

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد التاسع والستون - الجزء الثاني - جمادى الآخر ١٤٤٥هـ - يناير ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- كثافة تعرض طلبة الجامعة لأخبار العنف والجريمة في صحافة الهاتف الذكي وعلاقتها بالتشوهات المعرفية  
٥٩١ أ.م.د/ أحمد عبد الكافي عبد الفتاح
- 
- منهجية ممارسة الإثنوغرافيا الافتراضية على وسائل التواصل الاجتماعي - في ضوء النظرية المُجذرة المُركزة (Grounded Theory)  
٦٥٥ أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم
- 
- خطاب مواقع الصحف المصرية الخاصة حول كفاءة الأداء الحكومي في تحسين جودة حياة المواطنين  
٧٣١ أ.م.د. فوزي عبد الرحمن الزعبلأوي
- 
- سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجاً  
٨٠٥ د/ رحاب محمد محروس حسين
- 
- التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب  
٨٥٥ د/ منة الله حسين مأمون
- 
- مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري - دراسة تحليلية وميدانية  
٩٠٣ د/ هبة محمد شفيق عبد الرازق
- 
- دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري  
١٠٣١ د/ مها مصطفى بخيت

- **١١٤١** **توظيف الخدمات الرقمية في الوزارات المصرية وتأثيرها في رضا الجمهور:**  
(في ضوء نموذج UTAUT ونموذج E-service Quality Modell)  
د/ حازم ناصر حسين
- 
- **١٢١٣** **الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال- دراسة**  
ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار د/ شيرين جمال حسن
- 
- **١٢٨٩** **واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي «دراسة**  
تحليلية ميدانية» راشد صلاح الدين راشد عبد الحلیم
-



م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



**دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية  
المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري**

- **The Role of the Official Pages of the Egyptian  
Ministries in Achieving the Dimensions of Sustain-  
able Development and Its Relationship to Supporting  
Belonging Among Egyptian Youth**

د/ مها مصطفى بخيت

مدرس بكلية الإعلام- قسم الصحافة جامعة سيناء - فرع العريش.

Email: Maha.Bakheet@su.edu.eg

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري، من خلال دراسة وصفية باستخدام منهج المسح، وأداة تحليل مضمون على عينة من منشورات الصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك، تمثلت في: (وزارة التضامن الاجتماعي - وزارة التنمية المحلية - وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية - وزارة البيئة)، إلى جانب تطبيق استبانة على عدد 300 مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وتعزيز أسس الانتماء لدى الشباب المصري، وقد اعتمدت صفحات الوزارات على استراتيجية الإعلام في الترتيب الأول بنسبة 20.5%، يليها استراتيجية الإقناع، وجاء استخدام اللغة الحية والطبيعية والقريبة من الجمهور في مقدمة الاستمالات الإقناعية التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات، بنسبة 28.3%، يليها التصوير في بيئات حية والاستشهاد بالإحصائيات والأرقام، كما جاءت دعم الانتماء والفخر بمنجزات الوطن في مقدمة القيم والأسس المرتبطة بالانتماء، التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات لدى الشباب، وبلغت نسبتها 22% في الترتيب الأول، يليها تعزيز حب الوطن والولاء إليه، ثم الحث على العمل التطوعي، والمشاركة في المناسبات الوطنية والدينية .

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة - رؤية مصر 2030 - الانتماء والهوية.

### Abstract

The study aimed to identify the role of the official pages of the Egyptian ministries in achieving the dimensions of sustainable development and its relationship to supporting belonging among Egyptian youth through a descriptive study using the survey method and applying a content analysis sheet to a sample of posts from the official pages of the Egyptian ministries on Facebook, represented by (the Ministry of Social Solidarity - Ministry of Local Development - Ministry of Planning and Economic Development - Ministry of Environment) in addition to applying a questionnaire to 300 young people. The study found that there is a statistically significant correlation between the Egyptian youth's assessment of what the official pages of the ministries publish about sustainable development goals and their relationship to supporting the foundations of belonging. For Egyptian youth, the ministries' pages relied on the media strategy in the first place, at a rate of 20.5%, followed by the persuasion strategy. The use of live, natural language that is close to the audience came at the forefront of persuasive appeals on which the official pages of the ministries relied, at a rate of 28.3%, followed by photography in live environments and martyrdom. In statistics and numbers, "Supporting belonging and pride in the nation's achievements" came at the forefront of the values and foundations related to belonging, which the official pages of the ministries support among young people, as their percentage reached 22% in first place, followed by "promoting love of the homeland and loyalty to it," then "encouraging volunteer work," and "Participation in national and religious events."

Keywords: sustainable development, Egypt's vision 2030, belonging and identity.

في إطار رؤية مصر 2030، التي تُركِّز على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري، وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة، تتجه الدولة المصرية نحو تعزيز التنمية الشاملة والمستدامة، من خلال عدد من المبادرات الاجتماعية التي تهدف إلى ربط المواطن بمجتمعه وتعزيز انتمائه إليه، وزيادة ارتباطه به، خاصة بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي عملت على ربط أجزاء كبيرة من العالم، وقدمت فتحاً تاريخياً نقل وسائل الاتصال إلى آفاقٍ غير مسبوقة، وأتاحت لمستخدميها فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وأبرزت حراكاً ثقافياً سياسياً ونشاطاً شبابياً.

وفي ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتراجع استخدام وسائل الاتصال التقليدية، اتجهت الحكومات إلى إنشاء حسابات رسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ بهدف التواصل والتفاعل مع المواطنين، وتوطيد العلاقة بين المواطن والحكومة، من خلال بناء علاقات حوارية معهم، وتقديم معلومات عن جهود الدولة في المجالات المختلفة والخدمات التي تقدمها لهم، فضلاً عن التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه سياسات الدولة وقراراتها، والتفاعل مع استفسارات الجمهور وآرائهم، ولم تكن الحكومة المصرية بمؤسساتها بمنأى عن هذه التغييرات التكنولوجية؛ إذ سعت لإنشاء عديد من الحسابات الرسمية لها، واستخدمتها لأغراض متنوعة، من ضمنها إعلام المواطنين بالمشروعات القومية التي تنفذها؛ بهدف تحقيق الترابط بين المواطن ووطنه الأم.

وبعد الانتماء من أبرز الموضوعات التي توليها الدراسات الإنسانية اهتماماً بالغاً في السنوات الأخيرة؛ ويرجع ذلك لأهميته في بناء الفرد، وما يترتب عليه من سلوكيات وممارسات تسهم في إصلاح المجتمع وتقدمه، لأن غياب الانتماء يمثل خطراً يهدد أمن

المجتمع واستقراره، لا سيما بعد أن شهدت نهايات القرن المنصرم وبدايات القرن الحالي عديداً من التحولات العالمية الجذرية على جميع المستويات؛ نتيجة الثورة المعلوماتية والتقدم في مجال الاتصالات وتجليات العولمة، وهي العوامل التي أوجدت تقارباً بين الشعوب والثقافات والانفتاح على الآخر، وتلاشت بفعلها الحدود المكانية والزمانية كنتيجة حتمية لهذه التحولات التي برزت فيها مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى الوسائل التي أتاحت للأفراد في كل مكان طرح أساليب حياتهم اليومية، والمشاركة في النقاشات، وتبادل الآراء حول الأحداث المختلفة، للحد الذي أصبحت فيه هذه المواقع من أبرز العوامل المؤثرة في التفاعلات الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، إلى الحد الذي لم تعد مجرد وسائل للتواصل فقط؛ بل أضحت هذه المواقع تمارس دوراً جوهرياً في غرس القيم، والتأثير في السلوك الإنساني، والمشاركة في صياغة الرسائل الكلية للمجتمع، وتبني قضاياها وترسيخ ثقافته وهويته وانتمائه لوطنه، الأمر الذي يطرح عديداً من التساؤلات حول ما يمكن أن تؤديه هذه المواقع من أدوار في تدعيم الانتماء وتمييزه، وتعزيز مظاهره، وتعميق قيمه، وترسيخ أسسه ومرتكزاته.

وتقوم المؤسسات الحكومية المصرية، من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة، بدور كبير في تدعيم انتماء المواطنين، من خلال إلقاء الضوء على المبادرات الوطنية التي تعمل الدولة المصرية على تنفيذها، إلى جانب نشر ثقافة الاهتمام باللغة الأم والحفاظ على الثقافة والعادات والتقاليد الخاصة بالدولة، وكذلك من خلال الاهتمام بالقضايا الوطنية والأعياد القومية، وتأكيد روح المواطنة والانتماء للدولة، وتؤكد الدراسات الإعلامية فاعلية المنصات الإعلامية وقيامها بدور مهم في تدعيم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية من أجل تعزيز الهوية الوطنية والانتماء للمواطنين (قطب، 2021).

ونظراً لأهمية المنصات الإعلامية للحكومة المصرية، ودورها في إنجاز المهام الخاصة بها، ونظراً للترابط بين أهداف التنمية المستدامة وضرورة تعزيز قيم الانتماء والمواطنة الصالحة لدى الجمهور، تتناول الدراسة الحالية دور صفحات الوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت فاعلية الاتصال الحكومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم أهداف التنمية المستدامة:

تناول عدد كبير من الدراسات العربية والأجنبية الاستخدام الحكومي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تدعيم الأهداف التنموية، فقد ركزت دراسات على فاعلية استخدام الحكومة لوسائل التواصل الاجتماعي، من أهمها دراسة (Lerouge, 2023)، التي توصلت إلى اعتماد المؤسسات الحكومية على الأنشطة الاتصالية الرقمية، المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، من أجل تحقيق التواصل المستمر مع الجمهور المحلي، وأن الهدف من الاتصال الحكومي الرقمي هو التعريف بالإجراءات التي تعتمدها الحكومة الإيطالية القيام بها في التعامل مع الأزمات الصحية، كما بينت الدراسة أن الحكومة الإيطالية سعت لتنظيم وتنفيذ الحملات الإعلامية التي تستهدف القضاء على مخاوف الجمهور فيما يتعلق بالأوبئة، مثل حملة #iorestoacasa وحملة I'm Staying at home، التي تستهدف إقناع الجمهور بالموث في المنزل من أجل تخفيف معدل انتشار الوباء في إيطاليا.

وهو ما اتفق مع نتائج دراسة (DePaula, 2023)، باعتماد الحكومة الأمريكية على الإعلام الرقمي وسيلة اتصالية لإقناع الجمهور بإجراءات الحكومة الأمريكية في مواجهة أزمة تغير المناخ، كما بينت نتائج الدراسة اعتماد الحكومة الأمريكية على Facebook وTwitter بشكل كبير في الترويج للأنشطة الاتصالية المتعلقة بتغير المناخ، وأن الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها الحكومة الأمريكية تستهدف بشكل رئيسي إحداث تغيير في سلوك الجمهور المحلي فيما يتعلق بالمحافظة على البيئة واتباع السلوكيات السليمة، التي من خلالها يمكن التقليل من حدة أزمة تغير المناخ وارتفاع درجة الحرارة.

وتناولت دراسة (Chuang & Chen, 2023) دور مواقع التواصل الاجتماعي في

زيادة وعي الجمهور بالتسويق الأخضر، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي بأهمية التسويق الأخضر الذي يحث الجمهور على ضرورة شراء المنتجات التي تحافظ على البيئة، والابتعاد عن المنتجات التي يؤدي استخدامها إلى تلويث البيئة، ومن ثمَّ إلحاق

الأضرار بها، كما بينت أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً فعالاً في تعريف الجمهور بالشركات التي تعتمد على التسويق الأخضر، كما اهتمت دراسة (سعد، 2023) بإلقاء الضوء على استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في دعم برامج التنمية المستدامة، وقد حلت الصفحات الرسمية لوزارة التنمية المحلية، وطبقت استبانة على عينة من الجمهور المصري قوامها (400)، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في وزارة التنمية المحلية فيما يخص البرامج التنموية، وتراجع استخدام الاتصال الشخصي، كما أثبتت الدراسة فاعلية تلك الوسائل في تحقيق أهداف الوزارة في إطار خطة الدولة لتحقيق التنمية المستدامة.

كذلك سعت دراسة (العبد، 2023) للتعرف على فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، بالتطبيق على مبادرة السعودية الخضراء، والشرق الأوسط الأخضر، وتوصلت الدراسة إلى أن عرض نتائج المبادرات جاء في مقدمة جوانب القضايا الرئيسية، التي تتعلق بصفة رئيسة بالتنمية والمحافظة على البيئة بنسبة 18.3%، وجاء موضوع "زراعة الأشجار في جميع أنحاء المنطقة داخل المملكة وخارجها" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها المنشورات، يليها كل من "استصلاح الأراضي المتدهورة"، و"النظافة والاهتمام بالبيئة"، كما جاء في مقدمة الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات الحكومية "إعلام الجمهور بما يتم تنفيذه من مشروعات تنموية" بنسبة 60.8%، ثم "تبصير الجمهور بأنشطة الأجهزة الحكومية التي تقوم بها" بنسبة 57%. وكان الهدف الرئيس لدراسة (محمد، 2023) هو معرفة دور العلاقات العامة الإلكترونية في الترويج لرؤى التنمية المستدامة 2030 بالتطبيق على وزارة السياحة، وأكدت عينة الدراسة من الجمهور دور وزارة السياحة في الترويج لرؤى التنمية المستدامة، من خلال الاستعانة بالموقع الرسمي لها إلى جانب صفحات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يؤكد دور تلك المضامين في تشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة.

كما ركزت دراسات أخرى على حجم تفاعل الجمهور مع الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة (حمزة، 2023) التي تناولت استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في



مصر والتعرف على اتجاهات الجمهور نحوها، وأكدت الدراسة إقبال الجمهور محل الدراسة على التطبيقات الخدمية الحكومية لتسهيل المعاملات والإجراءات لتوفير الوقت والجهد، وأنهم بصفة عامة يميلون إلى استخدام الموقع الإلكتروني وصفحة فيسبوك لشركات المياه في مصر معاً لمتابعة الأخبار عن الشركة، وقد ثبتت معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الإلكتروني في الحصول على الخدمات، وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض لشركات المياه، في حين هدفت دراسة (فهيمى، 2022) إلى تحليل المحتوى المرئي المتعلق بتحقيق أهداف التنمية عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري على فيس بوك تحليلاً سيميولوجياً، بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت النتائج إلى ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من خلال (التعليقات/ المشاهدات/ المشاركات)، وكانت الاستمالات المنطقية أكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً في المحتوى المقدم، وتوصلت إلى أن الصورة المقدمة من خلال المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري ركزت على جهود المؤسسة العسكرية المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ضمن رؤية مصر 2030 لتحقيق التقدم والنمو والرخاء لمصر، بينما سعت دراسة (Snnoussi, 2022) لتقييم المعرفة والتباين بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الإمارات العربية المتحدة فيما يتعلق بالأخبار الكاذبة عن فيروس كوفيد 19، من خلال دراسة ميدانية طُبقت على عينة من الجمهور الإماراتي، وقد أكدت الدراسة أن الجمهور يفضل التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعرف على الطرق الصحيحة وأساليب الوقاية من وباء كورونا، وأن من أسباب الاعتماد على صفحة وزارة الصحة الإماراتية الكشف عن الشائعات والتفاعل بشكل مباشر مع القائمين على تلك الصفحة؛ من أجل التأكد من صحة الشائعات والمعلومات المضللة.

كما اهتمت دراسة (حمد، عبد الرحمن، 2022) بالكشف عن قضايا التنمية المستدامة التي تسعى منظمة اليونسكو لتسويقها في العالم، وقد أسفرت نتائج البحث عن اهتمام منظمة اليونسكو بالبعدين الاجتماعي والبيئي، وإعطائهما أولوية مقارنة بالبعد

الاقتصادي للتنمية المستدامة، فقد ركزت اليونسكو في مضامينها التسويقية على قضايا توفير فرص التعليم للجميع، والتنوع الثقافي في العالم والارتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها كركائز أساسية للتنمية المستدامة، وقد اعتمدت اليونسكو على الاستمالات العقلية عن طريق الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية المدعومة بالحجج الإحصائية في مخاطبة الجمهور وإقناعه، وتمثل الهدف الرئيس من تسويق تلك القضايا في إخبار العالم بقضايا الاستدامة والترويج لأنشطة منظمة اليونسكو وإسهاماتها في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ونشر الوعي العالمي بتلك القضايا.

بينما هدفت دراسة (السيد، 2021) للتعرف على استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري، وقد أثبتت أن ثلاثة أرباع المنشورات التي تناولت المشروعات القومية استخدمت استراتيجية الإعلام، واتسمت بأنها ذات طابع رسمي وطويلة، واستخدمت استراتيجية الإقناع بصورة محدودة لشرح أهمية المشروعات القومية، كما وجدت علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات حول المشروعات القومية ومستوى معارف واتجاهات الجمهور، وتوصلت دراسة (Baranov, 2020) إلى أن الهدف من استخدام الاتصال الحوارية أو التفاعلي هو زيادة الارتباط بين المؤسسة والأشخاص والجماعات، كما بينت أن اعتماد المؤسسات على ذلك الاتصال يأتي في إطار وجهة نظر الحكومة في نشر الشفافية وزيادة الثقة بين المؤسسات والمجتمع، وترسيخ ما يعرف بالحكومة الإلكترونية e-government، كما بينت أن توظيف المؤسسات للاتصال التفاعلي نتيجة رغبة الحكومة في تطبيق تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ICT، وتحديث الخدمات الحكومية المقدمة للجمهور، بما يضمن السرعة والفورية في تقديم الخدمات، مما يؤدي إلى كسب ثقة الجمهور في الأداء الحكومي.

وتناولت دراسة (عزوز، 2020) دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل

الاجتماعي أدت دوراً مهماً في نفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بما لها من تأثير إيجابي على الجمهور، فكان لها دور في إدارة الأزمة ومعالجتها، سواء كان ذلك بشكل منفرد أو بسبب تأثيرها المباشر في زيادة الوعي بمخاطر فيروس كورونا، مما يزيد من مصداقيتها وتأثيرها على مستخدمي هذه الصفحات، وقد سعت دراسة (محمد، 2020) إلى قياس دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة، بالتطبيق على مبادرة "اتحضر للأخضر"، وتوصلت الدراسة إلى فاعلية الصفحة في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، كذلك ترتفع نسبة مشاركة الباحثين للمنشورات وممارستهم الاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدراسة فاعلية الصفحة في التأثير على الوعي البيئي للباحثين، وأهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية، كما جاءت دراسة (Nadzir et. Al, 2019) للتعرف على طبيعة استخدام المؤسسات الحكومية في ماليزيا لمواقع التواصل الاجتماعي، وتفاعل المواطنين مع الصفحات الخاصة بهذه المؤسسات على موقع فيس بوك، واختارت عينة من ثماني مؤسسات حكومية الأكثر استخداماً لموقع فيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للحكومة الماليزية، وأن الإعجاب أكثر أشكال التفاعل على صفحات المؤسسة الرسمية، بينما انخفضت أشكال التفاعل الأخرى، وأن المؤسسات الحكومية استخدمت موقع فيس بوك من أجل نشر المعلومات عن الخدمات التي تقدمها للمواطنين، كما توصلت دراسة (عبد الوهاب، 2018) إلى أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة تمثلت في موقع تويتر ثم انستجرام ثم يوتيوب، كما توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وأنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، وبين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية واتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

### المحور الثاني: دراسات تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء:

ربطت دراسات عدة بين مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم الولاء والانتماء لدى الجمهور، خاصة ما يتعلق بالأنشطة الحكومية على الشبكة العنكبوتية، فتناولت دراسة (Al-Tamimi, 2023) دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الانتماء للجمهور المحلي في قطر خلال فترة المقاطعة عام 2017، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت خلال فترة الحصار تعرض جهود الحكومة القطرية التي كانت تستهدف تخفيف آثار ذلك الحصار على المواطن القطري، مما أدى إلى زيادة درجة الانتماء لقطر خلال تلك الأزمة، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت ترد على جميع الشائعات والافتراءات التي أطلقتها دول المقاطعة؛ بل على النقيض قدمت الحكومة القطرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأدلة والبراهين التي تثبت دور الحكومة القطرية في خدمة قضايا الأمة العربية والإسلامية. كما تناولت دراسة (Marciano, 2023) العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة وتحسين جودة حياة المراهقين، وانعكاس ذلك على زيادة درجة الانتماء لديهم، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة وزيادة درجة الانتماء للوطن، وذلك بفضل جهود الولايات المتحدة من أجل تحقيق جودة الحياة *Well-being* والعمل على إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه الشباب، وأن الجهات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية وظفت مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة مستوى السعادة لديهم، ومن ثم زيادة مستوى الانتماء والحس الوطني لدى فئة الشباب نتيجة إحساسهم بأن الدولة تسع لتحقيق السعادة الدائمة لديهم، وتعمل على القضاء على مصادر القلق، خاصة فيما يتعلق بالجانب الاقتصادي، وإيجاد الوظائف التي تمكنهم من تحقيق الاستقرار.

ولدراسة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتحسن مستوى الحياة لدى المواطن في المملكة العربية السعودية وعلاقته بتدعيم الانتماء لديهم، أشارت أهم نتائج دراسة (Abdullah, 2023) إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الانتماء لديهم، فقد تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية تسعى لتحسين جودة الحياة لدى المواطن

السعودي، سواء فيما يتعلق بالصحة الجسدية أو العقلية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعرض باستمرار الجهود الحثيثة والمضنية للمملكة العربية السعودية من أجل تحسين مستوى المعيشة داخل المملكة، والعمل على رفع متوسط دخل الفرد بما يحقق الازدهار الاقتصادي داخل المملكة، خاصة من خلال رؤية المملكة 2030، مما انعكس على درجة الانتماء والوطنية لدى المواطن السعودي.

كذلك هدفت دراسة (Ghafari, 2023) إلى قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي في زيادة درجة الانتماء لدى المراهقين في إيران، بالاعتماد على منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بزيادة درجة الانتماء الوطني لدى المراهقين في إيران لصالح مواقع التواصل الاجتماعي، التي كانت أكثر تأثيراً فيهم؛ وذلك بسبب زيادة معدل التعرض لها أكثر من الإعلام التقليدي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد درجة الانتماء لدى المراهقين، من خلال التركيز على التاريخ الحضاري لإيران، وذلك في الفترات التاريخية المضيئة التي مرت بها الدولة، والعمل على زيادة الشعور بالفخر بسبب ذلك التاريخ، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تُركز على العوامل الاجتماعية والسياسية ودور إيران في المحافظة على الحقوق الإيرانية لدى بقية دول العالم، مما انعكس أيضاً على درجة الفخر والشعور بالانتماء الوطني للدولة.

وعن الدراسات التي اهتمت باعتماد الحكومات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية والانتماء لدى الجمهور، فقد أكدت دراسة (Parvez, 2023) سعي الدولة القطرية لتعزيز ثقافة الهوية الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور، خاصة الشباب في الحصول على المعلومات وتكوين الثقافة، كما بينت الدراسة أن قطر تسعى لتكوين الهوية الوطنية لكن بصورة فريدة، من خلال الاعتزاز بالتاريخ القبلي الموجود في الدولة، بوصفه العنصر والمكون الأول للجمهور المحلي، لذا يجب أن تظل القبيلة والقبلية مصدر فخر لدى الجمهور المحلي؛ لأنها مكون أصيل في الهوية الوطنية القطرية، وهو ما يجب أن يترسخ لدى الشباب، ومن بين الأساليب التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي لتوظيف الأحداث الوطنية، مثل: اليوم الوطني لقطر من أجل الترويج للهوية الوطنية القطرية،

وتساءلت دراسة (بن عمار وبوترعة، 2023) عن مستوى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في تعزيز بعدي الهوية الوطنية (الدين الإسلامي - اللغة)، من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الجزائري، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة موقع فيس بوك، تسهم في تعزيز الهوية الوطنية، وتعزيز بعدي اللغة العربية والدين الإسلامي، اللذان يعدان أهم بعدين مكونين للهوية الوطنية الجزائرية، وذلك من خلال الاعتزاز باللغة العربية والانتماء العربي، وتحسين صورة الإسلام والاعتزاز بالثقافة الإسلامية في هذا الفضاء الإلكتروني بغض النظر على تأثيرها السلبي، كما أكدت دراسة (Al Naqbi et. Al, 2022) اعتماد الحكومة الإماراتية على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور المحلي، وزيادة التعريف بجهودها من أجل رعاية الشؤون المحلية والاجتماعية، بهدف تعزيز قيمة الانتماء والولاء للوطن، كما بينت وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على جهود الحكومة الإماراتية في الحفاظ على الأمن والاستقرار الداخلي داخل إمارة الشارقة وبقية الإمارات، وهو ما أثبتته دراسة (Kaleel, 2022) التي ركزت على دور حكومة الإمارات في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد نماذج الاتصال الحديثة المستخدمة والفعالة في عملية التواصل مع الجمهور، وأكدت وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالفخر والانتماء للهوية الوطنية الإماراتية، بفضل جهود المؤسسات الإماراتية المختلفة لتحقيق الرفاهية للشعب الإماراتي، مما يعمق من الشعور بفخر الانتماء للهوية الوطنية.

في حين تناولت دراسة (Eshantaly, 2022) دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الأعمال للمرأة في الإمارات، ودراسة الآثار المترتبة على التنمية والمساواة بين الجنسين، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل كبير في تعزيز وبناء الهوية الوطنية self-construction لدى المرأة بفضل الجهود المستمرة التي تقوم بها من أجل تمكين المرأة، وأن الحكومة الإماراتية تقوم بجهود لتمكين المرأة الإماراتية، خاصة في مجال زيادة الأعمال والمساواة بينها وبين الرجال في إتاحة فرص العمل، واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (عبد اللطيف، 2022) إلى أن الانتماء جاء في مقدمة القيم والأبعاد التي يحرص الشباب على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 95.2%، كما جاءت عبارة "زادت شبكات التواصل الاجتماعي من معرفتي بقضايا الهوية

والانتماء والمواطنة" في مقدمة اتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة، وتوصلت أيضاً إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة، كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية بين درجة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة.

وتوصلت دراسة (الشريف، 2022) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالانتشار والاستخدام الواسع من قِبَل الغالبية العظمى من الشباب المصري الجامعي، وأنها لم تعد مجرد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثّف وعميق يسمح للشباب المصري بطرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول مختلف المشكلات والقضايا، كما أنها أضحت روافد رئيسة لبناء وترقية وتدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسها وأبعاد المواطنة. كما أكدت دراسة (بن حمد، 2021) تعدد تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم المواطنة، ومنها الحفاظ على مكتسبات الوطن وتميبتها، وأكدت قيمة المساواة في ارتباطها بالمواطنة، إضافة إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قيمة المشاركة المجتمعية، وتعزيز ثقافة التعاون، وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الانتماء من خلال المحافظة على الهوية، وإعلاء ثقافة المجتمع وقضاياها، وكشفت دراسة (سليمان، 2016) أن الاتصال الحكومي بدولة الإمارات نجح في ترجمة الخطط والأهداف الاستراتيجية للقطاع الحكومي في مجال الهوية الوطنية، كما حرصت المواقع الرسمية للوزارات والمبادرات محل الدراسة على استخدام صور تعزز مفهوم الهوية الوطنية والولاء والانتماء في نفوس أفراد المجتمع، وتجعلهم مشاركين في تلك المبادرات، وبشكل تنافسي مثل: مبادرة يوم العلم التي كانت تشجع على تزيين المنازل بعلم الإمارات، وحرصت المواقع الرسمية الحكومية على نشر صور المواطنين بالزي الرسمي، ونشر رموز وطنية، وكل ذلك يعزز الهوية الوطنية.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

1- لاحظت الباحثة في المحور الأول زيادة عدد الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت استخدام الحكومات العربية والأجنبية لمواقع التواصل منذ فترات بعيدة، بينما ركزت دراسات المحور الثاني على طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية والانتماء والولاء للوطن، كما أن الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ونشر الهوية الوطنية والثقافية ركزت على شق واحد، هو الشق الميداني، من خلال التطبيق على الجمهور، وتتوافق الدراسة الحالية مع الدراسات في المحورين الأول والثاني في دراسة استخدامات الوزارات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي في تقديم أهداف التنمية المستدامة وتعزيز الانتماء، ولكن تختلف في المنهج والأساليب المتبعة.

2- اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح بشقه الميداني، من خلال الاعتماد على أداة الاستبانة، بينما اعتمدت دراسات تحليلية على منهج المسح بشقه التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لتحليل بعض المواد الإعلامية من أخبار ومنشورات وبرامج، فيما جمعت دراسات إعلامية أخرى بين الشقين الميداني والتحليلي، بينما اعتمدت دراسات أخرى على منهج دراسة الحالة باستخدام الاستبانة وأداة المقابلات المتعمقة، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي في الاعتماد على أدوات تحليل المضمون والاستبانة، وهو ما يميز الدراسة الحالية؛ كونها دراسة تجمع بين أكثر من أداة، إلى جانب تميزها في توقيت تطبيق الدراسة نفسه، وندرة الدراسات التي تناولت دور الحكومة المصرية في تعزيز الانتماء لدى الشباب.

3- من حيث النتائج: أكدت الدراسات الإعلامية، التي تناولت اعتماد الحكومات على أدوات التواصل الاجتماعي، كثرة اعتماد الحكومات والمسؤولين الحكوميين على أدوات ووسائل التواصل الاجتماعي؛ من أجل تزويد الجمهور بما يستجد من أمور متعلقة بالقرارات الخاصة بالدولة، وذلك من خلال التوسع في إنشاء صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أكدت كثرة اعتماد الجمهور نفسه على تلك الصفحات للتعرف على الأخبار عن الأحداث المختلفة في الدول، كذلك أكدت الدراسات أهمية ودور وسائل



التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الانتماء والهوية الوطنية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى الجمهور، وعليه تبحث الدراسة الحالية دور وفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء بين الشباب المصري.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة مما أوردته الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة، وتحديد الخلفية النظرية لموضوعها، وتحديد المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، والتعرف على طبيعة الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات السياسية لذلك، والمساعدة في صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها بشكل أكثر دقة وتحديداً، والاستفادة من نتائج الدراسات السابقة، والعمل على تفسيرها، ومقارنتها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

#### مشكلة الدراسة:

مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، ونجاحها في نشر المعلومات بسرعة فائقة، واتساع نطاق شعبيتها وقاعدتها الجماهيرية مؤخرًا، زاد اعتماد الوزارات المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة فيس بوك؛ بهدف التواصل مع الجمهور وإعلامهم بالأنشطة والخدمات التي تقدمها، كما ركزت بشكل أساسي على المبادرات القومية التي تعمل على تدعيم صلة المواطنين بالدولة وزيادة الانتماء إليها، ولما كانت التنمية تمثل الهدف الاستراتيجي الذي تسعى له الدولة المصرية في الوقت الراهن، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل ركناً أساسياً من أركان الإعلام الجديد، الذي أصبح يؤدي دوراً كبيراً ومهماً كأداة للتعبئة الجماهيرية، وأحد أهم الوسائل التي تعمل على زيادة اتصال الجمهور بدولتهم وزيادة ارتباطهم بها وانتمائهم إليها، ونتيجة لأهمية مرحلة الشباب في عملية التنمية، فقد تحددت المشكلة البحثية للدراسة في وصف وتقييم دور صفحات الوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم وتعزيز قيم وأسس الانتماء لدى الشباب المصري، وذلك من خلال تحليل عينة من المنشورات المتعلقة بتقديم أبعاد التنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية للتعرف على الاستراتيجيات والأساليب التي اعتمدت عليها تلك الصفحات لتعزيز قيم الانتماء لدى الشباب، إلى جانب دراسة مسحية على عينة من الشباب في محافظتي القاهرة والجيزة؛ بهدف

التعرف على معدل متابعتهم لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك، وتحليل وتقييم التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، والكشف عما إذا كان ثمة علاقة بين دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وتعزيز قيم الانتماء لدى الجمهور.

#### أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من:

1. تناول الدراسة قضية بالغة الأهمية، هي قضية الانتماء وتعزيز الهوية الوطنية، بوصفها تمثل تحدياً مطروحاً علينا بشدة في عصر العولمة والسماوات المفتوحة، كما أنها تتعلق بكيفية الحفاظ على ذاتيتنا وخصوصيتنا الوطنية، وبوصفها قضية خلافية تتباين الآراء بشأنها وتتصارع الثقافات حولها.

2. تنبع أهمية الدراسة من خلال موضوعها حول دور صفحات الوزارات المصرية من أجل نشر ثقافة الانتماء والهوية الوطنية لدى الشباب، وما تمثله تلك المنصات من أهمية بالغة في الإسهام في تحقيق أهداف الحكومة المصرية فيما يتعلق بموضوع التنمية المستدامة.

3. أهمية مرحلة الشباب، خاصة وأنهم الهدف الأساسي من التنمية في الجمهورية المصرية الجديدة، كما أنهم الفئة المستهدفة من التطورات الحادثة في المجالات المختلفة وفقاً لرؤية مصر 2030.

4. وتتمثل الأهمية التطبيقية لتلك الدراسة في توفير مؤشرات مهمة عن تقييم الشباب المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ودعم الانتماء الوطني لديهم، مما يساعد صنّاع القرار والمسؤولين في الاعتماد على تلك الصفحات لتعزيز الانتماء والهوية والمواطنة لدى الشباب.

#### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على فاعلية صفحات الوزارات المصرية ودورها في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية، منها:

#### أهداف الدراسة الميدانية:

1. الكشف عن أنماط ومعدل استخدام الشباب للصفحات الرسمية للوزارات عبر موقع فيس بوك.
2. الكشف عن أسباب استخدام الشباب للصفحات الرسمية عبر موقع فيس بوك ومستوى تأثرهم بها.
3. التعرف على تقييم الشباب المصري لدور الصفحات الرسمية للوزارات على موقع فيس بوك في تقديم أهداف التنمية المستدامة وأبعادها المختلفة.
4. الكشف عن أنماط تفاعل المبحوثين من الشباب المصري مع المنشورات عبر صفحات الوزارات المصرية عبر موقع فيس بوك.
5. قياس مستوى ثقة ومصداقية الشباب المصري في المعلومات المنشورة على صفحات الوزارات المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي.
6. قياس وعي الشباب المصري بمعايير وقيم الانتماء وقدرة الصفحات الرسمية للوزارات في نشر ثقافتها بينهم.
7. التعرف على الأسس المرتبطة بالانتماء على الصفحات الرسمية للوزارات المصرية خاصة التي تتعلق بأبعاد التنمية المستدامة.
8. رصد القيم المرتبطة بالانتماء التي تعززها الصفحات الرسمية للوزارات من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة.

#### أهداف الدراسة التحليلية:

1. الكشف عن القوالب المستخدمة في عرض قضايا التنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك، والعناصر الفنية المستخدمة في عرضها.
2. رصد وتحليل أنشطة الوزارات المقدمة عبر الصفحات الرسمية على فيس بوك المتعلقة بأبعاد التنمية المستدامة، والمقارنة بين دور صفحات الوزارات الأربعة في القيام بتلك الأنشطة.
3. الكشف عن الأبعاد التي اعتمدت عليها صفحات الوزارات المصرية في تناول قضايا التنمية المستدامة.

4. رصد المبادرات التي أطلقتها الوزارات المصرية للشباب فيما يتعلق بتعزيز الانتماء والهوية الوطنية.
5. رصد وتحليل الموضوعات والقضايا المتعلقة بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للتنمية المستدامة في صفحات الوزارات على فيس بوك.
6. رصد وتحليل الاستراتيجيات التي وطّفتها الوزارات المصرية في تعزيز الانتماء لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
7. رصد وتحليل الأساليب الإقناعية التي وطّفتها الوزارات المصرية في تعزيز الانتماء لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.
8. الكشف عن قيم وأسس الانتماء التي تضمنتها المنشورات في الصفحات الرسمية للوزارات المصرية.

#### الإطار النظري:

#### نظرية التهيئة المعرفية:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية التهيئة المعرفية؛ وتهتم هذه النظرية بالذاكرة الإنسانية وطريقة تمثيل الأفراد للمعلومات وتعاملهم معها، وكيفية تخزين تلك المعلومات واسترجاعها (Shapira, 2017)، وتعريف التهيئة في علم النفس المعرفي بأنها المعلومات الجديدة التي تقدم في قضية معينة تنطبق على الاستخدامات في التقييمات اللاحقة (Brug et al, 2007)، كما أنها قدرة المعلومات الجديدة على تبديل معايير تقييم الجمهور للزعماء السياسيين.

تستند النظرية إلى فكرة مؤداها أن التغطية الإعلامية، من خلال تركيزها على بعض الجوانب وتجاهلها جوانب أخرى، تؤثر في المعايير التي يبني على أساسها الأفراد تقييماتهم وأحكامهم حول المؤسسات الحكومية والقادة، أي أن الأفراد حين يصدرن قراراتهم وأحكامهم فإنهم نادراً ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم، فهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهني، ويميلون إلى اختزال هذه المعلومات (Uchenna, 2013) وتتم التهيئة المعرفية في ذهن الجمهور من خلال ترميزهم المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام والاحتفاظ بها في الذاكرة، واسترجاع هذه المعلومات من الذاكرة لاستخدامها في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة (RuthieKelly, 2016) وترمي

هذه النظرية إلى اختبار دور وسائل الإعلام في تحديد المعايير التي يعتمد عليها الجمهور في تقييماتهم للأحداث المختلفة (Denis & Coleman, 2014)، وبمعنى أوضح، تؤثر المادة الإعلامية في معايير تقييم القضايا من خلال تركيز هذه المواد على بعض القضايا دون بعض آخر، ومن هنا فإن نظرية التهيئة المعرفية تحاول تقديم تفسير شامل ومقبول من وجهة النظر النفسية لكيفية تكوين المواطنين لتقييماتهم وكيفية تعديل هذه التقييمات. وتقوم النظرية على فرض أن التغطية الإعلامية تؤثر في معايير تقييم الحكومات والرؤساء والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال بعض آخر (Scheufele & Tewksbury, 2007)، فالتعرض المستمر للتغطية الإعلامية لقضية معينة يزيد من إمكانية وصولها إلى ذاكرة الفرد (حسنين، 2019)، باستبدال المعايير المستخدمة لإصدار التقييمات السياسية بمعايير جديدة (Karp & Stevens, 2012)، ويتضح بذلك وجود بعض العمليات المعرفية كما يلي:

- 1- تركيز التغطية الإعلامية على قضية ما يثير الاهتمام بها وقبولها (Vreese, 2004).
- 2- التغطية الإعلامية لقضية ما يوجه تفكيرنا What to think about، ومن ثم قد يخلق تقييماً لدى المشاهدين.
- 3- التعميم، فالقضية الأبرز في وسائل الإعلام والأكثر حضوراً في أذهان المشاهدين قد تصبح معياراً للحكم العام، (عقل، 2006)، وهي بذلك أشبه بمنطق الاستدلال، إذ نستدل بالجزء على الكل (حجاج، 2015).

وتتبنى النظرية عدداً من الفروض الرئيسية، منها ما يلي:

1. يستند أفراد الجمهور إلى المعارف المستقاة من التغطية الإعلامية بشأن القضايا البارزة، بوصفها المعايير المرجعية لتقييم أداء الرؤساء والساسة، والحكومات وغيرها من كبار المسؤولين.
2. تؤثر وسائل الإعلام بقوة في معايير تقييم أفراد الجمهور للقضايا والأحداث، فيحكم من خلالها على الشخصيات، وذلك بإبرازها لبعض القضايا والأحداث والحقائق وإغفالها لبعض آخر، وهو ما يعني أن زيادة تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة يؤدي لزيادة وضوح القضية أو بروزها، مما يؤدي إلى زيادة التهيئة العامة للجمهور

بشأن تلك القضية (Moy et al, 2006)، ويعرف البروز بأنه: كثافة الفترة الزمنية لمعالجة قضية ما بقدر مهم وكبير من قبل وسائل الاتصال المتفاعلة معها (Martinez, 2012).

3. كلما زاد حجم التغطية الإعلامية، أي كلما زادت التهيئة المعرفية لقضية معينة، ارتفع احتمال تحقيقها للهدف منها، وهو التأثير في المعايير التي يعتمد عليها الجمهور في إصدار أحكامه، وهذا يعني أن معايير التقييم لدى الجمهور يمكن أن تتغير بتغير محاور تركيز وسائل الإعلام من فترة لأخرى، فتكون القضية أو المشكلة أو الشخصية التي تركز عليها وسائل الإعلام في فترة معينة أكثر حضوراً في أذهان الجمهور عند تقييم عمل معين خلال الفترة نفسها.

4. كلما اتفق المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام مع القيم والأفكار والمعتقدات المستقرة في عقلية المتلقي ارتفع احتمال تقبله لها، ومن ثم تأثيرها في موقفه، أي كلما ازداد الانتباه لقضايا معينة داخل البيئة المعلوماتية للفرد، فإن هذه القضايا سيكون لها أهمية أكبر عند تقييمها.

5. الأفكار التي لها علاقة ببعضها تتصل مع بعضها في شبكة عقلية، واستثارة إحدى هذه الأفكار يؤدي لاستثارة الأفكار الأخرى المرتبطة بها من الذاكرة في إطار السياق الذي تدور فيه.

وتظل معايير تقييم قضية ما ثابتة نسبياً؛ أي أن التغيرات التي تحدث في تقييم قضية ما ترجع أساساً إلى التغير في الأهمية النسبية التي يوليها المواطن للاعتبارات المختلفة التي يبني على أساسها التقييم، أي أن التأثير هو التغيير في درجة بروز هذه الاعتبارات والمعايير.

#### المفاهيم الأساسية للنظرية:

1- البروز Saliency: ويشير إلى قدر الاهتمام الذي تحظى به القضية، أو قدرتها على احتلال أكبر قدر من الاهتمام، (ذو الفقار، 2007)، إذ تحصل تلك القضية على الاهتمام الأكبر في تغطيات وسائل الإعلام المختلفة مقارنة بغيرها، في وقت عرضها نفسه (بروز إعلامي)، وأن تكون أيضاً أكثر أهمية لدى الجمهور مقارنة بغيرها (بروز فردي) (عبد

الحميد، 2018)، فالأفراد الذين يعدون قضية ما الأهم سيتخذونها معياراً لتقييم الأداء، وسيكون تأثيرها أقوى في حدوث التهيئة (عبد الغفار، 2016).

2- إمكانية الاسترجاع Accessibility: وتعني المعلومات التي تصل إلى العقل تلقائياً أثناء عملية التقييم، وتعدّ هذه المعلومات أكثر استرجاعاً من غيرها؛ نظراً لاختزال الأفراد واعتمادهم على المعلومات الأكثر حضوراً والأسهل في التذكر بشكل تلقائي (شاهين، 2010)، ويمكن لوسائل الإعلام أن تجعل أحداثاً معينة أسهل في الاسترجاع (Price, et. el, 1997) easily recalled، فالمعلومات الأكثر تكراراً وحادثة في التغطية الإعلامية يُعتمد عليها (Vreese, 2004).

3- الملاءمة Applicability: وتعرف بأنها: تداخل بين سمات المثير والهدف (Martinez, 2013)، ويُقصد بها درجة الارتباط بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام وموضوع التقييم الذي سيتعرض له الفرد (الذي سيصدره) (أبو زيد، 2012).

#### نظرية التهيئة المعرفية ومواقع التواصل الاجتماعي:

تفترض نظرية التهيئة المعرفية أنه كلما كانت أي قضية بارزة في الأخبار زاد تأثير آراء المتابعين حول هذه القضية، مما يؤثر في الرأي العام، مما يعني أن المتابعين العاديين يلاحظون فقط الأحداث والقضايا التي تظهر في الأخبار؛ أما تلك التي لا تغطيها وسائل الإعلام فقد لا تكون موجودة، وما يلاحظ في تلك الوسائل يصبح الأساس لاعتقادات الجمهور حول الموضوع المثار، ومن ثم، فإن الأهمية النسبية للقضايا في الأخبار هي المحدد الرئيسي لتصورات الجمهور حولها (Shanto Iyengar, 2008).

ولما كانت مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أكثر الوسائط الإعلامية التي تتناول عدداً كبيراً من القضايا والموضوعات، وتكرارها بشكل كبير، كما أنها من أكثر الوسائل التي يتابعها الجمهور، وعلى هذا النحو، فمن المتوقع أن تكون التأثيرات المتوقعة من خلال نظرية التهيئة قوية بشكل خاص، كما هو الحال في أشكال أخرى من الوسائط، مثل التلفزيون (Evan Doyle, YoungAh Lee, 2016, 913-919).

#### ويمكن الاستفادة من النظرية من خلال الآتي:

- تساعد النظرية المؤسسات التي ترغب في خلق أو تعديل صورتها الذهنية لدى الشباب المصري عن التنمية المستدامة في مصر، وما يستتبعه من دعم الانتماء الوطني لديهم،

وذلك بالتركيز على أهداف التنمية المستدامة وأبعادها، وإبرازها إعلامياً، فيما تنشره عنها الصفحات الرسمية للوزارات المعنية بذلك.

- تساعد الصفحات الرسمية للوزارات على خلق بيئة تساعد على دعم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري على المدى الزمني، فعند التركيز على قضايا وشخصيات تحمل في طياتها معياراً جديداً إيجابياً يزداد الاتجاه الإيجابي.
- وقد استفادت الباحثة من هذه النظرية؛ إذ تُعد مدخلاً ملائماً للدراسة، ويمكن الاستفادة منها للاستدلال على انتماء الشباب المصري، الناتج عن التعرض للصفحات الرسمية لبعض الوزارات المصرية للتوعية بأهداف التنمية المستدامة، بالتوافق مع تأثيرها في العمليات المعرفية الداخلية كالإدراك، والفهم، والتذكر، وقياس تأثير تلك الصفحات في تقييم الشباب المصري الكلي والجزئي.

#### تساؤلات الدراسة:

#### تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما قوالب المنشورات على صفحة فيس بوك الخاصة بالوزارات المصرية عينة الدراسة؟
- 2- ما أشكال ومعدل تفاعل الجمهور مع منشورات الوزارات المصرية عينة الدراسة عبر فيس بوك؟
- 3- ما الأبعاد التي اعتمدت عليها صفحات الوزارات المصرية في تناول قضايا التنمية المستدامة؟
- 4- ما طبيعة الموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي تناولتها الصفحات الرسمية للوزارات عن التنمية المستدامة؟
- 5- ما أبرز الموضوعات والقضايا المتعلقة بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للتنمية المستدامة في صفحات الوزارات على فيس بوك؟
- 6- ما أبرز المبادرات التي أطلقتها الحكومة المصرية خلال فترة التحليل، التي تهتم بتعزيز الانتماء لدى الشباب؟



- 7- ما الاستراتيجيات التي وظفتها الحكومة المصرية في تعزيز الانتماء لدى الشباب المصري من خلال الصفحات الرسمية للوزارات؟
- 8- ما الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات في تعزيز الانتماء لدى الشباب المصري من خلال الصفحات الرسمية للوزارات؟
- 9- ما الأسس والقيم الخاصة بالانتماء، التي ركزت عليها صفحات الوزارات عينة الدراسة عند متابعتها لأبعاد التنمية المستدامة؟

#### تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما معدل متابعة الشباب للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على موقع فيس بوك؟
- 2- ما أسباب متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على موقع فيس بوك؟
- 3- كيف أسهمت الصفحات الرسمية للوزارات في إمداد الشباب بمعلومات عن التنمية المستدامة؟
- 4- ما أنماط تفاعل الشباب عينة الدراسة مع منشورات الصفحات الرسمية للوزارات على موقع فيس بوك؟
- 5- ما درجة ثقة الشباب في المنشورات التي تقدم على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك؟
- 6- ما معدل متابعة الشباب المصري لقضايا التنمية المستدامة عبر الصفحات الرسمية للوزارات؟
- 7- ما مستوى تقييم الشباب عينة الدراسة لأداء الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك ودورها في متابعة قضايا التنمية المستدامة؟
- 8- ما مستوى تقييم الشباب لدور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم الانتماء لديهم من خلال تناول القضايا التنموية؟
- 9- ما الأسس المرتبطة بالانتماء في الصفحات الرسمية للوزارات في دعمها لدى الشباب من خلال تناول القضايا التنموية؟

10- ما طبيعة علاقة تقييم الشباب لما تنشره صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك فيما يتعلق بالتنمية المستدامة وتعزيز أسس وقيم الانتماء لديهم؟

#### فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب المصري للصفحات الرسمية للوزارات ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الشباب المصري في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات في أداء دورها التنموي.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز أسس الانتماء للشباب المصري.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

#### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية؛ إذ تسعى لرصد وتحليل تفاعل الشباب المصري مع الصفحات الرسمية لكل من الوزارات (وزارة البيئة - وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية - وزارة التنمية المحلية - وزارة التضامن الاجتماعي)، من خلال موقع فيس بوك، وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري.

#### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، في إطار دراسة ما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عينة الدراسة عن التنمية المستدامة، وذلك من خلال تحليل ورصد منشوراتها على صفحاتها عبر فيس بوك، وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري، وتفاعل الجمهور معها خلال فترة الدراسة.

أدوات جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على الأدوات الآتية لجمع بياناتها:  
أولاً: الدراسة التحليلية:

- اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون، وذلك لتحليل مضامين منصات التواصل الاجتماعي عينة الدراسة، من الناحيتين الكمية والكيفية؛ للتعرف على سمات تلك المضامين، وأعدت الاستمارة وفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، ومن خلال تحليل الفئات الآتية:

أ- فئات المضمون وتنقسم إلى:

- الموضوع: هي الفئة التي تسمح بتحديد نوع الموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الصفحات الرسمية للوزارات المصرية، مثل: (عرض المبادرات - الإنجازات - الاجتماعات... إلخ).

- الأبعاد: هي الفئة التي تتعلق بالبعد الخاص بالتنمية المستدامة في صفحات الوزارات، وتتضمن (الاجتماعي - البيئي - الاقتصادي)، وتحليل الموضوعات المتعلقة بالأبعاد الثلاثة من خلال الصفحات الرسمية للوزارات.

- مضمون التفاعل: وتتضمن تحليل أنواع التعليقات التي يتفاعل من خلالها الجمهور مع الوزارات، كما تتضمن كيفية رد الوزارات.

- الاستراتيجيات: وتتضمن استراتيجيات الاتصال المستخدمة في صفحات الوزارات المصرية التي تتضمن (استراتيجية الحوار - استراتيجية الإعلام - استراتيجية الإقناع - استراتيجية بناء الإجماع - استراتيجية التفاعل - استراتيجية التواصل - استراتيجية المشاركة).

- الاستمالات والأساليب الإقناعية: وتتضمن الأساليب التي ركزت عليها صفحات الوزارات المصرية عند متابعة موضوعات التنمية المستدامة بهدف تعزيز انتماء الشباب، وتتضمن (الاستشهاد بتصريحات للمسؤولين- الاستشهاد بتجارب واقعية - التصوير في بيئات حية - الاستعانة بقصص مؤثرة عاطفياً - الاستشهاد بالإحصائيات والأرقام - الاستعانة بالرسوم المتحركة - تقديم معلومات حقيقية - استخدام لغة حية وطبيعية... إلخ).

- **أسس الانتماء وقيمه:** وهي الأسس والقيم المرتبطة بتدعيم الانتماء لدى الشباب وتتضمن (حب الوطن - إظهار الإنجازات - دعم التواصل بين أفراد المجتمع - تقبل الآخر واحترامه- الحث على العمل التطوعي - الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع - المشاركة في المناسبات الوطنية - التسامح ونبذ العنف).

#### **ب-فئات الشكل: وتناولت ما يلي:**

- **القوالب الضمنية:** وهي القوالب المستخدمة في صفحات الوزارات في عرض أبعاد التنمية المستدامة، وتتمثل في (الخبر - المتابعات - التقرير- الحوار).
- **مكونات المنشور:** هي الفئة التي تسمح بتحليل كيف قدمت الوزارات الموضوعات المتعلقة بأبعاد التنمية المستدامة على صفحات فيس بوك، وذلك من خلال فئات فرعية أخرى تتمثل في: (النصوص المكتوبة - الصور - الروابط الإلكترونية - مقاطع الفيديو - الإنفوجرافيك).
- **طرق التفاعل:** وهي الفئة التي تركز على أساليب وطرق تفاعل الجمهور مع المنشورات على صفحة الوزارات المصرية على فيس بوك، وتتضمن (إعجاب - تعليق - مشاركة).

● **ثانياً: الدراسة الميدانية:** اعتمدت على أداة الاستبانة لجمع بيانات من عينة من الشباب المصري، وحُدِّدت محاور الاستمارة، وتمثلت في مقياس كثافة تعرض الشباب لمنشورات الوزارات المصرية على صفحة فيس بوك، ومقياس متابعة قضايا وموضوعات التنمية المستدامة من خلال المبادرات والمشروعات القومية التي تروج لها الوزارات، ومقياس تأثير المنشورات المتعلقة بالمبادرات والمشروعات القومية التي تتضمنها صفحة الوزارات الأربعة على فيس بوك في تعزيز قيم الانتماء والهوية لدى الشباب عينة الدراسة.

#### **مجتمع الدراسة وعينتها:**

##### ■ **أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها:**

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في الصفحات الرسمية للوزارات المصرية، التي تُعنى بتناول أبعاد التنمية المستدامة، ومن ثمَّ تعمل على دعم وتعزيز قيم وثقافة الانتماء لدى الجمهور المصري، ولما كان من الصعوبة إجراء البحث على مجتمع الدراسة كله، لجأت

الباحثة إلى اختيار عينة من الصفحات الرسمية الحكومية لبعض الوزارات المصرية، التي يوكل إليها مهام الاهتمام بنشر قيم الانتماء وتعزيزها لدى الشباب، كأحد الجوانب المهمة في تقديم أبعاد التنمية المستدامة، وتتمثل المؤسسات في الصفحات الرسمية لوزارات: (وزارة البيئة - وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية - وزارة التنمية المحلية - وزارة التضامن الاجتماعي)، من خلال موقع فيس بوك، وبلغ عدد مفردات التحليل 808 منشورات في الوزارات الأربعة، خلال الفترة من بداية مايو 2023 إلى نهاية يوليو 2023، وتمثلت خصائص الوزارات الأربعة فيما يلي:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة التحليلية

م	اسم الصفحة	المؤسسة التابع لها	رابط الصفحة	حجم العينة التي خضعت للتحليل	%
1	الصفحة الرسمية للوزارة على فيس بوك	وزارة التضامن الاجتماعي	<a href="https://www.facebook.com/MoSS.Egypt/?locale=ar_AR">https://www.facebook.com/MoSS.Egypt/?locale=ar_AR</a>	210	26.0
2	الصفحة الرسمية للوزارة على فيس بوك	وزارة التنمية المحلية	<a href="https://www.facebook.com/MOLD.eg/?locale=ar_AR">https://www.facebook.com/MOLD.eg/?locale=ar_AR</a>	188	23.3
3	الصفحة الرسمية للوزارة على فيس بوك	وزارة البيئة	<a href="https://www.facebook.com/EGY.Environment/?locale=ar_AR">https://www.facebook.com/EGY.Environment/?locale=ar_AR</a>	178	22.0
	الصفحة الرسمية للوزارة على فيس بوك	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية	<a href="https://www.facebook.com/MPEDEGYPT/?locale=ar_AR">https://www.facebook.com/MPEDEGYPT/?locale=ar_AR</a>	232	28.7

وتوجد مجموعة من المبررات اختيرت على أساسها عينة الدراسة التحليلية، هي:

- أن الوزارات الأربعة تُعنى بأبعاد مختلفة للتنمية المستدامة (البعد الاجتماعي - الاقتصادي - البيئي)، وتتمثل في الوزارات التي اعتمدت عليها الباحثة، لذا ستكون من أكثر الوزارات اهتماماً بنشر المبادرات والأخبار والمشروعات القومية التي من شأنها العمل على زيادة انتماء الشباب لدولتهم.

