

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي الجمهور من خلال إمداده بالمعلومات.. دراسة ميدانية

د. رمضان إبراهيم محمد*

د. أسامة مصطفى عبدالوهاب**

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي الجمهور من خلال إمداده بالمعلومات، من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة متاحة من الجمهور المصري من ريف وحضر مصر قوامها (400) مفردة مستخدمة نظرية التماس المعلومات والاعتماد على منهج المسح الإعلامي بشقيه وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (هل تتابع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي) أشارت بمعدل نعم أتابع، بمتوسط حسابي (2.86)، وأهمية نسبية (95.33%)، فبلغت نسبة (نعم أتابع) مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لدعم القضية الفلسطينية (87.8%)، أما (أتابع إلى حد ما) بلغت (10.3%)، وأخيراً نسبة (لا أتابع) (3.1%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (مدى الحرص على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة) أشارت بمعدل أحرص بدرجة كبيرة، بمتوسط حسابي (2.00)، فبلغت نسبة (أحرص بدرجة كبيرة) (44.25%)، أما (أحرص بدرجة متوسطة) بلغت (38.25%)، وأخيراً نسبة (أحرص بدرجة محدودة) (17.5%)، كما أفادت النتائج أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي) على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية؛ فكانت "إصدار بطاقة رقم قومي بالمجان" في المقدمة يلي بعد ذلك "للحصول على معاش تكافل وكرامة" ثم يأتي في المرتبة الثالثة "تمويل المشروعات صغيرة الحجم". كما بينت الدراسة أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة "مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في إمداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك". يشير إلى أن الأغلبية أفادت بالموافقة على أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في إمداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك. وأوضحت النتائج أن مفردات عينة الدراسة وفقاً لإجمالي بُعد "المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي" أشارت نحو الموافقة المرتفعة، وقد كانت أهم المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي على الترتيب (نبد العنف ضد المرأة، وأهمية تمكين المرأة في المجتمع، والتوعية بقضايا العنف ضد المرأة)، (التعاون مع وزارة الخارجية في توفير عربات مجهزة للسيدات لاستخراج بطاقة الرقم القومي)، (تحقيق أعلى درجات التماسك والتكاتف والاندماج بين أبنائه وبناته).

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي- تعزيز وعي الجمهور- إمداد الجمهور بالمعلومات

* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة الأزهر

** المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة الأزهر

The role of social networking sites in enhancing public awareness By providing him with information... a field study

Prof. Ramadan Ibrahim Muhammad*

Dr. Osama Mustafa Abdel Wahab**

Abstract:

The study aimed to identify the role of social networking sites in enhancing public awareness by providing them with information, by applying a questionnaire form to an available sample of the Egyptian public from rural and urban Egypt, consisting of (400) individuals, using the theory of information seeking and relying on the media survey approach in both parts. The study reached several results, including:

The distribution of the study sample items according to the phrase (Do you follow the Your Rights Card initiative on social networking sites) indicated a rate of Yes, I follow, with an arithmetic average of (2.86), and a relative importance of (95.33%), so the rate of (Yes, I follow) the Your Rights Card initiative on social networking sites (Facebook) in support of the Palestinian cause reached (87.8%). As for (I follow to some extent) it reached (10.3%), and finally the percentage of (I do not follow) (3.1%), according to the responses of the study sample. The results of the study also indicated that the distribution of the study sample's items according to the phrase (the extent of keenness to follow up on the campaign for your rights card affiliated with the National Council for Women) indicated a rate of being very careful, with an arithmetic average of (2.00), so the percentage of (I am very careful) reached (44.25%), while (I am moderately careful) reached (38.25%), and finally the percentage (I am careful to a limited extent) (17.5%), The results of the study also indicated that the distribution of the study sample items according to the phrase (the extent of diligence in following up on the Your Rights Card campaign affiliated with the

* Assistant Professor of Public Relations and Advertising, Faculty of Media, Al-Azhar University

** Public relations and advertising teacher, Faculty of Media, Al-Azhar University

National Council for Women) indicated a rate of being very careful, with an arithmetic mean of (2.00), so the percentage of (I am very keen) was (44.25%), while (I am moderately careful) was (38.25%), and finally the percentage of (I am somewhat careful) was (17.5%). The results also indicated that the distribution of the study sample items according to the phrase (motivations for following the Your Rights Card initiative of the National Council for Women on social media sites) on the social media sites of the Egyptian Ministry of Health; “To issue a free national ID card” was at the forefront, followed by “to obtain a solidarity and dignity pension,” then “financing small-sized projects” came in third place. The study also showed that the distribution of the study sample items according to the phrase “Social media sites have an effective role in providing the public with information regarding the Your Card, Your Rights initiative.” indicates that the majority reported agreement that social media sites have an effective role in providing the public with information regarding the Your Card, Your Rights initiative. The results showed that the items of the study sample according to the total dimension of “The advantages provided by the Your Rights Card initiative on social networking sites” indicated high agreement, and the most important advantages provided by the Your Rights Card initiative on social networking sites were, respectively, (Renouncing violence against women, the importance of empowering women in society, and raising awareness of issues of violence against women), (cooperating with the Ministry of Foreign Affairs in providing equipped vehicles for women to obtain the national ID card), (achieving the highest levels of cohesion, solidarity and integration between sons and daughters).

Keywords: Social networking sites - enhancing public awareness - providing the public with information

المقدمة

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني فيها نتائج، وخلاصات ثورة المعلومات التي تمخضت عن انفجارات معرفية مكنتنا من السيطرة عليها، والاستفادة منها بواسطة تكنولوجيا المعلومات، وثورة وسائل الاتصال الحديثة، ومثلت أرقى ما توصلت إليه البشرية من تطور حضاري، وامتزجت بكل وسائل الاتصال، واندمجت معها. فالعالم أصبح بالفعل كالعائلة الواحدة في ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل وباتت ثورة الاتصالات والمعلومات السمة المميزة للعقدين الأخيرين من القرن الماضي وأهم خاصية للقرن الحالي. ويلعب الإعلام دوراً حاسماً في تشكيل المجتمعات، ويؤثر في تشكيل اتجاهات الرأي العام وتعزيز الوعي لدى المواطن بأهم القضايا والمشكلات وآليات مواجهتها، ويسهم الإعلام من خلال وسائله المختلفة في إطلاع المواطنين ومعرفتهم بالقضايا والتحديات التي تواجه وطنهم.

فلا شك أن قوة تأثير الإعلام تجعله قادراً على أن يلعب دوراً كبيراً في تشكيل توجهات الأفراد وتعريفهم وتنقيفهم بالحياة في مصر، وحق المواطن في مباشرة حقوقه المختلفة فالإعلام يعد المصدر الرئيسي للمعلومات، حيث يغطي الأحداث المختلفة، كما يساهم في تعليم وتنقيف المواطنين حول القضايا المختلفة المعقدة، وزيادة وعيهم بحقوقهم وواجباتهم.

ففي ظل التطور التكنولوجي الهائل وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وسوء استخدامها تنتشر الأخبار الكاذبة والمضللة والشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعل من الصعب على الجمهور التمييز بين الحقيقة والزيف، فيبرز دور وسائل الإعلام في التنوير والتنقيف وتعزيز الوعي وتبسيط الضوء على الحقائق ونقل المعلومات والبيانات الصحيحة عن القضايا والأحداث المختلفة.

وقد ساهم الإعلام الاجتماعي في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجير العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجهات المختلفة عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

وعليه استطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في مختلف الأنشطة، الأمر الذي يجعل من المبادرات المختلفة شأناً عاماً يهم معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين على المشاركة في الفعاليات المختلفة، بحيث يمكن القول إنها يمكن أن تكون صوتاً للمواطنين.

وفي وقتنا الراهن أصبح الإعلام الرقمي سلطة تفرض نفوذها على المؤسسات الإعلامية الرسمية المسيطرة على الأنباء والمعلومات، ليُشكل واحداً من العوالم الافتراضية التي يستطيع الفرد من خلاله التعبير عن أفكاره في ظل بيئة تفاعلية تحتوي على أكثر من مستخدم متفاعل معه دون قيود مفروضة من الواقع التقليدي؛ ومن ثم سيطر الإعلام الرقمي من خلال أبرز آلياته وهي شبكات التواصل الاجتماعي.

