثر دور الإعلام التقليدي والجديد بوسائل الاتصال الحديثة من خلال البرامج التلفزيونية التي صنعت لنفسها ثوبا جديدا من خلال إعادة النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثم تبلورت إشكالية الدراسة في ما هي العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق التنمية المستدامة في ظل رؤية مصر 2030 من وجهة نظر المشاهدين الشباب؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما الخلفية النظرية لتأثير البرامج التلفزيونية في تحقيق التنمية المستدامة؟
2. ما أنواع البرامج التلفزيونية التي يمكن توظيفها في تحقيق التنمية المستدامة؟
3. ما الإعلام التنموي وعلاقته بالتنمية المستدامة؟
4. ما دور الإعلام في تنمية الوعي الثقافي والبيئي؟
5. ما العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030؟

6. ما العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الثقافي والبشري للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030؟
7. ما العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وبين البعد الاقتصادي والاستثماري والمالي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية 2030؟

أهداف الدراسة:

1. شرح الخلفية النظرية لتأثير البرامج التلفزيونية في تحقيق التنمية المستدامة.
2. تحديد أنواع البرامج التلفزيونية التي يمكن توظيفها في تحقيق التنمية المستدامة.
3. شرح الإعلام التنموي وعلاقته بالتنمية المستدامة.
4. شرح دور الإعلام في تنمية الوعي الثقافي والبيئي .
5. شرح العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030.
6. شرح العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الثقافي والبشري للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030.
7. شرح العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وبين البعد الاقتصادي والاستثماري والمالي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية 2030.

أهمية الدراسة:

بناء على نظريات تأثير وسائل الإعلام واستغلالها في تحقيق التنمية والمساعدة في إحلال التغيير المطلوب اجتماعيا وثقافيا ومعرفيا لتحقيق التنمية المستدامة وفقا للرؤية الوطنية كانت أهمية الدراسة فيما يلي:

الأهمية النظرية:

1. شرح أثر وسائل الإعلام والبرامج التلفزيونية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
 2. تحديد أهم القضايا المرتبطة بكل بعد من أبعاد التنمية المستدامة.
 3. توضيح سمات فئة الشباب كفئة واحدة لتبني أبعاد التنمية المستدامة.
 4. شرح وتحليل العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وأبعاد التنمية المستدامة.
- #### الأهمية التطبيقية:
1. تساعد نتائج تلك الدراسة في توضيح الأثر المحتمل لموضوعات البرامج التلفزيونية ذات الصلة بأبعاد التنمية المستدامة في مصر .
 2. تساعد تلك الدراسة في لفت النظر إلى ثغرات مواضيع البرامج التلفزيونية ذات العلاقة بتحقيق أبعاد التنمية المستدامة للتركيز عليها .
 3. تساعد نتائج الدراسة في شرح التوجه الإعلامي للبرامج التلفزيونية نحو مساندة أبعاد التنمية

المستدامة ومستويات التقبل لدى الشباب.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: اهتمت الدراسة بالعلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق التنمية المستدامة في ظل رؤية مصر 2030 من وجهة نظر المشاهدين الشباب.

الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب المصري على موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك» لعام 2022م.

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة بجمهورية مصر العربية.

الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة في عام 2022م.

مصطلحات الدراسة:

1. البرامج التلفزيونية:

البرامج هي أشكال فنية تجسد أفكار معينة تقدمها المؤسسات الإذاعية أو التلفزيونية للإنسان لإخباره بالأحداث والمعلومات التي تتعلق باهتماماته ومصالحه وتثري ثقافته وترفه عنه في استراتيجية مستندة إلى أسس علمية معروفة تنطلق من حاجات الجمهور ورغباته، وهي عبارة عن فكرة تعالج وتجسد تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها إمكانات الوسائل الإعلامية وتعتمد أساسا على الصورة المرتبة المباشرة أو المسجلة على أفلام وشرائط بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال فترة زمنية معينة. (بشير قمر الدولة محمد نور، عبد المولى موسى محمد ، 2019 :133)

التعريف الإجرائي:

هي الأشكال الفنية التي تعالج القضايا وتقدمها للجمهور باستخدام التلفزيون كوسيلة بما تشتمل عليه من إمكانيات لتقدم أبعاد التنمية المستدامة وتساعد في تحقيقها وفقاً لرؤية مصر 2030.

2. التنمية المستدامة:

هي التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم ومن ثم هي مجموعة من الأنشطة والسياسات الموجهة نحو المستقبل وهي ضرورة استخدام الموارد الطبيعية المتجددة لتلبية احتياجات الحاضر بأسلوب لا يسبب تدهورها وتناقصها أمام الأجيال القادمة ويترتب على ذلك الاهتمام بالاعتبارات الاجتماعية والبيئية كجزء لا يتجزأ من سياسة التنمية المستدامة. (نسبية فريجات، رشيدة سبتي ، 2013 :147)

التعريف الإجرائي:

هي التنمية التي تحافظ على حقوق أجيال المستقبل في الموارد وتحافظ على التنمية المثلى للبعد الاجتماعي والاقتصادي والبيئي والبشري والتي يساهم الإعلام عامة والبرامج التلفزيونية خاصة في تحقيقها وفقاً لرؤية مصر 2030.

3. الشباب:

مرحلة من حياة الإنسان تتوسط مرحلة الطفولة والكهولة وهي مرحلة يتطور فيها الإنسان سلوكيا ويكتشف فيها الأشياء حوله ماديا ومعنويا وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والسوسولوجي والنفسي. (حسيبة بوفريفة، وفاء فحيجة ، 2017 : 16)

التعريف الإجرائي:

هي الفئة ذات العمر السني من 18 إلى 35 عاما والتي تكون أكثر قابلية للتغيير في السلوك والاتجاه وتستطيع البرامج التلفزيونية التأثير فيها بهدف تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها وفقا لرؤية مصر 2030.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت مشاهدة الشباب للبرامج التلفزيونية

1. دراسة (محمد رفاعي شوقي عمار، 2020) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الفضائية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية ولتحقيق هدف الدراسة فقد استخدم الباحث المنهج المسحي بالتطبيق على عينة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة وجامعة 6 أكتوبر وبلغ عدد العينة 200 مفردة باعتبار النوع الاجتماعي متغير مستقل ونوع البرامج والمحتوى والإشباع المتحققة منها كمتغير تابع وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود لقاءات مع ضيوف في القضايا التنموية بنسبة %68.5 كما أنه هناك تطور في أسلوب المعالجة من خلال طرح الأسباب ومقترحات الحلول في برنامجي مصر النهاردة ومساء DMC بنسبة %89.5 وكانت أهم المشروعات العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة %13.5 ويليها كوبري روض الفرج .

2. دراسة (Ahmed, R. 2011) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية الإخبارية في خلق الفعالية السياسية بين الشباب المتعلم .حيث أراد الباحث قياس مستوى الفعالية السياسية، أي مستوى الوعي ومستوى المشاركة السياسية بناءً على حقيقة تأثر الشباب المتعلم ببرامج المحادثات الإخبارية فيما يتعلق بالسياسة .اختار الباحث عينة عشوائية قوامها 120، واجريت الدراسة باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ولتحليل البيانات تم اتباع أسلوبين،الأول تحليل البيانات الكمية والثاني تحليل البيانات النوعية. وخلصت الدراسة إلى أن هناك تأثيراً قوياً لبرامج المحادثات الإخبارية على الفعالية السياسية للفرد. كانت الفعالية السياسية لمشاهدي البرامج الحوارية الإخبارية عالية جداً بناءً على مستوى الوعي السياسي ومستوى المشاركة السياسية بين الشباب المتعلم. وقد وجد أن أولئك الذين يشاهدون برامج الأخبار الإخبارية يتمتعون بتواصل اجتماعي أفضل من أولئك الذين لا يشاهدون.

3. دراسة (Kwak, N. 2004) هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية الترفيهية والمشاركة السياسية للشباب، حيث أجريت الدراسة على عينة من الشباب قوامها 1600مبحوث تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 24سنة، حيث أكدت النتائج علة أهمية مشاهدة البرامج الحوارية الترفيهية للمشاركة السياسية للشباب. حيث وُجد أن استخدام البرامج الحوارية

الترفيهية التلفزيونية للحصول على معلومات سياسية لا سيما البرامج الحوارية مرتبط بجميع الفئات الثلاث للمتغيرات المعيارية - الفعالية السياسية والثقة السياسية واحتمالية التصويت - إما بشكل مباشر أو من خلال التفاعل مع متغير ثالث، كما أكدت النتائج على قوة التأثير الناتج من مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية في مقابل الصحف حيث كان الدور الإيجابي لقراءة الصحف في تسهيل المشاركة الانتخابية أقل بين مشاهدي البرامج الحوارية.