- تمتلك الوزارات الأربعة صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة موقعي فيس بوك وتويتر، تُحدثها أولاً بأول من خلال نشر الأخبار والأحداث التي تتعلق بالمبادرات الوطنية والقومية التي تدعم الانتماء.
- تعمل الوزارات الأربعة على عرض عدد كبير من الأخبار المتعلقة بتعزيز الانتماء، خاصة في المناسبات الوطنية، مثل: الاحتفال بذكرى انتصارات أكتوبر، وتحرير سيناء، والأعياد القومية للمحافظات مثل: محافظة قناة السويس، وسيناء، وبورسعيد، التي شهدت اهتماماً كبيراً من الوزارات، خاصة وزارتي التنمية المحلية والبيئة، إلى جانب الاهتمام بعرض أحداث وأخبار المؤتمرات التي تنظمها جمهورية مصر العربية؛ بهدف تمكين الشباب وتعزيز الانتماء لديهم.
- تسعى الوزارات المصرية لاستخدام الفضاء الرقمي في تعزيز قيم الانتماء وحب الوطن، عبر توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من خلال بعض الاستراتيجيات، التي تشمل نشر المعلومات الوثائقية والتاريخية التي تشير إلى تطوير الدولة والإنجازات التي حققتها في المجالات المتنوعة، والتركيز على دور الدولة فيما يتعلق بالإجراءات المتبعة لتحقيق سعادة المواطن المصري، التي من خلالها تم إيجاد عدد من المبادرات القومية التي تستهدف الانتماء بشكل مباشر، وتدعيم تمكين الشباب وحثهم على التواصل الدائم مع الحكومة، ونشر الأخبار المتعلقة بدور الدولة في المحافظة على الثقافة المجتمعية، ومنعها من الاندماج في الثقافات الخارجية، أيضاً من بين الاستراتيجيات نشر الأخبار المكتوبة والمرئية والمتعلقة بإسهامات الدولة في البحث العلمي والإنتاج الفكري (XU, 2022).
- وجدت الباحثة تفاعلاً كبيراً من الشباب المصري مع منشورات الوزارات، من خلال التعليقات والمشاركات واستخدام الهاشتاج لنشر الأخبار على نطاق أوسع.
- تزامنت فترة التحليل مع الاحتفال بعدد من الأعياد الوطنية والدينية، ومنها: الاحتفال بعيد تحرير سيناء، وعيد العمال المصري، وثورة 30 يونيو، إلى جانب ثورة 23 يوليو، كما تزامنت مع الاحتفال بعيد الأضحى المبارك، وهو ما يعطي

مؤشراً مهماً لاهتمام الوزارات بتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب خلال الاحتفال بتلك الأعياد.

#### ■ ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الشباب المصري في محافظتي القاهرة والجيزة من مستخدمي المنصات الإعلامية، واختيرت محافظة القاهرة تحديداً نظراً لما تتضمنه من فئات مختلفة؛ كونها تمثل عاصمة الجمهورية ويتوافد إليها عدد كبير من المصريين لإنجاز المهام وللدراسة أو العمل، كما اختارت محافظة الجيزة؛ نظراً لاحتوائها على قرى ريفية لضمان تمثيل المجتمع الأصلي، ونظراً لاتساع مجتمع الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على عينة قوامها (300) من الشباب المصري الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، واختيرت هذه العينة بشكل عمدي، أي أن العينة اختيرت بناء على مواصفات معينة حددتها الدراسة (علام، 2012)، وقد اعتمدت الباحثة على طريقة كرة الثلج في الوصول للعينة من الشباب، وهي الطريقة الأنسب لموضوع الدراسة.

واختيرت فئة الشباب لأهمية تلك المرحلة؛ إذ يشكل الشباب قطاعاً حيوياً في مجمل النسق السكاني للمجتمع والسياق الاجتماعي والاقتصادي للدولة، وأيضاً كمشروع وطني وقومي تتحدد من خلاله ملامح الحاضر والمستقبل؛ ولأهميته أيضاً اقتصادياً؛ إذ يعدّ عنصراً أساسياً في العملية التنموية، نماءً وانتماءً، وبه يبنى مستقبل الوطن، كما أنها الفئة الأكثر متابعة لمواقع التواصل الاجتماعي طبقاً لإحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء الذي أكد أن نسبتهم وصلت إلى 89٪، كما أنها الفئة التي تهتم بقضايا الهوية الوطنية والانتماء وأيضاً قضايا التنمية المستدامة، ونتيجة للتعقيد الذي يتسم به موضوع الدراسة الحالية، فقد راعت الباحثة طبيعة المرحلة العمرية لأفراد العينة حتى يكونوا على دراية بمفهوم الانتماء والولاء الوطني.

جدول (2)  
خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	المجموع	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
100%	300	1.5333	55.7	167	ذكر	النوع
			44.3	133	أنثى	
100%	300	1.4967	50.3	151	من 18 إلى أقل من 25 سنة	السن
			49.7	149	من 25 سنة إلى 30 سنة	
100%	300	1.6800	32.0	96	قرية	مكان الإقامة
			68.0	204	مدينة	
100%	300	2.17000	6.7	20	من 1000 إلى أقل من 3000 جنيه	الدخل الشهري للأسرة
			69.7	209	من 3000 إلى أقل من 6000 جنيه	
			23.7	71	من 6000 فأكثر	
100%	300	2.12300	4.0	12	متوسط	المستوى العلمي
			74.7	224	جامعي	
			21.3	64	فوق الجامعي	

#### اختباري الصدق والثبات لأداة الاستبانة:

للتأكد من صدق الأدوات وصلاحياتها لجمع بيانات الدراسة، وتحقيق أهدافها، عرضت الباحثة الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين من الأكاديميين الذين أبدوا ملاحظات مهمة حول عدد من التساؤلات والمتغيرات، وفي ضوء تلك الملاحظات والتوجيهات أعادت الباحثة صياغة بعض التساؤلات، وإجراء التعديلات الخاصة بال حذف والإضافة، وللتأكد من ثبات الأداة استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Test-Re-Test (بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول على عدد 30 مفردة ممن أُجريت عليهم الدراسة بما يمثل 10% من إجمالي العينة)، وبتطبيق معادلة هولستي، أسفرت النتائج عن نسبة ثبات بلغت 89%، وهي نسبة تدل على الوضوح والثقة في الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق.



## اختبار الصدق والثبات لأداة تحليل المضمون:

1) اختبار الصدق: يقصد بالصدق أو بالصحة *validity*، صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما يُراد قياسه، أو بمعنى آخر، صلاحية أداة البحث لتحقيق أهداف الدراسة (إمام، 1989، ص42)، وقد تم قياس صدق التحليل من خلال ما يلي:

التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته، وتعريف كل فئة وكل وحدة تعريفاً دقيقاً وواضحاً وشاملاً، وعرض الصحيفة على مجموعة من المحكّمين، وذلك للتأكد من أن الأداة تقيس ما أُعدت لقياسه بالفعل.

2) اختبار الثبات: يقصد بثبات التحليل أن الاستمارة تعطي النتائج نفسها أو قريبة منها إذا ما طُبقت على مادة مُعينة في أوقات مُختلفة، أو بواسطة باحثين مُختلفين (عبد العزيز، 2011، ص275)، وقد أجرت الباحثة اختبار ثبات التحليل مع زميلتين، خلاف الباحثة، بعد شرح الفئات لهم وتدريبهم عليها، وتزويدهم بقائمة التعريفات الخاصة بفئات التحليل، وقد أجرى الثبات على عينة مُختارة من الأخبار الموجودة على مواقع الصفحات الإلكترونية المصرية (وزارة التضامن الاجتماعي، ووزارة التنمية المحلية، ووزارة البيئة، ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية)، بلغت 80 خبراً (محل الدراسة)، من إجمالي 808 أخبار، أي بنسبة (10%) من عينة الدراسة الإجمالية، وقد تم حساب ثبات التحليل وفقاً للخطوات الآتية:

$$\text{عدد حالات الثبات} = 3 \times 2 = 6 \text{ حالات}$$

- إذا رمزنا للمحللين بالرموز (أ، ب، ج) تكون حالات الثبات: (أب، أج، ب ج).

- وبذلك فإن حالات الثبات، هي:

$$\text{ثبات أ ب} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{11340 \times 2}{25200} = 0.900$$

$$\text{ثبات أ ج} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{11592 \times 2}{25200} = 0.920$$

$$\text{ثبات ب ج} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{11844 \times 2}{25200} = 0.940$$

$$\text{ترتيب الوسيط} = \frac{1+3}{2} = \frac{1+n}{2} = 2$$

وبترتيب القيم السابقة تنازلياً أو تصاعدياً لحساب الوسيط، تصبح القيم: (0.900، 0.920، 0.940)، والوسيط = 0.920. والمتوسط =  $\frac{0.940+0.920+0.900}{3} = 0.920$ ، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتطبيق.

### التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

التنمية المستدامة: تُعرف التنمية المستدامة على أنها إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها، وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة (الغرباوي، 2020).

ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها: طريقة تنمية هدفها الحفاظ على البيئة والثروات الطبيعية من التدهور، مثل: الأراضي، والمياه، والنباتات، والمناخ، وكذلك الموارد البشرية المتمثلة في الإنسان نفسه لجعله أكثر مشاركة في القرارات، بهدف تحقيق العدالة الاجتماعية، والقدرة على تلبية احتياجات الأجيال القادمة وبشكل ينمي الموارد البيئية بشكل ملائم.

أبعاد التنمية المستدامة: تعرف بأنها الأبعاد المتعلقة بعملية التنمية نفسها، وتتمثل في: البعد الاجتماعي، ويهدف إلى تنمية المجتمع وإعادة توزيع الثروة بين أفرادها؛ بهدف تحقيق العدالة الاجتماعية ومحاربة الفقر والتخلف، وتنمية ثقافة الأفراد، والمشاركة الفعالة في اتخاذ القرارات، والبعد الاقتصادي، ويهدف إلى زيادة الثروة وتحقيق التوسع الاقتصادي، والتغلب على المعوقات الاقتصادية، وتوفير رأس المال للمشروعات القومية، وأخيراً البعد البيئي، ويهدف إلى الاهتمام بالمحيط البيئي والحفاظ عليه من التلوث، وإدارة الموارد الطبيعية على نحو أفضل، والحد من الآثار السلبية للتغيرات في المناخ.

الانتماء: ويعبر عن علاقة الفرد بالمحيط الذي ينتسب إليه، ويستخدم بمعنى انتساب الفرد إلى منطقة أو جماعة معينة بحيث يكون جزءاً منها (سليمان، 2013)، ويعرف على أنه: حالة شعور الإنسان أو الشخص بالانضمام إلى مجموعة، وهو عبارة عن علاقة شخصية حسية إيجابية، يبنها الفرد مع أشخاص آخرين أو مجموعة ما، وهو الارتباط أو الانسجام والإيمان مع المنتمي إليه والاعتزاز به (عبد الكريم، 2017).

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه: شعور الشباب المصري بالانتماء والولاء والانتساب تجاه مجتمعهم، وتحملهم المسؤولية تجاه أنفسهم والمجتمع، وذلك نتيجة شعورهم بالأمن والتطور الذي حققه المجتمع في عدد من المجالات المرتبطة بقضايا التنمية، مما يجعلهم مشاركين فاعلين في القضايا المجتمعية.

الشباب: عينة من الشباب المصري من سن 18 إلى 30 عاماً من سكان محافظتي القاهرة والجيزة.

### المعاملات الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"، من خلال اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية ومنها: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، اختبار كا<sup>2</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)، اختبار (T- Test)؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)، معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لدراسة شدة العلاقة الارتباطية واتجاهها بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

## نتائج الدراسة: أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

### 1. قوالب المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بأبعاد التنمية المستدامة:

جدول (3)

قوالب المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بأبعاد التنمية المستدامة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		القوالب	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
58.8	475	57.8	134	55.1	98	63.8	120	58.6	123	الأخبار
39.4	318	40.5	94	43.3	77	35.1	66	38.6	81	التقارير والمتابعات
1.9	15	1.7	4	1.7	3	1.1	2	2.9	6	الحوار
100.0	808	100.0	232	100.0	178	100.0	188	100.0	210	الإجمالي
2كا: 4.761 درجة الحرية: 6 مستوى المعنوية: 0.575 غير دال										

يتضح من بيانات الجدول السابق غلبة فئة الأخبار بالنسبة لقوالب المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية؛ إذ جاءت بنسبة 58.8% من إجمالي العينة، يليها التقارير والمتابعات بنسبة 39.4%، ثم الحوارات بنسبة 1.9%، وتشير غلبة الأخبار إلى زيادة عدد المشروعات والمبادرات المتعلقة بالتنمية المستدامة خلال فترة التحليل، والخبر هو المادة الأولى التي يسعى إليها الجمهور لحداتها وجديتها، كما أنه يتوافق مع طبيعة المتابعين المصريين من حيث التركيز على الأخبار المهمة دون الدخول في تفاصيل مطولة، والسرعة في تناول الحدث، وترى الباحثة أن الأخبار تعد المادة الأكثر مناسبة لمتابعة تطورات المبادرات القومية المتعلقة بالتنمية المستدامة، وذلك لإعطاء المتابعين شعوراً بزيادة مشروعات التنمية في جميع المحافظات، واهتمام المسؤولين بها.

كما تعد الأخبار أحد أهم القوالب التي تعتمد عليها الوزارات في تعريف الجمهور بما يستجد من أحداث، لذلك فإن غالبية المواد المنشورة كانت تتبع فئة الأخبار، وهو ما يتوافق مع دراسة (جاء الله، 2017)، فقد احتل الخبر فيها مقدمة القوالب الفنية المستخدمة في مواقع الدراسة بنسبة 98.1%، يليه الفيديو 11.5%، ثم التقرير 11.5%، وقد جاءت الأشكال الأخرى بنسبة قليلة، كما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إبراهيم، 2016)، فقد كانت غالبية المنشورات التي تم تحليلها مادة خبرية بنسبة

98.8%، بينما اختلفت مع دراسة (أحمد، 2016)؛ إذ جاء الكوميكس (الكاريكاتير) على قمة أشكال المضمون المتاح على موقع "فيسبوك" بنسبة 98%.



شكل (1)

أحد الأخبار الخاصة بانطلاق المرحلة الثانية من مشروع "سويتش ميد" على صفحة وزارة البيئة وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا2: 4.761 عند مستوى معنوية 0.575، وهي قيمة غير دالة، أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في اعتمادها على القوالب الصحفية المقدم من خلالها الموضوعات الخاصة بأبعاد التنمية المستدامة.

## 2. مكونات المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بأبعاد التنمية المستدامة:

جدول (4)

مكونات المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بأبعاد التنمية المستدامة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		مكونات المنشور	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
39.6	789	34.6	229	49.2	180	32.9	180	47.7	200	نصوص مكتوبة
24.4	487	22.4	148	26.5	97	20.5	112	31.0	130	صور
9.2	184	9.4	62	10.1	37	8.6	47	9.1	38	مقاطع فيديو
6.9	137	3.3	22	12.0	44	5.3	29	10.0	42	إنفوجرافيك
19.9	396	30.3	200	2.2	8	32.7	179	2.1	9	عناصر تفاعلية (روابط وهاشتاج)
100.0	1993	100.0	661	100.0	366	100.0	547	100.0	419	الإجمالي

كا: 278.509 درجة الحرية: 12 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.350

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المنشورات التي جاءت على صفحات الوزارات المصرية قد احتوت وبنسبة 39.6% من إجمالي عينتها على النصوص المكتوبة؛ إذ تعد النصوص المكتوبة المادة الرئيسية التي تعتمد عليها الوزارات في شرح مضمون الأخبار، والمتابعات الخاصة بأعمال المبادرات والمشروعات المتعلقة بالتنمية المستدامة، وبذلك تتفق النتيجة الخاصة بالمحتوى النصي للدراسة مع ما توصلت إليه كل من دراسة (جاب الله، 2017) في أن الأخبار النصية قد احتلت مقدمة نوع المنشورات على صفحات العينة على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد بلغت نسبة 99.7%، يليها الصور بنسبة 37.5%، ثم الفيديو، ودراسة (الشريف، 2016)؛ إذ سيطر تقديم النص على الشعارات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها لحدث 25 يناير 2011 بنسبة 40%، يليها الصور، ثم الفيديوهات.

وجاء في الترتيب الثاني الصور، كأحد أهم عناصر الإبراز المستخدمة في المنشورات، وجاءت بنسبة 24.4%، وقد لاحظت الباحثة أن معظم المنشورات احتوت على

عدد كبير من الصور الحية، خاصة تلك التي تتعلق بالزيارات الميدانية للمشروعات التنموية في عدد من المحافظات، وكذلك صور حية للاجتماعات التي يبرمها المسؤولون في الوزارات المعنية بالمبادرات والمشروعات القومية المتعلقة بالتنمية المستدامة، وصور النعي والتهنئة بالمناسبات العامة والخاصة، وصور للرئيس إلى جانب بعض القرارات والتحركات، وقد أشارت دراسة (فهمى، 2022) إلى أن الصورة المقدمة من خلال المحتوى المرئي عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري ركزت على تلك جهود المؤسسة العسكرية المصرية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ضمن رؤية مصر 2030 لتحقيق التقدم والنمو والرخاء لمصر.



شكل (2)

صورة حية للاجتماع المبرم بين وزارة التخطيط ووفد من كوريا الجنوبية لمناقشة سياسات خلق بيئة تشريعية جاذبة للاستثمار وتمويل الشركات الناشئة

ثم تحتوي المنشورات على عناصر تفاعلية (روابط إلكترونية، وهاشتاج، وكلمات تفاعلية) بنسبة 19.9% في الترتيب الثالث، وتعد الروابط والهاشتاج أحد أهم العناصر التي تعتمد عليها الوزارات لنشر المبادرات على نطاق واسع، وقد تنوعت الهاشتاجات الخاصة بالمبادرات، التي اعتمدت عليها الوزارات، خاصة وزارة التنمية المحلية، وكان أبرزها #حياة\_كريمة،

#الحفاظ\_علي\_الرقعة\_الزراعية، #وحدة\_تكافؤ\_الفرص،

## الخطة التدريبية للمحليات،

تحسين مستوى الخدمات للمواطنين #المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكوية #، #مبادرة 100 مليون شجرة، وترى الباحثة أن تنوع الهاشتاج يُعدّ عنصراً أساسياً لنشر المبادرات، وهو ما أكدته دراسة (Muslikhin, et. al, 2022) من أن تنوع الهاشتاج يهدف إلى زيادة القاعدة المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بالحملات والمبادرات القومية.

وفي الترتيب الرابع جاءت مقاطع الفيديوهات بنسبة 9.2%، وهي مقاطع الفيديوهات التي تناولت أعمال التطوير الخاصة بالمبادرات، وأخيراً الإنفوجرافيك بنسبة 6.9%، وهي البيانات التي تُختزل في هيئة صور تلخص الوضع الخاص بأعمال المبادرة خلال الفترات المحددة، ويُعرّف بأنه مزيج من العناصر المكتوبة والمرئية التي تُدمج معاً لتقديم أكبر قدر من المعلومات في أقل مساحة ممكنة (Weber & Rall, 2013) ويسهم بشكل كبير في تيسير فهم الخبر المنشور وإدراكه، أو إظهار بعض الجوانب التي ترغب الوسيلة في تأكيدها أو تفسيرها للجمهور (Zwinger & Zeiller, 2016).



شكل (3)

إنفوجرافيك يلخص جهود محافظة التنمية المحلية للتعريف بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية





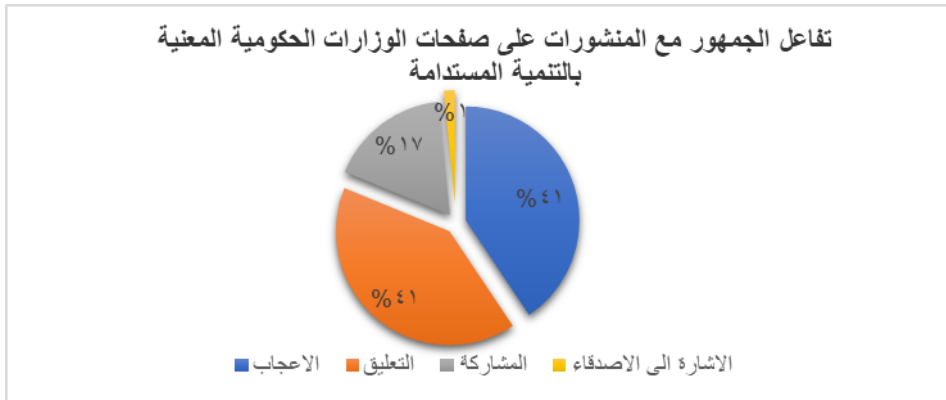
شكل (4)

فيديو عن ندوة برامج الحماية الاجتماعي القائمة على الأدلة في إطار مبادرة حياة كريمة على موقع التضامن الاجتماعي يوضح التفاعل مع المنشورات على الصفحة

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا2: 278.509 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.350، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في اعتمادها على مكونات معينة للمنشورات التي تناولت أبعاد التنمية المستدامة.

3. تفاعل الجمهور مع المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بالتنمية المستدامة:

شكل (5)



يتضح من الجدول السابق أن كلاً من الإعجاب والتعليق جاء في جميع مفردات العينة بنسبة 41٪، وهما الأكثر استخداماً بالنسبة للجمهور، فالإعجاب إحدى أهم أدوات التفاعل، وأكثرها انتشاراً؛ نظراً لسهولة، فهي أداة لا تطلب جهداً من المتابعين سوى الضغط على زر الإعجاب، وقد طورت شركة فيس بوك أشكال الإعجاب لتعبر عن شعور الفرد بالإيموجي المتحرك والثابت؛ وهي: الشعور بالإعجاب، والحب، والفرح، والحزن، والغضب، أو الاهتمام، وقد أشارت دراسة (Nadzir, et. al, 2019) إلى أن الإعجاب أكثر أشكال التفاعل على صفحات المؤسسة الرسمية، بينما انخفضت أشكال التفاعل الأخرى.

أما التعليق فهو الشكل الثاني الأكثر استخداماً بالنسبة للمتابعين، وهو الذي يعبر عن آراء الفرد وتوجهاته نحو المنشور، وتختلف التعليقات سواء كانت استفسارات، أو دعاء، أو إشادة، أو نقداً، أو غير ذلك، وفي الترتيب الثاني جاءت المشاركة بنسبة 17٪ من إجمالي العينة، وهو الأسلوب الذي يعتمد على إعادة نشر المحتوى على الصفحات الشخصية للجمهور، وهو من أهم أدوات التفاعل؛ إذ إنه يعمل على نشر الموضوع على نطاق أكبر، وعلى الأقارب والأصدقاء، وأخيراً جاء التفاعل بالإشارة إلى الأصدقاء بنسبة 1٪، وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (فهمى، 2022)، التي توصلت إلى ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من خلال (التعليقات/ المشاهدات/ المشاركات)، وتشير نسبة التعليقات على المنشورات إلى ثقة الجمهور في المضامين المقدمة، كما تشير إلى أهمية تلك المضامين لهم، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (شرف، 2021)، التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط بين تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة، والثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما توصلت إليه أيضاً دراسة (Elmadany, 2020).

وهو ما يؤكد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الجمهور بالمعلومات عن المبادرات في تدعيم الانتماء لدى الجمهور، ويؤكد (Antwi, 2022) أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في

الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية، وقد أشارت دراسة (محمد، 2021) إلى استفادة الصفحات الخاصة بالوزارات من الإمكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين، والتأثير في اتجاه واهتمام أعداد متوسطة، وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة، والمشاركة المجتمعية.



شكل (6)

جانب من تعليقات المتابعين من الجمهور المصري على منشورات وزارة البيئة على فيس بوك تتضمن جميع أشكال التعليقات

#### 4. طبيعة تعليقات الجمهور على المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بالتنمية المستدامة:

##### جدول (5)

طبيعة تعليقات الجمهور على المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بأهداف التنمية المستدامة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		طبيعة التعليقات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
808	49.6	232	50.4	178	44.4	188	62.9	210	44.8	إشادة بدور الوزارة
449	27.6	132	28.7	99	24.7	98	32.8	120	25.6	دعاء للحكومة
341	20.9	92	20.0	112	27.9	7	2.3	130	27.7	استفسارات
31	1.9	4	0.9	12	3.0	6	2.0	9	1.9	تعليقات سلبية
1629	100.0	460	100.0	401	100.0	299	100.0	469	100.0	الإجمالي

كا: 136.236 درجة الحرية: 9 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.286

يتضح من بيانات الجدول السابق أن تعليقات الجمهور جاءت على شكل الإشادة بدور الوزارة والمبادرات الوطنية وذلك بنسبة 49.6%، ويلاحظ من ذلك مستوى رضا الجمهور عن إنجازات الوزارات ودورها في تنمية المحافظات المصرية؛ إذ أشارت تعليقات الجمهور إلى قبولهم لأعمال التطوير، وبخاصة المنتمين للمحافظات التي تمت فيها أعمال تطوير بالفعل، يليها دعاء وإشادة بدور الحكومة والدعاء لها في أغلبها، وبلغت نسبتها 27.6% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت التعليقات على هيئة ردود إيجابية عن أدوار الحكومة المصرية في تحقيق التنمية، وتنفيذ المشروعات المهمة التي تستهدف رفع كفاءة المواطن المصري، ويشير ذلك إلى رضا الجمهور المصري عن مشروعات الدولة لتنمية المدن والقرى الريفية، كما تشير إلى إيجابية الجمهور المتابع في استخدام المنصات الرقمية لمتابعة أعمال التنمية المستدامة، ثم الاستفسارات بنسبة 20.9% وقد جاءت متنوعة حول وظائف تم التقديم إليها، أو تقديم المطالبات للوزارات، أو التساؤل عن مشروع معين من مشروعات المبادرة وغيرها، وأخيراً التعليقات السلبية التي تتضمن الشكاوى والتعليقات غير المتصلة بموضوع المبادرات بنسبة 1.9% من إجمالي العينة.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 136.236 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ

معامل التوافق 0.286، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في طبيعة تعليقات الجمهور على المنشورات التي تناولت أبعاد التنمية المستدامة.

5. رد الوزارات على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة على صفحة فيس بوك:

### جدول (6)

#### ردود الوزارات على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		مكونات المنشور	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
409	50.6	113	48.7	99	55.6	102	54.3	95	45.2	ترد على الاستفسارات برسائل جاهزة
211	26.1	44	19.0	43	24.2	52	27.7	72	34.3	ترد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل أو الشكوى
188	23.3	75	32.3	36	20.2	34	18.1	43	20.5	لا ترد نهائياً
808	100.0	232	100.0	178	100.0	188	100.0	210	100.0	الإجمالي
24.848: 24.848: درجة الحرية: 6 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.0.173										

يشير الجدول إلى اهتمام الوزارات المصرية بالتفاعل مع الجمهور عن طريق التعليق على منشوراتها، وقد أشارت النتائج إلى أن الوزارات ترد على استفسارات الجمهور من خلال رسائل جاهزة بنسبة 50.6%، يليها الرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل نفسه بنسبة 26.1%، وتشير البيانات إلى اهتمام صفحات الوزارات الحكومية بالرد على استفسارات الجمهور، وقد أكدت دراسة (محمد، 2020) أهمية التواصل مع الجمهور وتأكيد اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي لتدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية، بينما لم ترد الوزارات على استفسارات الجمهور وتعليقاتهم بنسبة 23.3% من إجمالي العينة.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 24.848 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ

معامل التوافق 0.0.173، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات  
الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في الرد على تعليقات الجمهور على المنشورات  
التي تناولت أبعاد التنمية المستدامة.