وتكمن إيجابيات الإعلام الاجتماعي في سرعة الاتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاماً مرسلاً من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

الدراسات السابقة

تلعب الدراسات السابقة دوراً كبيراً في البحث العلمي، فهي التي تغنيه بالتنوع في المصادر البحث العلمي وتقديم المعلومات الكافية والوافية عن البحث. وتكمل دراسات سابقة الإطار النظري للبحث العلمي، فهي جزء أساسي ورئيسي منه، وتشكل القسم الثاني من الإطار النظري للبحث العلمي وسعيًا نحو الإضافة، ورصد الباحث في هذا المحور مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات لزيادة الوعي لديهم، مثل دراسة (Bora Gündüzyeli 2025)⁽¹⁾ والتي سعت إلى معرفة كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي مساعدة الشركات على بناء مرونة تسويقية أثناء الأزمات؟" من خلال تحليل مجموعة واسعة من الأبحاث ذات الصلة في ظل التقنيات الرقمية وخاصة منصات التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي بما لهم من دوراً حيويًا في تعزيز مرونة التسويق للشركات في تحدي الأزمات، **توصلت الدراسة إلى:** أن الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي يساهمان معًا في تعزيز مرونة التسويق أثناء الأزمات من خلال تمكين المشاركة في الوقت الفعلي واتخاذ القرارات القائمة على البيانات والتواصل الشخصي، ومع ذلك، فإن هذه التقنيات تطرح أيضًا تحديات، مثل مخاوف الخصوصية والتحيز الخوارزمي والمخاطر المحتملة على سمعة العلامة التجارية.

دراسة (Taylor Smith 2025)⁽²⁾ والتي سعت إلى معرفة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة أساسية في التواصل، وأهمية التخطيط الاستراتيجي، والاستجابة السريعة، والحفاظ على الشفافية أثناء إدارة قنوات التواصل الاجتماعي والتحسين استراتيجيات التواصل خلال الأزمات ودعم مجتمعات الحرم الجامعي، **توصلت الدراسة إلى** أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حاسماً في التواصل خلال الأزمات بالنسبة للكليات، إذ تتيح نشر المعلومات بسرعة، والتواصل مع الجهات المعنية، وإدارة الانطباعات خلال الأزمات ومن المهم للمؤسسات وضع بروتوكولات واضحة للتواصل خلال الأزمات، وضمان الدقة، ومعالجة تحديات مثل المعلومات المضللة والزائدة عن الحاجة. ومن خلال التخطيط والتنفيذ السليمين، يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي أداة قيمة للكليات في أوقات الأزمات.

دراسة راشد سعيد الحساني(2024)⁽³⁾ والتي سعت إلى رصد اتجاهات المستخدمين لموقع X (تويتر سابقاً) من المواطنين الإماراتيين والمقيمين نحو أداء القائم بالاتصال، ومدى توافر شروط ومعايير الاتصال الحوارية ذي الاتجاهين من وجهة نظر المبحوثين أثناء تلك الأزمة (أزمة سيول الفجيرة)، بالإضافة إلى التعرف على أبرز المقترحات التي تسهم في ترشيد أداء القائمين بالاتصال وضبط استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات. باستخدام منهج المسح لاستطلاع آراء عينة من المستخدمين للصفحات الرسمية الإماراتية. تضمنت

الدراسة مسحاً إلكترونياً على عينة متاحة من جمهور مستخدمي تويتر من المواطنين الإماراتيين والمقيمين قوامها (200) مفردة. **توصلت الدراسة إلى:** مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات وسبل توظيفها. وجاءت دراسة (Kirsty Terry, et all 2023)⁽⁴⁾ والتي سعت إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في أزمات الصحة العامة الناجمة عن الأمراض المعدية، وعليه تم إنشاء قوائم كلمات رئيسية لفئتين: وسائل التواصل الاجتماعي وأزمات الصحة العامة. من خلال البحث في ست قواعد بيانات للعلوم الطبية والصحية، وعلم النفس، والعلوم الاجتماعية، والاتصالات: PubMed، Web of Science، Scopus، Embase، وPsycINFO، وCNKI. **توصلت الدراسة إلى:** تحديد ما يقرب من (338) دراسة لاستخراج البيانات، في ثلاثة محاور رئيسية: هي المراقبة، والتواصل بشأن المخاطر، ومكافحة الأمراض. وتسلط الضوء على الحاجة الملحة للحكومة والهيئات الصحية لصياغة استراتيجيات رسمية قائمة على الأدلة للتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى المشكلات التي يواجهها المستخدمون الأفراد في تقييم جودة وموثوقية المعلومات المستخدمة على منصات التواصل الاجتماعي. بما لها من قوة هائلة في مجال الصحة العامة. وسعت دراسة **مريم عادل (2023)**⁽⁵⁾ إلى الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية ومستويات قلق المستقبل لديهم، بالإضافة إلى رصد التغييرات في السلوك الاستهلاكي نتيجة متابعتهم للأخبار الاقتصادية، واختبار العوامل المؤثرة على الشعور بقلق المستقبل، بالتطبيق على عينة متاحة من الجمهور المصري بلغ قوامها (400) مفردة. **توصلت الدراسة إلى** أن مشاعر قلق المستقبل سيطرت بشكل كبير على المبحوثين نتيجة تعرضهم للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، وغلب الاتجاه الإيجابي على السلوك الاستهلاكي للمبحوثين الناتج عن تعرضهم للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية، وأثبتت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات قلق المستقبل لدى المبحوثين وفقاً للعوامل الديموغرافية. وهدفت دراسة **عامر سالم علي (2023)**⁽⁶⁾ والتي إلى الكشف عن تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل اتجاهات الجمهور الكويتي نحو المعلومات الأمنية، واعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والتأثيرات بالتطبيق على عينة مكونة من (400) مفردة، **توصلت الدراسة إلى:** ارتفاع التعرض الدائم لوسائل الإعلام الرقمية التي تقدم معلومات أمنية خاصة بالشأن الكويتي، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمية والتطبيقات الرقمية التي تقدم معلومات أمنية خاصة بالشأن الكويتي والتأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الأمنية على الإعلام الرقمي الكويتي لدى الرأي العام الكويتي؛ ووجود فروق معنوية بين عينة الدراسة من حيث أشكال التفاعل مع المعلومات الأمنية التي تقدمها الصفحات المتخصصة في الشأن الأمني عبر وسائل الإعلام الرقمية للمجتمع الكويتي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، كما سعت دراسة **عامر سالم علي (2023)**⁽⁷⁾ للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية في رفع المستوى المعرفي لدى الجمهور الكويتي بالقواعد المرورية وأخلاقياته وتأثيرات هذا الدور على الجمهور السلوكية والمعرفية والوجدانية، وتعتمد الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، بالتطبيق على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور الكويتي، **توصلت الدراسة إلى:** ارتفاع تعرض الجمهور لصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات عن القواعد المرورية وأخلاقياته بالكويت، وتصدرها

موقع تويتر، حيث أن نسبة 75% من العينة تتعرض لهذه الصفحات لأكثر من 3 ساعات يومياً، وجاءت صفحة الإدارة العامة للمرور بوزارة الداخلية الكويتية على مواقع التواصل الاجتماعي في صدارة الصفحات المتخصصة التي تهتم بها عينة الدراسة وذلك بوزن 84 درجة، ووجود علاقة ارتباطية بين رضا عينة الدراسة عن جودة المعلومات المرورية التي تقدمها صفحات المواقع عن القواعد المرورية وأخلاقياته وتحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية من التعرض والتفاعل. وأيضاً سعت دراسة (Wafaa Tharwat, 2022)⁽⁸⁾ إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور داخل دولة الإمارات العربية المتحدة على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات بالتطبيق على جائحة كوفيد-19. في ضوء فرضية تزايد أهمية الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات، والدور الذي يمكن أن تلعبه المعلومات في إعلام الجمهور بما يحدث في بيئتهم الاجتماعية. وقد طبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها (400) مفردة، توصلت الدراسة إلى: تفوق وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وجاءت القنوات الفضائية العربية، ثم وسائل التواصل الاجتماعي، ثم الإنترنت في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها عينة الدراسة خلال أزمة كوفيد-19، وتشير نتائج الدراسة إلى أن هدف الفهم جاء في مقدمة أهداف العينة، يليه هدف التوجيه ثم هدف الترفيه. ولا يعني الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي بالضرورة تميز تغطيتها الإعلامية. بينما جاءت دراسة مروة السعيد (2022)⁽⁹⁾ التي استهدفت التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية للمؤسسات الحكومية لدى الجمهور المصري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي، و "نموذج رولر"، وطبقت استمارة استبيان على عينة متاحة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري، وتحليل كفي لصفحة منصة مصر الرقمية، توصلت الدراسة إلى أن الفيس بوك يحتل المكانة الأولى لدى الجمهور وخاصة جمهور الشباب في معدلات الاستخدام والحصول على المعلومات من خلاله، كما أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الصفحات الرسمية في نشر الخدمات الرقمية وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية. كما هدفت دراسة مها علي (2022)⁽¹⁰⁾ إلى بيان تأثير جائحة كورونا على نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، وإمكانية استخدام ذلك في ترويج حملات العلاقات العامة، تم اعتماد الاستبيان كأداة للدراسة، بالتطبيق على عينة قوامها (٢٣٦) مفردة ، توصلت الدراسة إلى: تمثل فئة الإناث أكثر الفئات ارتيادا لمواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، يظهر أن أغلب المواقع استخداما في المملكة العربية السعودية (انستقرام، تويتر، سناب شات)، وإن أغلب السعوديين لا يرغبون في استخدام قنوات التواصل الاجتماعي لدوافع خاصة بهم، ووجود قلق اجتماعي في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي. بينما سعت دراسة (Mingyun Gu et al 2022)⁽¹¹⁾ إلى الإجابة عن التساولات الآتية ما الفرق بين تركيز الحسابات المؤثقة من قبل المؤسسة والحسابات المؤثقة من قبل الأفراد في ظل أزمة الثقة؟ ما الفرق في التعبيرات العاطفية المستخدمة في هذه الحسابات الاجتماعية المختلفة؟ ما الفرق بين إمكانات المراسلة في حسابات التواصل الاجتماعي المختلفة؟ وتم اختيار مناقشات وسائل التواصل الاجتماعي على منصة سينا-ويو حول "الدكتور لي وين ليانغ" خلال تفشي كوفيد-19 في ووهان كموضوع للبحث، نظراً لاهتمامها الواسع على منصات التواصل الاجتماعي على مدى فترة طويلة نسبياً، مما وفر