المحور الثاني: دراسات تناولت البرامج التلفزيونية و تحقيق التنمية المستدامة

1. دراسة (أحمد محمد السيد سالم ، 2020) هدفت الدراسة إلى تحليل القيم البيئية للتنمية المستدامة في الإعلام من خلال نظريتي الغرس الثقافي والإعلام التنموي ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي وتحليل المضمون لجريدة الأهرام الإلكترونية وتم تطبيق استبانته على 300 مفردة من جامعتي عين شمس و6 أكتوبر بالتساوي وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابة تعزى للنوع حول قيم الحماية الشخصية ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاستجابات حول حماية التربة من التصحر وعليه أوصى الباحث بأهمية استخدام وتوظيف الشخصيات العامة والمتخصصة في زيادة الوعي بالقيم البيئية.

2. دراسة (إمام شكري القطان ، 2020) هدفت الدراسة إلى التعرف على تناول الإعلام لأبعاد استراتيجية مصر في التنمية المستدامة وفقا لرؤية 2030 في البرامج الحوارية ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي والمسح الإعلامي بالتطبيق على عينة من البرامج الحوارية بقناتي القناة الثانية الحكومية وقناة العاصمة الأولى الخاصة وتناولت بتحليل المضمون برنامج مصر 2030 في قناة العاصمة الأولى بعدد 21 حلقة في الفترة من 17 مايو 2018 وحتى 14 يونيو 2018 وتم تحليل مضمون البرنامج الثاني ابتداء من 1 أكتوبر 2017 حتى 31 مارس 2018 وتوصلت الدراسة إلى أن غالب الندوات والمناقشات كان القالب الأكثر استخداما بنسبة 51% يليها المقابلة واستخدمت البرامج الحوارية الأساليب العقلية أكثر من العاطفية وأسلوب الاستشهاد بالواقع ثم تقديم الأدلة والبراهين وكانت أهم الموضوعات موضوع توفير الأدوية والرعاية الصحية لدعم رؤية التنمية المستدامة يليه وضع سياسات الصحة ومكافحة الأوبئة وموضوع الحفاظ على استقرار الأسعار وتقليل نسبة الدين العام وزيادة المكون المحلي في الصناعة.

3. دراسة (ساجي علي، أسماء سلامي ، 2019) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في تفعيل مبادئ الحكم الراشد لتحقيق التنمية المستدامة فنظرت الدراسة إلى الإعلام كفاعل استراتيجي قادر على تحقيق مسارات التنمية المستدامة من خلال دوره في إرساء مبادئ الحكم الراشد التي حددها الباحث بالمشاركة والشفافية والفاعلية وحكم القانون والاستجابة واتجاه الإجماع والمساءلة واللامركزية وحرية التعبير والعدل والمساواة ولتحقيق هدف الدراسة استخدمت الباحثتان المنهج الاستنباطي من خلال مراجعة الأدب السابق وتوصلت إلى ظهور دور الإعلام بشكل أكثر وضوحا بالأخص بعد إقرار مبادئ الحكم الراشد وأصبح دور الإعلام بارزا في مسارات التنمية المستدامة من خلال السعي إليه ودعمه بالآليات التي تشمل ما سبق.

4. دراسة (إيلي عبد المجيد، سامية قدرى ، 2018) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية في التلفزيون المصري بالحرية والمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها للأحداث الجارية مع تسليط الضوء على أهم الخصائص المهنية لمقدمي البرامج والمقترحات لضمان التزام القنوات المصرية بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح الإعلامي ومنهج تحليل المضمون ومسح الجمهور ومسح القائم بالاتصال وبلغت العينة 400 مفردة وتوصلت الدراسة إلى أنه من إيجابيات أداء القائم بالاتصال احترام المشاهد بتقديم مواد إعلامية جادة وكانت النقاط السلبية تتمثل في مضامين لها تأثيرات سلبية وترك إدارة الحوار للضيف بنسبة %36.7 وتتنوع تخصصات الضيوف وكانت أكثرها من الجهات الحكومية بنسبة %34.8 أما عن تلبية المضمون لاحتياجات الجمهور فكانت النسبة %68.1.

5. دراسة (هالة توفيق الطلحاتي ، أبو بكر حبيب الصالحي ، 2011) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج المسحي للإعلام من خلال عينة قصدية من النخبة المتخصصة في المجال البيئي بعدد 200 مفردة لتقييم برامج التنمية المستدامة في أجندة أولويات صناعات القرار والسياسات ووسائل الإعلام وقد توزعت العينة بعدد 100 من الخبراء والأكاديميين والعاملين في قطاع البيئة والتنمية المستدامة و 100 من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي والتنموي وتوصلت الدراسة إلى وجود اتفاق النخبة على وجود علاقة ارتباطية بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات التغيير في المجتمع لتحقيق تنمية مستدامة بنسبة %92 واتفاق النخبة على أن القضايا البيئية ترتبط ببرامج التنمية المستدامة وجاءت قضية تهديدات التلوث البيئي في المرتبة الأولى من حيث درجة المعرفة وقضية تكس القمامة كأكثرها اهتماماً ولم تعبر العينة عن الرضا بالجهد المبذول في هذا الشأن.

6. دراسة (Shahzala, M. D., & Hassan, 2019) اعتبرت الدراسة أن التنمية المستدامة تحدياً كبيراً للبلدان النامية ، بسبب الافتقار إلى التواصل الفعال حول الاستدامة لسكان الريف. وهدفت الدراسة إلى بناء نموذج سليم نظرياً وإحصائياً لتوصيل فكر ومبادئ الاستدامة بشكل أكثر فعالية في المناطق الريفية من أجل تحقيق التنمية المستدامة. و بناءً على مناقشة جماعية مركزة ومدعومة بالأدبيات التي تمت مراجعتها. تم استخدام كل من المربعات الصغرى الجزئية وطرق نمذجة المعادلات الهيكلية القائمة على التغيرات لاختبار الفرضيات والتحقق من صحة النموذج مقابل مؤشرات متعددة وبعد تحليل بيانات المسح التي تم جمعها من 300 مستمع للراديو المجتمعي في بنغلاديش. وجد أن الخصائص الإعلامية الفريدة لراديو المجتمع زادت بشكل إيجابي من مقبولية اتصالات الاستدامة ، والتي بدورها تؤثر على المحددات السلوكية (النظرية الشعبية: المواقف ، واعتقاد الكفاءة الذاتية والأعراف الاجتماعية) وتغيير النية لتبني السلوك المستدام. كما تدعم الحالات النموذجية من جميع أنحاء العالم أيضاً النموذج السليم إحصائياً.

7. دراسة (holt & barkemeyer, 2012) هدفت الدراسة إلى الإجابة على تساؤل هل التغطية الإعلامية لقضايا التنمية المستدامة تحقق الانتباه المستمر أم المتقطع فعلى مدى العقدين الماضيين،

كان هناك تغيير ملحوظ في الطريقة التي يدرك بها الجمهور القضايا البيئية والمفاهيم المرتبطة بالتنمية المستدامة. فنسبة قليلة قد تجادل في أن هذا قد انتقل إلى مرحلة الوعي العام. حيث تُظهر تغطية المفاهيم المتعلقة بالاستدامة في وسائل الإعلام ، كما هو موضح في عينة من 112 صحيفة عالمية ، وبالتالي كان هناك مسارًا تصاعديًا واضحًا. وبأخذ مثال تغير المناخ والتنمية المستدامة ، تكشف هذه الدراسة تلك التغطية المتزايدة بتحقيق الوعي بمفاهيم الاستدامة .

