

## تعرض الجمهور للفيس بوك وعلاقته بتتمية الوعي نحو المبادرة الرئاسية (حياة كريمة)

د/ شيماء عبد النبي أبو عامر  
مدرس بقسم الإعلام التربوي  
كلية التربية النوعية  
جامعة طنطا

ا.م.د/ وليد العشري إبراهيم علي  
أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام  
التربوي - كلية التربية النوعية  
جامعة طنطا

أ / سارة إبراهيم علي قنديل

باحثة ماجستير في الإعلام التربوي - تخصص

صحافة - كلية التربية النوعية - جامعة طنطا

### المستخلص :

سعت الدراسة لمعرفة مدى تعرف الجمهور علي المبادرات الرئاسية (حياة كريمة) من خلال التعرض للفيس بوك ومدى وعيه بهذه المبادرة. من خلال دراسة العلاقة بين تعرض الجمهور للفيس بوك وزيادة وعيه بالمشاركة المجتمعية للمبادرات الرئاسية (حياة كريمة) وتنمية روح الانتماء لديه .

اعتمدت الدراسة علي نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام كإطار نظري رئيسي للدراسة. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت الباحثة علي المنهج المسح الإعلامي بشقية الوصفي والتحليلي والمنهج المقارن واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان لعينة عمدية مكونة من ٥٠٠ مفردة من محافظات (القاهرة والإسكندرية والغربية والمنيا).

**أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة :** أهمية منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها من قبل عينة الدراسة بشكل دائم، ويرجع ذلك لأن عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في

مصر ٤٦ مليون نسمة، وهو ما يشير إلى أهمية استخدام هذه المنصات لتوعية الجمهور بالمبادرات الرئاسية. والفييس بوك من أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يفضلها عينة الدراسة، ويرجع ذلك إلى أن ٩٦٪ من المصريين لديهم منصة الفييس بوك وفقاً لإحصائيات مركز دعم واتخاذ القرار في استطلاع يناير ٢٠٢٣م. من أهم أسباب استخدام الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي هو تكوين رأي حول مشكلات المجتمع ومن هنا يستطيع حل مشكلات المجتمع المحيطة به. جاءت مبادرة حياة كريمة من أهم المبادرات التي تعرف عليها الجمهور من خلال منصة التواصل الاجتماعي ( الفييس بوك ) بنسبة ٦٨٪ من عينة الدراسة. زادت المبادرات الرئاسية من دعم روح الانتماء بجهود الدولة لدى جمهور الدراسة.

كما أوضحت الدراسة أنه تختلف درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة الموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الوعي بالمبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وتزداد درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية.

### الكلمات المفتاحية

الفييس بوك- مبادرات رئاسية (حياة كريمة) - وعي الجمهور .

## **The public Exposure to Facebook and Its Relationship to the Development of Awareness towards the Presidential initiative (Decent life )**

### **Abstract**

The study aimed to find out to what the extent is the public familiar with the presidential initiatives ( Decent Life) through exposure to Facebook and the extent of awareness of this initiative through the relationship between the public's exposure to Facebook, increasing its awareness of community participation in the presidential initiative (Decent Life) and developing through the spirit of belonging among people.

The study relied on the theory of media dependence as the main theoretical framework. This study used the descriptive studies. The researcher relied on the method of the media survey in its different aspects: the descriptive, analytical, and comparative methods. The study used the questionnaire tool for an intentional sample consisting of 500 individuals from the governorates: Cairo, Alexandria, Gharbeya, and Minya.

The study finds the importance of social media platforms and their use by the study sample permanently. This occurs for the number of users of social media platforms in Egypt is 46 million people, which indicates the importance of these platforms for raising public awareness of presidential initiatives. Facebook is one of the most important social media platforms preferred by the study sample, because 96 % of Egyptians have a Facebook platform according to the statistics of *Information and Decision Support Center* in January's survey. The public uses social media platforms to form an opinion about the problems of society. Hence, they can solve the problems of the surrounding society. *Decent Life* initiative was one of the most known initiatives among the public through the social networking platform ( Facebook ) by 68 % of the study sample. Presidential initiatives have increased the support of the spirit of belonging to the efforts of the state among the study sample.

Also, the study showed that the degree of use of social networking sites by respondents varies depending on the degree of interest in following up topics that address presidential initiatives through social networking sites.

There are significant differences between the average scores of respondents on the scale of awareness of presidential initiatives depending on the different levels of use of social networking sites. The degree to which respondents use social networking sites to obtain information about presidential initiatives increases depending on the difference in the level of trust of the credibility and objectivity of social networking sites as a source of information about presidential initiatives.

## Key Words

Facebook – Presidential Initiatives (Decent Life) - The Public Awareness

## مقدمة

يتعاطف دور الإعلام في عالمنا المعاصر يوماً بعد يوم، لا سيما مع التطور التكنولوجي الهائل المتصارع الذي نشهده حالياً على مستوى العالم. فيشهد العصر الحالي تطوراً في منصات الإعلام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتهم الفيس بوك والذي يعتبر أهم منصة إعلامية جديدة. فيتميز الفيس بوك بسهولة في نشر الأخبار والمعلومات، حيث يستطيع المواطنون معرفة كافة المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها من خلال حساباتهم الشخصية على تطبيق الفيس بوك التي تتيح كافة الأجهزة الإلكترونية المختلفة. وفي ظل تصاعد الاهتمام العالمي بتحسين جودة حياة المواطنين على جميع الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية والثقافية استمدت سياسات الحماية الاجتماعية أهميتها في ضوء تزايد برامج الإصلاح الاقتصادي للمواطن البسيط والفئات المستضعفة والمهمشة داخل المجتمع والتي استهدفت التوازن بين عمليات الإصلاح الاقتصادي والحماية الاجتماعية للجمهور من جانب آخر. فاحتلت قضايا العدالة الاجتماعية صدارة أولويات الحكومة المصرية، فجاء توجه الرئيس عبد الفتاح السيسي، بدعم مسيرة بناء الإنسان المصري، وهو ما انعكس من خلال تبني عديداً من برامج الحماية الاجتماعية لمختلف فئات المجتمع، بالإضافة إلى إطلاق عديد من المبادرات الرئاسية التي تستهدف تحسين جودة حياة المواطنين.