بيانات بحثية كافية. مما سمح بإجراء تحليل مفصل للتغيرات في سلوكيات المستخدمين ومشاعرهم. ووفقاً لمنصة سينا-ويبو، أثارت الموضوعات المرتبطة بالحدث 239000 مناقشة و760 مليون مشاهدة. وفي هذه العملية، كانت الحكومة والجمهور في حالة تواصل على منصات التواصل الاجتماعي. **توصلت الدراسة إلى:** ان الحكومة كشفت عن المعلومات ذات الصلة، وعبر الجمهور عن آرائهم بشأن بيان الحكومة، وكشفت الحكومة عن المزيد من المعلومات وفقاً لردود الجمهور. وقد كان موضوع نقاش "الدكتور لي وين ليانغ" محل اهتمام كبير على منصة سينا-ويبو لما يقرب من شهر. كما وُجد أن الحسابات الموثقة حققت أقوى تفاعلات مع المستخدمين، وكشف تحليل المشاعر أن الأخبار الصادرة عن الجهات الحكومية كان لها تأثير إيجابي على المستخدمين، وأن وسائل الإعلام الوطنية والخبراء الموثوق بهم كانوا أكثر تفضيلاً لدى المستخدمين في حالات الطوارئ. **أما دراسة (Bello Miss, M. M., & Idowu Miss, A. A 2022) (12)** فسعت إلى التعرف على دور منصات وسائل الإعلام الاجتماعية في نشر المعلومات وخلق الوعي حول موارد وخدمات المكتبة بين الطلاب في جامعة ولاية لاغوس، نيجيريا، تم الاعتماد على منهج المسح، وطبقت استمارة استبيان على عينة متعددة المراحل قوامها (400) مفردة، **توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منصة للمحاضرين لإنشاء غرف دردشة ومنتديات ومجموعات لتوسيع مناقشة الفصل الدراسي لنشر المهام والاختبارات، وأن وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة للحصول على المعلومات، أظهرت النتائج أيضاً أن نقص الوصول إلى الإنترنت، مشكلة الشبكة، مصدر الطاقة غير الموثوق به هي التحديات الرئيسية التي تواجه استخدام المنصات الاجتماعية بين المكتبيين ومستخدمي المكتبات. بينما هدفت دراسة فاطمة الزهراء أشرف (2021) (13)** إلى التعرف على دور البرامج الطبية في إمداد وتثقيف الجمهور المصري بالمعلومات، كذلك التعرف على القوالب الفنية المستخدمة في هذه البرامج، والطرق التي يستخدمها الجمهور في البحث عن المعلومات عبرها، والتعرف على أكثر البرامج تفضيلاً من وجهة نظر الجمهور. واستخدمت الدراسة منهج المسح الميداني على عينة عمدية قوامها (400) مفردة، **توصلت الدراسة إلى أن نسبة 41.2%**، من الجمهور يرى أن هذه البرامج تمدهم بمعلومات تفيدهم بحياتهم الصحية، و**38.85%**، أكدوا على أنها تساهم في رفع مستوى ثقافتهم الصحية بشكل عام. وأن نسبة **36%**، من الجمهور يعتبر البرنامج الطبي المصري (الدكتور) من أكثر البرامج المفضلة بالنسبة لهم، و**33.5%**، يعتبر البرنامج الطبي الأجنبي (the doctors) من البرامج المفضلة بالنسبة لهم وارتفاع مستوى الوعي الصحي للذين يشاهدون هذه البرامج بنسبة **71%**. وجاءت دراسة **دعاء محمد عبد المعبود (2021) (14)** للتعرف على مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد- 19)، من خلال التعرف على مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات التي يحتاجها الجمهور المصري حول جائحة كورونا (كوفيد- 19)، بالإضافة إلى درجة استفادتهم من تلك المعلومات، من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من (الذكور والإناث)، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، في إطار منهج المسح بالعينة، **توصلت الدراسة إلى:** تأكيد **66%** من الباحثين أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بإمدادهم بالمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد- 19)، كما أشار **77.5%** من الباحثين تصدر (الفيس بوك) مقدمة أشكال شبكات

التواصل الاجتماعي التي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد- 19). كما سعت دراسة **نبيل محمد فتحي وأسماء الجيوشي (2021)**⁽¹⁵⁾ إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في إمداد الجمهور بالمعلومات الأمنية وتشكيلها على الرأي العام المصري واعتمدت الدراسة على منهج المسح. وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة استبيان. وتم تطبيقها على عينة قوامها (400) من الجمهور المشاهد للقنوات الفضائية وبرامجها على شبكة الإنترنت وممن يفضلون مشاهدة لأكثر من مرة أو المشاهدة في أي وقت مع سهولة ويسر التواجد لهذه البرامج بأرشيف الموقع على شبكة الإنترنت، **توصلت الدراسة الي:** وجود فروق بين الذكور والإناث في مدى متابعتهم للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية، ووجود فروق بين الذكور والإناث في عدد الساعات التي يقضونها في متابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية. في حين هدفت دراسة **كاميليا عبد السلام (2019)**⁽¹⁶⁾ إلى رصد وتوصيف دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات أثناء إطلاق حملة 100 مليون صحة التابعة لوزارة الصحة المصرية. وتعد الدراسة دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على 400 مفردة. **توصلت الدراسة إلى** وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة 100 مليون صحة التابعة لوزارة الصحة المصرية ودوافع مشاهدتهم لها. ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة 100 مليون صحة على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية ومدى رضاهم عن معالجة الحملة في هذه المواقع، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة حملة 100 مليون صحة التابعة لوزارة الصحة. وهدفت دراسة **محمد عبدالوهاب الفقيه (2017)**⁽¹⁷⁾ إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من خلال معرفة مدى التماس الشباب العربي للأخبار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، وتم الوصول إلى عينة الدراسة باستخدام أسلوب (عينة الكرة الثلجية)، **توصلت الدراسة إلى :** الشباب يلتمس من شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى المعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في بلدانهم، يليها معلومات حول الحوادث الإرهابية التي تحصل في البلدان الأخرى، ووجود ارتباط طردي معتدل بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات ودرجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب. كما كشفت النتائج عن وجود فروق معنوية في تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب تعود لاختلاف جنسيات الشباب.