التعليق على الدراسات السابقة:

تتفق النظريات الإعلامية مع دراسة (محمد رفاعي شوقي عمار ، 2020) والتي أكدت على دور البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الفضائية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية كما تعزز دراسة (أحمد محمد السيد سالم ، 2020) والتي اهتمت بتحليل القيم البيئية للتنمية المستدامة في الإعلام من خلال نظرتي الغرس الثقافي والإعلام التنموي من أهمية توظيف البرامج التلفزيونية في زيادة الوعي بالقيم البيئية كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (إمام شكري القطان ، 2020) التي اهتمت بالتناول الإعلامي لأبعاد استراتيجية مصر في التنمية المستدامة وفقا لرؤية 2030 في البرامج الحوارية كما قدمت دراسة (ساجي علي، أسماء سلامي ، 2019) دور الإعلام في تفعيل مبادئ الحكم الراشد لتحقيق التنمية المستدامة علاوة على دراسة (ليلي عبد المجيد، سامية قدرى ، 2018) التي أكدت على دعم الإعلام المصري للحرية والمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها للأحداث الجارية.

كما استفادت الدراسة الحالية من دراسة (هالة توفيق الطلحاتي ، أبو بكر حبيب الصالحي ، 2011) والتي أشارت إلى دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة وعزز منها أيضا دراسة (Shahzalal, M. D., & Hassan, 2019) والتي أكدت على أهمية التواصل الفعال حول الاستدامة لتبني السلوك المستدام. ومن ثم اهتمت الدراسة الحالية بتحليل العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وبين تحقيق التنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 من وجهة نظر الشباب كقناة مستهدفة لتحقيق التغيير وتبني أبعاد التنمية المستدامة.

الخلفية النظرية لمشاهدة البرامج التلفزيونية:

أولاً: نظرية الاستخدامات و الإشباع

ويرى أصحاب تلك النظرية أن الجمهور يتعرض للمضمون الإعلامي نتيجة لدوافع معينة بغرض إشباع حاجات فورية فالجمهور لا يتعرض للوسيلة على افتراض أنها متاحة ولكنه يهدف من ذلك التعرض إشباع حاجات معينة يمكنه تحقيقه من خلال التعرض وبالتالي تصبغ تلك النظرية العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بطريقة مغايرة فوسائل الإعلام ليست هي من تحدد الجمهور بل إن استخدام الجمهور للوسيلة لتلبية الحاجات هو من يتحكم في محتوى الرسالة الإعلامية وعليه فإن دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام هي:

(أ) دوافع نفعية: تستهدف اكتساب المعلومات والمعرفة والخبرات وتكون في البرامج التعليمية

والثقافية.

(ب) دوافع طفوسية: بغرض التسلية والاسترخاء والألفة والهروب من المشكلات .
وتكون التوقعات من وسائل الإعلام وفقا للأصول النفسية والاجتماعية للأفراد وتكون تلك التوقعات سببا في التعرض لوسائل الإعلان وفقا لاختلاف الثقافات وهناك علاقة بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام ويعبر زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عن نشاط الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته (حميدة دقدق، خولة شلالى، سمية كشرود ، 2020) .

ثانيا: نظرية وضع أجندة الجمهور وترتيب الأولويات AGENDA SETTING

وهي نظرية تهتم بدراسة التأثير المعتدل لوسائل الإعلام على الجمهور وتفترض تلك النظرية عدم قدرة وسائل الإعلام على تقديم كافة القضايا والمواضيع بشكل مستمر ومن هنا يختار القائم بالاتصال بتحديد قضايا معينة ليركز عليها ومن خلال تركيز وسائل الإعلام على قضايا بعينها يكون اهتمام الجمهور تدريجيا بتلك القضايا وتحظى تلك المضامين بأهمية أكبر لدى الجمهور عن غيرها التي لم تحظى بالاهتمام ويرى «ماكوميس وشاو وويغر» عدم وجود علاقة بين وضع الأجندة والأطر الخبرية باعتبار الأطر الخبرية امتدادا لوضع الأجندة والذي يعد مستوى ثان يصف تأثير سمات التغطية على الجمهور المستقبل ويرى جرجن أن الأطر الخبرية تلعب دورا في تعريف المشكلات الاجتماعية والتوابع الأخلاقية الناجمة عنها باختيار طرق للتعامل مع المشكلات وهذا ينعكس على القضايا في ذهن الجمهور.

وعليه تعبر نظرية وضع الأجندة عن علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات الرأي العام لتتمثل وظيفة وضع أجندة الاتصال في:
أ) قدرة وسائل الإعلام على جذب الانتباه لموضوعات بعينها.

ب) القدرة على التأثير من خلال تغيير مستوى المعرفة لدى الأفراد ببناء التفكير وترتيب الاهتمام وتنظيمه.

ج) وجود علاقة إيجابية بين ما تركز عليه وسائل الإعلام وبين ما يراه الجمهور مهما فتسهم بدور كبير في ترتيب الأولويات ومن ثم تقوم بالدور التعليمي والإرشادي.

د) يختلف الدور التأثيري لوضع الأجندة عن التأثير الإقناعي الذي تحتويه نظرية الحقنة التي تعطي تحت الجلد والتي تحذر من دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات، فالتأثير المميز لوضع الأجندة يكون في تركيز الاهتمام بمواضيع معينة (هالة توفيق الطلحاتي، أبو بكر حبيب الصالحي ، 2011) .

ومن كل ماسبق ترى الباحثة أن هناك علاقة وثيقة بين الدراسة النظرية وموضوع الدراسة، حيث استفادت الباحثة من توظيف فروض النظريات في الدراسة الحالية التي اهتمت بدراسة الفروض التالية :

1. دراسة العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 .

2. دراسة العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البشري والاجتماعي والثقافي للتنمية المستدامة وفقاً لرؤية مصر 2030.
3. دراسة العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وفقاً لرؤية مصر 2030 .

مدخل إلى التعريف بفئة الشباب:

الشباب هم الطليعة الفاعلة في المجتمع وتشير احصائيات «الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء» أن العالم العربي بما فيه جمهورية مصر العربية الأكثر شباباً في العالم فنسبة %27 من سكان العالم العربي من الشباب في المرحلة العمرية 18 الى 35 مقارنةً بنسبة %12.8 نسبتهم في الاتحاد الأوروبي، ومن هنا نلمس أنه عندما تكون نسبة الشباب الأعلى يكتسب المجتمع مؤشراً أكثر إيجابية يمكن توظيفه في خطط وبرامج التنمية الشاملة، فقد أصبحت فئة الشباب هدفاً استراتيجياً يسعى إليه أصحاب النوايا الإيجابية والسلبية من هنا كانت حساسية تلك الفئة وأهمية التوجه إليها بالوعي والتثقيف لتكوين حصانة واستغلال القدرات ودعم الإمكانيات.

ومن أهم سمات المشاهدين من فئة الشباب:

(أ) سرعة الانفعال والاندماج والعاطفة :

فئة الشباب تشتمل على مستوى أعلى من العاطفة والتعاطف مع القضايا الحساسة في المجتمع ويفضل نشاط وحساسية الشباب يكون من السهل تكوين اتجاه إيجابي نحو تبني قضايا التنمية الوطنية والاستفادة من روح التعاون والتعاطف في تحقيق خطط التنمية المستدامة.

(ب) التنوع:

تتسم فئة الشباب بالتنوع واختلاف الخصائص الواضح في المستوى الثقافي والعلمي والاقتصادي والاجتماعي فضلاً عن العوامل الجغرافية والحضارية والبيئية والتي تعزز من قدرة تلك الفئة على تحقيق شمولية التطبيق لخطط التنمية المستدامة.

(ج) سرعة القابلية للتغيير:

فئة الشباب الأكثر مرونة والقدرة على تقبل التغيير ونشره وتبنيه وإذا ما تم توجيهه إيجابياً تكون النتائج الأفضل والأعلى لدعم خطط التنمية المستدامة. (مصطفى حميد الطائي ، 2018)

التنمية المستدامة وعلاقتها بالإعلام التنموي:

التنمية المستدامة هي التنمية التي تحافظ على البيئة ومواردها وتعتمد على الإدارة البشرية المثلى وتدعم المشاركة الشعبية في جميع مراحل التنمية وتدعم حق الأجيال المستقبلية في الاستفادة من الموارد وعليه فالتنمية تبدأ بدور الأفراد والتنمية هي نتاج العمل الجماعي وتقوم على الإرادة الطوعية والتبني والاهتمامات ويتم النظر إليها بشكل استراتيجي بعيد المدى والتنمية لا تكون قابلة للاستدامة إلا من منظور العلاقة مع الأجيال القادمة ويمكن تحديد مبادئ التنمية المستدامة في:

(أ) المستقبلية وهي تعني أن الموارد الحالية ليست ملكاً حصراً على الجيل المعاصر فقط بل هي

ملك لأجيال المستقبل أيضا.

(ب) الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.