**مشكلة الدراسة:**

تساهم وسائل الإعلام الجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي في القيام بدور مؤثر في عملية التوعية، على اعتبار أن الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي ليس كأى دور نظراً لما تتمتع به تلك الوسائل من القدرة على تبادل الأدوار والتفاعل خلال العملية الاتصالية، حيث إن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً هاماً في مجال توعية المواطن المصري بالمبادرات الرئاسية وخاصة مبادرة (حياة كريمة) التي أطلقها فخامة الرئيس عبد الفتاح السيسي عام ٢٠١٩م، فقد بدأت جهودها منذ اللحظة الأولى وذلك بالتعريف بالمبادرات قبل انطلاقها، وواصلت جهودها بنشر أخبار وصور عن النشاطات اليومية لتلك المبادرات. ومع تزايد الأهمية بالتوعية بالمبادرات الرئاسية تزداد الأهمية في الحصول على معلومات عن هذه المبادرات وتأثير تلك المعلومات على تشجيع المواطنين للمشاركة ومدى الاستفادة منها وخاصة البيئات الريفية الأكثر احتياجاً. من هنا كان لا بد من معرفة دور موقع الفيس بوك كأحد أهم منصات التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي والمحلي في نشر التوعية بالمبادرات الرئاسية بين المواطنين وخاصة مبادرة (حياة كريمة).

وفي ضوء ذلك يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي "ما علاقة تعرض الجمهور للفيس بوك بتنمية وعيه نحو المبادرة الرئاسية (حياة كريمة)؟"

**الدراسات السابقة**

١- دراسات تناولت دور الفيس بوك في تنمية الوعي العام.

٢- دراسات تناولت المبادرات الرئاسية.

**دراسة فاطمة محمود حمه (٢٠٢٣) "توظيف التكنولوجيا الحديثة في تنمية الوعي السياسي**

**العراقي في ظل الحكومة الجديدة الفيس بوك نموذجاً- دراسة تحليلية للفترة بين ٢٧-١٠-٢٠٢٢**

**٢٠٢٢ ولغاية ٢٧-١١-٢٠٢٢"**

هدفت هذه الدراسة لمعرفة وظيفة التكنولوجيا الحديثة وآلية توظيفها لموضوعات التوعية السياسية المتمثلة بصفحة (المكتب الإعلامي لرئيس الوزراء العراقي) على موقع الفيس بوك وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي بطريقة تحليل المضمون لدراسة وتحليل الموضوعات المنشورة للمدة من ٢٧/١٠/٢٠٢٢ ولغاية ٢٧/١١/٢٠٢٢ والبالغ عددها (١٨٣) موضوعاً. توصلت الدراسة إلى: ١- أن من أهم الموضوعات التي تناولتها صفحة (المكتب الإعلامي لرئيس الوزراء العراقي) في هذا البحث هي الموضوعات (السياسية، الأمنية، الاقتصادية، الاجتماعية) والتي تدخل كلها ضمن زيادة الوعي السياسي حتى لا يخلق أزمات سياسية للحكومات الجديدة. ٢- ومن أهم مضامين التوعية السياسية العمل على القضاء على الفقر والبطالة والحد من المشكلات الأسرية من أهم ما اهتمت به الحكومة الجديدة. ٣- سجلت المشاهدات أعلى نسبة من مدى التفاعل مع الموضوعات التي قدمت بطريقة الفيديوهات تلتها الإجابات ثم التعليقات وأخيراً المشاركة.

**دراسة Hutchinson (٢٠٢٢) "إجراء ميتا المتطور للتوعية بتغير المناخ"**

تهدف هذه الدراسة لدور الفيس بوك في محو الأمية في مجال علوم المناخ وذلك من أجل محاربة المعلومات الخاطئة المنتشرة حيث يقوم الفيس بوك بتقديم المعلومات من خلال التحدث إلى الخبراء ومساعدة الأشخاص على فهم اتخاذ الإجراءات الخاصة بعلوم المناخ. وتوصلت الدراسة إلى: ١- قدرة الفيس بوك على توزيع المعلومات على نطاق واسع. ٢- كان للفيس بوك دوراً كبيراً في تغيير الآراء حول علوم المناخ. ٣- قدرة الفيس بوك الهائلة في التأثير على الرأي العام. ٤- يمكن أن يكون لها قوة من أجل التغيير من خلال التعليم والوعي.

**دراسة بن صبرو ربحة (٢٠٢٢) " دور استخدام الفيس بوك في التوعية الصحية من خطر الكوفيد ١٩ بالجزائر دراسة ميدانية على طلبة أولى ماستر اتصال جماهيري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة"**

هدف الدراسة إلى معرفة كيف يساهم استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في التوعية الصحية من خطر الكوفيد ١٩ بالجزائر. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان والتي تحتوي على (٢٤) سؤالاً، واعتمدت العينة القصدية المكونة من ٥٠ مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى:

١- أن أغلب أفراد عينة البحث يفضلون استخدام الفيس بوك من خلال الهاتف الذكي. ٢- معظم أفراد العينة يستخدمون المجال التوعوي والترفيهي على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك ٣- أغلب أفراد العينة لا يوجد لهم وقت محدد في استخدام شبكة الفيس بوك. ٤- معظم أفراد العينة تفاعلوا من المنشورات الصحية على صفحة الفيس بوك. ٥- معظم أفراد العينة تغير سلوكهم نحو الإيجاب الصحي عند استخدامهم للفيس بوك في الأشهر الماضية. ٦- تزايد أفراد العينة بالإجراءات الوقائية منذ متابعتهم لصفحات الخاصة بالوقاية على شبكة الفيس بوك.