التعليق العام للدراسات السابقة

من حيث الموضوعات: تناولت الدراسات السابقة موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في امداد المعلومات للجمهور حيث لاحظ الباحث أن هناك تنوعاً في الموضوعات التي تناولها هذه الدراسات وهو ما يمثل رصيذاً معرفياً وعلمياً انعكس بصورة ايجابية على موضوع الدراسة، مثل دراسات دراسة (Bora Gündüzyeli 2025)، دراسة (Taylor 2025)، دراسة (Smith)، دراسة راشد سعيد الحساني(2024)، دراسة (Kirsty Terry, et all 2023)،

دراسة مريم عادل (2023)، دراسة عامر سالم علي (2023)، دراسة (Wafaa Tharwat, 2022)، دراسة مها علي (2022)، دراسة (Mingyun Gu et all 2022)، دراسة (Bello Miss, M. M., & Idowu Miss, A. A 2022)، دراسة فاطمة الزهراء أشرف (2021)، دعاء محمد عبد المعبود (2021)، نبيل محمد فتحي وأسماء الجيوشي (2021)، كاميليا عبد السلام (2019)، محمد عبدالوهاب الفقيه (2017)، كما أوضحت الدراسات السابقة العربية والأجنبية أهمية صفحات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات وخاصة أوقات الأزمات.

من حيث الأطر المنهجية: اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح بالعينة وقليل منها اعتمد على المنهج التجريبي، وأخرى اتبعت منهج تحليل المضمون وقليل من الدراسات جمعت بين المنهجين بينما استخدمت الدراسة الحالية الدراسة الميدانية على الجمهور من السيدات الأولى بالرعاية.

من حيث النتائج: أظهرت الدراسات السابقة أهمية صفحات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات المختلفة.

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

● قلة الدراسات العربية نحو استخدام دور صفحات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات حول المبادرات المصرية وتعزيز قيمة الوعي بأهمية المعلومات الرقمية.

● تبنت الدراسات أطر نظرية متعددة منها ثراء الوسيلة والاعتماد على وسائل الإعلام والاستخدامات والإشباعات واتفقت الدراسة الحالية من حيث استخدام نظرية التماس المعلومات.

استفاد الباحثان في تصميم صحيفة الاستبيان باستخدام نظرية التماس المعلومات بهدف جمع البيانات الخاصة بالدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة.

في ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقننة والبديلة وإعلام المواطن، وبمستوياته المختلفة الوطنية "المحلية" والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها. كما تُشكل وسائل التواصل الاجتماعي اليوم العديد من المخاطر والتهديدات للشركات والمؤسسات، بما في ذلك الحروب الكلامية، وخطاب الكراهية، والأخبار الكاذبة، وصارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا تخصصًا علميًا له قواعده ونظرياته وأسسها وآلياته واستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظى إعلام الأزمات "إعلام المواجهة"

باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم، عليه تتحد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس: ما الدور الذى تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم؟

أهمية الدراسة:

(تستمد هذه الدراسة أهميتها وفقاً للعوامل الآتية).

الأهمية النظرية: الاهتمام الواضح من قبل الباحثين المعاصرين في مجال إعلام المواجهة وخاصة إعلام الأزمات بما له من دور خاص في حياة الأفراد، حيث أصبح الإعلام عبر وسائله المتعددة أداة التفاعل بين الأزمة والكثير من أطرافها وحتى من ليس طرفاً مباشراً فيها، كما لم يعد ممكناً التعيم أو الصمت الإعلامي على أية أزمات مهما تفاوتت في حدتها أو حجمها.

الأهمية التطبيقية: تكمن في تناولها لموضوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات خلال الأزمات، والكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تقدمه وسائل الإعلام يومياً يجعل العامة منهم (البسطاء) غير قادرين على إدراك حقيقة الموقف، إلا من خلال ما تطرحه تلك الوسائل باستثناء الأشخاص ذوي المعرفة والوعي السياسي المرتفع، الذين يكونون أكثر قدرة على فهم وتحليل ونقد ما تقدمه لهم تلك الوسائل. وهذا يستلزم قدرة ووعي وتدريب على فهم استخدام هذه التكنولوجيا والاستفادة منها، حيث نجد أن متغيري الدراسة من الموضوعات الهامة المستحدثة الآن في مجال إعلام المواجهة.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- 1- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد أفراد الجمهور بالمعلومات المتعلقة بحملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة.
- 2- معرفة أهم أسباب متابعة الجمهور لحملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- رصد أبرز الخدمات المعلوماتية التي قدمتها حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.
- 4- رصد أهم المزايا التي يراها المبحوثون في حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- قياس درجة الوعي لدى الجمهور المصري بأهمية اصدار بطاقة الرقم القومي من خلال حملة بطاقتك حقوقك.
- 6- قياس تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- تحديد الدور الذي قامت به وسائل التواصل الاجتماعي خلال حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة (نظرية التماس المعلومات)

تعد عملية التماس المعلومات هي المحدد الأساسي لمدرجات الجمهور؛ فقد أوضحت عديد من البحوث العلمية التي وظفت نظرية التماس المعلومات أن عملية التماس المعلومات ينتج عنها عدد من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، أبرزها تفسير القضايا المختلفة وفهمها وتكوين المعرفة والمدرجات والاتجاهات التي تؤدي بدورها إلى قيام الإنسان بسلوك جديد أو تغيير سلوك قائم بالفعل (18).

ترجع جذور بحوث التماس المعلومات إلى عام 1948، حيث قدم الباحثون في هذا المجال مئات الدراسات الخاصة بعملية التماس المعلومات (19).

توجد فروق محددة بين التماس المعلومات (IS) seeking Information واسترجاع المعلومات ويمكن القول بأن كمال المجالين يدرسان ظواهر مختلفة، فمجال استرجاع المعلومات يركز على دراسة أساليب وطرق استرجاع المعلومات من جانب الأفراد، أما التماس المعلومات فيركز على تفضيلات قنوات المعلومات واستخدامها (20).

وتهتم دراسات السلوك المعلوماتي باختبار الاحتياجات المعلوماتية والتماس المعلومات واستخداماتها. ويرى تومنين Tuominen وسافالنين Savolainen أن مهمة دراسات التماس المعلومات تكمن في دراسة الدور الذي تؤديه المعلومات في الحياة اليومية للأفراد. وطبق Kokkonen فإن السؤال الجوهرى الذي تهتم دراسات التماس المعلومات بالإجابة عنه يتحدد في "كيف نحصل على المعلومات؟" (21).

إن سلوك التماس المعلومات هو "التماس المعلومات المقصود والناجم عن رغبة الفرد إشباع بعض حاجاته"؛ فهو يعنى التماس المعلومات إشباع بعض الحاجات أو القيام بمهام، وبذلك فهو عملية تقع في عقل ملتزم المعلومات وإدراكه إشباع بعض الاحتياجات، ولهذا فإنه يبحث عن المعلومات من خلال قنوات المعلومات المختلفة، مثل المكتبة والخدمات الإلكترونية والأشخاص الآخرين ووسائل الإعلام (22).

أدرك الباحثون في مجال الإعلام أهمية تفسير السلوك المعلوماتي بناءً على فهم البشر أنفسهم؛ فهذا التفسير يساعدهم على معرفة دوافع التماس الجمهور لمعلومات بعينها وتجنبه المقصود لمعلومات أخرى، ومن ثم معرفة كيفية إثارة اهتمام الجمهور للبحث الفعّال عن المعلومات حول موضوع معين واستخدام الوسائل المناسبة لذلك (23).

قدم كل من لوبيير وكريستيا نموذجا للتماس المعلومات من الإنترنت. ويعد هذا النموذج تطويرا لنموذج شو، حيث يركز على استراتيجيات التماس المعلومات من مواقع الشبكة العنكبوتية الدولية، من خلال مفهوم التصفح أو الإبحار داخل الموقع. ويظهر النموذج ثالث خطوات الالتماس المعلومات، تبدأ الخطوة الأولى بمثير منطقي أو عاطفي يجذب انتباه الفرد، وإذا قرر الفرد عدم تجاهل هذا المثير وفشل في فك رموزه من خلال المعلومات المختزنة في ذاكرته، فإن هذا يخلق لديه حاجات وظيفية أو عاطفية أو مادية، هي حاجات ذات طبيعة اجتماعية أو غير اجتماعية. وعندما يشعر الفرد بهذه الحاجة (أو الحاجات) فإنه يتجه إلى الإنترنت للبحث عن المعلومات التي تساعد على تجاوز هذه المرحلة من خلال تصفح

النصوص والصور والفيديو والأصوات وغيرها. وعندما يجد الفرد المعلومات التي يبحث عنها، فإنه يبدأ في استخدامها بما يحقق له الأهداف أو الحاجات التي نشأت لديه⁽²⁴⁾.