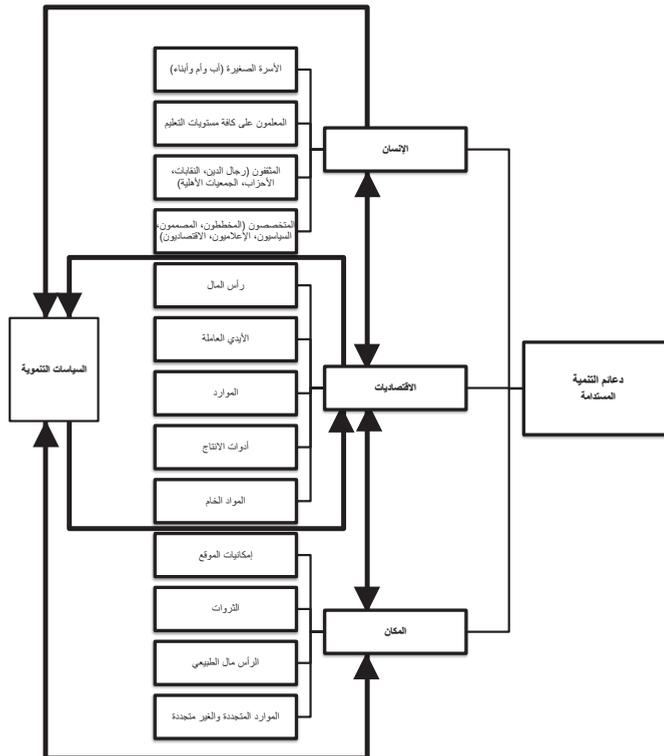
(ج) العدالة في التوزيع للموارد بين الأجيال.

(د) المشاركة الشعبية في كل مراحل التنمية.

ووفقا لما سبق تعددت أبعاد التنمية المستدامة لتشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبشرية فأصبحت التنمية المستدامة هي الأداة التي يمكن من خلالها تحقيق ما يلي:

- النمو
- التغيير
- تلبية الاحتياجات الأساسية
- تنمية بشرية مستدامة
- قاعدة موارد مستدامة
- مواجهة للمخاطر.

ولفهم الدور التنموي للإعلام في التنمية المستدامة يمكننا التعرض لدعائم التنمية المستدامة في الشكل التالي: (لمين، 2019)



الإعلام التنموي:

الإعلام التنموي يشمل النشاطات التي تتبناها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه وهي العملية التي تستخدم وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع ل يتم توجيهها بالشكل المطلوب لخدمة الأهداف التنموية ومما يؤكد على اقتران الإعلام بالتنمية الإعلان العالمي لليونسكو سنة 1970 والذي يختص بوسائل الإعلام الجماهيري ودورها في مواجهة الجهل وسوء الفهم وتأكيد قيم الإحترام والكرامة من دون تمييز إضافة إلى دورها في تسليط الضوء على مشكلات الفقر وسوء التغذية وعليه يمكن تحديد خصائص الإعلام التنموي كما يلي:

- 1) نشاط إعلامي هادف يسعى لتحقيق أهداف اجتماعية ترتبط بحاجات المجتمع الأساسية.
- 2) إعلام يرتبط ويدعم خطط التنمية في المجتمع.
- 3) إعلام يخاطب الرأي العام ويساعد على التغيير الذي يرتبط بقضايا التنمية.
- 4) إعلام متعدد الأبعاد (اقتصادي واجتماعي وسياسي وتربوي) .
- 5) إعلام واقعي في الأسلوب والطرح ويعبر عن المشكلات.
- 6) إعلام قادر على تنمية حس المشاركة والوطنية لدى الجماهير.
- 7) إعلام يواجه الأفكار الهدامة والداعية للسلبيات.
- 8) إعلام يركز على دور الشباب وما يواجهه من مشكلات وتحديات.
- 9) إعلام يدعم التسامح والعدل والمساواة. (شوقي قدارة، اسماعيل خليفة ، 2021)

استراتيجية مصر للتنمية المستدامة:

هي استراتيجية تنموية شاملة أطلقتها الحكومة المصرية على هامش مؤتمر دعم وتنمية الاقتصاد المصري عام 2015 وشارك في إعدادها ما يقارب 200 من خبراء ومتخصصي التخطيط والاقتصاد والإدارة والسياسة العامة بمشاركة من الشباب لرسم خطة واعدة تواجه التحديات والصعوبات خلال 15 سنة مقبلة واشتملت على 12 محورا رئيسيا تعتبر أبعاد الاستراتيجية الرئيسية وتقدم خطة عمل في مسيرة التنمية الشامل وتضم محاور الاقتصاد والصحة والتعليم والمعرفة والبحث العلمي والابتكار والعدالة الاجتماعية والتنمية العمرانية والثقافة والطاقة والبيئة والشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية والسياسة الداخلية والخارجية والأمن القومي.

وقد ركزت أغلب البرامج التلفزيونية على عدة محاور ترتبط باستراتيجية مصر في التنمية المستدامة 2030 كما يلي:

1. التعريف بالتطورات والإنجازات الاقتصادية التي تم تحقيقها كإنشاء المدن الجديدة وتبسيط الإجراءات بفضل الخدمات الرقمية واعتماد إنشاء المشروعات التنموية الضخمة.
2. متابعة مستجدات الإصلاحات الاقتصادية داخليا والجهود للاستثمار خارجيا والتوعية من المخاطر كالتضخم والإغراق ومشكلات البطالة والكوارث الطبيعية.
3. توفير المعلومات المتعلقة بالطاقة والموارد والاحتياجات ونمو الاستثمار وتقديم الحلول لترشيد الاستهلاك والحفاظ على موارد الطاقة.

4. توعية المواطنين بالخدمات الرقمية لتسهيل المشروعات والاستعلام عن رضا المواطنين عن خدمات وجهود الحكومة وتنمية المشاركة المجتمعية.
5. استمرار التغطية الإعلامية لقضايا التعليم والتربية والقرارات والسياسات المرتبطة بها.
6. التعريف بالمشكلات والتحديات الصحية وحملات المقاومة وتعزيز الحماية والوقاية
7. بناء منظومة ثقافية قيّمة إيجابية تحترم الاختلاف وتثري معرفة المواطن بترائه الحضاري
8. مساندة شرائح المجتمع المهمشة والمساعدة في حل المشكلات.
9. غرس قيم العدل والمساواة سعياً لتحقيق الاندماج المجتمعي.
10. التركيز على قضايا البيئة لرفع الوعي بحماية الطبيعة وتقليل التلوث والحد من آثار التغيير المناخي لتوفير بيئة آمنة ونظيفة للأجيال القادمة.
11. نشر الرؤية القومية لتنمية المناطق العمرانية وإنشاء مدن جديدة للقضاء على العشوائيات.
12. التوعية بالتطورات السياسية والقضايا المحلية والعالمية والوقوف على القرارات السياسية المرتبطة بالشأن الداخلي والخارجي.
13. تشجيع الجماهير للتفاعل مع الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية. (إمام شكري القطان ، 2020).

البرامج التلفزيونية وأنواعها:

- يتم تصنيف البرامج التلفزيونية وفقاً لعدة أنواع ويعتمد التصنيف الأول على عدة معايير كما يلي:
- (أ) وفقاً للهدف أو الوظيفة وهنا تكون البرامج إخبارية أو ترفيهية أو ثقافية أو رياضية أو علمية.
 - (ب) وفقاً للجمهور ويتكون هذا المعيار من الفئة الموجه إليها البرنامج ومنها كل شرائح المجتمع أو الشباب أو النساء أو الأطفال.
 - (ج) وفقاً لدورية البث وهي الفترة الزمنية لعرض البرنامج والتي قد تكون فترة صباحية أو مسائية أو سهرة أو ظهيرة.
 - (د) وفقاً للغة المستخدمة والتي قد تكون لغة عربية فصحي أو عامية أو لغات أجنبية.
 - (هـ) وفقاً لل قالب الفني أو الشكل وهذا التصنيف يدرس البنية الأساسية للبرنامج التلفزيوني في شكل حوار أو حديث أو تحقيق.

تصنيف آخر يقسمها إلى أنواع كما يلي:

- (أ) برامج سياسية تشبع فضول فئات معينة للمعرفة السياسية وتوضح خلفيات بعينها وتدافع عن قضايا وطنية وتسلط الضوء على أحداث سياسية.
- (ب) برامج حوارية وهي أكثر أنواع البرامج التلفزيونية انتشاراً وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:
 - حوار الرأي وهو يعتمد على استطلاع ومناقشة رأي شخصية متميزة في موضوع أو قضية معينة.
 - حوار معلومات وهو نوع يهدف للحصول على المعلومات لخدمة هدف معين كالتوعية أو

زيادة المعرفة.