**دراسة Al-Shakhanbeh & Habes (٢٠٢٢) "العلاقة بين صفحات الفيس بوك الرسمية والتوعية بالرعاية الصحية خلال كوفيد ١٩ في الأردن"**

تسعى هذه الدراسة لمعرفة دور الفيس بوك في الوعي الصحي بشأن Covid- 19 في الأردن. وقد اعتمدت المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون لثلاث صفحات على الفيس بوك للمؤسسات الأردنية، وهي: رئاسة الوزراء ووزارة الصحة ومركز إدارة الأزمات (CMC). خلال الفترة من ١ أبريل ٢٠٢٠ إلى ٣٠ أبريل ٢٠٢٠. وتوصلت الدراسة إلى: ١- يتطلب نجاح استخدام الفيس بوك للتوعية ب Covid- 19 قيام المؤسسات الرسمية الأخرى برفع مستوى استخدامها في حل القضايا المختلفة. ٢- وإرشاد المواطنين من خلال تعزيز الشراكة بين المؤسسة الرسمية والمواطنين من خلال هذه الشبكة.

### دراسة عبد الكريم سرحان، مريم زياد حسن عبد الله (٢٠٢١) عن "توظيف شبكة الفيس بوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا"

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور على شبكة الفيس بوك كمصدر للتوعية الصحية ضد وباء كورونا، ومعرفة دور وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة الأخبار الكاذبة التي تنتشر عبر شبكات الإنترنت، ودور الفيس بوك في زيادة توعية المواطنين نحو الرعاية الصحية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعينة الدراسة مجموعة من مستخدمي صفحات الفيس بوك لموقع وزارة الصحة الفلسطينية. واعتمدت الدراسة على المقابلة المعمقة بالإضافة إلى الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: ١- جاء الفيس بوك من أعلى المنصات الإعلامية استخداماً يليه استخدام اليوتيوب ثم سناب شات. ٢- كما جاء ترتيب استخدام شبكة الفيس بوك الأول في الحصول على الأخبار، يليه التواصل مع الآخرين، ثم التسلية والترفيه، ثم العمل والدراسة، وفي المقابل أدنى استخدام هو تبادل المحتوى. ٣- وكانت أفضل الوسائل في عرض المحتوى الفيديوي يليه الصور، ثم الإنفو جرافيك، ثم الإحصائيات، ثم النص، ثم الفيديو جرافيك.

### دراسة نسرين محمدي (٢٠٢١) " دور الفيس بوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة"

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد الدور الذي يقوم به الفيس بوك في نشر الوعي الديني، انطلاقاً من، التي طبقت على عينة من شباب ولاية ورقلة قدرت ب ٧٠ مفردة تم اختيارها بطريقة قصدية، حيث توصلت إلى نتائج الدراسة كالتالي: ١- أن أغلب الشباب الجزائري يتابع الصفحات الدينية على موقع الفيس بوك. ٢- تحنل الفيديوهات الصادرة، لأنها تؤثر عليهم بشكل كبير، ثم تليها النصوص المكتوبة. ٣- أن أغلب الشباب يتفاعلون ويشاركون المنشورات التي يتلقونها عبر موقع الفيس بوك مع أصدقائهم ومجموعاتهم.

### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المبادرات الرئاسية

تناولت عدد من الدراسات دور المبادرات الرئاسية في أجهزة الإعلام المختلفة حيث جاءت

### دراسة Bemmes, Kristy (٢٠٢٣) "استخدام الوسائط الاجتماعية والمشاركة: التواصل مع مبادرة الصحة في مدرسة أوهايو".

سعت هذه الدراسة لاستكشاف أنواع المنشورات الخاصة بالمبادرات التي تنتشر في الوسائط الاجتماعية التي تحظى بأكثر قدر من المشاركة. ومدى إقبال الجمهور عليها ورضاءه عن محتواها، وكيف تتغير هذه العوامل بمرور الوقت. ويرجع أهميته في نقطتي الوقت المناسب لقياس مستويات الرضا والمنفعة، والعمل على قياس تفاعل الجمهور عليها من خلال وصولهم إلى أنواع المنشورات المختلفة. وتوصلت النتائج إلى: ١- أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوصول بين أنواع منشورات في وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الأشخاص الذين

يهتمون بالصور، والرسومات، والروابط، والنصوص. ٢- فكان غالبية المشاركين راضين إلى حد ما عن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وأفادته إلى حد ما. ٣- جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى في اهتمام الجمهور.

### دراسة صلاح غنيم وعبد اللطيف سلطان (٢٠٢٢) م "دور الجامعات في تنمية الاسر المصرية في إطار مبادرة حياة كريمة تصور مقترح"

تسعي الدراسة إلى معرفة دور مبادرة حياة كريمة في تنمية الاسر المصرية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واداة الاستبيان، وتمثلت العينة من ٨٦ مفردة من أعضاء هيئة التدريس وتوصلت الدراسة إلي: ان مبادرة حياة كريمة عملت على التخفيف من كاهل المواطن المصري البسيط.