يتحدد أحد المفاهيم أو العناصر الرئيسية في نظرية التماس المعلومات في مفهوم "التأثيرات الناتجة"، وهي شكل من أشكال التغيير في الحالة المعرفية للفرد والانتباه. وأحد التماس المعلومات، مثل: الإدراك والتعلم وحل المشكلات والتذكر الأمثلة المهمة للتأثيرات الناتجة في نظرية التماس المعلومات يظهر في البحث الذي قام به بيستروم Byström وجرفلين Järvelin حول "مدى تعقد المهمة"، الذي يمكن تعريفه بـ "التغيير في الاحتياجات المعلوماتية الذي ينتج عنه إدراك لتعقد القضية التي يواجهها الإنسان". وينتج عن تزايد تعقد المهمة النتائج التالية: زيادة تعقد المعلومات المطلوبة. زيادة الحاجة للمعلومات وحل المشكلات. قلة فرص نجاح عملية التماس المعلومات. قلة قنوات المعلومات المتاحة.⁽²⁵⁾

تساؤلات الدراسة

- 1- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد أفراد الجمهور بالمعلومات المتعلقة بحملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة؟
- 2- ما أسباب متابعة الجمهور لحملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أبرز الخدمات المعلوماتية التي قدمتها حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
- 4- ما المزايا التي يراها المبحوثون في حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما الدور الذي قامت به وسائل التواصل الاجتماعي خلال حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة؟

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي كمصدر للمعلومات للمرأة والمزايا التي يرونها في الحملة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في -النوع-العمر -المؤهل الدراسي -الحالة الاجتماعية - محل الإقامة.

نوع ومنهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive Study**، التي تنتج إلى وصف الظاهرة التي ندرسها كما هي في الظروف التي تتواجد فيها وهي الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات أثناء الأزمات؟ لدى الجمهور المصري دراسة ميدانية واعتمدت على:

1-منهج المسح: الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها ويتمثل في هذه الدراسة من خلال مسح عينة من الجمهور. وجمع البيانات والمعلومات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم.

مجتمع وعينة الدراسة

يتحدد مجتمع الدراسة في الآتي:

مجتمع الدراسة الميدانية الخاص بالجمهور المصري الذين ليسوا لديهم بطاقات رقم قومي.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور من مختلف الأعمار وهي عينة عشوائية مكونة من (400) مفردة من الذكور والإناث وتتراوح أعمارهم ما بين 17-36 فأكثر.

حدود الدراسة

وتتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على معرفة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم.

الحدود الزمنية: وتم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة من 2025/1/1 إلى 2025/1/31.

الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري.

أدوات جمع البيانات

أداة الاستبيان: اعتمد الباحثان على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة الميدانية والتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم.

اختبار الصدق والثبات لأدوات الدراسة

اختبار الصدق (Validity): ويعنى أن الأداة (المقياس أو الاختبار) تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، ويتفق تمامًا مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال فحص بالغ الدقة لأداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود- الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، كما تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين من ذوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات للتأكد من صدق الأداة.

اختبار الثبات (Reliability): الثبات معناه أن تكرار تطبيق الأداة على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة، اعتمد الباحثان على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها 15 يوم وذلك من خلال تطبيق الاستمارة مرة أخرى، باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha cronbach)، لقياس ثبات المحتوى لمتغيرات " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات أثناء الأزمات، قد بلغ (0.852)، ما يدل على الثبات المرتفع الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي (الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات)، فبلغ (0.923). وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (1) معامل الثبات والصدق الذاتي لمتغيرات " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم " باستخدام

معامل الفايكرومباخ " Alpha cronbach

المتغيرات	معامل ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
إجمالي: متغيرات " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من أجل رفع مستوى الوعي لديهم	0.872	0.929

التعريفات والمفاهيم الإجرائية:

مواقع التواصل الاجتماعي

1-التعريف النظري: يشير مفهوم صفحات التواصل الاجتماعي بأنها «مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجية من الويب، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى بين المستخدمون (26)

2-التعريف الإجرائي: يعرفها الباحثان على أنها وسائل تواصل التي يستخدمها الأشخاص للتواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب والمرئي والصوتي والملفات.

الوعي

1-التعريف النظري: إدراك الفرد لقضايا المجتمع من منظور تاريخي شامل وتحليل هذه القضايا على مستوى متكامل للحفاظ على التراث المجتمعي ومبادئه (27)

2-التعريف الإجرائي: ويعرفه الباحثان بأنه حالة ذهنية يدرك فيها الفرد لما يحيط به من بيئة داخلية وخارجية، بالإضافة إلى إدراك ذاته وادراك ما يتم من حوله من القضايا المختلفة.

ثالثاً: الإطار المعرفي للدراسة

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي جسداً شكلاً جديداً من أشكال الاتصال الاجتماعي، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. حيث أبرز حراك الشباب في المجتمع العربي-الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية- قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة للحياة السياسية، وإنذاراً لمنافسة الإعلام التقليدي. فمواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل في حقيقتها العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الشرائح الاجتماعية المختلفة في نظرتها إلى مجتمعها والعالم. فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها. ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات العربية، لا بد من أن يصاحبه تغيير في "الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة" (28).

وتعتمد وسائل الإعلام الاجتماعي على المكان الافتراضي فلم تعد هناك حدود مكانية تفرض التزامات قد تكون سياسية على مستخدمي هذا النوع من وسائل الإعلام ، فالمضمون الإعلامي يتناقل بين المستخدمين أينما كانوا ويحدث تأثيراته بغض النظر عن الأوضاع والظروف المكانية التي توطئه ، أو تسهم في تشكل مادته . ويتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات الآتية: (29)

• المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً أشخاصاً لم يعرف كلٌ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.

• لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.

• ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين.

• لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

• في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضاً من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة

● أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة – بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

● تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدية. ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب

وثمة مفهوماً مرادفاً لمفهوم الإعلام الاجتماعي، يستخدم لوصف الأنشطة التفاعلية التي يتبعها مستخدمو الإعلام الاجتماعي، الذين يستبدلون الأساليب التقليدية بالأساليب الجديدة في الإعلام، وهو مفهوم الإعلام البديل. حيث اتخذوا مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً عن الوسائل الإعلامية التقليدية، ويقصد بها "الموقع الذي يمارس فيه النقد. وتولد أفكاراً وطرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما يشير البديل إلى تناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة"، "ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري". وينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والاستقلال عن كل الالتزامات الأيديولوجية أو الاقتصادية القائمة دون أية قيود وهو ما يشير إلى أن الإعلام البديل هو حصيلة مواقف فكرية، تعمل بالاعتماد على قاعدة التشكل الذاتي. وبعيدا عن النظرة القيمية، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية والاعتراف بها بحثياً وتطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية التي تشقها العديد من الإفراتات ومنتجة لسلطات رمزية خصوصية (30).

رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية

تناولت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري عن طريق الاستبيان الورقي نظراً لخصائص العينة بعد استبعاد الاستثمارات غير الصحيحة ورؤعي في العينة الفروق الفردية وذلك للحصول على البيانات اللازمة.

1-توصيف عينة الدراسة طبقاً للمتغيرات الديمغرافية (النوع – الفئة العمرية – المؤهل الدراسي – الحالة الاجتماعية – محل الإقامة).

جدول رقم (2) توصيف عينة الدراسة للخصائص الديموغرافية

النوع
89

100	400	اناث
فئة العمر		
36	144	21- 17
27.75	111	35 -22
27.50	110	45- 36
8.75	35	46 عام فأكثر
المؤهل الدراسي		
21.5	86	يقرأ ويكتب
25	100	حاصل على الإعدادية
26.75	107	مؤهل متوسط
26.75	107	مؤهل فوق المتوسط
100	400	الإجمالي
الحالة الاجتماعية		
46.50	186	متزوجة
40.25	161	اعزب
6	24	مطلق
7.25	29	ارملة
محل الإقامة		
75	300	ريف
25	100	حضر

2-تتابع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي
جدول رقم (3) المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب) وفقاً لعبارة (هل تتابع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي)

م	التوزيع	العدد	%
1	نعم اتابع	351	87.8
2	اتابع الى حد ما	41	10.3
3	لا اتابع	8	2
الإجمالي			
		400	100
المتوسط الحسابي= 2.86 الانحراف المعياري= 0.40 الأهمية النسبية=95.33%			

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (هل تتابع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي) أشارت بمعدل نعم اتابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.86) بانحراف معياري (0.40)، وأهمية نسبية (95.33%)، فبلغت نسبة (نعم اتابع) مبادرة بطاقتك حقوقك

على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لدعم القضية الفلسطينية (87.8%)، أما (اتابع الي حد ما) بلغت (10.3%)، واخيرا نسبة (لا اتابع) (3.1%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

يري الباحثان أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تثقيف الفتيات والسيدات حول القضايا التي تخص إصدار الرقم القومي لما له من أهمية كبرى تساعد في تمكينها داخل المجتمع المصري على هذا الأساس أصدر المركز القومي للمرأة هذه المبادرة، وتساعد في تكوين آرائهم، والتواصل ومشاركة الأفكار والآراء، بتوفيرها مساحات آمنة للتعبير ومستقبل يليق بالمكانة الحضارية لمصر وبطموحات بناتها وأبنائها.