- حوار الشخصية وهو يستهدف التركيز على شخصية معينة وتقديم جوانبها .
 - ج) برامج كوميدية وهي تقدم مضامين ترفيهية أو معرفية أو توعوية ساخرة أو كوميدية.
 - د) برامج تثقيفية وهي تعتمد على أسس فنية كمنشآت الأخبار أو المقابلات واللقاءات أو التغطيات للمستجدات.
 - هـ) برامج الأطفال وهي موجهة لفئة الأطفال باعتبارهم أكثر الفئات حساسية وتحمل رسائل معرفية وتربوية هامة.
 - و) برامج اجتماعية وهي موجهة لشرائح المجتمع بشكل درامي أو مشورة دينية أو برامج وثائقية.
- (حنان قندوزي ، 2017)

البرامج التليفزيونية وتنمية الوعي السياسي كأحد أهداف التنمية البشرية في أبعاد التنمية المستدامة :

تمثل مؤسسات التنشئة إحدى أهم السبل والوسائل لإكساب الأفراد وعي عقلاني سياسي من خلال تحليل الأحداث تحليلاً موضوعياً وأكاديمياً يعتمد على قاعدة من المعلومات والقيم والمعايير والاتجاهات وترجع أهمية الإعلام ولا سيما التلفزيون وبرامجه في قدرته على اختراق الحواجز وإمكانية إشاعة الرسائل الأيديولوجية إلى المواطنين في بمنازلتهم وبالتالي تحقيق أهداف الحشد وتكوين الرأي العام والاتجاه حول قواعد ومعايير سياسية وخلق مناخ إعلامي تتم فيه عملية التنمية السياسية والاجتماعية فتساعد وسائل الإعلام على نشر المعلومات الصحيحة وتصاحب الإنسان منذ بداية وعيه إلى مراحل متقدمة من العمر مما يتيح لها دور بناء المعارف والتجارب والخبرات اللازمة لتكوين الوعي السياسي (Akinwotu, 2015).

ويرجع دور وسائل الإعلام والبرامج في عملية تنمية الوعي السياسي على ما يلي:

1. قدرات الوسيلة الإعلامية المتاحة .
 2. ردود فعل الأفراد وتفضيلاتهم في التعرض لوسيلة الإعلام وفقاً لمعيار السن .
 3. خصائص الأفراد الشخصية وفقاً لإشباع الحاجات .
 4. درجة تأثير الفرد لما يتعرض له من مضامين في البرامج التلفزيونية .
 5. الإدراك التلقائي وفقاً للمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي .
 6. ردود الفعل المتوقعة من الآخرين وفقاً للمعايير والمواقف والعلاقات المكتسبة .
- وتعود أهمية الدور الذي تؤثر به وسائل الإعلام في الحياة السياسية المعاصرة إلى:
1. الحجم الكبير للمتلقين .
 2. ثقة المتلقي في مضمون وسائل الإعلام مما يعمل على جذب مزيد من المتلقين وزيادة التأثير .
 3. الكم الكبير من الرسائل الإعلامية والتي تعمل على تعزيز الأثر .
- ومما سبق فإن مضمون البرامج التليفزيونية يؤثر في تكوين الوعي السياسي من خلال التأثير في أفكار الأفراد واتجاهاتهم والمساهمة في تشكيل الخريطة الإدراكية التي تخلق الإحساس بالمواطنة

والانتماء وتكوين حد أدنى من الاتفاق حول القيم فضلا عن دورها في الإمداد بالمعلومات حول الوقائع السياسية المختلفة. (أم كلثوم بودراف، 2015)

التلفزيون والتنمية العلمية والثقافية كأحد أبعاد التنمية المستدامة:

في ظل الاهتمام العالمي والإقليمي بالتنمية المستدامة تسعى البرامج التلفزيونية المختلفة إلى إيجاد معوقات مسيرة التنمية للعب دور بارز في إعادة تأهيل أفراد المجتمع وإكسابهم القيم والعادات والتقاليد السليمة وتعديلها أو تغييرها لتلائم متطلبات العصر كما يساعد على مقاومة الأفكار الهدامة والحث على دعم التعاون والمشاركة المجتمعية لبناء الإنسان المواطن القائم بدوره في عملية التنمية. يمثل هذا البعد محورا كبيرا من محاور دور التلفزيون في خدمة التنمية فالتلفزيون يلعب الدور الأعظم في نشر الوعي الثقافي من خلال البرامج الإعلامية المختلفة بما يخدم قضايا التنمية كما يساعد على إيجاد الحلول لمشكلات تواجه التنمية وسلوكيات تعوق عمليات التنمية المستدامة ويمكن للتلفزيون أن يخدم قضايا التنمية بشكل غير مباشر كما يلي:

1. يساعد التلفزيون في تعبئة الجماهير للمشاركة في عملية التنمية وتطويرها والمساهمة في تنفيذ الخطط الكبرى.
2. يساعد التلفزيون على تشجيع إبراز الطاقات والابتكارات ويسخرها لخدمة أهداف التنمية من خلال تعديل الاتجاهات القديمة وترسيخ الشعور بالانتماء.
3. يساهم التلفزيون في زيادة القابلية للتغيير وتوسيع آفاق المجتمع وزيادة الشعور نحو التنمية من خلال الإقناع بأهدافها والتي تساعد في زيادة الإنتاج وبالتالي رفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع والاهتمام بجودة الحياة ونمط الاستهلاك الصحي والسليم للحفاظ على الموارد.
4. يساعد التلفزيون في استعراض وتحليل نماذج التنمية في الدول المتقدمة وطرح النتائج والفوائد التي تعيش فيها أو ساهمت في تحقيقها المجتمعات الأخرى. (لينة إبراهيم عبدالله النور، رحاب عبدالقادر بادي عبدالله، نهى موسى محمدعبدالله، 2014)

دور البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة البيئية كبعد من أبعاد التنمية المستدامة:

للإعلام دوره المميز في نشر الثقافة البيئية في المجتمع ويعد التلفزيون أهم وسيلة جماهيرية لها دور في خلق الاهتمام البيئي لدى المواطن وجذب مختلف الفئات الثقافية والتعليمية لتبني الثقافة البيئية كأحد أبعاد التنمية المستدامة ويمكن تعريف الثقافة البيئية بأنها فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية وهي الموجه لسلوك الأفراد والمجتمع في مواجهة مختلف القضايا البيئية التي تشكل السلوك البيئي المرغوب فيه وهي الثقافة التي تركز على جوانب التعليم الغير رسمي وهي الشعور بالمسؤولية نحو البيئة الطبيعية والموارد التي يتعامل معها الإنسان. ويرتكز الوعي البيئي حول أهمية تحديد مسؤولية الأفراد نحو البيئة من خلال نشر المعلومات والمعارف وتطوير المهارات لمواجهة المشكلات البيئية من خلال سلوكيات إيجابية تعتمد على تكوين الاتجاهات البيئية لتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة. (هبة عشور، 2019)

منهجية الدراسة وإجراءاتها:**منهج الدراسة:**

لتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي «ويختص المنهج الوصفي بجمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، بالإضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق، بل يتضمن أيضاً قدرًا من التفسير لهذه النتائج، لذلك يتم استخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير، بهدف استخراج الاستنتاجات ذات الدلالة، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة» (صابر وخفاجة، 2002، 87).

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الشباب المصري على موقع الفيس بوك للعام 2022 م.

عينة الدراسة :

حددت الباحثة عينة الدراسة كعينة قصدية لعدد 100 من الشباب المصري على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك للعام 2022م لتمثيل مجتمع الدراسة الميدانية، كما تم تطبيق الدراسة الوصفية بتطبيق استبانته على العينة القصدية.