### دراسة أميرة محمد محمد أحمد (٢٠٢٢) "دور المنصات الرقمية لوزارة الصحة والسكان في تعزيز الصلابة النفسية لدى أطقم الرعاية الصحية في ضوء المتحورات الجديدة لفيروس كورونا"

سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للمنصات الرقمية لوزارة الصحة وبين أبعاد الصلابة النفسية لدى أطقم الرعاية الصحية لمرضى كورونا أثناء المتحورات الجديدة للجائحة، واستخدمت الدراسة العينة عمدية مكونة من ١٦٠ طبيب وممرضة. واعتمدت الدراسة عي أداة الاستبيان وباستخدام منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي: ١- ارتفاع معدل متابعة المبحوثين للمنصات الرقمية لوزارة الصحة كمصدر رئيسي للحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالجائحة وتطوراتها.

### دراسة السيد على عثمان احمد (٢٠٢٢) "فاعلية المبادرات الرئاسية في تحسين نوعية الاسر الفقيرة مبادرة حياة كريمة نموذجاً"

هدفت الدراسة إلى تحديد دور المبادرات الرئاسية في رفع المستوي المعيشي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان وعينة الدراسة تكونت من ١٠٢ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: ١- ان مبادرة حياة كريمة كان لها دور في الخدمات الطبية. ٢- ساعدت مبادرة حياة كريمة اليتيمات على الزواج وتقديم المساعدات والقروض للمشروعات.

### دراسة مها مصطفى بخيت (٢٠٢٢) "تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح من خلال تطبيق أداة الاستبيان على عينة من الجمهور المصري قوامها (٤٠٨) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ١- أن ١٠٠% من عينة الدراسة قد سمعت أو قرأت عن مبادرة حياة كريمة، وتعد المواقع



الإخبارية الإلكترونية أهم مصادر الأخبار لدى الجمهور المصري. ٢- إدراك المبحوثين لمبادرة حياة كريمة من خلال تغطية المواقع الإلكترونية لها ورضا المبحوثين عن الأداء الحكومي.

### دراسة إبراهيم محمد أبو المجد فرج (٢٠٢٢) "تعرض الشباب المصري للإنفو جرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي"

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تعرض الشباب للمواقع الإخبارية التي تناولت المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي. واعتمدت على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية مستخدمة منهج المسح وأداة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتساوي من الشباب المصري في محافظة الدقهلية قوامها (٤٠٠) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى: ١- وجود علاقة ارتباطية بين المكون المعرفي والوجداني والسلوك الاتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الحكومي، والمتغيرات التي تتعارض معهم ومدى اعتمادهم على المواقع الإخبارية ومستوى التفاعلية. ٢- وجود علاقة بين دوافع الجمهور في المواقع الإخبارية التي تناولت المبادرات الرئاسية ومدى اعتمادهم على استخدام الموقع الإخبارية. ٣- كما أثبتت الدراسة إدراك الشباب للمواقع الإخبارية في تناول في المبادرات الرئاسية وتفاعله مع هذه المواقع. ٤- وجود فروق إحصائية متوسطة بين الشباب وفق لانتمائهم السياسية والمشاركة نحو الأداء الحكومي.

### أوجه الاستفادة من الدراسة السابقة

- ١- تحديد مشكلة الدراسة البحثية ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.
- ٢- اختيار المنهج الملائم لموضوع الدراسة.
- ٣- تحديد النظرية الملائمة للدراسة وهي نظرية الاعتماد.
- ٤- معرفة مجال الدراسة والعينة.
- ٥- الاستعانة بالدراسة السابقة وربطها بالدراسة الحالية

### أهمية الدراسة:

- ١- تكمن أهمية هذا البحث في انبعاث قيم ووعي جديد عبر تحولات التنمية المستدامة خلال السبع سنوات الماضية من اهتمام الحكومة بالمبادرات الرئاسية التي أطلقتها الدولة مما ترك أثراً جماهيرياً كبيراً، وهو الأمر الذي يحتاج دراسة تلك المبادرات برؤية موضوعية وبحثية هادفة للنهوض بحياة المواطن وتوفير كل سبل العيش لحياة كريمة.
- ٢- مازالت الدراسات العربية في حاجة إلى مزيد من الدراسات عن المبادرات الاجتماعية كمبادرة حياة كريمة التي تعتبر واحدة من أهم المبادرات لأنها استهدفت الفئات الأكثر احتياجاً للارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة للمواطن المصري.
- ٣- وفي ظل الثورة التكنولوجية كان لا بد من الاعتماد على أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وهو الفيس بوك لزيادة وعي المواطن بتلك المبادرات.

**أهداف الدراسة:**

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في محاولة رصد وتوصيف طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك في تنمية وعي الجمهور المصري بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة) في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والعوامل الوسيطة المتداخلة في هذه العلاقة، وذلك من خلال استخدام الفيس بوك كمنصة إعلامية قادرة على تشكيل وعي المواطنين والاعتماد عليها للحصول على المعلومات بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة) من خلالها، ورصد التأثيرات المختلفة من خلال هذا الاعتماد.

**تساؤلات الدراسة الميدانية**

- ١- هل ساهم الفيس بوك في عرض المبادرات الرئاسية بشكل فعال؟
- ٢- إلى أي مدى نجحت صفحات الفيس بوك في عرض المبادرات الرئاسية؟
- ٣- كيف أهتم الجمهور بمبادرة حياة كريمة علي صفحة الفيس بوك؟
- ٤- ما العوامل التي ساعدت الجمهور على المشاركة في هذه المبادرة؟
- ٥- ما أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتكونة لدى الجمهور نتيجة متابعته لمبادرة حياة كريمة علي موقع الفيس بوك؟

**فروض الدراسة**

**الفرض الأول:** تختلف درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة الموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الوعي بالمبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفرض الثالث:** تزداد درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول المبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الوعي بالمبادرات الرئاسية تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعل مع المضامين المتعلقة بالمبادرات الرئاسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري للدراسةنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. Dependency Theory

يعتمد هذا البحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تركز على إجابة سؤال هام لماذا يكون لوسائل الاتصال أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة على المتلقي. وتتبلور الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد لقدرة وسائل الإعلام على تقديم محتوى مميز يؤدي الي إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية. فالوسائل الإعلامية تأخذ البعد الثقافي والمعرفي والعاطفي لدي المستقبل وترتبط هذه التأثيرات بقدرة الوسيلة الإعلامية والبيئة المحيطة بالمتلقي وبالتالي يؤدي إلى تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه، فينتج عنها إحداث تغيير في المجتمع.