## 6. أبعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية:

جدول (7)

أبعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		أبعاد القضايا والموضوعات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
24.2	218	38.9	98	13.7	28	19.3	40	22.0	52	الاقتصادية
36.7	330	25.0	63	17.6	36	53.6	111	50.8	120	الاجتماعية
15.4	139	18.3	46	14.1	29	14.0	29	14.8	35	الصحية
23.7	213	17.9	45	54.6	112	13.0	27	12.3	29	البيئية
100.0	900	100.0	252	100.0	205	100.0	207	100.0	236	الإجمالي
كا: 554.379 درجة الحرية: 9 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.559										

يشير الجدول السابق إلى أبعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات  
الوزارات الحكومية، وقد جاء في مقدمتها الأبعاد الاجتماعية بنسبة 36.7% من إجمالي  
العينة، ويعد ذلك أمراً منطقياً؛ فمعظم المبادرات التي تهتم بها الوزارات ذات طابع  
اجتماعي، مثل: حياة كريمة التي تستهدف أعمال التطوير والتنمية في القرى الريفية،  
ورفع كفاءة معيشة المواطنين الأكثر فقراً، لذلك فمن الطبيعي أن تقوم الأخبار الخاصة  
بالمبادرات على الجانب الاجتماعي للتنمية، وترى الباحثة أن الجانب الاجتماعي يعد أحد  
أهم الأبعاد الخاصة بالمبادرات؛ كونها تستهدف بشكل كبير تنمية حياة الأفراد في  
محافظات مصر، لذلك، فالبعد الاجتماعي يعد من الأبعاد التي يجب مراعاتها في تناول  
أعمال المبادرات، وجاءت الموضوعات الاجتماعية في صورة مبادرات بالتعاون مع  
مؤسسات الدولة كمبادرة «سوا هنعدي» و«اتكلم متخافش مصر معاك»، و«أنت غالي  
علينا»، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (حمد، عبد الرحمن، 2022)، التي أسفرت عن  
اهتمام منظمة اليونسكو بالبعدين الاجتماعي والبيئي، وإعطائهما الأولوية مقارنة بالبعد  
الاقتصادي للتنمية المستدامة، فقد ركزت اليونسكو في مضامينها التسويقية على قضايا

توفير فرص التعليم للجميع، والتنوع الثقافي في العالم والارتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها، كركائز أساسية للتنمية المستدامة.

وفي الترتيب الثاني جاءت الأبعاد الاقتصادية بنسبة 24.2٪، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (حسين، 2021)، التي أكدت أن الجوانب التنموية في الموضوعات الاقتصادية جاءت على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها وسائل الإعلام.

وفي الترتيب الثالث جاءت الأبعاد البيئية بنسبة 23.7٪، وقد كان موقع وزارة البيئة الأكثر تداولاً لهذا البعد، يليه موقع التنمية المحلية، وهو ما يشير إلى الاهتمام بالقضايا البيئية، ويتعارض ذلك مع دراسة (عثمان، 2018)، التي أكدت أن الإعلام الجديد لم يُوظف في مجال التوعية البيئية بشكل كبير، وأن ما ينشر في وسائل الإعلام العربية عن البيئة وحمايتها لا يتناسب مع أهميتها. وأخيراً الأبعاد الصحية بنسبة 15.4٪، وتفسر الباحثة اختلاف الأبعاد التي يُعتمد عليها وتعددتها إلى تعدد الأهداف التي تسعى إليها التنمية المستدامة، التي تؤكد أهمية التكامل في عملية التنمية، إذ يجب الاهتمام بجميع الأبعاد؛ وذلك لضمان شمول التنمية في المجتمع.

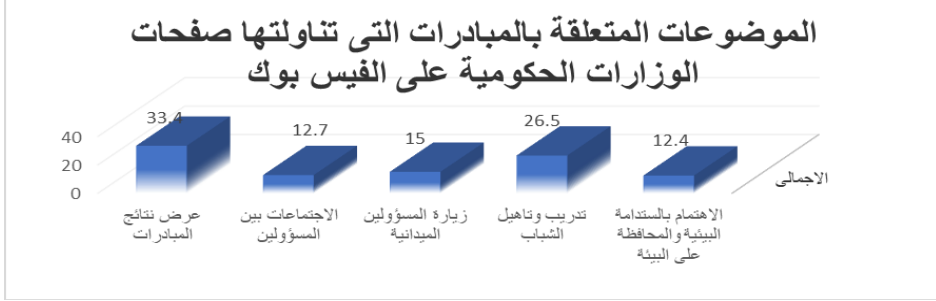


شكل (7)

البعد الاجتماعي في خبر عن تصريح للدكتورة نيفين القباج لمشروع تحسين سبل العيش والتغذية وتمكين المرأة الريفية وأسرتها في قرى المنيا على صفحة التضامن الاجتماعي وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا2: 554.379 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.559، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات

المصرية الأربعة على فيس بوك في تناولها لأبعاد التنمية المستدامة.  
7. أبرز الموضوعات المتعلقة بالمشروعات والمبادرات التي تناولتها صفحات الوزارات الحكومية على فيس بوك:

شكل (8)



يتضح من الشكل السابق أن عرض نتائج المبادرات جاء في مقدمة جوانب الموضوعات الرئيسية التي تتعلق بصفة رئيسة بالقضايا التنموية بنسبة 33.4%، ويعد ذلك أمراً منطقياً؛ إذ تستخدم الحكومة وسائل التواصل الاجتماعي لعرض النتائج الخاصة بالمبادرات القومية، وعرض ما تم تنفيذه من مشروعات خاصة بالمبادرة، وهو الهدف الرئيس من تناول موضوعات التنمية، وقد لاحظت الباحثة اهتمام المواقع بتقديم عرض لأهم المشروعات الجاري تنفيذها ضمن خطة التنمية في بعض المحافظات، مثل: محافظة بني سويف، التي شهدت تطوراً كبيراً مثل: أعمال رصف الطرق لتحقيق أعلى معدلات السلامة والأمان لتوفير حياة كريمة للمواطنين، وتغيير واقعهم إلى الأفضل، ورفع مستوى الخدمات والمرافق وفقاً للإمكانيات المتاحة، والاعتمادات المتوفرة، تنفيذاً لخطة التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وتتوافق تلك النتائج مع دراسة (العبد، 2023)، التي توصلت إلى أن عرض نتائج المبادرات جاء في مقدمة جوانب القضايا الرئيسية التي تتعلق بصفة رئيسة بالتنمية والمحافظة على البيئة بنسبة 18.3%، وتشير النتائج إلى اهتمام وزارة التنمية المحلية باستخدام صفحة فيس بوك لعرض المبادرات والخطة التنموية، وهو ما يتوافق مع دراسة (سعد، 2023)، التي أشارت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في وزارة التنمية المحلية فيما يخص البرامج التنموية، كما أثبتت فاعليتها في تحقيق أهداف الوزارة في إطار خطة الدولة لتحقيق التنمية المستدامة.



وجاء في الترتيب الثاني الاهتمام بتدريب القيادات والشباب وتأهيلهم بنسبة 26.5٪، وتعد مسألة تأهيل قادة التطوير إحدى أهم أساسيات التنمية، يليه جانب "الزيارات الميدانية للمشروعات" بنسبة 15٪، وهو ما يشير إلى اهتمام القوى الفاعلة في الوزارات بمتابعة إنجازاتها، واهتمام الدولة المصرية بتلك المشروعات، وأنها ليست مجرد خطط مكتوبة أو أحاديث في اجتماعاتهم فقط، يليه "الاجتماعات بين المسؤولين" بنسبة 12.7٪، وأخيراً "الاهتمام بالاستدامة البيئية والمحافظة على البيئة" بنسبة 12.4٪.

8. الموضوعات المتعلقة بالبعد الاجتماعي للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

جدول (8)

الجوانب الاجتماعية للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		الموضوعات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
12.1	37	12.9	12	27.3	9	15.5	15	1.2	1	توفير فرص العمل للشباب
11.1	34	10.8	10	6.1	2	13.4	13	10.7	9	المساواة بين الجنسين
4.2	13	3.2	3	3.0	1	3.1	3	7.1	6	حرية التعبير والحصول على المعلومات
3.9	12	3.2	3	6.1	2	4.1	4	3.6	3	تبادل الثقافات بين الشعوب
10.7	33	23.7	22	6.1	2	4.1	4	6.0	5	دعم الفنون وتعزيز أشكال التنوع الثقافي
14.3	44	10.8	10	18.2	6	12.4	12	19.0	16	التمكين الاجتماعي للمرأة والشباب
19.2	59	14.0	13	21.2	7	16.5	16	27.4	23	تحسين مستوى معيشة المواطنين ومحاربة الفقر
18.2	56	17.2	16	9.1	3	25.8	25	14.3	12	تطوير البنية التحتية وتوفير مسكن ملائم للمواطنين
6.2	19	4.3	4	3.0	1	5.2	5	10.7	9	رعاية المسنين ودمج وتأهيل الفئات ذوي الاحتياجات الخاصة
100.0	307	100.0	93	100.0	33	100.0	97	100.0	84	الإجمالي

21: 57.239 درجة الحرية: 24 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.396

تشير بيانات الجدول السابق إلى الجوانب الاجتماعية في الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة، وقد جاء في مقدمتها "تحسين مستوى معيشة المواطنين ومحاربة الفقر" بنسبة 19.2% من إجمالي الموضوعات، يليه "تطوير البنية التحتية وتوفير مسكن ملائم للمواطنين" بنسبة 18.2%، ثم "التمكين الاجتماعي للمرأة والشباب" بنسبة 14.3% من إجمالي الموضوعات، يليه "توفير فرص العمل للشباب" بنسبة 12.1%، ثم "المساواة بين الجنسين" بنسبة 11.1%، يليه "دعم الفنون وتعزيز أشكال التنوع الثقافي" بنسبة 10.7%، ثم "رعاية المسنين ودمج وتأهيل الفئات ذوي الاحتياجات الخاصة" بنسبة 6.2%، يليه "حرية التعبير والحصول على المعلومات" بنسبة 4.2% وأخيراً "تبادل الثقافات بين الشعوب" بنسبة 3.9%، وجدير بالذكر أن الموضوعات الخاصة بالجوانب الاجتماعية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بدعم انتماء الفرد لمجتمعه من خلال متابعة دور المجتمع في حل مشكلات المواطنين، ورفع كفاءة مستوى معيشتهم، إلى جانب توفير الخدمات الأساسية من تعليم وصحة وسكن ومرافق، وهو ما يعمل على شعور الفرد بالانتماء للوطن وتمسكه بالمحافظة عليه.

وتؤكد النتائج اختلاف الجوانب الاجتماعية في المضامين المتعلقة بالتنمية المستدامة، وتفسر الباحثة ذلك باختلاف الأهداف التي تسعى إليها الدولة في ظل رؤية 2030، التي تركز على الجانب الاجتماعي في حياة المواطنين، من حيث الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري، وتحسين مستوى معيشتهم في مختلف نواحي الحياة، وذلك من خلال تأكيد ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي، ومشاركة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية، إلى جانب تحقيق نمو اقتصادي مرتفع ومستدام، وتعزيز الاستثمار في البشر، وبناء قدراتهم الإبداعية، من خلال الحث على زيادة المعرفة والابتكار والبحث العلمي في جميع المجالات.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا<sup>2</sup>: 57.239 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ

معامل التوافق 0.396، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في تناولها للأبعاد الاجتماعية المتعلقة بالتنمية المستدامة. 9. الموضوعات المتعلقة بالبعد البيئي للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

جدول (9)

### الجوانب البيئية للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		الموضوعات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
13.4	41	16.2	12	8.3	10	17.4	15	16.0	4	الارتقاء بالنظم البيئية واستدامتها
16.7	51	13.5	10	15.8	19	15.1	13	36.0	9	الحفاظ على الموارد البيئية
8.5	26	12.2	9	7.5	9	5.8	5	12.0	3	الاهتمام بقضايا تغير المناخ
9.5	29	12.2	9	7.5	9	10.5	9	8.0	2	تشجير الأراضي والطرق
14.1	43	10.8	8	21.7	26	7.0	6	12.0	3	مكافحة التلوث والقضاء على النفايات
9.8	30	13.5	10	5.0	6	14.0	12	8.0	2	الاحتباس الحراري
15.7	48	12.2	9	18.3	22	18.6	16	4.0	1	تعزيز التطورات في ميدان الطاقة المتجددة
12.1	37	9.5	7	15.8	19	11.6	10	4.0	1	حظر استخدام المواد الضارة بالبيئة
100.0	305	100.0	74	100.0	120	100.0	86	100.0	25	الإجمالي

كا: 34.669 درجة الحرية: 21 مستوى المعنوية: 0.031 دال معامل التوافق: 0.319

تشير بيانات الجدول السابق إلى الجوانب البيئية للتنمية المستدامة في منشورات الوزارات المصرية، وقد جاء في مقدمتها الحفاظ على الموارد البيئية بنسبة 16.7% يليه "تعزيز التطورات في ميدان الطاقة المتجددة" بنسبة 15.7%، ثم "الارتقاء بالنظم البيئية"

واستدامتها" بنسبة 13.4%، يليه جانب "حظر استخدام المواد الضارة بالبيئة" بنسبة 12.1%، ثم "تشجير الأراضي والطرق" بنسبة 9.5%، يليه "الاحتباس الحراري" بنسبة 9.8%، وأخيراً "الاهتمام بقضايا تغير المناخ" بنسبة 8.5%، وتشير نتائج الدراسة إلى الاهتمام بالجوانب البيئية المختلفة للتنمية المستدامة، وما دعم هذا الاتجاه هو اهتمام مصر خلال الفترة الأخيرة بقضايا المناخ وتنظيمها لمؤتمر Cop27 في نوفمبر 2023، واشتراكها في Cop28 في الإمارات العربية المتحدة، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (العبد، 2023)، التي أكدت أن "زراعة الأشجار في جميع أنحاء المنطقة داخل المملكة وخارجها" جاء على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها المنشورات، يليه كل من "استصلاح الأراضي المتدهورة"، و"النظافة والاهتمام بالبيئة".

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 2: 34.669 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.031، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في تناولها للأبعاد البيئية المتعلقة بالتنمية المستدامة.

10. الموضوعات المتعلقة بالبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

جدول (10)

الجوانب الاقتصادية للتنمية المستدامة على صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		الموضوعات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
19.9	59	14.5	12	26.8	22	20.5	16	17.0	9	زيادة سبل الإنتاج المحلي
13.5	40	12.0	10	17.1	14	16.7	13	5.7	3	ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة
6.8	20	10.8	9	4.9	4	6.4	5	3.8	2	دعم سبل المعرفة والابتكار والبحث العلمي
10.1	30	10.8	9	3.7	3	11.5	9	17.0	9	مواجهة مشكلات الزيادة السكانية وتوجيهها
8.8	26	9.6	8	4.9	4	7.7	6	15.1	8	المساواة في توزيع الموارد
12.5	37	15.7	13	23.2	19	2.6	2	5.7	3	تشجيع المشروعات الصغيرة والصناعات
16.2	48	14.5	12	12.2	10	19.2	15	20.8	11	التمكين الاقتصادي
12.2	36	12.0	10	7.3	6	15.4	12	15.1	8	تشجيع الاستثمار
100.0	296	100.0	83	100.0	82	100.0	78	100.0	53	الإجمالي

2كا: 41.562 درجة الحرية: 21 مستوى المعنوية: 0.005 دال معامل التوافق: 0.351

جاء جانب "زيادة سبل الإنتاج المحلي" في مقدمة الأبعاد الاقتصادية للتنمية المستدامة في منشورات الوزارات الأربعة بنسبة 19.9٪، يليه "التمكين الاقتصادي" بنسبة 16.2٪، ثم "ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة" بنسبة 13.5٪، يليه "تشجيع المشروعات الصغيرة والصناعات" بنسبة 12.5٪، ثم "تشجيع الاستثمار" بنسبة 12.2٪، يليه "مواجهة مشكلات الزيادة السكانية وتوجيهها" بنسبة 10.1٪، يليه "المساواة في توزيع الموارد" بنسبة 8.8٪، وأخيراً "دعم سبل المعرفة والابتكار والبحث العلمي" بنسبة 6.8٪، وتؤكد الجوانب الاقتصادية للتنمية المستدامة الاهتمام الذي توليه الدولة بهذه الأهداف

ضمن خطة التنمية الشاملة رؤية 2030، التي من شأنها تدعيم ثقة الشباب في مجتمعهم وتوطيد صلتهم به، ليكون الشباب معاصرين ما ينجز على المستوى الاقتصادي، وهو ما يجعل المجتمع يتخذ مكانة مرموقة بين المجتمعات الأخرى، مما يسهم في دعم الانتماء لدى الشباب.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 2: 41.562 عند مستوى معنوية 0.005، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.351، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في تناولها للأبعاد الاقتصادية المتعلقة بالتنمية المستدامة. 11. الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدت عليها الوزارات المصرية في عرض موضوعات التنمية المستدامة:

#### جدول (11)

الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدت عليها الوزارات المصرية في عرض موضوعات التنمية المستدامة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		الاستراتيجيات الاتصالية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
166	20.5	53	22.8	49	27.5	39	20.7	25	11.9	استراتيجية الإعلام
159	19.7	50	21.6	39	21.9	31	16.5	39	18.6	استراتيجية الإقناع
95	11.8	25	10.8	15	8.4	20	10.6	35	16.7	استراتيجية التفاعل
96	11.9	19	8.2	16	9.0	34	18.1	27	12.9	استراتيجية بناء الإجماع
76	9.4	21	9.1	15	8.4	18	9.6	22	10.5	استراتيجية الحوار
94	11.6	25	10.8	20	11.2	21	11.2	28	13.3	استراتيجية المشاركة
122	15.1	39	16.8	24	13.5	25	13.3	34	16.2	استراتيجية التواصل
808	100.0	232	100.0	178	100.0	188	100.0	210	100.0	الإجمالي
كا: 2: 33.499 درجة الحرية: 18 مستوى المعنوية: 0.015 دال معامل التوافق: 0.200										

جاءت استراتيجية الإعلام في مقدمة الاستراتيجيات التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات المصرية، بحيث بلغت 20.5% من إجمالي عينة الدراسة، وتشير استراتيجية الإعلام إلى دور الوزارات في إعلام الجمهور وإخبارهم بما تقوم به من أنشطة وخطط لتطوير الجوانب المختلفة في حياتهم اليومية، وهو الهدف الأول لجميع

وسائل الإعلام لتبصير الجمهور بأنشطة الوزارات وجعله ملماً بالتطورات الحادثة في مجالات التنمية المختلفة، وهو ما يفسر اهتمام الصفحات بعرض أخبار الوزارة وتوثيق أنشطتها بشكل مستمر، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (السيد، 2021)، التي أثبتت أن ثلاثة أرباع المنشورات التي تناولت المشروعات القومية استخدمت استراتيجية الإعلام، واتسمت بأنها ذات طابع رسمي وطويلة، كما اتفقت مع نتائج دراسة (العبد، 2023)، فقد جاء في مقدمة الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات الحكومية "إعلام الجمهور بما يتم تنفيذه من مشروعات تنمية" بنسبة 60.8% ثم "تبصير الجمهور بأنشطة الأجهزة الحكومية التي تقوم بها" بنسبة 57%، كما اتفقت مع نتائج دراسة (حمد، عبد الرحمن، 2022)، فقد تمثل الهدف الرئيس من تسويق تلك القضايا في إخبار العالم بقضايا الاستدامة والترويج لأنشطة منظمة اليونسكو وإسهاماتها في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ونشر الوعي العالمي بتلك القضايا، كما اتفقت مع دراسة (Nadzir, et. al, 2019)، التي أكدت أن المؤسسات الحكومية استخدمت موقع فيس بوك من أجل نشر المعلومات عن الخدمات التي تقدمها للمواطنين.

وفي الترتيب الثاني من الاستراتيجيات الاتصالية جاءت استراتيجية الإقناع بنسبة 19.7%، التي تهدف إلى أحداث تأثير في فئات الجمهور بأهمية أنشطة الوزارات، ودعم دورها في تطوير المجتمع، ثم استراتيجية التواصل بنسبة 15.1%، وفي الترتيب الرابع جاءت استراتيجية بناء الإجماع بنسبة 11.9%، يليها استراتيجية التفاعل بنسبة 11.8%، ثم استراتيجية المشاركة بنسبة 11.6%، وأخيراً استراتيجية الحوار بنسبة 9.4% من إجمالي العينة.

وتؤكد النتائج اهتمام الوزارات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التواصل مع الجمهور، وتشجيعه على المشاركة في الأحداث، سواء على المستوى الشكلي أو الفعلي في الأحداث الجارية، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (محمد، 2020)، التي أكدت فاعلية صفحات الوزارات على مواقع التواصل الاجتماعي في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية، من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، وزيادة نسبة المشاركين في الصفحة.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 33.499 عند مستوى معنوية 0.015، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.200، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدت عليها في متابعة الموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة.

## 12. الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها الوزارات المصرية في عرض موضوعات التنمية المستدامة:

### جدول (12)

الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها الوزارات المصرية في عرض موضوعات التنمية المستدامة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		الاستمالات والأساليب الإقناعية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
14.4	173	23.8	74	14.9	41	11.3	35	7.5	23	الاستشهاد بتصريحات للمسؤولين
22.4	269	13.2	41	27.6	76	24.9	77	24.6	75	التصوير في بيئات حية
9.3	112	5.1	16	6.9	19	14.6	45	10.5	32	الاستعانة بقصص مؤثرة عاطفياً
19.7	236	22.8	71	20.0	55	16.5	51	19.3	59	الاستشهاد بالإحصائيات والأرقام
5.8	70	6.8	21	5.5	15	3.9	12	7.2	22	الاستعانة بالرسوم المتحركة
28.3	340	28.3	88	25.1	69	28.8	89	30.8	94	استخدام لغة طبيعية قريبة من لغة الجمهور
100.0	1200	100.0	311	100.0	275	100.0	309	100.0	305	الإجمالي
كا: 73.234 درجة الحرية: 15 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.240										

يلاحظ من بيانات الجدول السابق أن "استخدام لغة طبيعية قريبة من لغة الجمهور" جاءت في مقدمة الاستمالات الإقناعية التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك، وذلك بنسبة 28.3%، وتعد اللغة الطبيعية والمناسبة للجمهور من أهم عوامل زيادة استيعاب الجمهور لمضمون المنشور، كما يشعرون بأن الوزارة والقائمين عليها قريبون منهم، وذات صلة وثيقة بهم، يليها "التصوير في بيئات حية" بنسبة 22.4%، وقد



وجدت الباحثة أثناء التحليل زيادة اهتمام الوزارات بنقل الأحداث من مواقعها الحية باستخدام الصور والفيديوهات الحية التي تجعل المتابع وكأنه في قلب الحدث، مما يشعره بالمشاركة والثقة بشكل أكبر، وفي الترتيب الثالث جاءت "الاستشهاد بالإحصائيات والأرقام" بنسبة 19.7%، وهي من أهم الاستمالات العقلية؛ إذ تعرض الوزارات نتائج المبادرات مدعومة بالأرقام والإحصائيات الفعلية التي تعطي برهاناً وإثباتاً على ما جاء في المنشور، مما يعمل على زيادة مصداقيته لدى الجمهور، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (حمد، عبد الرحمن، 2022)، فقد اعتمدت اليونسكو على الاستمالات العقلية عن طريق الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية المدعومة بالحجج الإحصائية في مخاطبة الجمهور وإقناعهم، وفي الترتيب الرابع جاءت "الاستشهاد بتصريحات من المسؤولين" بنسبة 14.4%، ثم "الاستعانة بقصص مؤثرة عاطفياً" بنسبة 9.3%، وأخيراً "الاستعانة بالرسوم المتحركة" بنسبة 5.8%، وهو ما يؤكد غلبة الاستمالات المنطقية في عرض الموضوعات الخاصة بأنشطة الوزارات المصرية، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (فهمي، 2022)، التي أكدت أن الاستمالات المنطقية أكثر الاستمالات الإقناعية استخداماً في المحتوى المقدم.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا: 73.234 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.240، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في الاستمالات الإقناعية التي اعتمدت عليها في متابعة الموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة.

### 13. قيم الانتماء وأسسها التي تحث عليها المنشورات في الوزارات المصرية: جدول (13)

#### قيم الانتماء وأسسها التي تحث عليها المنشورات في الوزارات المصرية

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية		وزارة التضامن الاجتماعي		قيم الانتماء وأسسها	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
20.5	166	19.8	46	23.0	41	18.1	34	21.4	45	تعزيز حب الوطن والولاء له
22.0	178	22.8	53	20.8	37	19.7	37	24.3	51	دعم الانتماء والفخر بمنجزات الوطن
13.6	110	18.5	43	8.4	15	13.3	25	12.9	27	التواصل بين أفراد المجتمع
5.9	48	9.1	21	3.9	7	5.9	11	4.3	9	تقبل الآخر واحترامه
16.8	136	9.5	22	23.0	41	20.7	39	16.2	34	الحث على العمل التطوعي
6.8	55	6.5	15	7.9	14	6.9	13	6.2	13	الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع
7.7	62	5.2	12	7.3	13	10.1	19	8.6	18	المشاركة في المناسبات الوطنية والدينية
6.6	53	8.6	20	5.6	10	5.3	10	6.2	13	التصدي للشائعات والأخبار المضللة
100.0	808	100.0	232	100.0	178	100.0	188	100.0	210	الإجمالي

ك: 35.632 درجة الحرية: 21 مستوى المعنوية: 0.024 دال معامل التوافق: 0.206

توضح بيانات الجدول السابق أن "دعم الانتماء والفخر بمنجزات الوطن" جاءت في مقدمة القيم والأسس المرتبطة بالانتماء، التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات لدى الشباب، وقد بلغت نسبتها 22% في الترتيب الأول، وتشير تلك النتيجة إلى أن الوزارات تعتمد على إظهار نتائج الأعمال في المبادرات والمشروعات القومية المتعلقة بالتنمية

المستدامة؛ لتبصير الجمهور بما تقوم به الحكومة من أجله؛ مما يسهم في زيادة انتمائه إلى المجتمع، يليها "تعزيز حب الوطن والولاء له" بنسبة 20.5٪ من إجمالي العينة، وذلك من خلال إظهار الحكومة والمجتمع بمظهر الداعم لمشروعات التطوير، ودعوة المواطن إلى حب الوطن، وزيادة الانتماء إليه، والمحافظة على سلامته من الأعمال المتطرفة، يليها "الحث على العمل التطوعي" بنسبة 16.8٪، ويشير العمل التطوعي إلى الأعمال التي تستهدف مساعدة منظمات المجتمع في تحقيق أهداف التنمية من خلال المشاركة في أعمال التطوير مثل: المشاركة في أعمال التشجير، ومساعدة الأسر المتضررة، والإسهام في محو الأمية وغير ذلك، ويزيد العمل التطوعي من ترابط المواطن داخل مجتمعه، وتقديم الخدمات التطوعية دون مقابل، وهو جوهر موضوع الانتماء للوطن، ثم "التواصل بين أفراد المجتمع" بنسبة 13.6٪، يليها "المشاركة في المناسبات الوطنية والدينية" بنسبة 7.7٪، فقد شهدت فترة التحليل الاحتفال بعدد من الأعياد الوطنية مثل: الاحتفال بعيد تحرير سيناء، وعيد العمال المصري، وثورة 30 يونيو، و23 يوليو، كما شهدت الاحتفال ببعض الأعياد والمناسبات الدينية، وكان أهمها الاحتفال بعيد الأضحى المبارك. ويُعدُّ الاحتفال بالأعياد الوطنية والدينية أحد أهم أسس الانتماء للوطن، وقد أشارت دراسة (Parvez, 2023) إلى أن من بين الأساليب التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الانتماء وتوظيف الأحداث الوطنية، مثل اليوم الوطني لقطر، من أجل الترويج للهوية الوطنية القطرية.

ثم "الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع" بنسبة 6.8٪، يليها "التصدي للشائعات والأخبار المضللة" بنسبة 6.6٪، وقد أشارت دراسة (Snnoussi, 2022) إلى أن من أسباب الاعتماد على صفحة وزارة الصحة الإماراتية الكشف عن الشائعات والتفاعل بشكل مباشر مع القائمين على تلك الصفحة للتأكد من صحة الشائعات والمعلومات المضللة، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (عزوز، 2020) التي أشارت إلى أن الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي أدت دوراً مهماً في نفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدته أيضاً دراسة AI (Tamimi, 2023)، التي أوضحت أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت ترد على جميع

الشائعات والافتراءات التي أطلقتها دول مقاطعة الحكومة القطرية. وأخيراً جاءت قيمة "تقبل الآخر واحترامه" بنسبة 5.9%.

وتتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول؛ إذ بلغت قيمة كا2: 35.632 عند مستوى معنوية 0.024، وهي قيمة دالة إحصائياً، فقد بلغ معامل التوافق 0.206، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صفحات الوزارات المصرية الأربعة على فيس بوك في أسس وقيم الانتماء المتضمنة في الموضوعات المتعلقة بالتنمية المستدامة.