3-مدى الحرص على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة

جدول (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لعبارة (مدى الحرص على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة)

م	التوزيع	العدد	%	الترتيب
1	أحرص بدرجة كبيرة	177	44.25	1
2	أحرص بدرجة متوسطة	153	38.25	2
3	أحرص بدرجة محدودة	70	17.5	3
	المجموع	400	100	
	المتوسط الحسابي= 2.00	الانحراف المعياري= 0.70		

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (مدى الحرص على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة) أشارت بمعدل احرص بدرجة كبيرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.00) بانحراف معياري (0.70)، فبلغت نسبة (أحرص بدرجة كبيرة) (44.25%)، أما (أحرص بدرجة متوسطة) بلغت (38.25%)، واخيرا نسبة (أحرص بدرجة محدودة) (17.5%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

يري الباحثان أن مبادرة بطاقتك حقوقك من الأولويات الدولة المصرية في المراحل السابقة واللاحقة، والقضاء على مجهول الهوية للإناث والتركيز على مبدأ الحق في إصدار بطاقة الرقم القومي لممارسة كافة حقوقهم في المجتمع وإيماناً من الدولة المصرية، بأن الاستقرار والتقدم لن يتحققا إلا من خلال ضمان مشاركة فاعلة للمرأة في كافة أوجه العمل الوطني.

4-دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5) أسباب دوافع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق الى حد ما		موافق		موافق بشدة		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	84.3	663	2.53	9.5	38	27.8	111	62.7	251	إصدار بطاقة رقم قومي بالمجان
2	80.7	682	2.42	11.0	44	35.5	142	53.5	214	للحصول على معاش تكافل وكرامة
3	80.3	677	2.41	10.8	43	37.3	149	52.0	208	تمويل المشروعات صغيرة الحجم
4	79.7	689.	2.39	11.8	47	37.3	149	51.0	204	تعزز تمكين المرأة في المجتمع

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي) على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية؛ فكانت "إصدار بطاقة رقم قومي بالمجان" في المقدمة بوزن نسبي (84.3) وانحراف معياري (663) ومتوسط حسابي بلغ (2.53)، يلي بعد ذلك "للحصول على معاش تكافل وكرامة" بوزن نسبي (80.7) وانحراف معياري (682) ومتوسط حسابي بلغ (2.42)، ثم يأتي في المرتبة الثالثة " تمويل المشروعات صغيرة الحجم " بوزن نسبي (80.3) وانحراف معياري (677) ومتوسط حسابي بلغ (2.41) ، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

يري الباحثان أنه يمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء رغبة أفراد الجمهور في اكتساب المعلومات التي تحقق لهم المعرفة الكاملة في الفهم حول كيفية استخراج بطاقة الرقم القومي، حتى أصبحت تجربة مصر في ملف تمكين المرأة وتحقيق المساواة بين الجنسين مثار إعجاب وإشادات عالمية.

جدول (6) المقياس العام حول دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع

التواصل الاجتماعي

م	التوزيع	العدد	%
1	مرتفعة	277	69.3
2	متوسطة	103	25.75

3	محدودة	20	5
	الإجمالي	400	100
المتوسط الحسابي= 2.64 الانحراف المعياري= 0.57 الأهمية النسبية=88.08%			
كا 2 : 150.395 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال			

يتضح من الجدول السابق: أن المقياس العام حول دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي أوضحت ان الدوافع المرتفعة كانت بنسبة (69.3)، اما الدوافع المتوسطة كانت بنسبة (25.75)، وأخيرا جاءت الدوافع المحدودة بنسبة (5) وفقا لردود عينة الدراسة.

5-مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك.

جدول رقم (7) المقاييس الوصفية التكرار والنسب المئوية والترتيب وفقا لعبارة

" مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك "

المتغير	العدد	النسبة
نعم	380	95
لا	20	5
الإجمالي	400	100

يتضح من الجدول السابق: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة " مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك. " يشير إلى ان الاغلبية افادت بالموافقة على ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك. بنسبة (95%)، بينما نسبته (5%)، أفادت بعدم الموافقة. وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة.

يري الباحثان ان الجهود الدولة المصرية في تمكين المرأة المصرية من أبسط حقوقها هي اصدار بطاقة الرقم القومي لذلك اتجهت إلى وجود عربات لعمل بطاقة الرقم القومي بالاتفاق مع وزارة الداخلية في كافة الشوارع المصرية تيسيرا عليهن.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في إمداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك من خلال الإسراع في الخطى نحو تمكين المرأة، والحفاظ على حقوقها ووضعها في المكانة التي تليق بقيمتها وقدراتها وتضحياتها على مدار التاريخ، التزاماً بالدستور المصري الذي يعبر عن إرادة الشعب المصري والذي رسخ قيم العدالة والمساواة، وإعمالاً لما جاء به من مبادي تكافؤ الفرص، وما كفله للمرأة من حقوق، واتساقاً مع رؤية مصر 2030 واستراتيجيتها للتنمية المستدامة التي تسعى لبناء مجتمع عادل، يضمن الحقوق والفرص المتساوية لأبنائه وبناته من أجل أعلى درجات الاندماج الاجتماعي.

6-التطبيقات الرقمية الأكثر إمدادا بالمعلومات حول مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة

جدول (8) توزيع عينة الدراسة وفقاً لعبارة (التطبيقات الرقمية الأكثر إمدادا بالمعلومات حول مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اوافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	75.3	782	2.26	20.8	83	32.0	128	47.3	189	صفحة المجلس القومي للمرأة على الفيسبوك
2	65.3	828	1.96	36.0	144	31.5	126	32.5	130	صفحة المجلس على الانستجرام
3	65.0	895.	1.95	42.8	171	19.8	79	37.5	150	إعلانات المجلس على اليوتيوب
4	62.3	865.	1.87	45.0	180	23.5	94	31.5	126	صفحة المجلس على التويتر

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (التطبيقات الرقمية الأكثر إمدادا بالمعلومات حول مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة) على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية؛ فكانت "صفحة الوزارة على الفيس بوك" في المقدمة بوزن نسبي (75.3) وانحراف معياري (782) ومتوسط حسابي بلغ (2.26)، يلي بعد ذلك صفحة المجلس على الانستجرام بوزن نسبي (65.3) وانحراف معياري (828) ومتوسط حسابي بلغ (1.96)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

يري الباحثان أنه يمكن تفسير ذلك في ضوء المصادقية التي يتمتع بها موقع المجلس القومي للمرأة وصفحتها على الفيس بوك باعتبارهما المتحدث باسم المجلس وتتمتع كافة الموضوعات التي يتضمنها بأهمية ومصادقية مرتفعة. في حين تأتي صفحة الوزارة على تويتر في مرتبة متأخرة بسبب عدم تمتع تويتر بشعبية كبيرة بين أفراد الجمهور في مصر. عليه نجد بحلول عام 2030 تصبح المرأة المصرية فاعلة رئيسية في تحقيق التنمية المستدامة في وطن يضمن لها كافة حقوقها التي كفلها الدستور، ويحقق لها حماية كاملة ويكفل لها -دون أي تمييز- الفرص الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تمكنها من الارتقاء بقدراتها وتحقيق ذاتها، ومن ثم القيام بدورها في إعلاء شأن الوطن.

7-أهم المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي تجاه حملة بطاقتك حقوقك

جدول (9) توزيع عينة الدراسة وفقاً لعبارة (أهم المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي تجاه حملة بطاقتك حقوقك)

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	81	0.92	4.05	عقد حملات توعوية حول أهمية الرقم القومي
2	78.20	1.11	3.91	تسهيل إجراءات استخراج البطاقات وتذليل كافة العقبات أمام المواطنين
3	76.60	1.05	3.83	معالجة الظواهر السلبية في المجتمع
4	75.40	1.12	3.77	تنمية شئون المرأة وتمكينها من أداء دورها في المجتمع
5	74.80	1.13	3.74	دعم المواطنين في الأماكن العشوائية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي تجاه حملة بطاقتك حقوقك) على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية؛ فكانت "عقد حملات توعوية حول أهمية الرقم القومي" في المقدمة بأهمية نسبية (81) وانحراف معياري (0.92) ومتوسط حسابي بلغ (4.05)، يلي بعد ذلك جاء " لتسهيل إجراءات استخراج البطاقات وتذليل كافة العقبات أمام المواطنين" بأهمية نسبية (78.20) وانحراف معياري (1.11) ومتوسط حسابي بلغ (3.91)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

يري الباحثان أنه يمكن تفسير ذلك تبنت السيدة الأولى لمصر مبادرات تمكين الفتيات مثل "مبادرة دوي" حيث يتم تنفيذ دوائر حكي مع الفتيات لتتيح لهن المعلومات والمهارات اللازمة للتعبير عن أنفسهن والمشاركة بحكايتهن للتعرف على معوقات التنمية لديهن ومحاولة تذليلها.