وصف العينة:**أ. وصف العينة تبعاً لمتغير السن:****جدول رقم (1) وصف العينة تبعاً لمتغير السن**

المتغير	الفئات	العدد	النسبة%
السن	من 18 إلى 23	31	31%
	من 24 إلى 29	21	21%
	من 30 إلى 35	48	48%
	المجموع	100	100%

ب. وصف العينة تبعاً لمتغير ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية أسبوعياً :**جدول رقم (2) وصف العينة تبعاً لمتغير ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية أسبوعياً**

المتغير	الفئات	العدد	النسبة%
عدد ساعات المشاهدة أسبوعياً	من 3 إلى 5 ساعات	46	46%
	أكثر من 10 ساعات	5	5%
	من 6 إلى 10 ساعات	49	49%

هـ) البرامج التلفزيونية التي تم مشاهدتها:

جدول رقم (3) البرامج التلفزيونية التي تم مشاهدتها:

النسبة%	التكرار	البرنامج
14.0%	14	مصر النهاردة
33.0%	33	الحكاية
10.0%	10	يحدث في مصر
6.0%	6	على مسئوليتي
5.0%	5	مصر تستطيع
2.0%	2	90 دقيقة
2.0%	2	الحياة اليوم
2.0%	2	أتوبيس السعادة
2.0%	2	حياة كريمة
24.0%	24	صاحبة السعادة
100.0%	100	الإجمالي

كان هناك تجانس بين العينة من حيث السن بانحراف معياري (0.877) بأغلبية من فئة من 30 إلى 35 سنة وكان عدد ساعات المشاهدة أسبوعياً بانحراف معياري (0.592) لصالح الفترة من (من 6 إلى 10 ساعات اسبوعياً).
وبالنسبة للبرامج الأكثر مشاهدة فقد احتل برنامج الحكاية لعمرو أديب المرتبة الأولى بنسبة 33% يليه صاحبة السعادة لإسعاد يونس بنسبة 24% ثم يحدث في مصر بنسبة 10% ومصر تستطيع بنسبة 5% وعلى مسئوليتي بنسبة 6%.

أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قامت الباحثة بإعداد استبانته موجهة إلى عدد 100 من الشباب المصري على موقع «فيس بوك» للعام 2022 م.

إجراءات الدراسة:

1. تم الاطلاع على العديد من الدراسات والبحوث السابقة في مجال الدراسة.
2. تم تحديد أداة الدراسة وهي الاستبانة.
3. تم اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية من فئة الشباب المصري على موقع الفيس بوك للعام 2022 م.
4. قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة إلكترونياً وتمت الاستعانة بإرسال الرابط إلى عينة الدراسة عن

طريق التوزيع الإلكتروني وذلك لضمان دقة الإجابات.
5. تم رصد النتائج وتحليلها وتفسيرها وتقديم التوصيات والمقترحات.

إجراءات الصدق والثبات :

تم تطبيق أداة الدراسة « الاستبيان » على عينة استطلاعية قوامها 10 مفردات ذلك بهدف التحقق من صدق وثبات الاستبانة.

إحصائيات الثبات :

جدول (رقم 4 معامل ألفا كرونباخ للمحاور الثلاثة)

م	المحاور	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
1	المحور 1	10	0.966
2	المحور 2	10	0.978
3	المحور 3	10	0.981
	المستوى الكلي للأداة	30	0.991

- بلغ معامل ألفا كرونباخ للأداة 0.991 وهي نسبة تتجاوز 0.6 وبالتالي تتمتع الاستبانة بمعدل ثبات عال يحقق أهداف الدراسة وكانت أعلى درجات الثبات للمحور الثالث بدرجة 0.981 ويليه المحور الثاني بدرجة 0.978 بينما حقق المحور الأول أقل درجة ثبات 0.966 ولكن بوجه عام تتمتع المحاور الثلاثة بدرجة ثبات مرتفعة ومقبولة.
- وبذلك يكون مجموع العبارات 30 عبارة تم تحديد الإجابة عليها تبعاً لمقياس ليكرت المتدرج من خمس إجابات تبدأ من أقصى درجات الموافقة = (5)، الى أقصى درجات عدم الموافقة = (1) ، مع وجود درجة حيادية في المنتصف = (3)

جدول رقم (5) درجة مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

جدول رقم (6) الوزن النسبي

فئة المتوسط الحسابي	خيار الموافقة	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
1.8-1	غير موافق بشدة	36%	منخفضة جدا
2.6 -1.81	غير موافق	52.9% - 36.1%	منخفضة
3.4 -2.61	محايد	68.9% - 35%	متوسطة
4.2 - 3.41	موافق	84.9% - 69%	كبيرة
5-4.21	موافق بشدة	100% - 85%	كبيرة جدا

الأساليب الإحصائية:

بناء على طبيعة البحث والأهداف التي سعى إلى تحقيقها، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واستخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على خصائص أفراد عينة البحث وفقاً للبيانات الشخصية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لحساب متوسطات عبارات الاستبانة وكذلك الدرجات الكلية لأبعاد الاستبانة بناء على استجابات أفراد عينة البحث.
- 3- معامل ارتباط بيرسون: لحساب العلاقة بين محاور الاستبانة.
- 4- معامل ألفا كرونباخ: لحساب الثبات لأبعاد الاستبيان.
- 5- معادلة المدى: وذلك لوصف المتوسط الحسابي للاستجابات على كل عبارة وبعد على النحو التالي:

تم تحديد درجة الاستجابة بحيث يعطي الدرجة (5) للاستجابة موافق بشدة، والدرجة (4) للاستجابة موافق، والدرجة (3) للاستجابة محايد، والدرجة (2) للاستجابة غير موافق، والدرجة (1) للاستجابة غير موافق بشدة.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

وسيتم عرض النتائج وفقاً لعدد من المحاور:

المحور الأول: العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة

وفقاً لرؤية مصر 2030

ولتحديد نتائج هذا المحور استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة على العبارات وكانت كما يبينها الجدول رقم (7).

جدول (7) العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق الأبعاد البيئية للتنمية المستدامة وفقاً لرؤية مصر 2030.

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	تلفت نظري قضايا ومواضيع البيئة في البرامج التلفزيونية.	3.56	1.018	4	كبيرة
2	أهتم بمواضيع الطاقة والموارد الطبيعية في البرامج التلفزيونية.	3.46	0.999	4	كبيرة
3	تأثر أسلوب تعاملي مع المياه كمورد طبيعي بما تعرضت له من قضايا متعلقة بالمياه في البرامج التلفزيونية.	3.64	0.938	4	كبيرة
4	يجذب انتباهي قضايا التلوث والبيئة في البرامج التلفزيونية.	3.73	0.973	4	كبيرة
5	لدي معلومات عن إعادة التدوير سبق وأن شاهدتها في أحد البرامج التلفزيونية.	3.29	1.140	4	متوسطة
6	تأثر استهلاكي للكهرباء بمضامين بعض البرامج التلفزيونية.	3.82	0.999	4	كبيرة

7	تأثر أسلوب تخلص من النفايات بأفكار وردت في البرامج التلفزيونية.	3.55	0.694	4	كبيرة
8	أهتم بمواضيع الطاقة النظيفة التي تناولتها بعض البرامج التلفزيونية.	3.67	0.900	4	كبيرة
9	استرعى انتباهي مشكلة التخلص من البلاستيك المعروضة في بعض البرامج التلفزيونية.	3.79	0.868	4	كبيرة
10	أراعي وأهتم بأثر الملوثات والتي تعرفت عليها من خلال تعرضي لمضمون البرامج التلفزيونية.	3.58	1.007	4	كبيرة
	المتوسط الكلي للمحور	3.61	0.954	4	كبيرة

جاءت استجابة العينة على فقرات المحور الأول العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئية للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 بدرجة كلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (0.954) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة.

المحور الثاني: العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البشري والاجتماعي والثقافي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030:
ولتحديد نتائج هذا المحور استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة على العبارات وكانت كما يبينها الجدول رقم (8).