#### 14. الأنشطة والمبادرات التي تناولتها الصفحات الرسمية عينة الدراسة:

من خلال متابعة المنشورات على فيس بوك، الخاصة بالوزارات الأربعة، وجدت الباحثة اهتماماً بمبادرة حياة كريمة في المركز الأول، من حيث اهتمام الوزارات الأربعة بالمبادرات الوطنية، فقد سعت الحكومة المصرية لتوفير حياة كريمة للمواطن المصري، وإطلاق عديد من المبادرات، منها الاجتماعية والصحية وغيرها، كما جاءت المبادرات الرئاسية في مختلف القطاعات في إطار حرص الدولة على الاهتمام بالمواطنين، كذلك وجدت الباحثة عدداً كبيراً من المشروعات والمبادرات في سبيل تدعيم انتماء الشباب، منها: "مشروع سويتش ميد"، المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، ومبادرة مشروعك، ومبادرة نور حياة، ومبادرة ابدأ، ومبادرة دوري، و100 مليون شجرة"، ومبادرة ساند، ومبادرة شباب من أجل التنمية، ومبادرة نتشارك، ومبادرة لريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومبادرة "التعلم للكسب"، وبرنامج لدعم الصحة النفسية، وبرنامج لمواجهة تحديات الأمن الغذائي، ومنصة منتدى شباب العالم للمتطوعين، ومبادرة "المواطن القدوة"، ولأهمية تلك المبادرات، تستعرض الدراسة عدداً من المبادرات التي استهدفتها الوزارات خلال فترة التحليل:

#### أولاً: وزارة التضامن الاجتماعي:

- تدشين مؤسسة "وقفية مصر" تحت شعار "خير مستدام وأثر دائم للعمل الأهلي"، وأعلنت دعم مبادرة "أسطوات مصر" بمليون جنيه لشراء ماكينات وأجهزة للإنتاج كمرحلة أولى- وبرنامج "فرصة للتمكين الاقتصادي"، فنظمت وزارة التضامن

الاجتماعي ملتقى للتوظيف بالشراكة مع وزارة القوى العاملة ومنظمة العمل الدولية في محافظة أسيوط.

- مشروع تحسين سبل العيش والتغذية والتمكين للمرأة الريفية وأسرتها في قرى المنيا؛ تحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠، وتحقيقاً للعدالة الاجتماعية والمساواة في الحقوق والفرص، وتوفيراً للموارد في كل المناطق الجغرافية في الريف والحضر على حد سواء، وتعزيزاً للشمول المالي، مع التركيز على تمكين المرأة، والشباب، والفئات الأكثر احتياجاً.

#### ثانياً: وزارة البيئة:

- المشاركة في تحكيم المسابقة الطلابية بالملتقى التوظيفي للأفكار المبتكرة الداعمة للاستدامة في صناعة الدواء.

- مشروع تخرج "معاً... لمكافحة التغير المناخي" الفائز بالمركز الثاني في المسابقة العالمية التي نظمتها منظمة Google بمبنى الجامعة الأمريكية AUC بالقاهرة - إطلاق المرحلة الثانية من المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية - المرحلة الثانية من المشروع تدعم مفاهيم الاقتصاد الدوار والاقتصاد الأزرق كأحد أهم أهداف التنمية المستدامة".

#### ثالثاً: وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية:

- مبادرة شباب من أجل التنمية - المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية- تطبيق نهج درجة التحضر "DEGURBA" لإنتاج بيانات قابلة للمقارنة في مصر، التي تعقدتها وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية.

#### رابعاً: وزارة التنمية المحلية:

- تعزيز قدرات المرأة المصرية وتمكينها سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، وذلك بتفعيل دور وحدات تكافؤ الفرص على مستوى جميع المحافظات - مبادرة فخامة السيد رئيس الجمهورية لزراعة ١٠٠ مليون شجرة، إذ تعمل وزارة التنمية المحلية على توريد 80 مليون شجرة وزراعتها من خلال المبادرة.

## ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

### 1. معدل متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

جدول (14)

معدل متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية
.57943	2.4067	4.7	14	نادراً
		50.0	150	أحياناً
		45.3	136	دائماً
		100%	300	الإجمالي

تشير نتائج الدراسة إلى أن الشباب المصري عينة الدراسة يتابعون صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك بدرجة متوسطة (أحياناً) بنسبة 50% في الترتيب الأول، ثم بدرجة كبيرة بنسبة 45.3% (دائماً)، وهو ما يؤكد الاهتمام الواضح من قبل أفراد الشباب عينة الدراسة بمتابعة الصفحات الرسمية للوزارات المصرية، كما يثبت فاعلية تلك الصفحات في تحقيق دورها في التواصل مع الجمهور، إلا أن نسبة 4.7% من عينة الدراسة يتابعون تلك الصفحات نادراً، وتؤكد النتائج أن الصفحات الرسمية للوزارات المصرية تمثل حلقة وصل مهمة جداً وفعالة بين الوزارة والشباب أو الجمهور المستهدف بشكل عام، إذ تستخدم الوزارات والهيئات الحكومية تلك الصفحات كإحدى قنوات الاتصال بالجمهور، خاصة في ظل التزايد الكبير في أعداد مستخدمي هذه المواقع والشبكات، فقد أكدت دراسة (حمزة، 2023) إقبال الباحثين محل الدراسة على التطبيقات الخدمية الحكومية؛ لتسهيل المعاملات والإجراءات لتوفير الوقت والجهد، وأن الباحثين بصفة عامة يميلون إلى استخدام الموقع الإلكتروني وصفحة فيسبوك لشركات المياه في مصر لمتابعة الأخبار عن الشركة، وأثبتت دراسة (Rosario, et. al, 2016) أن موقع فيس بوك بالنسبة للمؤسسات الحكومية يعدّ أكثر شعبية من تويتر كقناة حوار في اتجاهين، إذ يتفاعل معه الجمهور بشكل أكبر، وتختلف تلك النتيجة مع نتائج دراسة (المحمدي، 2019)، التي أكدت أن الباحثين يتعرضون إلى حد ما وبدرجة منخفضة لصفحات المتحدثين الرسميين على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 61.2%، يليه التعرض المتوسط بنسبة 27.2%، وأخيراً التعرض بدرجة كبيرة بنسبة

11.6%، كما أشارت دراسة (الشريف، 2022) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالانتشار والاستخدام الواسع من قِبَل الغالبية العظمى من الشباب المصري الجامعي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تُعد مجرد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثف وعميق يسمح للشباب المصري بطرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول مختلف المشكلات والقضايا.

## 2. أسباب ودوافع متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

جدول (15)

أسباب ودوافع متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 300						أسباب ودوافع متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك
				معارض		إلى حد ما		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	96.9	.28666	2.9100	-	-	9.0	27	91.0	273	تمكنني من التعرف على أهم الأنشطة التي تقوم بها الوزارات.
موافق	94.9	.38470	2.8500	1.0	3	13.0	39	86.0	258	تساعدني على تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا والموضوعات المجتمعية.
موافق	93.8	.42319	2.8133	1.3	4	16.0	48	82.7	248	لأنها تزيد من ثقافتي بنوعية المبادرات التي تطلقها الوزارات.
موافق	93.1	.45970	2.7933	2.3	7	16.0	48	81.7	245	تساعدني في الحصول على المعلومات والأخبار الجديدة عن المسؤولين.
موافق	90.2	.49135	2.7067	1.7	5	26.0	78	72.3	217	نظراً لمصداقيتها في متابعة أحداث الوزارات.
موافق	87.9	.56403	2.6400	4.3	13	27.3	82	68.3	205	التعرف على معلومات عن القضايا المجتمعية.
موافق	85.9	.62081	2.5767	7.0	21	28.3	85	64.7	194	التعرف على أبرز القرارات التي تتخذها الحكومة المصرية فيما يخص الموضوعات المتعلقة بالتنمية.
موافق	84.6	.61909	2.5367	6.7	20	33.0	99	60.3	181	الإلمام بخلفيات الأحداث المنشورة على صفحات أجهزة الدولة.

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 300						أسباب ودوافع متابعة الشباب لصفحات الوزارات المصرية على فيس بوك
				معارض		إلى حد ما		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	84.3	.55086	2.5300	2.7	8	41.7	125	55.7	167	تجعلني أكثر إماماً بما تقوم به الدولة في سبيل تحقيق تنمية المجتمع.
موافق	82.9	.58677	2.4867	4.7	14	53.3	160	53.3	160	التعرف على التجارب الإنسانية التي شملتها أنشطة الوزارات المتعلقة بها.

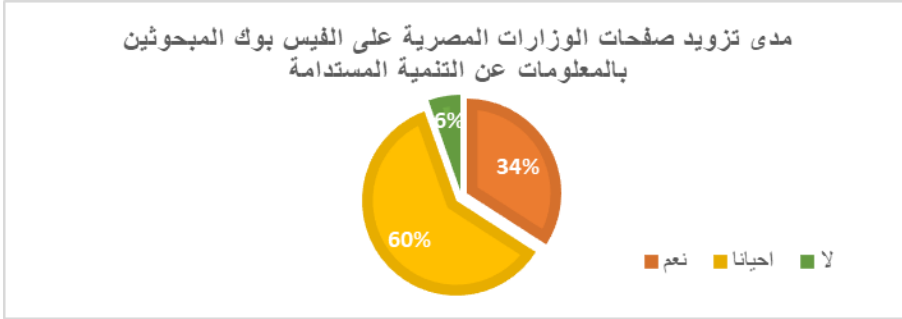
تشير بيانات الشكل السابق إلى أسباب ودوافع متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية على فيس بوك، وقد أشارت النتائج إلى أن دافع "تساعدني في الحصول على المعلومات الخاصة بالأنشطة التي تقدمها الوزارات" جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 96.9 بالنسبة لدوافع الشباب عينة الدراسة لمتابعة صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك، وتؤكد الباحثة أهمية الصفحات الرسمية للوزارات في كونها قناة وحلقة وصل بين المؤسسة والجمهور المستهدف، بهدف تبصير الجمهور بأنشطة الوزارات والخدمات التي تقدمها، وكذلك آخر وأهم القرارات والتصريحات الخاصة بها، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Nadzir, et. al, 2019)، التي أكدت أن المؤسسات الحكومية استخدمت موقع فيس بوك لنشر معلومات عن الخدمات التي تقدمها للمواطنين، يليه دافع "تساعدني على تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا والموضوعات المجتمعية" بوزن نسبي 94.9، وتفسر الباحثة ذلك بأن قنوات الوزارات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعدُّ إحدى أهم الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والموضوعات التي تتعلق بالوزارات، وقد أكدت دراسة (السيد، 2021) وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات حول المشروعات القومية، ومستوى معارف الجمهور واتجاهاته نحو تلك القضايا، وفي الترتيب الثالث جاء دافع "لأنها تزيد من ثقافتى بنوعية المبادرات التي تطلقها الوزارات" بوزن نسبي 93.8، وهو ما يؤكد أهمية الصفحات الرسمية للوزارات كونها إحدى وسائل الجمهور للتعرف على أنشطة الوزارات وخدماتها والمبادرات التي تقدمها، وفي الترتيب



الرابع جاء دافع "تساعدنى فى الحصول على المعلومات والأخبار الجديدة عن المسؤولين" بوزن نسبي 93.1، وهو ما يؤكد الدوافع السابقة، وفي الترتيب الخامس جاء دافع "نظراً لمصداقيتها في متابعة أحداث الوزارات" بوزن نسبي 90.2، وهو ما يشير إلى أهمية تلك الصفحات وثقة الشباب المصري عينة الدراسة فيها؛ إذ تعد أهم مصادر المعرفة بالنسبة إليهم نظراً لمصداقيتها، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (المحمدي، 2019)، التي أكدت ارتفاع مستويات الاعتماد على الصفحات الرسمية للمتحدثين الرسميين بالوزارات مصدرًا يتمتع بالمصداقية والتحديث المستمر لمتابعة أخبار وفعاليات وأنشطة المؤسسات الحكومية محل الدراسة، كما ارتفعت درجة الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه الصفحات، وجاء دافع "التعرف على المعلومات عن القضايا المجتمعية" بوزن نسبي 87.9 وهو ما يؤكد أهمية تلك القنوات كأحد مصادر المعلومات عن القضايا والموضوعات بالنسبة للشباب، يليه "التعرف على أبرز القرارات التي تتخذها الحكومة المصرية فيما يخص الموضوعات المتعلقة بالتنمية" بوزن نسبي 85.9، ثم "الإلمام بخلفيات الأحداث المنشورة على صفحات أجهزة الدولة" بوزن نسبي 84.6، ثم "تجعلنى أكثر إلماماً بما تقوم به الدولة في سبيل تحقيق تنمية المجتمع" وأخيراً "التعرف على التجارب الإنسانية التي شملتها أنشطة الوزارات المتعلقة بها" بوزن نسبي 82.9، وتشير نتائج هذا الجدول إلى تعدد أسباب ودوافع الشباب المصري عينة الدراسة في متابعة الأنشطة والفاعليات الخاصة بالوزارات المصرية عبر الصفحات الرسمية لها على فيس بوك، مما يشير إلى أهمية محتوى تلك الصفحات وتحديثها بشكل مستمر، إلى جانب تحري الصدق والشفافية عند تناول الأخبار.

### 3. تزويد صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك المبحوثين بالمعلومات عن التنمية المستدامة:

شكل (9)



تشير بيانات الشكل السابق إلى قدرة الصفحات الرسمية للوزارات المصرية على تزويد الشباب المصري عينة الدراسة بالمعلومات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة، فقد أكدت نسبة 60.4% أنها أحياناً ما تؤدي هذا الدور بدرجة متوسطة، إلى جانب نسبة 34.1% أكدت أنها تؤديه بدرجة مرتفعة، بينما أشارت نسبة قليلة من الشباب، تمثل 5.5% من إجمالي العينة، إلى أنها لا تمد الجمهور بمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، المتعلقة بأعمال التطوير في الدولة المصرية، وهي نسبة ضعيفة إذا ما قورنت بالعينة الإجمالية، التي أكدت الدور المهم والمؤثر في مجال تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، وتشير تلك النتيجة إلى أهمية دور الصفحات الرسمية للوزارات في تعريف الجمهور بأهداف التنمية المستدامة وإمدادهم بالبيانات الخاصة بتلك القضايا، وفي هذا الصدد أكدت دراسة (سعد، 2023) أن "وسائل التواصل الاجتماعي" أكثر الوسائل التي تستخدمها وزارة التنمية المحلية فيما يخص البرامج التنموية، كما أثبتت الدراسة فاعلية تلك الوسائل في تحقيق أهداف الوزارة في إطار خطة الدولة لتحقيق التنمية المستدامة، وخاصة فيما يتعلق بتبصير الجمهور بتلك القضايا، كما أكدت دراسة (حمد وعبد الرحمن، 2022) فاعلية الصفحة الرسمية لمنظمة اليونسكو في تسويق قضايا التنمية المستدامة، وكان الهدف الرئيس من تسويق تلك القضايا هو إخبار العالم بقضايا الاستدامة، والترويج لأنشطة منظمة اليونسكو وإسهاماتها في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة ونشر الوعي العالمي بتلك القضايا.

#### 4. طرق تفاعل الشباب مع المنشورات عبر الصفحات الرسمية للوزارات المصرية عبر فيس بوك:

بوك:

جدول (16)

طرق تفاعل الشباب مع المنشورات عبر الصفحات الرسمية للوزارات المصرية عبر فيس بوك

الدلالة عند درجة حرية=1	مستوى المعنوية Sig	معامل فاي phi	Chi-Square 2ك	الإجمالي		اناث=133		ذكور=167		طرق تفاعل الشباب مع المنشورات عبر الصفحات الرسمية للوزارات المصرية عبر فيس بوك
				%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	.479	- .041	.502 <sup>a</sup>	60.0%	180	60.9	81	59.3	99	أكتب تعليقاً على المنشور يعبر عن وجهة نظري في الأحداث.
غير دالة	.861	.010	.030 <sup>a</sup>	26.7%	80	28.6	38	25.1	42	أشترك مع الآخرين في حلقات نقاشية حول الموضوع.
غير دالة	.696	- .023	.152 <sup>a</sup>	25.3%	76	25.6	34	25.1	42	أكتب منشورات على صفحتي الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي تتضمن وجهة نظري في الموضوع.
غير دالة	.364	- .052	.824 <sup>a</sup>	22.3%	67	21.1	28	23.4	39	أكتفى بالتابعة فقط دون تفاعل.
غير دالة	.319	- .058	.994 <sup>a</sup>	20.3%	61	18.8	25	21.6	36	أشارك في بعض الأحداث والقضايا المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.
غير دالة	.772	- .017	.084 <sup>a</sup>	20.0%	60	20.3	27	19.8	33	أنشر فيديوهات أو صوراً خاصة بالحدث.
غير دالة	.428	- .046	.628 <sup>a</sup>	15.3%	46	14.3	19	16.2	27	أشارك المنشور عبر اليوميات الخاصة بي على صفحتي.
غير دالة	.256	.066	1.288 <sup>a</sup>	15.3%	46	18.8	25	12.6	21	أتابع وسائل أخرى للتحقق من الخبر أو الموضوع.
غير دالة	.574	- .032	.316 <sup>a</sup>	7.3%	22	6.8	9	7.8	13	أفعل هاشتاج للقضية المثارة فيما يتفق مع وجهة نظري.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أساليب وطرق تفاعل عينة الدراسة من الشباب المصري مع الأخبار والموضوعات التي تعرضها الوزارات المصرية عبر صفحاتها على فيس بوك، وقد جاء في مقدمتها "أكتب تعليقاً على المنشور يعبر عن وجهة نظري في الأحداث" بنسبة 60%، وهو ما يؤكد التفاعل الإيجابي للشباب مع منشورات الوزارات على صفحة فيس بوك، ومن خلال الدراسة التحليلية، وجدت الباحثة عدداً كبيراً من التعليقات والتفاعلات من متابعي الصفحات الرسمية للوزارات، وتنوعت تلك التعليقات من الإشادة بدور الوزارة في خدمة المواطنين والقيام بدورها التنموي، وتساؤلات عن كيفية الحصول على خدمات الوزارات، وأيضاً استفسارات عن موضوعات متعلقة بأنشطة الوزارات، وبعض التعليقات السلبية من بعض المتابعين؛ بسبب القصور في أحد الجوانب المتعلقة بأنشطة الوزارات، كما لاحظت الباحثة اهتمام المسؤولين بالوزارات بالرد على تلك التعليقات، سواء عن طريق رسائل جاهزة، وهو الأسلوب الأكثر استخداماً، أو من خلال الرد بإجابات للتساؤلات المطروحة بأشكال غير معدة تلقائياً، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Khasawneh & Abu shanat, 2023) التي تناولت قياس مستوى الاندماج engagement في المشاركة بين المواطنين والصفحة الرسمية للحكومة الأردنية، وتوصلت إلى وجود درجة مرتفعة من الارتباط والتفاعل من المواطنين نحو الصفحة الرسمية للحكومة، إذ يزداد التفاعل الإيجابي للمواطنين مع منشورات الصفحة عبر الإعجاب والتعليق والمشاركات، والنتيجة نفسها أكدتها دراسة (Chaib, et. al, 2018)، التي هدفت إلى رصد طرق توظيف المؤسسات الحكومية في تونس لفيسبوك، ورصد طرق تفاعل التونسيين مع الصفحات الحكومية الرسمية.

وفي الترتيب الثاني "أشترك مع الآخرين في حلقات نقاشية حول الموضوع" بنسبة 26.7%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "أكتب منشورات على صفحتي الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي تتضمن وجهة نظري في الموضوع" بنسبة 25.3%، ثم "أكتفى بالمتابعة فقط دون تفاعل" بنسبة 22.3%، وفي الترتيب الخامس "أشارك في بعض الأحداث والقضايا المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 20.3%، ثم "أنشر فيديوهات أو صوراً خاصة بالحدث" بنسبة 20%، وفي الترتيب السابع جاء كل من "أشارك المنشور عبر

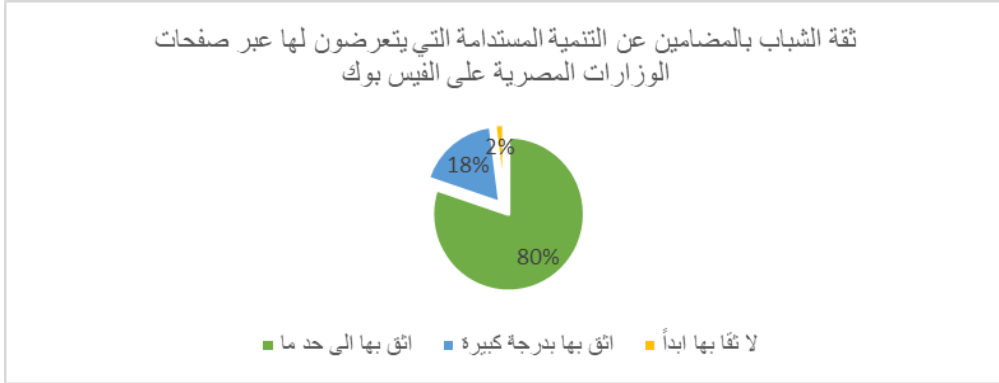
اليوميّات الخاصّة بي على صفحتي"، و"أتابع وسائل أخرى للتحقق من الخبر أو الموضوع" بنسبة 15.3%، وأخيراً "أفعل هاشتاج للقضية المثارة فيما يتفق مع وجهة نظري" بنسبة 7.3%.

وتشير تلك النتائج إلى ارتفاع معدلات تفاعل الجمهور المتابع للوزارات، مما يؤكّد ضرورة الاهتمام بالصفحات الرسميّة للوزارات/ لأنها تمثّل وسيلة للتواصل الدائم ومعرفة رجع الصدى من الجمهور من خلال زيادة تفاعل الجمهور نحو المنشورات، وقد توافق ذلك مع نتائج دراسة (رشا عادل، 2022)، التي أسفرت عن ارتفاع معدل التفاعلية على منشورات الصفحة الرسميّة للمتحدث العسكري عبر موقع التواصل الاجتماعيّ فيس بوك من خلال (التعليقات/ المشاهدات/ المشاركات)، كما أكّدت دراسة Kaleel, (2022) أن مواقع التواصل الاجتماعيّ تعدّ وسيلة فعالة لتقديم رسائل إقناعية للجمهور، وذلك بسبب المميزات الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعيّ، ومن أهمها السرعة في نقل المعلومات، والتفاعلية الموجودة بين الجمهور والمؤسسات الحكوميّة.

وتختلف تلك النتائج مع نتائج دراسة (عبد الوهاب، 2018)، التي أشارت إلى أنماط تفاعل الشباب السعوديّ مع المحتوى التتمويّ المقدم بمواقع التواصل الاجتماعيّ، وجاء في المرتبة الأولى الإعجاب، وفي المرتبة الثانية المشاركة مع الآخرين، وفي المرتبة الثالثة التشارك الفعليّ على أرض الواقع، وجاء في المرتبة الرابعة إعادة كتابة ما نُشر. وتشير نتائج معامل (Chi-Square - كا2) إلى عدم وجود فروق تذكر بين الذكور والإناث في طرق تفاعلهم مع المنشورات على صفحات الوزارات المصريّة، فقد كانت كلها قيم غير دالة معنوياً، مما يعني أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في طريقة تفاعلاتهم، وتفسر الباحثة ذلك بتقارب أعمار المبحوثين من الشباب، إضافة إلى تقارب طرق تفكيرهم الناتج عن تطور التكنولوجيا الذي يميّز به هذا العصر، التي جعلت معظم الشباب يفكرون بالطريقة نفسها.

## 5. ثقة الشباب في المضامين التي تتناول التنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك:

شكل (10)



تؤكد نتائج الشكل السابق ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في مضامين الصفحات الرسمية على فيس بوك؛ إذ يثق 80% من المبحوثين فيها إلى حد ما، ونسبة 18% تثق فيها بدرجة كبير؛ إلا أنه توجد نسبة منخفضة جداً قوامها 2% لا يثقون فيها أبداً، مما يشير إلى ارتفاع معدلات ثقة الجمهور في تلك الصفحات، وتشير الباحثة إلى أن ثقة الشباب في مضامين التنمية المستدامة عبر صفحات الوزارات المصرية جاءت بنسبة كبيرة، وهو ما يرجع إلى ارتباط هذه الصفحات بالمسؤولين الرسميين، مما يعزز من ثقة الصفحة لدى المتابعين، وتعد الثقة في المؤسسة أحد أهم الأهداف التي تسعى المؤسسات لتحقيقها من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وترى الباحثة أن الثقة في المضامين التي تنشرها الوزارات ترتبط بشكل مباشر بثقة الجمهور في المؤسسة نفسها، وهو ما أكدته دراسة (Baranov, 2020)، التي أشارت إلى أن الهدف من استخدام الاتصال الحوارية أو التفاعلية هو زيادة الارتباط بين المؤسسة والأشخاص والجماعات، كما بينت أن اعتماد المؤسسات على ذلك الاتصال يأتي في إطار وجهة نظر الحكومة في نشر الشفافية وزيادة الثقة بين المؤسسات والمجتمع، كما ترى دراسة (شرف، 2021) وجود علاقة ارتباط بين تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، كما أكدت دراسة (رضوان، 2015) ارتفاع الاتجاهات الإيجابية لدى الإماراتيين نحو الخدمات

الحكومية الإلكترونية، من حيث سهولة الاستخدام، لذلك ارتفعت ثقتهم في الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية.

## 6. تقييم الباحثين عينة الدراسة للدور التنموي للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك:

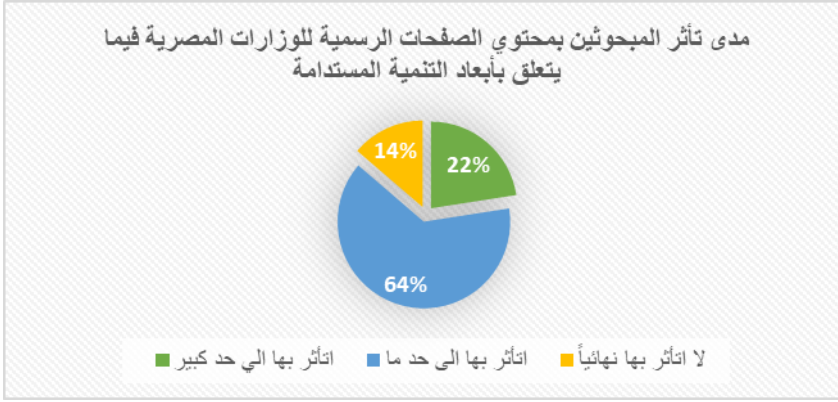
شكل (11)



تشير نتائج الشكل السابق إلى أن نسبة 67% من الشباب المصري ترى أن أداء الصفحة الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك متوسط؛ أي أنها تؤدي دوراً مهماً في تحقيق الهدف التنموي للدولة المصرية، كما أن نسبة 25% من العينة ترى أنها جيدة جداً، وتؤدي دوراً محورياً وكبيراً في دعم قضايا التنمية، وهي نسبة كبيرة جداً تشير إلى الدور الفعال لتلك الصفحات في خدمة قضايا التنمية المستدامة؛ إذ تعمل تلك الصفحات على تبصير الجمهور بأهداف التنمية، وإطلاعهم على خطة الدولة لتحقيق الأهداف التي تستهدف تحقيقها، إلا أن نسبة 8% من العينة ترى أنها لم تؤدي الدور المنوط بها، وهي نسبة ضئيلة إذا قورنت بالعدد الكلي للعينة، وقد أشارت دراسة (محمد، 2017) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة، وموقع فيس بوك خاصة، وما تحتويه من أدوات تكنولوجية تسهم بشكل كبير في التأثير على زيادة كمية المعلومات بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ إضافة إلى الأساليب التي تتبعها الصفحات التنموية في جذب الجمهور، والعمل على زيادة وعيه من حيث ضخ معلومات جديدة باستمرار، وعمل مناقشات حوارية بين مديري الصفحات ومستخدمي موقع فيس بوك.