فروض نظرية الاعتماد

تهتم فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على:

أولاً: جذب الجمهور:

تقوم نظرية الاعتماد بتلبية احتياجات الجمهور مما يزيد اهتمامه بالوسيلة ويتكون لديه شعور بالرضا للحصول على ما يحتاجه.

ثانياً: تلبية احتياجات الجمهور:

تعمل الوسائل الإعلامية على تقديم معلومات وأخبار مهمة وبذلك يقوم الجمهور بالاعتماد عليها.

ثالثاً: توجيه الرأي العام وتأثير الجمهور به:

تخلق الوسيلة علاقة مع الجمهور ويجعلها أكثر تأثراً بالرأي العام، مثلما يفعل الناخبين باستخدام الوسائط المتعددة لشرح برامجهم من خلال الوسيلة للتأثير على الجمهور.

أوجه الاستفادة من هذه النظرية في هذا البحث

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلا ملائماً لهذا البحث وذلك للأسباب الآتية:

تفترض النظرية زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه إزاء ما يحدث في المجتمع، لذا يعد هذا النموذج هو الأنسب لأهداف هذا البحث لاستكشاف مدى اعتماد المواطنين على وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة)

تفيد في التعرف على مدى التأثيرات المترتبة على اعتماد المواطنين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للتوعية بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة)، وقد تكون تلك التأثيرات المعرفية الوجدانية والسلوكية، حيث تختلف حسب المتغيرات الديموغرافية المختلفة للمواطنين.

**مفاهيم الدراسة:**

تتمثل المفاهيم الإجرائية للدراسة فيما يلي: -

**الجمهور:**

مجموعة من البشر يكون لديهم روابط معينة، كلما كانت هذه الروابط متشابهة كلما زاد التجانس بين أفراد المجموعات، حيث إن الفرد عضو داخل الجماعة لا يتفاعل بشكل منفرد وأن سلوكه الاتصالي جزء من حياته الاجتماعية.

**مفهوم المبادرات:**

هي تلك المبادرة التي تشمل تقديم مجموعة من الخدمات ضمن أهداف المبادرة، ولا تقتصر على حملات التوعية والاتصال. فالمبادرة أعم وأشمل وتتنوع أنشطتها ما بين الحملات التوعوية والخدمات المرتبطة بأهداف المبادرة. وتعد مبادرة حياة كريمة هي تلك المبادرة التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي رئيس جمهورية مصر العربية عام ٢٠١٩، والتي تهدف إلى التدخل الآني والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم.

**مجتمع وعينة الدراسة:**

يتحدد مجتمع الدراسة من جميع محافظات جمهورية مصر العربية التي استفادت من مبادرة (حياة كريمة)، وتم تحديد مجتمع الدراسة الميدانية من جميع المحافظات لتشمل الجمهور العام من (العاصمة، المحافظات الساحلية، الدلتا والصعيد) لتحديد استفادتهم من المبادرة الرئاسية (حياة كريمة)، وهم على التوالي محافظات (القاهرة، الإسكندرية، الغربية، المنيا) بواقع ١٢٥ مفردة لكل محافظة.

**الإطار الزمني للدراسة:**

تم تطبيق استمارة الاستقصاء في الفترة الممتدة من ١٣ - يونية حتى ١٥ اغسطس ٢٠٢٣م وذلك لتنوع المناطق الجغرافية ليشمل الجمهور عام وقد حصلت الباحثة على ٥٠٠ استمارة خضعت للتحليل الإحصائي والتي تبين تساؤلات الصديق المتضمنة لاستخدام الجمهور لفيس بوك وتنمية توعية بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة)

**أدوات جمع البيانات:**

سوف تستخدم الباحثة في هذه الدراسة أداة الاستقصاء لجمع البيانات:

**أداة الاستبيان: -**

الاستبيان هو أسلوب جمع البيانات التي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

**خطوات تقنين أداة الدراسة:****أولاً: صدق الاستبيان:**

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه. وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

**أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):**

اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من المبادرات الرئاسية ومواقع التواصل الاجتماعي موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

**ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:**

تم عرض الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ٢٣ سؤال، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

**المعالجة الإحصائية للبيانات:**

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

### الدراسة الميدانية للدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على حجم تعرض الجمهور للفيس بوك وعلاقته بتنمية الوعي نحو المبادرة الرئاسية (حياة كريمة)، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (٥٠٠) مفردة وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة.

- أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدامها.