جدول (8) العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البشري والاجتماعي والثقافي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	تساهم مشاهدتي للبرامج التلفزيونية في إثراء الوعي بالقضايا المختلفة.	3.77	0.897	4	كبيرة
2	تجذبني البرامج التلفزيونية التي تحفزني على زيادة المعرفة والإطلاع	3.55	0.989	4	كبيرة
3	أهتم بما تطرحه البرامج التلفزيونية من مواضيع تتصل بالتدريب والتأهيل.	3.51	1.059	4	كبيرة
4	أهتم بأفكار البرامج التلفزيونية والمرتبطة بمبادرات استغلال القدرات والمواهب.	3.65	1.067	4	كبيرة
5	تزيد مشاهدتي للبرامج التلفزيونية من إقبالي على المشاركة المجتمعية وروح المبادرة.	3.43	1.057	4	كبيرة
6	أكتسب قدر كبير من الوعي السياسي نتيجة متابعتي للبرامج التلفزيونية.	3.33	1.129	4	متوسطة
7	أثأثر بمعالجة البرامج التلفزيونية للمشكلات المجتمعية كالفقير والبطالة.	3.65	0.947	4	كبيرة
8	أهتم بالمعالجات الثقافية المتنوعة التي تتعرض لها بعض البرامج التلفزيونية	3.68	1.081	4	كبيرة

كبيرة	4	0.931	3.61	يزداد مستوى الحماس لدى للمشاركة في الحملات الانتخابية نتيجة ما تعرضه البرامج التلفزيونية من مضامين	9
كبيرة	4	0.911	3.67	أهتم بمتابعة النماذج الإيجابية للأفراد ورحلات النجاح التي تتعرض لها بعض البرامج التلفزيونية.	10
كبيرة	4	1.01	3.59	المتوسط الكلي للمحور	

جاءت استجابة العينة على فقرات المحور الثاني العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البشري والاجتماعي والثقافي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 بدرجة كلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.59) وانحراف معياري (1.01) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة. المحور الثالث: العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 :

ولتحديد نتائج هذا المحور استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة على العبارات وكانت كما يبينها الجدول رقم (9).

جدول (9) العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية

مصر 2030

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	أهتم بمواضيع الإنتاج المتطورة والتي تناقشها بعض البرامج التلفزيونية.	3.51	0.948	4	كبيرة
2	أهتم بموضوعات الاستغلال الأمثل للطاقة والموارد والتي تناقشها بعض البرامج التلفزيونية.	3.65	0.936	4	كبيرة
3	أهتم بالأفكار والمبتكرات الجديدة التي تتناولها بعض البرامج التلفزيونية.	3.48	1.030	4	كبيرة
4	أهتم بمتابعة توجهات الدولة الاقتصادية والتي يتابعه بعض البرامج التلفزيونية.	3.61	1.024	4	كبيرة
5	أهتم بما تناقشه بعض المعالجات التلفزيونية ترتبط بأسواق المال والاقتصاد.	3.60	0.943	4	كبيرة
6	أهتم بقضايا التكنولوجيا الموفرة الحديثة والتي اهتمت بطرحها العديد من المعالجات التلفزيونية.	3.65	0.999	4	كبيرة
7	أهتم بأفكار المشاريع النظيفة الجديدة والتي تطرحها البرامج التلفزيونية.	3.49	1.020	4	كبيرة
8	أصبحت أهتم بالاتجاهات الحديثة في الإنشاءات والتي تراعي أبعاد التنمية المستدامة.	3.53	1.058	4	كبيرة
9	أهتم بأفكار الجودة واستدامة الجودة في المنتجات والتي ركزت عليها بعض مضامين البرامج التلفزيونية.	3.65	0.903	4	كبيرة
10	أصبحت أهتم بالتفكير في حق الأجيال المستقبلية من الموارد بعد مشاهدة البرامج التي تناولت ذلك المفهوم.	3.61	0.931	4	كبيرة
	المتوسط الكلي للمحور	3.58	0.979	4	كبيرة

جاءت استجابة العينة على فقرات المحور الثالث العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 بدرجة كلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.58) وانحراف معياري (0.979) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة.

مناقشة النتائج:

- احتل برنامج الحكاية لعمرو أديب المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بنسبة 33% يليه صاحبة السعادة لإسعاد يونس بنسبة 24% ثم يحدث في مصر بنسبة 10% ومصر تستطيع بنسبة 5% وعلى مسئوليتي بنسبة 6%. وقد كانت الأغلبية لساعات المشاهدة من 6 إلى 10 ساعات أسبوعيا.

- فيما يتعلق بالمحور الأول عن العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 كانت الدرجة الكلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (0.954) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة من حيث لفت النظر إلى قضايا ومواضيع البيئة في البرامج التلفزيونية بموافقة بنسبة 61% ثم الاهتمام بمواضيع الطاقة والموارد الطبيعية في البرامج التلفزيونية بنسبة 55% وتأثر أسلوب التعامل مع المياه كمورد طبيعي في البرامج التلفزيونية بنسبة 67% وجذب الانتباه إلى قضايا التلوث والبيئة من خلال البرامج التلفزيونية بنسبة 58% واكتساب معلومات عن إعادة التدوير بنسبة 44%.

- بالإضافة إلى تأثر الاستهلاك للكهرباء بمضامين بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 57% وتأثر أسلوب التخلص من النفايات بأفكار وردت في البرامج التلفزيونية بنسبة 54% والاهتمام بمواضيع الطاقة النظيفة التي تناولتها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 68% والانتباه إلى مشكلة التخلص من البلاستيك المعروضة في بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 64% ومراعاة والاهتمام بأثر الملوثات من خلال التعرض لمضمون البرامج التلفزيونية بنسبة 65%.

- وقد اتفقت نتائج هذا المحور مع دراسات (سعيد محمد أبو رحمة، عبير محمد الفليت ، 2021) من حيث أثر مضامين وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة بأبعادها ودراسة (هبة عشور ، 2019) من حيث أثر البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة البيئية و (لينة إبراهيم عبدالله النور، رحاب عبدالقادر بادي عبدالله، نهى موسى محمدعبدالله ، 2014) في فاعلية الإعلام في عملية التنمية والوعي بها علاوة على دراسة (شفيقة مهري ، 2016) عن أهمية الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة ودراسة (حسيبة بوفرينة، وفاء فحيجة ، 2017) عن دور البرامج التلفزيونية في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب ودراسة (هالة توفيق الطلحاتي ، أبو بكر حبيب الصالحي ، 2011) والتي أكدت على دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة ودراسة (أحمد محمد السيد سالم ، 2020) التي أكدت على أهمية طرح القيم البيئية الأساسية للتنمية المستدامة في الإعلام المصري .

- فيما يتعلق بالمحور الثاني عن العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد البشري والاجتماعي والثقافي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 كانت الدرجة الكلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.59) وانحراف معياري (1.01) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة من حيث مساهمة مشاهدة البرامج التلفزيونية في إثراء الوعي بالقضايا المختلفة بنسبة 66% والانجذاب

للبرامج التلفزيونية التي تحفز المشاهد على زيادة المعرفة والاطلاع بنسبة 58% ثم الاهتمام بما تطرحه البرامج التلفزيونية من مواضيع تتصل بالتدريب والتأهيل بنسبة 60%.

- وكان الاهتمام بأفكار البرامج التلفزيونية والمرتبطة بمبادرات استغلال القدرات والمواهب بنسبة 58% وزيادة مشاهدة البرامج التلفزيونية التي تؤثر على الإقبال على المشاركة المجتمعية وروح المبادرة بنسبة 55% واكتساب قدر كبير من الوعي السياسي نتيجة المتابعة للبرامج التلفزيونية بنسبة 51% ثم التأثر بمعالجة البرامج التلفزيونية للمشكلات المجتمعية كالفقر والبطالة بنسبة 66% والاهتمام بالمعالجات الثقافية المتنوعة التي تتعرض لها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 57% وزيادة مستوى الحماس لديهم للمشاركة في الحملات الانتخابية نتيجة ما تعرضه البرامج التلفزيونية من مضامين بنسبة 61% والاهتمام بمتابعة النماذج الإيجابية للأفراد ورحلات النجاح التي تتعرض لها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 66%.

- تتفق تلك النتائج مع دراسة (لامية جرمان ، 2018) والتي وضحت دور البرامج التلفزيونية في مشاركة كافة فئات المجتمع ومن بينها المرأة ودراسة (أم كلثوم بودراف ، 2015) على أثر البرامج التلفزيونية في تنمية الوعي السياسي ودراسة (حنان قندوزي ، 2017) التي أشارت إلى البعد الاجتماعي للبرامج التلفزيونية ودراسة (حميدة دقدق، خولة شلال، سمية كشرود ، 2020) التي اهتمت بدور البرامج التلفزيونية في التثقيف الصحي ودراسة (ساجي علي، أسماء سلامي ، 2019) التي اهتمت بدور الإعلام من خلال جوانب السياسة الداخلية في تحقيق التنمية المستدامة ودراسة (محمد رفاعي شوقي عمار ، 2020) التي أكدت على دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية.