## 7. تأثير المبحوثين بمحتوى الصفحات الرسمية للوزارات المصرية فيما يتعلق بأبعاد التنمية المستدامة:

شكل (12)



تشير بيانات الشكل السابق إلى تأثير الشباب المصري عينة الدراسة بمحتوى الصفحات الرسمية للوزارات المصرية فيما يتعلق بأبعاد التنمية المستدامة، وقد أشارت النتائج إلى أن نسبة 64% من العينة تتأثر إلى حد ما، بينما يتأثر بها 22% إلى حد كبير، فيما لا يتأثر بتلك المضامين والمحتويات نسبة 14% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يؤكد أهمية تلك الصفحات في التعريف بقضايا التنمية المستدامة وأبعادها بالنسبة للجمهور؛ إذ تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في التثقيف، وجعل الأفراد والمجتمعات أكثر وعياً بخطط التنمية المستدامة (سلامة، 2023)، وقد أكدت دراسة (سراج، 2020) أن إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بجامعة طيبة في مجال الوعي الصحي، والاستهلاكي، والبيئي، كانت متوسطة.



8. دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة بالنسبة للمبحوثين:

جدول (17)

دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة بالنسبة للمبحوثين

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير أوافق		موافق إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	95.0	.421	2.85	2.3	7	10.7	32	87.0	261	أتاحت لي معرفة المعلومات عن آخر وأهم الأحداث المتعلقة بالموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة.
الموافقة	93.7	.491	2.81	4.3	13	10.3	31	85.3	256	تبادل الآراء والتعرف على وجهات نظر الآخرين فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة.
الموافقة	93.3	.450	2.80	2.0	6	16.3	49	81.7	245	تساعدني في تكوين رأي حول قضايا التنمية المستدامة.
الموافقة	91.0	.553	2.73	5.3	16	16.7	50	78.0	234	نشر الصور ومقاطع الفيديو الأبرز في المبادرات التي تثير جدل الجمهور بشكل كبير.
الموافقة	87.3	.519	2.62	1.7	5	34.3	103	64.0	192	الاستمتاع والتسلية من خلال متابعة الأخبار ومتابعة الفيديوهات والإنفوجرافيك الخاص بقضايا التنمية.
الموافقة	86.3	.591	2.59	5.3	16	30.3	91	64.3	193	التخلص من الأعباء اليومية وقتل الفراغ.

تشير بيانات الجدول السابق إلى دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية عبر موقع فيس بوك فيما يتعلق بأبعاد التنمية المستدامة وقضاياها بالنسبة للشباب المصري عينة الدراسة، وجاءت إجابات العينة وفق العبارات الآتية: "أتاحت لي معرفة المعلومات عن آخر وأهم الأحداث المتعلقة بالموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة" بوزن نسبي 95، وهو ما يشير إلى دور تلك الصفحات في إمداد الجمهور بالمعلومات الحديثة عن قضايا التنمية، وهو ما أكدته دراسة (عبد الوهاب، 2018)، فقد أشارت إلى الإشباع المتحققة لدى الشباب السعودي من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المرتبة الأولى "جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية" ثم "وسعت مداركتي بقضايا المجتمع المحلية"، وترى الباحثة أن امكانيات تلك الصفحات هي التي تسهم في زيادة فاعليتها في أداء الدور المنوط بها فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة، ومنها السرعة في نقل الأخبار والمصادقية التي تتمتع بها تلك الصفحات، إلى جانب اختراقها حواجز الزمان والمكان.

وجاءت عبارة "تبادل الآراء والتعرف على وجهات نظر الآخرين فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة" في المرتبة الثانية بوزن نسبي 93.7، وهو ما يؤكد أهمية تلك الصفحات في إثارة المناقشات وعرض وجهات النظر فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة، ثم عبارة "تساعدني في تكوين رأي حول قضايا التنمية المستدامة" بوزن نسبي 93.3، وتشير الدراسات إلى أهمية الصفحات الرسمية للمؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا والمؤسسات، ومنها دراسة (السيد، 2021) التي أكدت أن اتجاه الشباب المصري عينة الدراسة نحو المشروعات القومية جاء إيجابياً، ووجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات حول المشروعات القومية ومستوى معارف الجمهور واتجاهاتهم، كما أكدت دراسة (Ribeiro, 2022) أن وزارة السعادة والحكومة الإماراتية بشكل عام تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار سياسة التحول الرقمي للحكومة الإماراتية من أجل الوصول السريع للجماهير المحلية وتعميق العلاقة معها، وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا ومساعدتهم في تكوين آراء نحوها.

وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "نشر الصور ومقاطع الفيديو الأبرز في المبادرات التي تثير جدل الجمهور بشكل كبير" بوزن نسبي 91، ثم "الاستمتاع والتسلية من خلال متابعة الأخبار ومتابعة الفيديوهات والإنفوجرافيك الخاص بقضايا التنمية" بوزن نسبي 87.3 وأخيراً عبارة "التخلص من الأعباء اليومية وقتل الفراغ" بوزن نسبي 86.3.

وتشير النتائج إلى أهمية دور القنوات والصفحات الرسمية للوزارات في دعم قضايا التنمية المستدامة، من خلال نشر الأخبار والمعلومات عن تلك القضايا بشكل دوري؛ بهدف تبصير الجمهور بما يستجد من أمور خاصة بها، إلى جانب تمثيلها حلقة وصل بين الحكومة والمواطنين، وبين المواطنين وبعضهم، ودورها في تبادل النقاشات والحوارات فيما يتعلق بتلك القضايا، وهو ما أكدته دراسة (بريك، 2016)، التي أشارت إلى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة، كما أشارت دراسة (Bennett, 2021) إلى أن صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالحكومة في الولايات المتحدة أسهمت بشكل كبير في زيادة فهم الجمهور لقضية تغير المناخ بين عينة الدراسة نتيجة تبسيطها المعلومات حول تلك القضية.

9. مستوى متابعة المبحوثين للمبادرات المتعلقة بأبعاد التنمية المستدامة التي تقدمها الوزارات المصرية عبر صفحاتها على فيس بوك.

جدول (18)

المبادرات المتعلقة بأبعاد التنمية المستدامة التي يتابعها المبحوثون عينة الدراسة

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اتابعها		أتابعها بدرجة متوسطة		أتابعها بدرجة كبيرة		المبادرات
				%	ك	%	ك	%	ك	
أتابعها بدرجة كبيرة	94.0	.461	2.82	3.3	10	11.0	33	85.7	257	مبادرة حياة كريمة
أتابعها بدرجة كبيرة	88.7	.647	2.66	9.7	29	14.7	44	75.7	227	مبادرة التحضر للأخضر
أتابعها بدرجة كبيرة	86.3	.655	2.59	9.3	28	22.0	66	68.7	206	مبادرة كن متنوعاً
أتابعها بدرجة كبيرة	78.3	.732	2.35	15.3	46	34.3	103	50.3	151	مبادرة دوي لتمكين المرأة

المبادرات	أتابعها بدرجة كبيرة		أتابعها بدرجة متوسطة		لا أتابعها		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه العام
	%	ك	%	ك	%	ك			
مبادرة مستقبلنا في أيدينا	49.7	149	33.3	100	17.0	51	.750	77.7	أتابعها بدرجة كبيرة
البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة	38.7	116	29.0	87	32.3	97	.842	68.7	أتابعها بدرجة كبيرة
مبادرة ابدأ	34.3	103	24.3	73	41.3	124	.868	64.3	أتابعها بدرجة متوسطة

تشير بيانات الجدول السابق إلى مستوى متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للمبادرات القومية التي قدمتها الوزارات المصرية خلال الفترة الأخيرة، وقد جاء في مقدمتها "مبادرة حياة كريمة" بوزن نسبي 94، التي تُعدُّ من أهم المبادرات التي تنتشر بشكل كبير عبر المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام؛ لما تتميز به من طبيعة خاصة بالنسبة للمبادرات الأخرى؛ إذ تستهدف تلك المبادرة إحداث تطوير في أكثر من جانب من جوانب التنمية، وهى مبادرة أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في ٢ يناير عام ٢٠١٩؛ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً على مستوى الدولة خلال عام ٢٠١٩، كما تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجاً، وبخاصة في القرى، وقد أكدت الدراسات أن أكثر من ثلثي عينة الدراسة يهتمون بمتابعة مبادرة حياة كريمة من خلال الصحف الإلكترونية المصرية، سواء بدرجة كبيرة أو بدرجة متوسطة (علي، 2022)، وفي الترتيب الثاني جاءت "مبادرة اتحضر للأخضر" بوزن نسبي 88.7، ثم "مبادرة كن متنوعاً" بوزن نسبي 86.3، يليها "مبادرة دوي لتمكين المرأة" بوزن نسبي 78.3، ثم "مبادرة مستقبلنا في أيدينا" بوزن نسبي 77.7، يليها "البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة" بوزن نسبي 68.7، وأخيراً "مبادرة ابدأ" بوزن نسبي 64.3.

وتشير تلك النتائج إلى ارتفاع متابعة الشباب المصري للمبادرات القومية التي تنظمها الوزارات المصرية، مما يشير إلى الاهتمام الكبير بمتابعة الشباب لبرامج التنمية المستدامة، كما تشير إلى مستوى الوعي الذي أصبح يتمتع به الشباب بعد ثورة يناير

2011، وكان من أهم نتائجها إشراك الشباب في عملية التنمية، وتزويده بالمعلومات التي يحتاج إليها؛ بهدف زيادة وعيه بالنسبة لمختلف القضايا الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية وغيرها، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (السيد، 2021)، التي أثبتت أن مستوى معارف الجمهور حول المشروعات والمبادرات القومية يميل إلى الارتفاع.

### 10. دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تعزيز الانتماء لدى الشباب من وجهة نظرهم من خلال تناول أبعاد التنمية المستدامة:

جدول (19)

دور الصفحات الرسمية في تعزيز الانتماء لدى الشباب من وجهة نظرهم

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 300						دور الصفحات الرسمية في تعزيز الانتماء لدى الشباب من وجهة نظرهم
				معارض		إلى حد ما		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	96.4	.38616	2.8933	2.7	8	5.3	16	92.0	276	تحفزي على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن.
الموافقة	94.8	.43641	2.8467	3.0	9	9.3	28	87.7	263	تشعرنى بأني جزء من مجتمعي وتزيد من ولائي له.
الموافقة	94.7	.39915	2.8433	1.3	4	13.0	39	85.7	257	تدعم مشاركتي في جميع الأنشطة المجتمعية.
الموافقة	91.3	.46164	2.7400	1.0	3	24.0	72	75.0	225	تدعم احترامي لأراء الآخرين وعدم الاساءة اليهم.
الموافقة	89.4	.53916	2.6833	3.7	11	24.3	73	72.0	216	تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية.
الموافقة	89.2	.55360	2.6767	4.3	13	23.7	71	72.0	216	ترفع مستوى وعيي بإنجازات الدولة في المجالات المختلفة.
الموافقة	88.7	.50190	2.6600	1.3	4	31.3	94	67.3	202	تساعدني في الحفاظ على اللغة العربية والاعتزاز بها.
الموافقة	86.3	.54426	2.5900	2.7	8	35.7	107	61.7	185	تعزز التواصل بين أبناء الوطن وتعمل على تماسكه.
الموافقة	86.2	.61949	2.5867	7.0	21	27.3	82	65.7	197	تهتم تلك الصفحات ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن.
الموافقة	84.9	.60170	2.5500	5.7	17	33.7	101	60.7	182	تعظم من زيادة اهتمامي

										وتفضيلي للمنتجات الوطنية.
الموافقة	83.6	.56954	2.5067	3.7	11	42.0	126	54.3	163	تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفال بها.
الموافقة	82.7	.71506	2.4800	13.0	39	26.0	78	61.0	183	تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية.
الموافقة	79.7	.69246	2.3900	12.0	36	37.0	111	51.0	153	تتمني لدي أهمية المحافظة على الممتلكات العامة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تدعيم الانتماء لدى الشباب المصري عينة الدراسة من وجهة نظرهم، وقد جاءت عبارة "تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن" بوزن نسبي 96.4، وذلك من خلال بيان أهمية تلك الأنشطة وإسهاماتها في تنمية المجتمع وتحقيق الإفادة لبعض فئات المجتمع، وتشير الباحثة إلى أن الوزارات المصرية من خلال نشر الأعمال التطوعية لبعض الفرق والقيادات الشابة، مثل: أعمال التطوير التي شهدها عدد من الميادين المصرية خلال الفترة الأخيرة، حيث أعادت فرق من المتطوعين تنظيم بعض الميادين وتنظيفها من الملوثات، وقد أكدت دراسة (عبد الله، 2020) دور العمل التطوعي في تحقيق الأمن المجتمعي، وتعزيز الانتماء بالمملكة العربية السعودية، من خلال دراسة ميدانية طُبِّقت على عينة من المتطوعين في مدينة الرياض.

وقد أشارت دراسة (عبد الوهاب، 2018) إلى الاتجاهات الإيجابية نحو قضايا التنمية المستدامة ودور مواقع التواصل في نشرها، وتمثلت في ضرورة مشاركة الشباب بتلك القضايا حيث تُعدُّ واجباً وطنياً، وقد أشارت دراسات أخرى إلى دور العمل التطوعي في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك بتسليط الضوء على أهمية العمل التطوعي ودور المتطوع في السعي نحو تحسين الأوضاع (البيئية، والاجتماعية، والاقتصادية، والوطنية) بالنسبة لأفراد المجتمع كافة، وللدولة ككل، كما أشارت إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين (دوافع التطوع، وموانع التطوع، وأثر التطوع) والتنمية المستدامة بأبعادها المختلفة (البيئية، والاجتماعية، والاقتصادية، والوطنية) (محمد، 2021).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة "تُشعرنى بأنى جزء من مجتمعى وتزيد من ولائى له" بوزن نسبي 94.8، وتفسر الباحثة ذلك من خلال نشر الوزارات المصرية عبر صفحاتها أعمال التطوير التي تنفذها، وتبصير الجمهور بما يستجد من مشروعات تنموية؛ بهدف تحسين الحالة الاجتماعية والاقتصادية، ورفع كفاءة معيشتهم، وذلك للعمل على دعم الهوية والانتماء لدى الجمهور؛ إذ يشعر المواطنون بأنهم ذوو قيمة كبيرة لدى الدولة، وأنها تعمل جاهدة على تلبية احتياجاتهم وتحسين معيشتهم؛ مما يزيد من ولائهم للمجتمع، ويشعرهم بأنهم جزء لا يتجزأ منه، وقد أشارت دراسة (عبد اللطيف، 2022) إلى أن عبارة "زادت شبكات التواصل الاجتماعي من معرفتي بقضايا الهوية والانتماء والمواطنة" جاءت في مقدمة اتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة.

وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تدعم مشاركتى في جميع الأنشطة المجتمعية" بوزن نسبي 94.7، فالوزارات تدعو المواطنين للمشاركة في بعض الأنشطة المجتمعية التي تهدف إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وبذلك تدعم مشاركتهم فيها، وتعدّ المشاركة المجتمعية إحدى الأدوات التي يمكن من خلالها النهوض بالمجتمع والارتقاء به، والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والحضرية، وذلك من خلال إسهام أبناء المجتمع تطوعاً في جهود التنمية، سواء بالرأي، أو العمل، أو التمويل، وحثّ الآخرين على المشاركة، وقد أكدت دراسة (بن حمد، 2021) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قيمة المشاركة المجتمعية، وتعزيز ثقافة التعاون، كما توصلت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الانتماء، بالمحافظة على الهوية والإعلاء من ثقافة المجتمع وقضاياها، كما أكدت دراسة (محمد، 2020) فاعلية صفحة (اتحضر للأخضر) في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية، من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية.

وجاءت عبارة "تدعم احترامى لآراء الآخرين وعدم الإساءة إليهم" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 91.3، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة "تغرس لدي حب الوطن

واحترام معتقداته الدينية والثقافية" بوزن نسبي 89.4، يليها عبارة "ترفع من مستوى وعي إنجازات الدولة في المجالات المختلفة" بوزن نسبي 89.2، يليها عبارة "تساعدني في الحفاظ على اللغة العربية والاعتزاز بها" بوزن نسبي 88.7، يليها عبارة "تعزز التواصل بين أبناء الوطن وتعمل على تماسكه" بوزن نسبي 86.3، ثم عبارة "تهتم تلك الصفحات ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن" بوزن نسبي 86.2، يليها عبارة "تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية" بوزن نسبي 84.9، ثم عبارة "تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفال بها" بوزن نسبي 83.6، ثم "تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية" بوزن نسبي 82.7، وأخيراً "تنمي لدي أهمية المحافظة على الممتلكات العامة" بوزن نسبي 79.7.

#### جدول (20)

المقياس العام لآراء الشباب حول دور الصفحات الرسمية في تعزيز الانتماء لديهم

المقياس العام لآراء المبحوثين حول دور الصفحات الرسمية في تعزيز الانتماء لديهم	ك	%
منخفض	23	5.8
متوسط	55	13.8
مرتفع	322	80.5
الإجمالي	400	100

تشير بيانات المقياس التجميعي إلى آراء الشباب المصري عينة الدراسة حول دور الصفحات الرسمية في تعزيز الانتماء لديهم، وقد جاء اتجاه الشباب نحو ايجابية دور تلك الصفحات في تعزيز الانتماء لديهم مرتفعاً بنسبة 80.5%، يليها المستوى المتوسط بنسبة 13.8%، بينما جاء المستوى المنخفض بنسبة 5.8%.

وتؤكد نتائج الدراسة دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تعزيز قيم الانتماء لدى الشباب المصري عينة الدراسة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (الشريف، 2022) التي أثبتت أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثف وعميق يسمح للشباب المصري بطرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول مختلف



المشكلات والقضايا، كما أنها أضحت روافد رئيسة لبناء وترقية وتدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه، وأسسها، وأبعاد المواطنة، ودراسة (الديجاني، 2022)، التي أكدت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المحافظة على الهوية، من خلال تأكيد التضحية في سبيل الحفاظ على الوطن، ودعم الولاء للوطن، كما تبرز الجوانب الإيجابية في الوطن، فتعرض الإنجازات، والاستقرار، والحياة الكريمة التي يعيشها المواطن الكويتي، وتتمى قيم مثل: الولاء، والالتزام، والديمقراطية، والحقوق، والواجبات، كما تمارس مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في المحافظة على الهوية من خلال الحفاظ على ثقافة المجتمع، وهو ما يرتبط بحب الوطن، وخدمة المجتمع، والافتخار برموزه وقياداته، والاعتزاز بتاريخ الوطن وحضارته.

### 11. الأسس المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك: جدول (21)

#### الأسس المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن= 300						الأسس المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك
				غير موافق		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	97.4	.31270	2.9233	1.3	4	5.0	15	93.7	281	تفرس داخلي أهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزه السياسية والدينية والتاريخية.
الموافقة	94.9	.38470	2.8500	1.0	3	13.0	39	86.0	258	تكرس لدي حب الحفاظ على الأمن والأمان داخل
الموافقة	94.4	.37330	2.8333	-	-	16.7	50	83.3	250	تسهم في الحفاظ على التماسك الأسري والعائلي.
الموافقة	94.3	.43404	2.8300	2.3	7	12.3	37	85.3	256	تفرس داخلي تجنب الأثنية وحب الذات.
الموافقة	94.2	.43657	2.8267	2.3	7	12.7	38	85.0	255	تعرفني بقضايا الوطن ومشكلاته.
الموافقة	92.9	.43956	2.7900	1.3	4	18.3	55	80.3	241	تشجعتني على نبذ الفتن الطائفية.

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة / ن = 300						الأسس المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك
				غير موافق		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	92.3	.48084	2.7700	2.7	8	17.7	53	79.7	239	تزود سني بالمعلومات الصحيحة التي تجعلني لا أصدق الشائعات التي تتعلق بأمن الوطن.
الموافقة	91.1	.54456	2.7333	5.0	15	16.7	50	78.3	235	تمنحني فرصة لإبداء رأيي حول القضايا المهمة.
الموافقة	90.3	.52295	2.7100	3.3	10	22.3	67	74.3	223	تزود سني بالمعرفة حول تراث بلدي وثرواته الطبيعية.
الموافقة	90.2	.49135	2.7067	1.7	5	26.0	78	72.3	217	تساعدني على نبذ العنف.
الموافقة	89.1	.46978	2.6733	-	-	32.7	98	67.3	202	تجعلني أرتبط أكثر بتاريخ وطني وأفتخر به.
الموافقة	87.8	.61112	2.6333	7.0	21	22.7	68	70.3	211	تعمق لدي مفهوم الهوية الوطنية.

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأسس المرتبطة بالانتماء، التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك، وجاءت في مقدمتها "تغرس داخلي أهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزه السياسية والدينية والتاريخية" بوزن نسبي 97.4، وهو ما تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرض الأحداث التي يشترك في صناعتها القادة السياسيون ورموز الوطن من رجال الدولة، ومن ثمَّ تعمل على غرس قيمة الفخر والاعتزاز بالوطن وقادته، يليها عبارة "تكرس لدي حب الحفاظ على الأمن والأمان داخل الوطن" بوزن نسبي 94.9، إذ تعمل تلك المواقع من خلال عرض الأنشطة التتموية على دعوة المواطنين للحفاظ على أمن الوطن وسلامته، والعمل على تعزيز السلام والأمن الداخلي بين المواطنين، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تسهم في الحفاظ على التماسك الأسري والعائلي" بوزن نسبي 94.4، يليها عبارة "تغرس داخلي تجنب الأنانية وحب الذات" بوزن نسبي 94.3، ثم عبارة "تعرفني بقضايا الوطن ومشكلاته" بوزن نسبي

94.2، يليها عبارة "تشجعتنى على نبذ الضن الطائفية" بوزن نسبي 92.9، ثم عبارة "تزودنى بالمعلومات الصحيحة التى تجعلنى لا أصدق الشائعات التى تتعلق بأمن الوطن" بوزن نسبي 92.3، يليها عبارة "تمنحنى فرصة لإبداء رأى حول القضايا المهمة" بوزن نسبي 91.1، يليها عبارة "تزودنى بالمعرفة حول تراث بلدى وثرواته الطبيعية" بوزن نسبي 90.3، يليها عبارة "تساعدنى على نبذ العنف" بوزن نسبي 90.2، ثم عبارة "تجعلنى أرتبط أكثر بتاريخ وطنى وأفتخر به" بوزن نسبي 89.1، وأخيراً "تعمق لى مفهوم الهوية الوطنية" بوزن نسبي 87.8.

#### جدول (22)

المقياس العام للأسس المرتبطة بالانتماء التى تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك

ك	%	مجممل المقياس العام للأسس المرتبطة بالانتماء التى تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك
64	16	متوسط
336	84	مرتفع
400	100	الإجمالى

تشير بيانات المقياس التجميى إلى الأسس المرتبطة بالانتماء التى تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، وقد جاء مرتفعاً بنسبة 84%، يليها المستوى المتوسط بنسبة 16%.

وبذلك يتضح أن الصفحات الرسمية للوزارات المصرية تؤدى دوراً مهماً فى دعم أسس الانتماء لدى الشباب المصرى، من خلال احترام قادته، والاعتزاز بالأصول العربية، والحفاظ على الموروث الثقافى والتاريخى للوطن، إلى جانب الحفاظ على أمن الوطن وسلامته، ونبذ العنف، إلى جانب قيام تلك الصفحات بدور المرشد للمواطنين فى عدم ترويج الشائعات عن طريق نشر الأخبار الصحيحة ذات المصادقية والثقة، إلى جانب الحفاظ على التماسك العائلى والأسرى بهدف تدعيم انتماء المواطنين وزيادة ارتباطهم بالوطن، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (العنزى، 2020)، التى أكدت أن دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز الانتماء الوطنى لدى طلبة جامعة الكويت جاء بدرجة متوسطة، كما أكدت دراسة (ناصر بن محمد، 2021) تأثير مواقع التواصل الاجتماعى فى

قيم الانتماء، بالمحافظة على الهوية، والإعلاء من ثقافة المجتمع وقضاياها، في الوقت الذي تؤثر سلبياً في قيم الانتماء، بالانفتاح على العالم، ومحاولة تذويب الهوية العمانية، وتؤكد روح الجماعة، وحب الوطن والدفاع عنه، والمحافظة على الهوية، وتنمية قيم الانتماء (الولاء- الجماعة- الالتزام- الديمقراطية- الحقوق والواجبات).

## 12. القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة:

جدول (23)

القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		القيم
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	93.0	.485	2.79	3.3	10	14.7	44	82.0	246	تمني لدي حب الوطن والمحافظة عليه.
الموافقة	88.3	.607	2.65	7.0	21	21.0	63	72.0	216	تدعم لدي قيمة الولاء للوطن.
الموافقة	87.3	.598	2.62	6.0	18	26.3	79	67.7	203	تعزز لدي قيمة الاعتزاز بالانتساب للوطن.
الموافقة	86.3	.609	2.59	6.3	19	28.7	86	65.0	195	تمني لدي قيمة التسامح مع الآخرين.
الموافقة	84.0	.641	2.52	8.0	24	32.0	96	60.0	180	تدعم لدي قيمة التعايش الوطني.
الموافقة	78.7	.765	2.36	17.7	53	29.0	87	53.3	160	تمني لدي قيمة الفخر بالأصول العربية.

تشير بيانات الجدول السابق إلى القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة، وقد جاء في مقدمتها "تمني لدي حب الوطن والمحافظة عليه" بوزن نسبي 93، يليها "تدعم لدي قيمة الولاء للوطن" بوزن نسبي 88.3، ثم "تعزز لدي قيمة الاعتزاز بالانتساب للوطن" بوزن نسبي 87.3، يليها

"تمي لدي قيمة التسامح مع الآخرين" بوزن نسبي 86.3، ثم "تدعم لدي قيمة التعايش الوطني" بوزن نسبي 84، وأخيراً "تمي لدي قيمة الفخر بالأصول العربية" بوزن نسبي 78.7.

#### جدول (24)

مقياس القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة

ك	%	مقياس القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة
21	7	ضعيف
154	51.3	متوسط
125	41.7	عالي
300	100	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى المقياس العام للقيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة جاء متوسطاً بنسبة 51.3٪، يليه المستوى المرتفع بنسبة 41.7٪، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 7٪.

#### نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة.

#### جدول (25)

نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين معدل متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة المبحوثين للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة
دال	0.000	*0.488	
300			حجم العينة (ن)

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين معدل متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة، إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، فقد بلغت قيمة معامل

الارتباط  $0.488^{**}$  عند مستوى معنوية  $0.000$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يعني ثبوت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة، وتتوافق تلك النتيجة مع نتائج دراسة (Chuang, Huan- (Ming, 2023)، التي أشارت إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي بأهمية التسويق الأخضر، كما تتوافق مع نتائج دراسة (Abdullah, 2023)، التي أكدت وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور السعودي محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الانتماء لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التنموي.

جدول (26)

نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التنموي

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	ثقة المبحوثين في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التنموي
دال	0.000	$0.275^{**}$	
300			حجم العينة (ن)

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التنموي، إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط  $0.275^{**}$  عند مستوى معنوية  $0.000$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يعني ثبوت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التنموي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لدى الشباب المصري.

جدول (27)

نتائج ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لدى الشباب المصري

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لدى الشباب المصري
دال	0.000	*0.210	علاقتها بدعم أسس الانتماء لدى الشباب المصري
300			حجم العينة (ن)

تشير نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لدى شباب المصري، إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط \*0.210 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يعني ثبوت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لدى الشباب المصري.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري عينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

جدول (28)

نتائج اختبار T. Test وتحليل معامل التباين Anova "ف" لدلالة الفروق بين الباحثين وفقاً

لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء تبعاً للمتغيرات الديموجرافية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	اتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في تدعيم الانتماء للمتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	المتغيرات الديموجرافية
0.561 غير دال	398	ت= 0.399	.836	1.96	167	ذكر	النوع
			.797	1.91	133	أنثى	
0.007 دال	398	ت= 7.298	.813	1.84	151	من 18 إلى أقل من 25 سنة	السن
			.816	2.06	149	من 25 سنة إلى 30 سنة	
0.386 غير دال	398	ت= 0.755	.60351	2.5121	96	قرية	مكان الإقامة
			.59436	2.5658	204	مدينة	
0.000 دال	2 397	ف= 7.185	.378	1.17	20	من 1000 إلى أقل من 3000 جنيه	الدخل الشهري للأسرة
			.440	1.74	209	من 3000 إلى أقل من 6000 جنيه	
			.685	1.81	71	من 6000 فأكثر	
			.575	1.53	400	الإجمالي	
0.000 دال	2 397	ف= 5.219	.490	1.40	12	متوسط	المستوى التعليمي
			.834	2.00	224	جامعي	
			.563	1.87	64	فوق الجامعي	
			.575	1.53	400	الإجمالي	

تشير نتائج اختبار T. Test لدلالة الفروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً لمتغير النوع، إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة طبقاً لمتغير النوع؛ إذ بلغت قيمة اختبار "ت"



0.399 عند مستوى معنوية 0.561، وهي قيمة غير دالة، مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات المصرية في دعم قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير النوع.