8-المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل نشر الوعي

جدول (10) توزيع عينة الدراسة وفقاً لبعد (المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي)

م	العبارات	أوافق		أوافق الى حد ما		لا أوافق		الاحصاء	الترتيب	الدرجة
		العدد	%	العدد	%	العدد	%			
1	نبذ العنف ضد المرأة، وأهمية تمكين المرأة في المجتمع، والتوعية بقضايا العنف ضد المرأة	330	82.5	40	10	30	7.5	2.82	0.9	1
2	التعاون مع وزارة الخارجية في توفير عربات مجهزة للسيدات لاستخراج بطاقة الرقم القومي	305	76.25	25	6.25	70	17.5	2.59	0.79	2
3	تحقيق أعلى درجات التماسك والتكاتف والاندماج بين أبنائه وبناته	255	63.7	95	23.7	50	12.5	2.53	0.71	3
4	القضاء على الظواهر السلبية التي تهدد حياتها وسلامتها وكرامتها، وتحول بينها وبين المشاركة الفعالة في كافة المجالات	282	70.5	45	11.3	73	18.3	2.53	0.80	4
5	الاستجابة لشكاوى العملاء وتوفير الخدمات على مدار 24 ساعة	282	70.5	23	5.8	95	23.7	2.47	0.87	5
6	القدرة على تقديم المعلومات بسرعة للجماهير المستهدفة.	210	52.5	116	29	74	18.5	2.35	0.78	6
المتوسط العام للإجمالي البعد										
-								2.50	0.42	-

من الجدول السابق يتضح: أن مفردات عينة الدراسة وفقا لإجمالي بُعد " المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي " أشارت نحو الموافقة المرتفعة، هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي البعد (2.50) بانحراف معياري (0.42). هذا وقد كانت أهم المزايا وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي على الترتيب (نبذ العنف ضد المرأة، وأهمية تمكين المرأة في المجتمع، والتوعية بقضايا العنف ضد المرأة)، (التعاون مع وزارة الخارجية في توفير عربات مجهزة للسيدات لاستخراج بطاقة الرقم القومي)، (تحقيق أعلى درجات التماسك والتكاتف والاندماج بين أبنائه وبناته)، بمتوسطات حسابية (2.82)، (2.59)، (2.53). وكانت أقل المزايا على الترتيب (القضاء على الظواهر السلبية التي تهدد حياتها وسلامتها وكرامتها، وتحول بينها وبين المشاركة الفعالة في كافة المجالات)، (الاستجابة لشكاوى العملاء وتوفير الخدمات على مدار 24 ساعة)، بمتوسطات حسابية (2.53)، (2.47).

ويرى الباحثان أنه بحلول عام 2030 تصبح المرأة المصرية فاعلة رئيسية في تحقيق التنمية المستدامة في وطن يضمن لها كافة حقوقها التي كفلها الدستور، ويحقق لها حماية كاملة ويكفل

لها -دون أي تمييز -الفرص الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تمكنها من الارتقاء بقدراتها وتحقيق ذاتها، ومن ثم القيام بدورها في إعلاء شأن الوطن.

9-تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي .

جدول (11) توزيع عينة الدراسة وفقا لبعد (تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي)

م	العبارات	تأثير إيجابي		لا يوجد تأثير		تأثير سلبي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
1	استخراج بطاقات الرقم القومي بشكل مجاني لجميع الفتيات والسيدات غير القادرات.	400	100	-	-	-	-	2.82	0.52	1
2	وجود عربات مجهزة بأعلى التقنيات الرقمية تساعد على استخراج البطاقات	400	100	-	-	-	-	2.82	0.52	1
3	اهميتها الشديدة في التعاملات الحكومية وصرف المعاش	330	82.4	-	-	70	17.6	2.82	0.39	2
4	انهاء الإجراءات في الورقية بشكل سريع وتوفير الوقت والمجهود	355	88.8			45	11.25	2.76	0.66	3
5	مساعدة ذوي الهمم من السيدات والمرضى	355	88.8			45	11.25	2.76	0.66	3
المتوسط العام لإجمالي البعد								2.70	0.53	-

من الجدول السابق يتضح: أن مفردات عينة الدراسة وفقا لإجمالي بُعد " تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي " بلغ المتوسط العام لإجمالي البعد (2.70) بانحراف معياري (0.53). هذا وقد كانت " اهم تقييم المبحوثين للعناصر التي تضمنتها حملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي " على الترتيب (استخراج بطاقات الرقم القومي بشكل مجاني لجميع الفتيات والسيدات غير القادرات) ، (وجود عربات مجهزة بأعلى التقنيات الرقمية تساعد على استخراج البطاقات) ، (اهميتها الشديدة في التعاملات الحكومية وصرف المعاش)، (انهاء الإجراءات في الورقية بشكل سريع وتوفير الوقت والمجهود) بمتوسطات حسابية (2.82)، (2,82) ، (2.82)، (2.76)، وكانت أقل التقييمات (مساعدة ذوي الهمم من السيدات والمرضى) بمتوسط حسابي (2.76).

يري الباحثان أن هذه المبادرة تدعم توفر للسيدات والفتيات الإمكانات اللازمة للانتقال إلى القرى والعزب والنجوع والمناطق النائية البعيدة لتصوير السيدات واستخراج بطاقات الرقم القومي الجديدة لهن نظرا لأهميتها الشديدة في التعاملات الحكومية وصرف المعاش والتعاملات الحياتية المختلفة لإثبات الشخصية.

10-مقياس الوعي الخاص بأهمية إصدار بطاقة الرقم القومي للسيدات والفتيات ودور الدولة المصرية في مبادرة بطاقتك حقوقك ودورها في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور المُختلفة

جدول (12) المقاييس الوصفية (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، والترتيب) لمحور (مقياس الوعي الخاص بأهمية إصدار بطاقة الرقم القومي للسيدات والفتيات ودور الدولة المصرية في مبادرة بطاقتك حقوقك ودورها في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور المُختلفة

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب
1	حرص الدولة المصرية الدائم الاهتمام بنشر الوعي المجتمعي بأهمية دور المرأة في المجتمع	4.45	0.74	89	1
2	عكست مواقع التواصل الاجتماعي المظاهر الإيجابية التي تعود على المواطن من الاستفادة الخدمات الرقمية	4.39	0.77	87.80	2
3	درجة المصداقية الموجودة في المبادرة من خلال نشر الوعي بوجود عربات مجهزة بالمجان ومساعدة السيدات والفتيات في استخراج بطاقة الرقم القومي	4.37	0.82	87.40	3
4	زيادة الإحساس بأهمية الانتماء للمجتمع والرغبة في النهوض به من خلال حصول السيدات على حقوقهن والوعي به	4.25	0.79	85	4
5	تقديم النصح للسيدات لاستخدام الخدمات الرقمية المختلفة من خلال فريق عمل متخصص لزيادة درجة وعيهم بأهمية إصدار بطاقات الرقم القومي ومباشرة حقوقهن	4.24	0.83	84.80	5
-	المتوسط العام	4.30	0.67	86.17 %	-

يتضح من الجدول السابق أن: نتائج المتوسط العام أشارت لإجمالي محور (مقاييس الوعي الخاص بأهمية إصدار بطاقة الرقم القومي للسيدات والفتيات ودور الدولة المصرية في مبادرة بطاقتك حقوقك ودورها في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور المُختلفة)، بلغ (4.30)، بانحراف معياري قدره (0.67)، وبأهمية نسبية (86.17%)، وهذا يعني أن اتجاهات مفردات العينة نحو إجمالي المحور تميل الى الدرجة المرتفعة من الموافقة. هذا وقد تراوحت المتوسطات الحسابية من (4.54 الى 4.24) وبأهمية نسبية من (90.80% الى 84.88%).