جدول رقم (١)

أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدامها وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة*	٢,٤٧٨	٧٥,٠٠	٣٧٥	٨٠,٠٠	١٩٢	٧٠,٣٨	١٨٣	الفيسبوك
٢	غير دالة	٠,٩٣٧	٦٥,٠٠	٣٢٥	٦٧,٠٨	١٦١	٦٣,٠٨	١٦٤	الإنستجرام
٣	غير دالة	٠,٨٤٣	٦١,٠٠	٣٠٥	٦٢,٩٢	١٥١	٥٩,٢٣	١٥٤	التويتر
٤	غير دالة	٠,١١٠	٣٩,٠٠	١٩٥	٣٨,٧٥	٩٣	٣٩,٢٣	١٠٢	اليوتيوب
٥	دالة**	٢,٧١٨	٣٤,٠٠	١٧٠	٤٠,٠٠	٩٦	٢٨,٤٦	٧٤	التيك توك
٦	غير دالة	٠,٠٤٠	٢٨,٠٠	١٤٠	٢٧,٩٢	٦٧	٢٨,٠٨	٧٣	سناب شات
٧	غير دالة	١,٧٧٠	٢٢,٠٠	١١٠	٢٥,٤٢	٦١	١٨,٨٥	٤٩	لينكد إن
			٥٠٠		٢٤٠		٢٦٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدامها وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الفيسبوك، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٥,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠,٣٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٤٧٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥. وهذا منطقي حيث أشار مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء أن عدد مستخدمي الفيس بوك في مصر بلغ ٩٦% من المصريين في استطلاع يناير ٢٠٢٣م.

حيث أشار مركز المعلومات ودعم القرار أن استخدام الفيس منتشر بين الفئة العمرية من سن ١٦ إلى ٦٤ عاماً بنسبة ٨٣,٢% واتفقت دراسة Bemmes (٢٠٢٣) أن الفيس بوك جاء في المرتبة الأولى في اختيار المبحوثين حول المحتوى المتوافق مع الصحة والرفاهية العقلية بنسبة ٦٠,١%. وكذلك دراسة هاجر حمادي (٢٠٢١) في مدى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي فجاء (الفيس بوك) في المرتبة الأولى بنسبة (٨٧,٢%) وكذلك اختلفت مع دراسة كل

من Muslikhin (2022) و زينب عبد الواحد (٢٠٢٠) في أن معظم أفراد العينة يفضلون اليوتيوب. وقد يرجع ذلك لأن هناك العديد من وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، بالإضافة إلى الوسائل التقليدية في اعتماد أفراد العينة عليها في زيادة الوعي والحصول على المعلومات والتأكد من مصداقيتها إلى جانب الفيس بوك.

وجاء في الترتيب الثاني الإستجرام، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٥,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣,٠٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٧,٠٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٩٣٧، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث التويتر، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩,٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٢,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٤٣، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع اليوتيوب، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٩,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩,٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١١٠، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الخامس التيك توك، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٨,٤٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٧١٨، وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٩.

وجاء في الترتيب السادس سناب شات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٨,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٨,٠٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٠٤٠، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب السابع لينكد إن، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٢,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٨,٨٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً،

فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٧٧٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٠٩٥.

خبرة استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢)

سنوات خبرة استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
سنوات الخبرة		%	ك	%	ك	%	ك
منذ أقل من سنة		١,٩٢	٥	٦,٢٥	١٥	٤,٠٠	٢٠
من سنة إلى أقل من سنتين		٢٦,٥٤	٦٩	٢٩,٥٨	٧١	٢٨,٠٠	١٤٠
من سنتين إلى أقل من ثلاثة سنوات		٣٩,٢٣	١٠٢	٣٢,٥٠	٧٨	٣٦,٠٠	١٨٠
منذ ثلاثة سنوات أو أكثر		٣٢,٣١	٨٤	٣١,٦٧	٧٦	٣٢,٠٠	١٦٠
الإجمالي		١٠٠	٢٦٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	٥٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٧,٨٤١ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,١٢٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥

بحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٧,٨٤١ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٢٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وسنوات خبرة استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لمنصات التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤,٠٠%، موزعة بين ١,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦,٢٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي من سنة إلى أقل من سنتين من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٨,٠٠%، موزعة بين ٢٦,٥٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي من سنتين إلى أقل من ثلاثة سنوات من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٦,٠٠%، موزعة بين ٣٩,٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,٥٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي منذ ثلاثة سنوات أو أكثر من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٢,٠٠%، موزعة بين ٣٢,٣١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١,٦٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث. وتقاربت مع دراسة نسرين محمدى (٢٠٢١) حيث جاءت النسبة الأعلى في استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك أكثر من ٣ سنوات بنسبة ٧١,٤% وجاءت النسبة الأقل لمستخدمي منصة الفيس بوك لأقل من سنة بنسبة ١١,٤%.



أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣)

أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	دالة***	٣,٨٤٢	٦٧,٠٠	٣٣٥	٧٥,٤٢	١٨١	٥٩,٢٣	١٥٤	لأتعرف علي أحدث الأخبار.
١	غير دالة	١,٥٦١	٧٠,٠٠	٣٥٠	٧٣,٣٣	١٧٦	٦٦,٩٢	١٧٤	لتكوين رأي حول مشكلات وقضايا المجتمع
٣	دالة*	٢,٤٩٦	٦٤,٠٠	٣٢٠	٦٩,٥٨	١٦٧	٥٨,٨٥	١٥٣	تساعد في تكوين الآراء والاتجاهات
٤	دالة*	٢,٠٣٩	٤٩,٠٠	٢٤٥	٥٣,٧٥	١٢٩	٤٤,٦٢	١١٦	لمعرفة مستجدات الأوضاع السياسية
٥	غير دالة	١,٠٤٨	٤٣,٠٠	٢١٥	٤٥,٤٢	١٠٩	٤٠,٧٧	١٠٦	تغطي جميع احتياجاتي الإخبارية
٥	غير دالة	٠,١٤٥	٤٣,٠٠	٢١٥	٤٣,٣٣	١٠٤	٤٢,٦٩	١١١	للتسلية والترفيه وفضاء وقت الفراغ
			٥٠٠		٢٤٠		٢٦٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول لتكوين رأي حول مشكلات وقضايا المجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتناوب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٥٦١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥. واتفقت مع دراسة عبير جبار (٢٠٢١) حيث قام الجمهور باستخدام الفيس بوك كأسهل طريقة نقل المعلومات بنسبة ٢٥٪، وتقاربت مع دراسة م. م. عبدو (٢٠٢١) في أن النسبة الأكبر لاستخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي لاكتساب الخبرات والمعارف ٣٧,١٪ وجاءت النسبة الأقل لحب لاستطلاع ٩,٣٪. واختلفت مع دراسة كل من نسرين محمدي (٢٠٢١) تركي عبد الله في (٢٠١٧) حيث جاءت النسبة الأعلى لاستخدام المبحوثين في التواصل مع الأصدقاء ولأقارب و المعارف فكان لهم دور هام في التعرف على المبادرات الرئاسية.