- كما تشير نتائج اختبار T. Test لدلالة الفروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً لمتغير السن، إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة لصالح الفئة الأكبر عمراً؛ إذ بلغت قيمة اختبار "ت" 7.298 عند مستوى معنوية 0.007، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يعني صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات المصرية في دعم قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن.

- بينما تشير نتائج اختبار T. Test لدلالة الفروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً لمتغير مكان الإقامة، إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء طبقاً لمكان السكن؛ إذ بلغت قيمة اختبار "ت" 0.755 عند مستوى معنوية 0.386، وهي قيمة غير دالة إحصائياً؛ مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات المصرية في دعم قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

- كما تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين الشباب المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري، إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء لصالح الفئة الأعلى "6000 جنيه فأكثر"؛ إذ بلغت قيمة اختبار "ف" 7.185 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً؛ مما يعني صحة

الفرض الخاص بوجود فروق بين الشباب المصري في اتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات المصرية في دعم قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير متوسط الدخل.

- كذلك تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين الشباب المصري عينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور الصفحات الرسمية للوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً لمتغير المستوى العلمي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء لصالح المستوى الجامعي؛ إذ بلغت قيمة اختبار "ف" 5.219 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً؛ مما يعني صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات المصرية في دعم قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المستوى العلمي.

**صحة الفرض:** ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري عينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً للمتغيرات الديموجرافية بشكل جزئي، لوجود فروق بين الشباب المصري عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغيرات (السن - المستوى العلمي - مستوى الدخل)، وعدم وجود فروق فيما يتعلق بمتغيرات (النوع - مكان الإقامة).

#### نتائج الدراسة في ضوء فروض نظرية التهيئة المعرفية:

- طبقاً لنتائج الدراسة التحليلية، فقد ركزت الصفحات الرسمية للوزارات على عرض نتائج المبادرات وإظهار الإنجازات الخاصة بالمجتمع؛ بهدف زيادة ولاء الجمهور لمجتمعهم، وفي سبيل دعم سبل الانتماء لديهم، وبالإشارة إلى نتائج الدراسة الميدانية التي أكدت وعي الجمهور بأهداف التنمية المستدامة، ودور مواقع التواصل في دعم الانتماء لديهم خلال فترة الدراسة، فقد تحقق الفرض الخاص بنظرية التهيئة المعرفية، الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بقوة في المعايير التي يقيم خلالها أفراد الجمهور القضايا والأحداث الخاصة بالتنمية المستدامة، ودعم الانتماء لديهم، وذلك من خلال إبرازها لتلك القضايا والأحداث والحقائق، مع التركيز على جوانب معينة بها، وإغفالها لبعض آخر، وهو ما يعرف باسم البروز.

- تشير بيانات الدراسة التحليلية إلى كثافة حجم التغطية الإعلامية لموضوع التنمية المستدامة، والمبادرات القومية ومشروعات الدولة القومية؛ بهدف تحقيق خطة التنمية 2030، وهو ما أدى إلى زيادة الاهتمام بمتابعة تلك الموضوعات لدى الأفراد، والتأثير في رؤيتهم لتلك الموضوعات، وبذلك يتحقق فرض النظرية الذي ينص على أنه كلما زاد حجم التغطية الإعلامية لقضية أو موضوع ما، ارتفع احتمال تحقيقها للهدف منها، وهو التأثير في المعايير التي يعتمد عليها الجمهور في إصدار أحكامه.
- تشير معدلات متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للمبادرات والمشروعات القومية إلى تقبلهم لتلك القضايا، ووجودها في محيط اهتمامهم، وبذلك يمكن أن يكون لديهم معتقدات عنها في أذهانهم، ومن ثمَّ فإنه ومع زيادة تركيز مواقع التواصل الاجتماعي عليها، يتحقق الفرض الثالث للنظرية، الذي ينص على أنه: كلما اتفق المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام مع القيم والأفكار والمعتقدات المستقرة في عقلية المتلقي، ارتفع احتمال تقبله لها، ومن ثمَّ تأثيرها في مواقفه.
- ونظراً لأن التهيئة المعرفية تتضمن عدداً من المتغيرات *Variables of Theory*، تتمثل في: معدل التعرض للتغطية الإعلامية للقضية البارزة *Issue Exposure*، والمعرفة بالقضية البارزة *Issue Expertise*، والاهتمام بالقضية البارزة *Issue Interest*، وأخيراً الثقة في الوسيلة الإعلامية التي تقدم القضية البارزة *Media Trust*، فإنه وبالرجوع إلى نتائج الدراسة الميدانية التي تثبت معدلات متابعة المبحوثين لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارات، واهتمامهم بمتابعة قضايا التنمية المستدامة ومبادراتها، ومعرفتهم بتلك القضايا، واتجاهاتهم نحوها، إلى جانب ثقتهم المرتفعة في مضامين تلك الصفحات، فإنه يزداد تأثير التهيئة المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي لديهم في تعزيز الانتماء والهوية الوطنية.

### أهم نتائج الدراسة:

#### أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1. تشير النتائج إلى غلبة فئة الأخبار بالنسبة لقوالب المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية، فقد جاءت بنسبة 58.8% من إجمالي العينة، يليها التقارير والمتابعات بنسبة 39.4%، ثم الحوارات بنسبة 1.9%، وهو ما يؤكد متابعة الصفحات الرسمية للوزارات لأخبار الوزارات المتعلقة بالتنمية المستدامة بشكل دوري.
2. جاءت النصوص المكتوبة في مقدمة مكونات المنشورات بصفحات الوزارات المصرية بنسبة 39.6%، يليها الصور كأحد أهم عناصر الإبراز المستخدمة في المنشورات، وذلك بنسبة 24.4%، ثم تحتوي المنشورات على عناصر تفاعلية (روابط إلكترونية، وهاشتاج، وكلمات تفاعلية) بنسبة 19.9%، وفي الترتيب الرابع جاءت مقاطع الفيديوها بنسبة 9.2%، وتؤكد هذه النتائج التنوع في عناصر الإبراز المستخدمة، كما تؤكد اهتمام الوزارات بتوثيق أخبارها بالصور والفيديوها الحية التي تؤكد مصداقية الخبر.
3. جاء كل من الإعجاب والتعليق في جميع مفردات العينة بنسبة 41% وهما الأكثر استخداماً بالنسبة للجمهور، وفي الترتيب الثاني جاءت المشاركة بنسبة 17% من إجمالي العينة، وجاءت التعليقات على شكل الإشادة بدور الوزارة والمبادرات الوطنية، وذلك بنسبة 49.6%، يليها دعاء وإشادة بدور الحكومة والدعاء لها في أغلبه؛ بنسبة 27.6% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الاستفسارات بنسبة 20.9%، وهو ما يؤكد اهتمام الجمهور بالتفاعل مع المنشورات المعروضة على صفحات الوزارات.
4. أشارت النتائج إلى أن الوزارات ترد على استفسارات الجمهور من خلال رسائل جاهزة بنسبة 50.6%، يليها الرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل نفسه بنسبة 26.1%، وتشير البيانات إلى اهتمام صفحات الوزارات الحكومية بالرد على استفسارات الجمهور، بينما لم ترد الوزارات على استفسارات الجمهور

وتعليقاتهم بنسبة 23.3% من إجمالي العينة، وهو ما يؤكد اهتمام الوزارات بالرد على استفسارات الجمهور وتعليقاتهم.

5. جاءت الأبعاد الاجتماعية في مقدمة أبعاد التنمية المستدامة التي اهتمت بها الوزارات عينة الدراسة بنسبة 36.7% من إجمالي العينة، يليها الأبعاد الاقتصادية بنسبة 24.2%، ثم الأبعاد البيئية بنسبة 23.7%، وهو ما يؤكد اهتمام الوزارات عينة الدراسة بجميع أبعاد التنمية المستدامة.

6. جاء "عرض نتائج المبادرات" في مقدمة جوانب الموضوعات الرئيسية التي تتعلق بصفة رئيسة بالقضايا التنموية بنسبة 33.4%، وجاء في الترتيب الثاني "الاهتمام بتدريب القيادات والشباب وتأهيلهم" بنسبة 26.5%، يليها "الزيارات الميدانية للمشروعات" بنسبة 15%، يليها "الاجتماعات بين المسؤولين" بنسبة 12.7%، وأخيراً "الاهتمام بالاستدامة البيئية والمحافظة على البيئة" بنسبة 12.4%.

7. جاء "تحسين مستوى معيشة المواطنين ومحاربة الفقر" في مقدمة الجوانب الاجتماعية في الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة بنسبة 19.2% من إجمالي الموضوعات، يليه "تطوير البنية التحتية وتوفير مسكن ملائم للمواطنين" بنسبة 18.2%، ثم "التمكين الاجتماعي للمرأة والشباب" بنسبة 14.3% من إجمالي الموضوعات، يليها "توفير فرص عمل للشباب" بنسبة 12.1%، يليه "المساواة بين الجنسين" بنسبة 11.1%.

8. بينما جاء "الحفاظ على الموارد البيئية" بنسبة 16.7% يليه "تعزيز التطورات في ميدان الطاقة المتجددة" في مقدمة الجوانب البيئية في الموضوعات الخاصة بالتنمية المستدامة بنسبة 15.7%، ثم "الارتقاء بالنظم البيئية واستدامتها" بنسبة 13.4%، يليه "حظر استخدام المواد الضارة بالبيئة" بنسبة 12.1%، ثم "تشجير الأراضي والطرق" بنسبة 9.5%، يليه "الاحتباس الحراري" بنسبة 9.8%، وأخيراً "الاهتمام بقضايا تغير المناخ" بنسبة 8.5%.

9. في حين جاء "زيادة سبل الإنتاج المحلي" في مقدمة الأبعاد الاقتصادية للتنمية المستدامة في منشورات الوزارات الأربعة بنسبة 19.9%، يليه "التمكين الاقتصادي"

بنسبة 16.2٪، ثم "ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة" بنسبة 13.5٪، يليه "تشجيع المشروعات الصغيرة والصناعات" بنسبة 12.5٪، ثم "تشجيع الاستثمار" بنسبة 12.2٪ يليه "مواجهة مشكلات الزيادة السكانية وتوجيهها" بنسبة 10.1٪، يليه "المساواة في توزيع الموارد" بنسبة 8.8٪، وأخيراً "دعم سبل المعرفة والابتكار والبحث العلمي" بنسبة 6.8٪.

10. جاءت استراتيجية الإعلام في مقدمة الاستراتيجيات التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات المصرية بنسبة بلغت 20.5٪، يليها استراتيجية الإقناع بنسبة 19.7٪، ثم استراتيجية التواصل بنسبة 15.1٪، وفي الترتيب الرابع جاءت استراتيجية بناء الإجماع بنسبة 11.9٪، يليها استراتيجية التفاعل بنسبة 11.8٪، ثم استراتيجية المشاركة بنسبة 11.6٪، وأخيراً استراتيجية الحوار بنسبة 9.4٪ من إجمالي العينة.

11. جاء استخدام لغة طبيعية قريبة من لغة الجمهور في مقدمة الاستمالات الإقناعية التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية للوزارات على فيس بوك، بنسبة 28.3٪، يليها التصوير في بيئات حية بنسبة 22.4٪، وفي الترتيب الثالث الاستشهاد بالإحصائيات والأرقام بنسبة 19.7٪، يليها الاستشهاد بتصريحات من المسؤولين بنسبة 14.4٪، ثم الاستعانة بقصص مؤثرة عاطفياً بنسبة 9.3٪، وأخيراً الاستعانة بالرسوم المتحركة بنسبة 5.8٪.

12. أوضحت النتائج أن "دعم الانتماء والفرح بمنجزات الوطن" جاءت في مقدمة القيم والأسس المرتبطة بالانتماء، التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات لدى الشباب، وبلغت نسبتها 22٪ في الترتيب الأول، يليها "تعزيز حب الوطن والولاء له" بنسبة 20.5٪، ثم "الحث على العمل التطوعي" بنسبة 16.8٪، يليها "المشاركة في المناسبات الوطنية والدينية" بنسبة 7.7٪، ثم "الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع" بنسبة 6.8٪، يليها "التصدي للشائعات والأخبار المضللة" بنسبة 6.6٪.

## ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

1- أشارت النتائج إلى أن الشباب المصري عينة الدراسة يتابع صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك بدرجة متوسطة (أحياناً) بنسبة 50% في الترتيب الأول، ثم بدرجة كبيرة بنسبة 45.3% (دائماً)، وهو ما يؤكد الاهتمام الواضح من قبل الشباب المصري عينة الدراسة بمتابعة الصفحات الرسمية للوزارات المصرية، وهو ما يثبت فاعلية تلك الصفحات في تحقيق دورها في التواصل مع الجمهور؛ إلا أن نسبة 4.7% من الشباب عينة الدراسة نادراً ما يتابع تلك الصفحات.

2- وتعددت أسباب الشباب المصري عينة الدراسة ودوافعه لمتابعة الصفحات الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية على فيس بوك، وجاء في مقدمتها "تساعدني في الحصول على المعلومات الخاصة بالأنشطة التي تقدمها الوزارات" بوزن نسبي 96.9 يليه دافع "تساعدني على تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا والموضوعات المجتمعية" بوزن نسبي 94.9، ثم "لأنها تزيد من ثقافتى بنوعية أنشطة الوزارات وخدماتها" بوزن نسبي 93.8، يليه "تساعدني في الحصول على المعلومات الخاصة بالأنشطة التي تقدمها الوزارات" بوزن نسبي 93.1.

3- أكدت النتائج قدرة الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تزويد عينة الدراسة من الشباب المصري عن المعلومات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة، فقد أكدت نسبة 60.4% أنها أحياناً ما تقوم بهذا الدور بدرجة متوسطة، إلى جانب نسبة 34.1% أكدت أنها تؤديه بدرجة مرتفعة، بينما أشارت نسبة منخفضة من الشباب تمثل 5.5% من إجمالي العينة إلى أنها لم تمد الجمهور بالمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة المتعلقة بأعمال التطوير في الدولة المصرية.

4- تنوعت أساليب وطرق تفاعل عينة الدراسة من الشباب المصري مع الأخبار والموضوعات التي تعرضها الوزارات المصرية عبر صفحاتها على فيس بوك، وجاء في مقدمتها "أكتب تعليقاً على المنشور يعبر عن وجهة نظري في الأحداث" بنسبة 60%، ثم "أشترك مع الآخرين في حلقات نقاشية حول الموضوع" بنسبة 26.7%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "أكتب منشورات على صفحتي الخاصة في مواقع التواصل

الاجتماعى تتضمن وجهة نظري في الموضوع" بنسبة 25.3٪، يليها "أكتفى بالمتابعة فقط دون تفاعل" بنسبة 22.3٪.

5- تثق نسبة 80٪ من الشباب المصري عينة الدراسة إلى حد ما في مضامين الصفحات الرسمية على فيس بوك، ونسبة 17.8٪ تثق فيها بدرجة كبيرة، إلا أن نسبة منخفضة جداً قوامها 2.2٪ لا تثق فيها أبداً، مما يشير إلى ارتفاع معدلات ثقة الجمهور في تلك الصفحات.

6- ترى نسبة 67٪ من الشباب أن أداء الصفحة الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك متوسط، أي أنها تؤدي دوراً مهماً في تحقيق الهدف التنموي للدولة المصرية، كما أن نسبة 25٪ من العينة ترى أنها جيدة جداً وتؤدي دوراً محورياً وكبيراً في دعم قضايا التنمية إلا أن نسبة 8٪ من العينة ترى أنها لا تؤدي الدور المنوط بها.

7- تتأثر نسبة 64٪ من الشباب عينة الدراسة إلى حد ما بالموضوعات المعروضة على صفحات الوزارات، بينما يتأثر بها 22٪ إلى حد كبير، فيما لا يتأثر بتلك المضامين والمحتويات نسبة 14٪ من إجمالي الشباب عينة الدراسة.

8- جاءت عبارة "أتاحت لى معرفة معلومات عن آخر وأهم الأحداث المتعلقة بالموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة" في مقدمة آراء الشباب المصري عينة الدراسة في دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية عبر موقع فيس بوك فيما يتعلق بأبعاد التنمية المستدامة وقضاياها بالنسبة للشباب عينة الدراسة بوزن نسبي 95، يليها عبارة "تبادل الآراء والتعرف على وجهات نظر الآخرين فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة" بوزن نسبي 93.7، ثم عبارة "تساعدنى في تكوين رأي حول قضايا التنمية المستدامة" بوزن نسبي 93.3.

9- جاءت "مبادرة حياة كريمة" في مقدمة المبادرات التي يتابعها الشباب المصري عينة الدراسة بوزن نسبي 94، وفي الترتيب الثاني جاءت "مبادرة اتحضر للأخضر" بوزن نسبي 88.7، ثم "مبادرة كن متنوعاً" بوزن نسبي 86.3، يليها "مبادرة دوى لتمكين المرأة" بوزن نسبي 78.3، ثم "مبادرة مستقبلنا في أيدينا" بوزن نسبي 77.7،



يليهما "البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة" بوزن نسبي 68.7، وأخيراً "مبادرة ابدأ" بوزن نسبي 64.3.

10- جاءت عبارة "تحفزنى على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن" في مقدمة آراء الشباب المصري عينة الدراسة في دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تدعيم الانتماء لديهم من وجهة نظرهم، بوزن نسبي 96.4، يليها "تشعرنى بأنى جزء من مجتمعى وتزيد من ولائى له" بوزن نسبي 94.8، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تدعم مشاركتى في جميع الأنشطة المجتمعية" بوزن نسبي 94.7.

11- جاءت عبارة "تغرس داخلى أهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزه السياسية والدينية والتاريخية" في مقدمة الأسس المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك، بوزن نسبي 97.4، يليها عبارة "تكرس لدي حب الحفاظ على الأمن والأمان داخل الوطن" بوزن نسبي 94.9، ثم عبارة "تسهم في الحفاظ على التماسك الأسري والعائلى" بوزن نسبي 94.4، يليها عبارة "تغرس داخلى تجنب الأنانية وحب الذات" بوزن نسبي 94.3، ثم عبارة "تعرفنى بقضايا الوطن ومشكلاته" بوزن نسبي 94.2، يليها عبارة "تشجعنى على نبذ الفتن الطائفية" بوزن نسبي 92.9.

12- جاءت عبارة "تنمى لدي حب الوطن والمحافظه عليه" في مقدمة القيم المرتبطة بالانتماء التي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها المتعلقة بالتنمية المستدامة، وذلك بوزن نسبي 93، يليها "تدعم لدي قيمة الولاء للوطن" بوزن نسبي 88.3، ثم "تعزز لدي قيمة الاعتزاز بالانتساب للوطن" بوزن نسبي 87.3، يليها "تنمى لدي قيمة التسامح مع الآخرين" بوزن نسبي 86.3، ثم "تدعم لدي قيمة التعايش الوطنى" بوزن نسبي 84، وأخيراً "تنمى لدي قيمة الفخر بالأصول العربية" بوزن نسبي 78.7.

13- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب المصري عينة الدراسة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على فيس بوك ومستوى الوعي بأبعاد التنمية المستدامة.

14- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المعلومات المتعلقة بالتنمية المستدامة التي يتعرضون لها عبر صفحات الوزارات المصرية على فيس بوك وتقييمهم لأداء تلك الصفحات دورها التثموي.

15- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب المصري لما تنشره الصفحات الرسمية للوزارات عن أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها بدعم أسس الانتماء لديهم.

16- ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المصري وفقاً لاتجاهاتهم نحو دور صفحات الوزارات في دعم وتعزيز الانتماء لديهم تبعاً للمتغيرات الديموجرافية بشكل جزئي، بوجود فروق بين المبحوثين فيما يتعلق بمتغيرات (السن - المستوى العلمي - مستوى الدخل)، وعدم بينما وجود فروق فيما يتعلق بمتغيرات (النوع - مكان الإقامة).

أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى تفعيل الوزارات المصرية دور صفحاتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، في عرض إنجازاتها وأنشطتها فيما يخص المبادرات القومية التي تهدف إلى تحقيق أبعاد التنمية المستدامة في إطار خطة مصر 2030، لذلك فقد اعتمدت على استراتيجية الإعلام والإقناع والتواصل؛ بهدف تزويد الجمهور الأخبار الخاصة بها، وقد أكدت عينة الدراسة من الشباب المصري أنهم يعتمدون على صفحات الوزارات المصرية لمتابعة خطط الوزارات للتنمية المستدامة، وأنهم يثقون في المعلومات الواردة بها بنسبة كبيرة، كما أكدت الدراسة التحليلية أن قيم "دعم الانتماء والفخر بمنجزات الوطن"، و"تعزيز حب الوطن والولاء إليه" جاءت على رأس قائمة الأسس والقيم المرتبطة بالانتماء على صفحات الوزارات المصرية، في حين أشارت عينة الدراسة الميدانية من الشباب المصري إلى أنها "تتمني لدي حب الوطن والمحافطة عليه"، و"تدعم لدي قيمة الولاء للوطن"، وهو ما يشير إلى وجود اتفاق بين الدراستين، ويؤكد أن الوزارات المصرية تعمل على تعزيز الانتماء وحب الوطن والولاء لدى الشباب المصري.

## التوصيات والمقترحات:

1. ضرورة العمل على تحديث المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات الحكومية والوزارات بصفة مستمرة، بما يمكن للمواطنين من متابعة أنشطتها وخدماتها بشكل مستمر.
2. إعطاء مزيد من الأهمية للمبادرات الوطنية التي تستهدف الشباب، وتمكينهم اجتماعياً واقتصادياً لما لها من أهمية كبيرة في تدعيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب.
3. تأهيل الطلاب وتدريبهم، وحثهم على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والعمل التطوعي، من خلال ورش العمل، وبرامج التدريب الإلكتروني، والأنشطة الثقافية.

## هوامش:

### أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، منية إسحاق (2016م). "اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص129.
- أحمد، نورهان محمد (2016م)، "دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص134.
- بريك، أيمن محمد (2016). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع 13، ص ص 253-293.
- بن حمد، ناصر بن محمد (2021). "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب العماني: دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، كلية الآداب، مج 4، ع 56، ص 75.
- بن عمار، أشواق و بوترة، بلال (2023). "شبكات التواصل الاجتماعي " فيس بوك" وتعزيز الهوية الوطنية لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على بعض الطلبة الجامعيين من جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي)"، مجلة آفاق علمية، مج 15، ع 1، ص ص 139-159.
- جاب الله، مونيكا ميشيل حنا (2017م). "الصورة الإعلامية لمسؤولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص182.
- حجاج، محمود يوسف (2015). "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الجماهير"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 109.
- حسن، السيد لطفي (2022). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي وتدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع 19، ص 1-71.
- حسنين، شيماء محمد محمد (2019). "المعالجة الإخبارية لقضايا الاقتصاد المصري في القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور لأداء الحكومة"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 5.

- حسين، منة الله (2021). "دور البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة 2030 وتقييم الجمهور لها"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ص 85.
- حمد، فاطمة عبد الكاظم وعبد الرحمن، زينة عبد القادر (2022). "تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 81، ص 709-734.
- حمزة، ريم نبيل (2023). "استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في مصر واتجاهات الجمهور نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- إمام، سلوى (1989). "الصدق والثبات في استمارة الاستقصاء وتحليل المضمون، **المجلة العلمية لكلية الإعلام**، العدد الأول، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 42.
- الديجاني، ثامر عزيز (2022). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المواطنة والانتماء لدى الشباب الكويتي"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ع 81، ص 581-606.
- ذو الفقار، شيماء (2007)، "التغطية التليفزيونية للتعديلات الدستورية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحو شرعية النظام السياسي"، **المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 583.
- رضوان، أحمد فاروق (2015). "تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية"، **بحث مقدم في الملتقى الثالث للجمعية العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان تحت عنوان العلاقات العامة الرقمية**، 24-25 فبراير 2015
- سراج، ابتهاج عبد الله (2019). "إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة التنمية المستدامة من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بجامعة طيبة"، مشروع بحثي ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، **المجلة العربية للنشر العلمي**، المملكة العربية السعودية، ع 16، ص 110.
- سعد، رشا عبد المحسن (2023) "استراتيجيات العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة: دراسة تطبيقية على وزارة التنمية المحلية وعينة من محافظات مصر"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة العلاقات العامة والإعلام السياحي.
- سلامة، مي وليد (2023). "دور تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو خطط التنمية"، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، جمعية كليات الإعلام العربية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 9، ج 2، ص 69-109.
- سليمان، سناء محمد (2013). "سيكولوجية الحب والانتماء"، القاهرة، عالم الكتب، ص 116.
- سليمان، شريفة رحمة الله. (2016). "استخدام الاتصال الحكومي في تعزيز الهوية الوطنية: دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجًا"، الإمارات، **مجلة شئون اجتماعية**، ع 130، ص 43-85.
- السيد، نرمين علي (2021). "استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج 20، ع 3 - 1، ص 626-577.
- شاهين، هبة أمين (2010). "دور وسائل الإعلام في تهيئة الجمهور المصري نحو الثقة في الحكومة"، **المؤتمر العلمي السنوي السادس عشر: الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين (الواقع والتحديات)**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 13-15 ديسمبر 2010، ص 1397.
- شرف، جيلان (2021). "اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 20، ع 4، ص 149-193.
- الشريف، سامح محمد (2016). "الشعائر السياسية في المواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهات الشباب السياسية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص 183.

- الشريف، محمد (2022). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري- دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 63، ع 3، ص ص 1333-1376.
- عبد الحميد، ولاء إبراهيم (2018). "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المجتمعية عقب 25 يناير"، *رسالة دكتوراة غير منشورة*، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- عبد العزيز، بركات (2011). "**مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق**"، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ص 275.
- عبد الغفار، فاطمة أحمد (2016)، "دور المعالجة التليفزيونية لقضايا حقوق الإنسان في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو السلطة"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 260.
- عبد الكريم، نبيل عبد العزيز (2017). "**الانتماء الوطني وعلاقته بسمات الشخصية والتماسك الأسري لدى طلبة الجامعات**"، الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص 35.
- عبد اللطيف، كريمة كمال (2022). "شبيكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 81، ج 3، ص ص 374-337.
- عبد الله، عبد الرحمن (2020)، "دور العمل التطوعي في تحقيق الأمن المجتمعي وتعزيز الانتماء بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من المتطوعين بمدينة الرياض"، *مجلة التربية*، جامعة الأزهر، كلية التربية، ع 188، ج 1، ص ص 444-407.
- عبد الوهاب، أحمد سامي (2018). "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة"، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج 2018، ع 16، ص ص 443-473.
- العبد، صفية بنت إبراهيم (2023). "فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية"، *مجلة الآداب، الجمهورية اليمنية*، جامعة ذمار، كلية الآداب، مج 11، ع 2، ص 676: 718.
- عثمان، نصر الدين (2018). "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي نموذجا، دراسة ميدانية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع 15.
- عزوز، هويدا محمد (2020). "دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، مج 2021، ع 76، ص ص 71-122.
- عقل، نشوى سليمان (2006)، "المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان"، *رسالة دكتوراة غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 49.
- علام، اعتماد محمد (2012). "**الإحصاء في البحوث الاجتماعية**"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص 173.
- على، زينهم حسن (2022). "دور الصحف الإلكترونية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة في ضوء رؤية مصر 2030"، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، جامعة المنيا كلية التربية النوعية، مج 8، ع 38، ص ص 1732-1659.
- العنزي، ظاهر (2020). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة جامعة الكويت"، *المجلة التربوية الأردنية*، الجمعية الأردنية للعلوم التربوية، مج 5، ع 2، ص ص 185-161.
- الغرابوي، شهدان عادل عبد اللطيف (2020). "**التنمية المستدامة ما بين أطر التنمية الاجتماعية والاقتصادية وعلاقتها بالموارد البشرية**"، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ص 279.