- أما فيما يتعلق بالمحور الثالث عن العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030 كانت الدرجة الكلية للمحور (4) بمتوسط حسابي (3.58) وانحراف معياري (0.979) تعبر عن موافقة كبيرة على تلك العلاقة من حيث الاهتمام بمواضيع الإنتاج المتطورة والتي تناقشها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 54% ثم كان الاهتمام بموضوعات الاستغلال الأمثل للطاقة والموارد والتي تناقشها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 68% والاهتمام بالأفكار والمبتكرات الجديدة التي تتناولها بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 59%.

- وكان الاهتمام بمتابعة توجهات الدولة الاقتصادية والتي تتابعه بعض البرامج التلفزيونية بنسبة 64% ثم الاهتمام بما تناقشه بعض المعالجات التلفزيونية ويرتبط بأسواق المال والاقتصاد بنسبة 58% ثم الاهتمام بقضايا التكنولوجيا الموفرة الحديثة والتي اهتمت بطرحها العديد من المعالجات التلفزيونية بنسبة 57% والاهتمام بأفكار المشاريع النظيفة الجديدة والتي تطرحها البرامج التلفزيونية بنسبة 57% والاهتمام بالاتجاهات الحديثة في الإنشاءات والتي تراعي أبعاد التنمية المستدامة بنسبة 55% والاهتمام بأفكار الجودة واستدامة الجودة في المنتجات والتي ركزت عليها بعض مضامين البرامج التلفزيونية بنسبة 61% والاهتمام بالتفكير في حق الأجيال المستقبلية من الموارد بنسبة 61%.

- تتفق تلك النتائج مع دراسة (نسيبة فريجات، رشيدة سبتي ، 2013) عن دور الإعلام في تعزيز

التنمية المستدامة ودراسة (شوقي قدارة، اسماعيل خليفة ، 2021) التي اهتمت بالأبعاد التنموية للإعلام ودراسة (إمام شكري القطان ، 2020) التي ربطت بين البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وبين استراتيجية التنمية المستدامة وفقا لرؤية مصر 2030.

ومما سبق كانت أهم التوصيات:

1. تنفيذ مزيد من دراسات تحليل المضمون لمحتوى البرامج التلفزيونية في التلفزيون المصري لتقييم الأثر المباشر على قضايا التنمية المستدامة لكل بعد من أبعادها.
2. الاهتمام ببحوث تتناول المضمون الفني وأسلوب العرض للبرامج التلفزيونية لتعزيز أثرها في تحقيق التنمية المستدامة.
3. الاستفادة من منابر الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في تطوير محتوى ومضامين البرامج التي تستهدف تحقيق التنمية المستدامة.
4. الاهتمام بتدليل معوقات التنمية المستدامة من خلال برامج تلفزيونية تستهدف هذا الاتجاه.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

- أحمد محمد السيد سالم (2020). تحليل القيم البيئية الأساسية للتنمية المستدامة في الإعلام» دراسة تطبيقية لمواد إعلامية مختلفة» على شرائح من الجمهور، **مجلة كلية التربية في العلوم النفسية**، المجلد 44 الإصدار الرابع، ص 15:48.
- إلهام يونس أحمد (2016). تناول قضايا التنمية المستدامة في برامج المرأة السعودية بالفضائيات الخاصة من منظور أخلاقي، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** العدد 8، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أم كلثوم بودراف (2015). دور البرامج التلفزيونية الساخرة السياسية في تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف المسيلة.
- إمام شكري القطان (2020). معالجة البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري لاستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** العدد 16 أكتوبر، ديسمبر 2018
- إيمان بالله ياسر عبد الرحيم (2013). اتجاهات الخطاب الصحفي نحو قضايا التنمية البشرية دراسة تحليلية مقارنة، **رسالة ماجستير**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- بدور عبد الوهاب المنير (2018). توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق، **رسالة ماجستير**، كلية الدراسات العليا، جامعة الرباط الوطني.
- بسنت مراد فهمي (2017). تفاعل الجمهور مع مقدمي البرامج التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الأداء الإعلامي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 16 الإصدار الثاني.
- بشير قمر الدولة محمد نور، عبد المولى موسى محمد (2019). دور بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية، **مجلة دراسات إعلامية**، كلية الإعلام جامعة إفريقيا العالمية، المجلد الأول العدد الرابع يناير 2019.
- حسيبة بوفريشة، وفاء فحيجة (2017). البرامج التلفزيونية وتنمية الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، **رسالة ماجستير**، جامعة محمد الصديق بن يحيى.
- حميدة ددق، خولة شلال، سمية كشرود (2020). دور البرامج التلفزيونية في التثقيف الصحي برنامج الصحة هي الصح نموذجاً دراسة على عينة من طلبة جامعة المسيلة، **كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- حنان قندوزي (2017). دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري برنامج خواطر نموذجاً دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي.
- ساجي علي، أسماء سلامي (2019). دور الإعلام في تفعيل مبادئ الحكم الراشد من أجل بلوغ تنمية مستدامة، **مجلة العلوم الإنسانية والحضارة**، جامعة الأغواط، العدد 2 لسنة 2019.
- سعید محمد أبو رحمة، عبير محمد الفليت (2021). دور وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة في فلسطين، (قطاع غزة). **المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية**، المجلد 2 العدد 1، ص 383،403.
- شفقة مهري (2016). الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، **مجلة العلوم الاجتماعية**، عدد 23 ديسمبر 2016.
- شوقي قدارة، اسماعيل خليفة (2021). الإعلام وأبعاده التنموية في المجتمع الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، المجلد 9 العدد 1 ص 42:48
- لامية جرمان (2017). قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية دراسة تحليلية لبرنامج كلام نواعم على قناة mbc في الفترة الممتدة ما بين 4 ديسمبر 2016 إلى غاية 26 مارس 2017، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
- لمين هماش وآخرون (2017). دور الإعلام في تحقيق التنمية البيئية المستدامة في الوطن العربي، **المؤتمر العلمي الرابع** بعنوان القانون والإعلام كلية الحقوق جامعة طنطا.
- ليلي عبد المجيد، سامية قدرتي (2018). البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية

دراسة تحليلية، **مجلة البحث العلمي في الآداب** العدد 19 لسنة 2018 الجزء الأول.
 لينة إبراهيم عبدالله النور، رحاب عبدالقادر بادي عبدالله، نهى موسى محمدعبدالله (2014). فاعلية الإعلام الإقليمي في إحداث التنمية الريفية دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من برامج التلفزيون ولاية الجزيرة في الفترة من (2008 – 2013)، **دراسة بكالوريوس كلية علوم الاتصال**، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
 محمد رفاعي شوقي عمار (2020). دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام جامعة الأزهر، العدد 54 الجزء السابع.
 مصطفى حميد الطائفي (2018). آثار البرامج التلفزيونية الأجنبية على الشباب العربي دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بدولة الإمارات 2018، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مجلد 17، عدد 33، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 نسبية فريجات، رشيدة سبتي (2013). الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، جامعة الوادي، العدد الثالث، ديسمبر 2013.
 هالة توفيق الطلحاتي، أبو بكر حبيب الصالحي (2011). دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة دراسة ميدانية على عينة من النخبة المصرية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد 36 المجلد الثاني.
 هبة عشور (2019). دور البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة البيئية دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف المسيلة.

ثانياً: الأجنبية

- Akinwotu, S. A. (2015). Vision for sustainable development: Pragmatic strategies of media political competitive encounter. **International Journal of Language and Literature**, 3(2), 134–143.
- Holt, Diane & Barkemeyer, Ralf (2012). Media coverage of sustainable development issues – attention cycles or punctuated equilibrium? **Sustainable Development**, Volume 20, Issue 1 p. 1–17.
- Janoušková, S., Hák, T., Nečas, V., & Moldan, B. (2019). Sustainable development—a poorly communicated concept by mass media. Another challenge for SDGs?. **Sustainability**, 11(11), 3181.
- Nojin, Kwak. (2004). The Relationship Between Television Entertainment Talk Show Viewing and Political Engagement among Young Adults. **Ph.D.** students in the Department of Communication Studies at the Univ. of Michigan, Toronto, Canada.
- Rameez Ahmed. (2011). Role of News Talk Shows in Creating Political Efficacy among Youth . **International Islamic University**, Islamabad , https://www.researchgate.net/publication/342804673_Role_of_News_Talk_Shows_in_Creating_Political_Efficacy_among_Youth
- Shahzalal, M. D., & Hassan, A. (2019). Communicating sustainability: Using community media to influence rural people's intention to adopt sustainable behavior. **Sustainability**, 11(3), 812.