وجاء في الترتيب الثاني لأتعرف علي أحدث الأخبار، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩,٢٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٥,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣,٨٤٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثالث تساعد في تكوين الآراء والاتجاهات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨,٨٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٤٦٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع لمعرفة مستجدات الأوضاع السياسية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٠٣٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الخامس تغطي جميع احتياجاتي الإخبارية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٠,٧٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٥,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٤٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الخامس مكرر للتسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٢,٦٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١٤٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

- أهم المبادرات الرئاسية التي تعرف عليها المبحوثين من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

جدول رقم (١٤)

أهم المبادرات الرئاسية التي تعرف عليها المبحوثين من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	١,١٨٩	٦٨,٠٠	٣٤٠	٦٥,٤٢	١٥٧	٧٠,٣٨	١٨٣	حياة كريمة
٢	غير دالة	٠,٦٣٣	٦٤,٠٠	٣٢٠	٦٥,٤٢	١٥٧	٦٢,٦٩	١٦٣	مصر بلا غارمين
٣	غير دالة	٠,٥٤٨	٦٠,٠٠	٣٠٠	٥٨,٧٥	١٤١	٦١,١٥	١٥٩	كلنا واحد
٤	غير دالة	٠,٧٨٩	٥٤,٠٠	٢٧٠	٥٥,٨٣	١٣٤	٥٢,٣١	١٣٦	تحيا مصر
٥	غير دالة	٠,١٧٩	٥٠,٠٠	٢٥٠	٥٠,٤٢	١٢١	٤٩,٦٢	١٢٩	تطوير مؤسسات الرعاية الاجتماعية
٦	غير دالة	٠,٦٤٦	٤٦,٠٠	٢٣٠	٤٧,٥٠	١١٤	٤٤,٦٢	١١٦	تكافل وكرامة (مصر بلا عوز)
٧	غير دالة	١,١٢٣	٤٢,٠٠	٢١٠	٤٤,٥٨	١٠٧	٣٩,٦٢	١٠٣	أطفال بلا ماوى
٨	غير دالة	٠,٤٥٣	٣٤,٠٠	١٧٠	٣٥,٠٠	٨٤	٣٣,٠٨	٨٦	سكن كريم
			٥٠٠		٢٤٠		٢٦٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المبادرات الرئاسية التي تعرف عليها المبحوثين من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول حياة كريمة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٨,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠,٣٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتنتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,١٨٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥. واتفقت مع دراسة زينهم حسب النبي (٢٠٢٢) بأن مبادرة حياة كريمة كان لها النصيب الأكبر في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٠,٥٠% وكانت تلك النتيجة الأكبر لمتابعة أخبار حياة كريمة، لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر المصدر الأكثر شعبية واستخداماً لدى الجمهور المصري لمعرفة المزيد من التفاصيل حول مبادرة حياة كريمة واختلفت مع دراسة إبراهيم فرج (٢٠٢٢) وهاجر حمادي (٢٠٢١) والسيد عبد الوهاب (٢٠١٩) حيث كلا منها جاءت المبادرات الصحية في الترتيب الأول من مبادرات حملة ١٠٠ مليون صحة ودعم صحة المرأة، ويرجع ذلك إلى اهتمام مصر والعالم كله بالمبادرات الصحية التي كان لها شأن كبيراً في ظل انتشار فيروس كوفيد ١٩.

وجاء في الترتيب الثاني **مصر بلا غارمين**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢,٦٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٦٣٣، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث **كلنا واحد**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١,١٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨,٧٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٤٨، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع **تحيا مصر**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٢,٣١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٥,٨٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٧٨٩، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الخامس **تطوير مؤسسات الرعاية الاجتماعية**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٩,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠,٤٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,١٧٩، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب السادس **تكافل وكرامة (مصر بلا عوز)**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧,٥٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٦٤٦، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب السابع **أطفال بلا ماوى**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٢,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,١٢٣، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء في الترتيب الثامن **سكن كريم**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣,٠٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٥,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً،

فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٤٥٣، وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠,٩٥.

### النتائج العامة للبحث

- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في نشر الوعي لدى الجمهور بالمبادرات الرئاسية (حياة كريمة)
- جاءت مبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول من أكثر المبادرات التي تعرف عليها الباحثين علي منصات التواصل الاجتماعي الفييس بوك
- من أهم أسباب استخدام الجمهور لمنصات التواصل هو مساعدته على تكوين الرأي حول مشكلات وقضايا المجتمع
- أهم المقترحات تقديم معلومات مبسطة يسهل للجمهور استيعابها حول المخاطر العيش في المناطق الفقيرة وأهمية تنميتها.

### توصيات البحث

- لا بد من تطوير أداء صفحات المبادرة الرئاسية (حياة كريمة) على مواقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك حول تقديم معلومات مبسطة يسهل استيعابها لدى أفراد الجمهور تكون موجهة لعرض المناطق العشوائية وأهمية الاهتمام بها.
- زيادة الوعي بالمبادرات التنموية من خلال عرض المعلومات عنها والتحدث عن أنجزتها وقدرتها على خدمة الجمهور.
- زيادة التغطية الإعلامية للإنجازات التي حققتها المبادرة من حيث نشر الأهداف والمرتكزات والإنجازات التي حققتها المبادرة في ريف مصر.