- فهمي، رشا عادل (2022). "التحليل السيميولوجي لجهود القوات المسلحة المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة كما يتناولها المحتوى المرئي على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري- صفحة فيس بوك نموذجًا"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 61، ع3، ص ص 1193:1240.
  - قطب، زينب حسين (2021). "أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية وعلاقتها بتعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين"، **مجلة دراسات الطفولة**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، مج 24، ع 93.
  - محمد، آية أحمد (2021). "توظيف الإعلام التتموي الرقمي في الإسهامات الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، مج 2021، ع 77، ج3، ص ص 1885-1920.
  - محمد، خالد صلاح (2023). "دور العلاقات العامة الإلكترونية في الترويج لرؤى التنمية المستدامة 2030: وزارة السياحة نموذجًا"، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، شعبة الاتصال والإعلام.
  - محمد، ليمان محمد (2017). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري: فيسبوك نموذجًا"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع 19، ص ص 160-181.
  - محمد، مازن سعود (2021). "دور العمل التطوعي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على معلمي برنامج خبرات 2 بالمملكة العربية السعودية"، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية**، المركز القومي للبحوث غزة، مج 5، ع 12، ص ص 118-142.
  - محمد، مروة صبحي (2020). "دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة اتحضر للأخضر"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع55، ج3.
  - المحمدي، سماح (2019). "اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج 18، ع2، ص ص 1-79.
- ثانيًا: المراجع الأجنبية:**

- Abdullah, A. G. (2023). "The Association Between Social Media Use and Quality of Life Among the Population in Saudi Arabia". **M. A thesis**. AL Faisal University.
- Al Naqbi, N., Al Momani, N. and Davies, A. (2022). "The Influence of social media on Perceived Levels of National Security and Crisis: A Case Study of Youth in the United Arab Emirates". **Sustainability** ,14(2).
- Al-Tamimi, N. (2023)."Qatar Blockade, Well-Being and Social Identity", **Contributions to International Relations**. 5(1).
- Antwi, S. (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** 807,150865
- Baranov, P. P. (2020), "Interactive communication and modernization techniques of government administration in modern society: main contradictions and development trends", **Turismo: Estudos & Práticas** (UERN).
- Bennett, J., (2021), "Mapping climate discourse to climate opinion: An approach for augmenting surveys with social media to enhance understandings of climate opinion in the United States", **PLOS ONE**.
- Brug, W. V. d., Semetko, H. A., and Valenburg, P. M., (2007), "Media Priming in Multi-party context: A controlled Naturalistic study in political communication, **Polit Behav**, Vol. 29, (1), PP.115-141.

- Chaieb, C., et. al. (2018), "E- Government & Social Media in Tunisia: An Empirical analysis", **Government Information Quarterly**.
- Chuang, H. M.; Chen, C.I. (2023). The Role of Two-Way Influences on Sustaining Green Brand Engagement and Loyalty in social media. **Sustainability** 15, (2), 1291.
- Denis, W., Coleman, R. (2014). "The affective effect on political judgment", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 91, No.3, pp.530-543.
- DePaula. N (2023). Political ideology and information technology in government online communication. *Government Information Quarterly*, 40 (2023), 10174.
- Evan Doyle, YoungAh Lee (2016), Context, context, context: Priming theory and attitudes towards corporations in social media, **Public Relations Review**, Volume 42, Issue 5, December 2016, Pages 913-919
- Elmadany, O., (2020), The Role of Social Media in Developing Awareness with Sustainable Development Issues: A Field Study on a Sample of Umm Al-Qura and King Abdulaziz Universities' Students, **Arabian Journal for Media & Communication**, Issue 23, p11-68. 58.
- Eshantaly, A. M. (2022). "The role of social media in women's entrepreneurship in the UAE: implications for gender development and equality", **Journal for Humanities & Social Sciences**, 19(3).
- Ghafai, A. (2023). "Assessing National Identity Awareness in Mass and social media with a Comparative Approach (Case study of Ardabil adolescents)". **Journal iranian political sociology**. Vol. 5, No.11.
- Kaleel, A. K. (2022). "Modern communication models used and effective in the process of communicating with the public. The United Arab Emirates as a model", **Journal of Positive School Psychology** ,Vol. 6 ,No. 3 ,2673–2683
- Khasawneh, R. T. & Abu shanat, E. A., (2013), 'E- Government and Social Media sites The role & impact', *World Journal of Computer Application and Technology*, Vol., No.1, pp. 10-1.
- Lerouge. R (2023). The role played by government communication on the level of public fear in social media: An investigation into the Covid-19 crisis in Italy. *National Library of Medicine*. 40(2)
- Marciano, L. (2023). "Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. **Front. Psychol.** 14:1092109
- Martinez, M. G. (2012), "Priming and Context through Cognitive and Advertising Lenses". **Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, Phoenix, AZ, May 24, p.2
- Martinez, M. G. (2013), "contextual Priming Effects in the Reception and Evaluation of News Events", **Unpublished PHD Thesis**, university of Urbana, Illions, p. 150.
- Moy, P., A. xenos, M. & HESS, V. K. (2006), "Priming Effects of Late Night Comedy, **international Journal of Public Opinion Research**. Vol 18. No 2., p.200.
- Muslikhin, M. et, al. (2022). "Environmental communication network on Indonesian forest fires on Twitter in pandemic COVID-19 era", **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, 3rd International Conference on Agriculture and Bio-industry (ICAGRI 2021).



- Nadzir, M. M., Harun, N. H. & Hassan, M. Gh. (2019). Social media engagement on Malaysian government agencies Facebook pages: An empirical analysis. IEEE Jordan International Joint Conference on Electrical Engineering and Information Technology JEEIT. Available at <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8717413/authors#authors>
- Parvez, Z. (2023). "Tribalism and National Identity in Qatar: History and Emerging Trends". **Global Nationalism** ,pp. 213-233.
- Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997), "News Values and Public Opinion: A theoretical Account of Media priming and framing", **Communication Sciences: Advances in persuasion**, Vol. 13, p. 173.
- Ribeiro D. (2022). He Reshuffle of the United Arab Emirates Government in 2020 and the New Context of Happiness as a Government Policy – Content Analysis with WebQDA. WCQR 2022, LNNS 466, pp. 278–291
- Rosario, H. d. A., Martín, S. A., & Pérez, d. C. M. (2016), Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? **New Media & Society**, 20(1), 29–49.
- RuthieKelly, (2016). "Fictional political dramas, priming and gender cues for the presidency", paper presented at the annual meeting of the American political Science association (Philadelphia, 1 September).
- Scheufele, D. A. and Tewksbury, D., (2007), "Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**, Vol. 57, p. 11.
- Shapira, O. (2017), "A systematic exploration of manipulations, moderators and mechanisms of priming effects", **Psychological Science**, Vol.28, No.8, pp.1148-1159.
- Shanto Iyengar (2008), "Priming Theory", The International Encyclopedia of Communication, WILEY, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecp101>
- Snoussi, T., (2022). "COVID-19 and Fake News: Knowledge Assessment and Discrepancy of Social Media Users in the UAE", **Algerian Communication Journal**, 24, (1), P. 71-79.
- Stevens, D. and Karp, J.A., (2012). "Leadership Traits and Media Influence in Britan". **Political studies**, Vol. 60, No. 4, p. 808.
- Uchenna, C., (2013), "Media role in African Changing electoral process" (USA: Library of Congress) p.16.
- Vreese, C. H. D., (2004), "Primed by the Euro: The impact of a Referendum Campaign on Public Opinion and Evaluations of Government and Political Leaders", **Scandinavian Political Studies**, Vol. 27, No. 1, p. 46.
- Weber, W. & Rall, H., (2013), "'We Are Journalists. "Production Practices, Attitudes and a Case Study of the New York Times Newsroom" In W. Weber, M. Burmester, R. Tille (Eds.), **Interaktive Infografiken. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg**, p. 161.



- XU, J., DU, H., Shen, K. N. (2022). How gamification drives consumer citizenship behaviour: The role of perceived gamification affordances. *International Journal of Information Management*, 64, 102477.
- Zwinger, S., and Zeiller, M., (2016), "Interactive Infographics in German Online Newspapers", In W. Aigner, G. Schmiedl, K. Blumenstein, M. Zeppelzauer, and M. Iber (Eds.), **Forum Media Technology, CEUR Workshop Proceedings**, vol. 1734, p. 54.

#### تحكيم الاستثمارات:

#### استعانت الباحثة في تحكيم استمارتي الاستبانة وتحليل المضمون بكل من:

- إيناس أبو يوسف، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، عميد كلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية.
- إيناس عبد الحميد، أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة الأهرام الكندية.
- سهير محمد عثمان، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعتي القاهرة والأهرام الكندية.
- خالد مسعد، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة سيناء.

## References

- Ibrahim, M. (2016ma). "aetimad alshabab aljamieii almisrii ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii kamasdar lil'akhbari", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, qism alsahafati.
- Ahmed, N. (2016mi), "dawafie taearud alshabab aljamieii lilmadamin alsiyasiat alsakhirat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqat minha", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Hulwan, kuliyyat aladab, qism al'ielami.
- Brik, A. (2016). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taweiat alshabab almisrii biqadaya altanmiat almustadamati: dirasat maydaniatun", majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat Almisria lilealaqat aleamati, 13(1).
- Bin Hamad, N.(2021). "tathir mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa qiam almuatanat walaintima' ladaa alshabab aleumani: dirasat maydaniatan", majalat kuliyyat aladab, jamieat Binha, kuliyyat aladab, 56(2).
- Ben Ammar, Bilal, B. (2023). "shabakat altawasul alaijtimaeii " fis buk" wataeziz alhuiat alwataniat ladaa altalabat aljamieiiyn (dirasat maydaniat ealaa baed altalabat aljamieiiyin min jamieat Alshahid Hamma Lakhdar- Alwadi)", majalat afaq eilmia, 1(2).
- Jaballah, M. (2017m). "alsuwrat al'ielamiat limaswuwli alhukumat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii wainikasatiha ealaa suratihim aldhiniat ladaa alshababi", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, qism Alezaa waltilifizyun.
- Haggag, M. (2015). "atar altaghtiat al'iikhbariat lilsiyasat alhukumiyyat bialfadayiyat almisriat waealaqatiha bialaighatirab alsiyasi ladaa aljamahir", risalat majistir ghayr manshuratin, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira.
- Hasan, A. (2022). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tatwir 'anmat altafaeul alaijtimaeii watadeim alaintima'at ladaa alshabab almisrii", majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, almaehad alduwali al'aleali lil'ielam Alshuruq, 19(2).
- Hassanein, S. (2019). "almuealajat al'iikhbariat liqadaya alaiqtisad almisrii fi alqanawat al'iikhbariat walmawaqie al'iiliktruniat almisriat waealaqatiha bitaqyim aljumuhr li'ada' alhukumati", risalat dukkurat ghayr manshurt, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira.
- Hussein, M. (2021). "dawr albaramiyyat alhawariat bialfadayiyat Almisriat fi tartib 'awlawiaat aljumuhr liqadaya alaiqtisadiat bikhutat altanmiat almustadamat 2030 wataqyim aljumuhr liha", risalat dukkurat ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielami, qism Alezaa waltilifizyuni.
- Hamad, F. (2022). "taswiq qadaya altanmiat almustadamat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii", almajalat Almisriat libuqhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielami, 81(4).
- Hamza, R. (2023). "aistikhdam altatbiqat alraqamiyyat fi 'anshitat khidmat aleumala' bisharikat almiyah fi misr waitijahat aljumuhr nahwaha", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Almansura, kuliyyat aladab, qism al'ielami.
- Imam, S. (1989). "alsidq walhabat fi astimarat aliasiqtasa' watahlil almadmuni, almajalat aleilmiaat likuliyyat al'ielami, aleadad al'awal, alqahirati: jamieat Alqahira. kuliyyat Al'ielami.

- Al-Dejani, T. (2022). "dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat almuatanat walaintima' ladaa alshabab alkuaytii", almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira - kuliyyat Al'ielam, 81(3).
- Zulfikar, S. (2007), "altaghtiat altilifizyuniat liltaedilat aldusturiat waealaqatiha biaitijahat alraay aleami almisrii nahw shareiat alnizam alsiyasii", almutamar aleilmiu alsanawiu althaalith eashra: al'ielam walbina' althaqafia walaijtimaeii lilmuatin allearabii, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira.
- Ridwan, 'A. (2015). "tabni aljumphur al'iimaratii liaistikhdam alkhadamat alhukumiat al'iiliktruniat waldhakiati", bahath muqadam fi almultaqaa althaalith liljameiat aleilmiat alsaeudiat lilealaqat aleamat wal'ielan taht eunwan alealaqat aleamat alraqamiati, 24-25 fibrayir 2015
- Siraj, I. (2019). "'iishamat wasayil altawasul alaijtimaeii fi bina' thaqafat altanmiat almustadamat min wijhat nazar talabat aldirasat aleulya bijamieat tayiba", mashrue bahthiun dimn mutatalibat alhusul ealaa darajat almajistir, almajalat allearabiati lilynashr alealamayi, almamlakat Alearabiati Alsaeuadiati, 16(3).
- Saad, R. (2023) "astiratijiaat alealaqat aleamat fi daem baramij altanmiat almustadamati: dirasat tatbiqiat ealaa wizarat altanmiat almahaliyat waeayinat min muhafazat masr", risalat duktuurat ghayr manshuratin, jamieat Suhaj, kuliyyat aladab, qism al'ielami, shuebat alealaqat aleamat wal'ielam alsiyahii.
- Salama, M. (2023). "dur twitir fi tashkil aitiyahat almar'at alsaeudiat nahw khutat altanmiati", majalat aitiyahat aljamieat allearabiati libuhuth al'ielam watiknulujiya alaitisali, jameiat kuliyyat al'ielam allearabiati, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielami, 9(1).
- Suleiman, S. (2013). "sikulujiat alhubi waliantima'i", Alqahira, Aalam Alkutub.
- Suleiman, S. (2016). "aistikhdam alaitisal alhukumii fi taeziz alhuwat alwatanii: dawlat Al'iimarat allearabiati almutahidat nmwdhjan", al'iimaratu, majalatan shiuwun aijtimaeiatin, 130(3).
- Al-Sayed, N. (2021). "astiratijiaat alaitisal alhukumii almustakhdamat fi altaswiq lilmashrueat alqawmiat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bimaearif waitijahat aljumphur almisrii", almajalat Almisria libuhuth alraay aleama, 3(2).
- Shahin, H. (2010). "dur wasayil al'ielam fi tahyat aljumphur almisrii nahw althiqat fi alhukumati", almutamar aleilmiu alsanawiu alsaadis eashra: al'ielam waqadaya alfaqr walmuhamashin (alwaqie waltahadiyati), kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 13-15 disambir 2010.
- Shraf, J. (2021). "aetimad almar'at almisriat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bitamkiniha fi daw' khutat altanmiat almustadamati", majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat alaelam, 4(5).
- Alsharif, S. (2016). "alshiearat alsiyasiat fi almawaqie alaijtimaeiat waealaqatiha biaitijahat alshabab alsiyasiati", risalat duktuurat ghayr manshurt, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, qism alsahafati.
- Alsharif, M. (2022). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tadeim alaintima' alwatanii ladaa alshabab almisrii- dirasatan mushiatan ealaa eayinat min shabab aljamieati", majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielam, 3(5).
- Abdel Hamid, W. (2018). "dawr albaramiij alhawariat fi alqanawat alfadayiyat alkhassat fi tashkil aitiyahat alraay aleami nahw alqadaya almutamaeiat eqqib 25 yanayir",

- risalat dukturat ghayr manshuratin, qism Al'ielami, kuliyyat aladab, jamieat Almansura.
- Abdel Aziz, B. (2011). "manahij albahth al'ielamiu: al'usul alnazariat wamaharat altatbiqi", Alqahira: dar Alkitab alhadithi.
  - Abd Alghafaar, F. (2016), "dur almuealajat altilifizyuniat liqadaya huquq al'iinsan fi tashkil aitijahat aljumphur almisrii nahw alsultati", risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira.
  - Abd Alkarim, N. (2017). "aliantima' alwatanii waealaqatuh basimat alshakhsiat waltamasuk al'usarii ladaa talabat aljamieati", Al'urdun, dar ghayda' lilmashr waltawziei.
  - Abd allatifi, K. (2022). "shabakat altawasul alaijtimaeii wadawruha fi taeziz qiam almuatanat walaintima' ladaa alshabab aljamieii", almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyyat 81(2).
  - Abdullah, A. (2020), "dawr aleamal altatawueii fi tahqiq al'amn almujtamaeii wataeziz alaintima' bialmamlakat alearabiat alsaeudiati: dirasat maydaniat mutbaqat ealaa eayinat min almutatawiein bimadinat alriyada", majalat altarbiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat altarbiati, 188(3). 407-444.
  - Abd Alwahaab, A. (2018). "mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawruha fi tahqiq alwaey ladaa alshabab alsaeudii biqadaya altanmiat almustadamati", almajalat alelmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, 16(2).
  - Alabd, S. (2023). "faeiliat al'ielam alraqamii fi tahqiq 'ahdaf altanmiat almustadamat fi almamlakat alearabiat Alsaeudiati", majalat aladab, aljumphuriat Alyamaniati, jamieat Dhamar, kuliyyat aladab, 2(3).
  - Uthaman, N. (2018). "tawzif al'ielam aljadid fi nashr alwaey biqadaya altanmiat almustadamati: alwaey albiyyu nmwdhjan, dirasat maydaniatin, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsata, aljameiat Almisriat alealaqat aleamata, 15(3).
  - Azouz, H. (2020). "dawr alsafahat alrasmiaat lilmuasasat alhukumiat ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii fi tashkil waey aljumphur alsihyi bijayihat kuruna", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 76(2).
  - Akl, N. (2006), "almuealajat altilifizyuniat walsahafiat lilqadaya albarlamaniat wadawriha fi tashkil aitijahat aljumphur aleami nahw albarlaman", risalat dukturat ghayr manshurt, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira.
  - Allam, E. (2012). "al'iihsa' fi albuuhuth aliajtimaeiati", maktabat al'anjilu almisriati, Alqahira.
  - Ali, Z. (2022). "dawr alsuhuf al'iiliktruniat almisriat fi tashkil maearif waitijahat aljumphur almisrii nahw mubadarat hayaat karimat fi daw' ruyat masr2030", majalat albuuhuth fi majalat altarbiat alnaweiat, jamieat alminya kuliyyat altarbiat alnaweiat, 38(2).
  - Aleanzi, Z. (2020). "dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz alaintima' alwatanii ladaa talbat jamieat alkuayti", almajalat altarbawiat al'urduniyata, aljameiat Al'urduniya lileulum altarbawiat, 2(2).
  - Algharbawi, S. (2020). "altanmiat almustadamat ma bayn 'utur altanmiat aliajtimaeiat waliaqtisadiat waealaqatiha bialmawarid albashariati", al'iiskandariati, dar Alfikr aljamieii.

- Fahmi, R. (2022). "altahlil alsiyamiulujii lijuhud alquaat almusalahat almisriat fi tahqiq 'ahdaf altanmiat almustadamat kama yatanawaluha almuhtawaa almaryiyu ealaa alsafhat alrasmiat lilmutahadith aleaskarii- safhat fys buk nmwdhjan", majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyat al'ielam, 3(2).
- Qutb, Z. (2021). "'anshitat alealaqat aleamat bialmuwasasat al'amniat waealaqatiha bitaeziz alhuiat almisriat ladaa almurahiqina", majalat dirasat altufulati, jamieat eayn shams, kuliyat aldirasat aleulya liltufulati, qism al'ielam wathaqqafat al'atfal, 93(6).
- Muhammad, A. (2021). "tawzif al'ielam altanmawii alraqmii fi al'iishamat alfaaalat litahqiq 'ahdaf altanmiat almustadama ", almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, 77(2).
- Muhammad, K. (2023). "dawr alealaqat aleamat al'iiliktruniat fi altarwij liruaa altanmiat almustadamat 2030: wizarat alsiyahat anmwdhjan", risalat duktuurat ghayr manshuratin, jamieat Al'iiskandariati, kuliyat aladab, qism alaijtimae, shuebat alaitisal wal'ielami.
- Muhammad, L. (2017). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi daem juhud altanmiat bialmujtamae almisrii: fisbuk namudhaja", almajalat alarabiat libuhuth al'ielam walaitisali, jamieat Al'ahram Alkanadiati, 19(3), 160-181.
- Muhammad, M. (2021). "dawr aleamal altatawueii fi tahqiq altanmiat almustadamat: dirasat maydaniat ealaa muealimay barnamaj khibrat 2 bialmamlakat alarabiat alsaeudiati", majalat aleulum alaiqtisadiat wal'iidariat walqanuniati, almarkaz alqawmiu lilbuqhuth Ghaza, 12(3). 118-142.
- Muhammad, M. (2020). "dawr alsafahat alrasmiat almisriat ealaa wasayil altawasul alaijtimaeii fi daem altanmiat albiyyat almustadamat bialtatbiq ealaa safhat aitaahdar lil'akhdar", majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyat Al'ielam, 55(2).
- Almuhamadi, S. (2019). "aetimad alshabab almisrii ealaa safahat almutahadithin alrasmiiyn lilmuwasasat alhukumiati ealaa mawqie altawasul alaijtimaeii fisbuk", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'ielam, 2(1).
- Abdullah, A. G. (2023). "The Association Between Social Media Use and Quality of Life Among the Population in Saudi Arabia". **M. A thesis**. AL Faisal University.
- Al Naqbi, N., Al Momani, N. and Davies, A. (2022). "The Influence of social media on Perceived Levels of National Security and Crisis: A Case Study of Youth in the United Arab Emirates". **Sustainability** ,14(2).
- Al-Tamimi, N. (2023). "Qatar Blockade, Well-Being and Social Identity", **Contributions to International Relations**. 5(1).
- Antwi, S. (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** 807,150865
- Baranov, P. P. (2020), "Interactive communication and modernization techniques of government administration in modern society: main contradictions and development trends", **Turismo: Estudos & Práticas** (UERJ).
- Bennett, J., (2021), "Mapping climate discourse to climate opinion: An approach for augmenting surveys with social media to enhance understandings of climate opinion in the United States", PLOS ONE.

- Brug, W. V. d., Semetko, H. A., and Valenburg, P. M., (2007), "Media Priming in Multi-party context: A controlled Naturalistic study in political communication, **Polit Behav**, Vol. 29, (1), PP.115-141.
- Chaieb, C., et. al. (2018), "E- Government & Social Media in Tunisia: An Empirical analysis", **Government Information Quarterly**.
- Chuang, H. M.; Chen, C.I. (2023). The Role of Two-Way Influences on Sustaining Green Brand Engagement and Loyalty in social media. **Sustainability** 15, (2), 1291.
- Denis, W., Coleman, R. (2014). "The affective effect on political judgment", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 91, No.3, pp.530-543.
- DePaula, N (2023). Political ideology and information technology in government online communication. *Government Information Quarterly*, 40 (2023), 10174.
- Evan Doyle, YoungAh Lee (2016), Context, context, context: Priming theory and attitudes towards corporations in social media, **Public Relations Review**, Volume 42, Issue 5, December 2016, Pages 913-919
- Elmadany, O., (2020), The Role of Social Media in Developing Awareness with Sustainable Development Issues: A Field Study on a Sample of Umm Al-Qura and King Abdulaziz Universities' Students, **Arabian Journal for Media & Communication**, Issue 23, p11-68. 58.
- Eshantaly, A. M. (2022). "The role of social media in women's entrepreneurship in the UAE: implications for gender development and equality", **Journal for Humanities & Social Sciences**, 19(3).
- Ghafai, A. (2023). "Assessing National Identity Awareness in Mass and social media with a Comparative Approach (Case study of Ardabil adolescents)". **Journal Iranian political sociology**. Vol. 5, No.11.
- Kaleel, A. K. (2022). "Modern communication models used and effective in the process of communicating with the public. The United Arab Emirates as a model", **Journal of Positive School Psychology** ،Vol. 6 ،No. 3 ،2673–2683
- Khasawneh, R. T. & Abu shanat, E. A., (2013), 'E- Government and Social Media sites The role & impact", *World Journal of Computer Application and Technology*, Vol., No.1, pp. 10-1.
- Lerouge, R (2023). The role played by government communication on the level of public fear in social media: An investigation into the Covid-19 crisis in Italy. *National Library of Medicine*. 40(2)
- Marciano, L. (2023). "Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. **Front. Psychol.** 14:1092109
- Martinez, M. G. (2012), "Priming and Context through Cognitive and Advertising Lenses". **Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, Phoenix, AZ, May 24, p.2
- Martinez, M. G. (2013), "contextual Priming Effects in the Reception and Evaluation of News Events", **Unpublished PHD Thesis**, university of Urbana, Illinois, p. 150.
- Moy, P., A. xenos, M. & HESS, V. K. (2006), "Priming Effects of Late Night Comedy, **international Journal of Public Opinion Research**. Vol 18. No 2., p.200.

- Muslikhin, M. et, al. (2022). "Environmental communication network on Indonesian forest fires on Twitter in pandemic COVID-19 era", **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, 3rd International Conference on Agriculture and Bio-industry (ICAGRI 2021).
- Nadzir, M. M., Harun, N. H. & Hassan, M.Gh. (2019). Social media engagement on Malaysian government agencies Facebook pages: An empirical analysis. IEEE Jordan International Joint Conference on Electrical Engineering and Information Technology JEEIT. Available at <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8717413/authors#authors>
- Parvez, Z. (2023). "Tribalism and National Identity in Qatar: History and Emerging Trends". **Global Nationalism** ,pp. 213-233.
- Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997), "News Values and Public Opinion: A theoretical Account of Media priming and framing", **Communication Sciences: Advances in persuasion**, Vol. 13, p. 173.
- Ribeiro D. (2022). He Reshuffle of the United Arab Emirates Government in 2020 and the New Context of Happiness as a Government Policy – Content Analysis with WebQDA. WCQR 2022, LNNS 466, pp. 278–291
- Rosario, H. d. A., Martín, S. A., & Pérez, d. C. M. (2016), Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? **New Media & Society**, 20(1), 29–49.
- RuthieKelly, (2016). "Fictional political dramas, priming and gender cues for the presidency", paper presented at the annual meeting of the American political Science association (Philadelphia, 1 September).
- Scheufele, D. A. and Tewksbury, D., (2007), "Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**, Vol. 57, p. 11.
- Shapira, O. (2017), "A systematic exploration of manipulations, moderators and mechanisms of priming effects", **Psychological Science**, Vol.28, No.8, pp.1148-1159.
- Shanto Iyengar (2008), "Priming Theory", The International Encyclopedia of Communication, WILEY, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecp101>
- Snoussi, T., (2022). "COVID-19 and Fake News: Knowledge Assessment and Discrepancy of Social Media Users in the UAE", **Algerian Communication Journal**, 24, (1), P. 71-79.
- Stevens, D. and Karp, J.A., (2012). "Leadership Traits and Media Influence in Britan". **Political studies**, Vol. 60, No. 4, p. 808.
- Uchenna, C., (2013), "**Media role in African Changing electoral process**" (USA: Library of Congress) p.16.
- Vreese, C. H. D., (2004), "Primed by the Euro: The impact of a Referendum Campaign on Public Opinion and Evaluations of Government and Political Leaders", **Scandinavian Political Studies**, Vol. 27, No. 1, p. 46.
- Weber, W. & Rall, H., (2013), "'We Are Journalists. "Production Practices, Attitudes and a Case Study of the New York Times Newsroom" In W. Weber, M.

- Burmester, R. Tille (Eds.), **Interaktive Infografiken. Berlin**, Heidelberg: Springer Vieweg, p. 161.
- XU, J., DU, H., Shen, K. N. (2022). How gamification drives consumer citizenship behaviour: The role of perceived gamification affordances. *International Journal of Information Management*, 64, 102477.
  - Zwinger, S., and Zeiller, M., (2016), "Interactive Infographics in German Online Newspapers", In W. Aigner, G. Schmiedl, K. Blumenstein, M. Zeppelzauer, and M. Iber (Eds.), **Forum Media Technology**, CEUR Workshop Proceedings, vol. 1734, p. 54.



# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 69 January 2024 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.