### قائمة المراجع

#### أولا المراجع باللغة العربية

- ١- بن صبرو، ربة، خلادي & كلثوم. دور استخدام الفييس بوك في التوعية الصحية من خطر الكوفيد١٩ بالجزائر دراسة ميدانية على طلبة أولى ماستر اتصال جماهير، رسالة ماجستير جامعة قاصدي مرباح رقلة.
- ٢- الحمامي، هاجر مجدي عبده. (٢٠٢١)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية رسالة ماجستير غير منشورة جامعة دمياط، كلية الآداب، المجلة العلمية لكلية الآداب المجلد ١٠ العدد ٣.
- ٣- محمدي. نسرين دور الفييس بوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري راسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة، رسالة ماجستير.

بحوث علمية منشورة في الدوريات العربية

- ١- عثمان، ا.ع، & السيد علي. (٢٠٢٢). فاعلية المبادرات الرئاسية في تحسين نوعية الحياة للأسر الريفية الأكثر احتياجًا. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، 15-56، (1) 28،
- ٢- أبو العلا، تركي بن حسن (٢٠١٧) اسهامات طلاب الجامعة في دعم المبادرات التطوعية، مجلة ام القرى للعلوم الاجتماعية، مجلد ١٠ ص ١٠٠-٢٧٢
- ٣- أحمد، & أميرة محمد محمد سيد. (٢٠٢٢). دور المنصات الرقمية لوزارة الصحة والسكان في تعزيز الصلابة النفسية لدى أطقم الرعاية الصحية في ضوء المتحورات الجديدة لفيروس كورونا. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 363-402، (80) 2022،
- ٤- بخيت، مها مصطفى (٢٠٢٢) تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 487-546، (24) 2022،
- ٥- حسب النبي، زينهم حسن علي. (2022). دور الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو مبادرة حياة كريمة في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، مجلة البحوث الإعلامية، ع 38، 1659-1732
- ٦- حمه. فاطمة محمود (٢٠٢٣) توظيف التكنولوجيا الحديثة في تنمية الوعي السياسي العراقي في ظل الحكومة الجديدة الفيس بوك نموذجاً دراسة تحليلية للفترة بين ٢٧-١٠-٢٠٢٢ ولغاية ٢٧-١١-٢٠٢٢، جامعة ديالى، مجلة لارك، العراق، مجلد ٥٠ العدد ٢
- ٧- سرحان، عبد الكريم. عبد الله، مريم زياد حسن. (٢٠٢١)، توظيف شبكة الفيس بوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، (فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٢
- ٨- عاطف، أماني. (٢٠٢١) برامج حماية اجتماعية ومبادرات رئاسية فاعلة للارتقاء بجودة حياة المواطنين، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار مجلس الوزراء، آفاق استراتيجية، العدد (٣).
- ٩- عبد الواحد، زينب عبد العظيم (2020). "تعرض الشباب المصري للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عبد القنوت اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها دراسة تطبيقية، مجلة البحوث في التربية النوعية، ع ٢٩
- ١٠- عبد الوهاب، السيد سعيد. (٢٠٢٠)، فاعلية المبادرات الرئاسية في مواجهة المخاطر الصحية واتجاهات الجمهور نحو أنشطتها الاتصالية، دراسة حالة مبادرة ١٠٠ مليون صحة (القاهرة جامعة المنوفية، كلية الاعلام، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ٢٠.
- ١١- عبدو، م.م عيدو عبدال. (٢٠٢١)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة استطلاعية الآراء عينة من جامعات الحكومية في مدينة دهوك، المجلة الأكاديمية لجامعة نورو كردستان العراق جامعة دهوك التقني، كلية التقنية الإدارية
- ١٢- غنيم، أ.د. ص. ا.ع. ا.، أ.د. صلاح الدين عبد العزيز، السيد سلطان، & د. عبد اللطيف. (٢٠٢٢). دور الجامعات في تنمية الأسرة المصرية في إطار مبادرة حياة كريمة: تصور مقترح. مجلة البحث التربوي، 17-54، (41) 21،
- ١٣- فرج، إبراهيم محمد أبو المجد. (2022) تعرض الشباب المصري للإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية حول المبادرات الرئاسية وعلاقته باتجاهاتهم والأداء الحكومي، مجلة البحوث الإعلامية، ع ٦١، ج ٢.

المراجع الأجنبية

- 1- Al-Shakhanbeh, Z. M., & Habes, M. (2022). The relationship between the government's official Facebook pages and healthcare awareness during Covid-19 in Jordan. **Advances in Data Science and Intelligent Data Communication Technologies for COVID-19: Innovative Solutions Against COVID-19**, 221-238
- 2- Bemmes, K. (2023). Social Media Use and Engagement: Connecting with the Ohio School Wellness Initiative (**Doctoral dissertation**, Miami University).
- 3- Hutchinson, A. (2022). Meta outlines its evolving climate change awareness measures. Social Media Today, Retrieved from <https://www.proquest.com/trade-journals/meta-outlines-evolving-climate-change-awareness/docview/2736071790/se-2>.
- 4- Jabar, A. M. (2021). The Effect of Facebook on Spreading Health Awareness among university Students. Cihan University-Erbi **Journal of Humanities and Social Sciences**, 5(2), 69-79
- 5- Muslikhin, M., Evelina, L. W., Rizkiansyah, M., Prawira, I., & Irawan, R. E. (2022). Environmental communication network on Indonesian forest fires on Twitter in pandemic COVID-19 era. In IOP Conference Series: **Earth and Environmental Science** (Vol 951, No. 1, p. 012026). IOP Publishing.