وتعد الأبعاد الأكثر موافقة على الترتيب (حرص الدولة المصرية الدائم الاهتمام بنشر الوعي المجتمعي بأهمية دور المرأة في المجتمع)، (عكست مواقع التواصل الاجتماعي المظاهر الإيجابية التي تعود على المواطن من الاستفادة الخدمات الرقمية)، (درجة المصداقية الموجودة في المبادرة من خلال نشر الوعي بوجود عربات مجهزة بالمجان ومساعدة السيدات والفتيات في استخراج بطاقة الرقم القومي) بأهمية نسبية (89%)، (87.80%)، (87.40%).

ويرى الباحثان ان جميع فروع المجلس القومي للمرأة بكافة المحافظات، يواصل جهوده في تنفيذ مشروع بطاقتك حقوقك، لاستخراج بطاقات الرقم القومي المجانية للسيدات من كبار السن

والفتيات وذوي الهمم من السيدات والمرضى، بالتعاون مع كافة المحافظات ومصلحة الأحوال المدنية، وتيسير الانتقال للسيدات بالقرى المختصة بتوفير وتخصيص سياراتين، لتصوير السيدات بالقرى، والانتقال لمنازل الغير قادرات صحيا منهن مجانا.

11-أهم مقترحات تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بأهمية مبادرة بطاقتك حقوقك.

جدول (13) توزيع عينة الدراسة وفقا لبعد (مقترحات تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بأهمية مبادرة بطاقتك حقوقك)

م	المقترحات	العدد	%	الترتيب
1	تنظيم ورش عمل داخل جميع فروع المجلس القومي للمراة بكافة المحافظات على أيدي متخصصين للتوعية بأهمية اصدار بطاقات الرقم القومي	177	44.25	1
2	نشر الوعي بأهمية الحفاظ على سرية البيانات والمعلومات على جميع صفحات التواصل الاجتماعي منعا لسرقة البيانات والمعلومات	153	38.25	2
3	إطلاق حملات إعلامية وتوعوية عبر الصفحات الرسمية المختلفة لتعريف السيدات بكيفية التعامل مع العربات المجهزة والأوراق المطلوبة لاستخراج بطاقة الرقم القومي.	70	17,5	3
4	نشر الأرقام والخط الساخن للاستفسار عن أي معلومات تخص المبادرة من خلال فريق عمل متخصص للرد على الشكاوى والاستفسارات	65	16,5	4
المجموع		400	100	

يتضح من الجدول السابق ان: مفردات عينة الدراسة وفقا لإجمالي " اهم مقترحات تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بأهمية مبادرة بطاقتك حقوقك " جاءت عبارة " (تنظيم ورش عمل داخل جميع فروع المجلس القومي للمراة بكافة المحافظات على أيدي متخصصين للتوعية بأهمية اصدار بطاقات الرقم القومي) في الترتيب الأول بوزن نسبي (44.25) ، وفي الترتيب الثاني (نشر الوعي بأهمية الحفاظ على سرية البيانات والمعلومات على جميع صفحات التواصل الاجتماعي منعا لسرقة البيانات والمعلومات) بوزن نسبي (38.25) ، اما الترتيب الثالث (إطلاق حملات إعلامية وتوعوية عبر الصفحات الرسمية المختلفة لتعريف السيدات بكيفية التعامل مع العربات المجهزة والأوراق المطلوبة لاستخراج بطاقة الرقم القومي) بوزن نسبي (17,5).

خامسا: اختبار صحة الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها.

جدول (14) العلاقة بين " مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها. باستخدام معامل ارتباط بيرسون

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	العلاقة مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي على مواقع التواصل الاجتماعي
دالة	*0.05	0.694	

* دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.05

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين " مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها. حيث بلغ معامل الارتباط (0.694) بمستوى معنوية اقل من (0.05).

عليه نقبل الفرض الإحصائي القائل " مدى حرص المبحوثين على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين دوافع متابعتهم لها على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي.

جدول (15) العلاقة بين " معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي. " باستخدام معامل ارتباط بيرسون

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	العلاقة معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي.
دالة	**0.05	0.455	

* دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.05
** دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.01

من الجدول السابق يتضح ما يلي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي، بلغ معامل الارتباط (0.455) بمستوى معنوية اقل من (0.05).

اثبات الفرضية: بذلك نقبل الفرض الإحصائي القائل " بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات مشاهدة المبحوثين لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص المبحوثين على متابعة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي كمصدر للمعلومات للمرأة والمزايا التي يرونها في الحملة.

جدول رقم (16) العلاقة بين " درجة التعرض للمتابعة للوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصدر الجمهور للحصول على المعلومات من وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وبين المزايا التي توجد في مبادرة بطاقتك حقوقك " باستخدام معامل ارتباط بيرسون

العلاقة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي	معامل الارتباط (r)	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
6-تأثير ذلك التعرض في امداد المبحوثين بالمعلومات المختلفة.	0.694	0.05*	دالة	
8-المزايا التي يرونها المبحوثين من مبادرة بطاقتك حقوقك	0.529	0.05*	دالة	

* دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.05

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين " درجة التعرض للوسائل التواصل الاجتماعي وبين تأثير ذلك الدور في امداد المبحوثين بالمعلومات المختلفة، حيث بلغ معامل الارتباط (0.694). بمستوى معنوية اقل من (0.05).

عليه توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين " درجة التعرض للوسائل التواصل الاجتماعي وبين امداد المبحوثين بالمعلومات المختلفة، حيث بلغ معامل الارتباط (0.529). بمستوى معنوية اقل من (0.05).

جدول رقم (17) العلاقة بين درجة التعرض للوسائل التواصل الاجتماعي وبين الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي والدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في امداد الجمهور بالمعلومات المختلفة باستخدام معامل كا² ومعامل الاقتران

العلاقة التعرض للوسائل التواصل الاجتماعي	معامل كا ²	معامل الاقتران	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
والدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في امداد الجمهور بالمعلومات المختلفة.	5.699	0.173	0.05*	دالة

* دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.05

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التعرض لمبادرة بطاقتك حقوقك على وسائل التواصل الاجتماعي وبين الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في امداد الجمهور بالمعلومات المختلفة. حيث بلغت قيمة كا²(5.699) بمعامل اقتران (0.173) وذلك عند مستوى دلالة أقل من (0.05).

-كما يتضح ان التعرض للوسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في امداد الجمهور بالمعلومات المختلفة ذلك بنسبة الموافقة بلغت 60.3%.

اثبات الفرضية: نقبل الفرض الإحصائي القائل " بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الجمهور لمبادرة بطاقتك حقوقك على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر بإمداد الجمهور بالمعلومات وبين والمزايا التي يرونها في الحملة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة ودوافع متابعتهم لها.

جدول (18) العلاقة بين مدى حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع متابعتهم لها . باستخدام معامل كا² ومعامل الاقتران

العلاقة				
بين درجة حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على وسائل التواصل الاجتماعي ودوافع متابعة المبحوثين لمبادرة بطاقة حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي.	معامل كا ²	معامل الاقتران	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
	37.454	0.293	*0.01	دالة

* دالة عند مستوى معنوية اقل من 0.05

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقة حقوقك على وسائل التواصل الاجتماعي ودوافع متابعة المبحوثين لمبادرة بطاقة حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا²(37.454) بمعامل اقتران (0.293) وذلك عند مستوى دلالة أقل من (0.05).

عليه نقبل الفرض الاحصائي " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حرص المبحوثين على متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك على وسائل التواصل الاجتماعي ودوافع متابعة المبحوثين لمبادرة بطاقة حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في -النوع-العمر -المؤهل الدراسي -الحالة الاجتماعية - محل الإقامة

جدول (19) الفروق المعنوية الفروق بين تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع-العمر -المؤهل الدراسي -الحالة الاجتماعية - محل الإقامة

خصائص العينة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	اناث	400	27.80	4.182	0.889	398	0.374
	17 - 21	144	28.28	4.123	0.498	339	0.684
	22 - 35	111	27.72	4.382			
	36 - 45	110	27.80	3.840			
	46 عام فأكثر	35	28.00	3.010			
المؤهل الدراسي	يقرا ويكتب	86	26.44	4.471	8.204	239	0.000
	حاصل على الإعدادية	100	28.49	3.313			
	مؤهل متوسط	107	28.34	3.808			
	مؤهل فوق المتوسط	107	28.34	3.808			
الحالة الاجتماعية	متزوجة	186	28.25	3.978	0.970	339	0.407
	أعزب	161	27.83	4.072			
	مطلقة	24	26.88	4.504			
	ارملة	29	27.81	3.586			
محل الإقامة	ريف	300	27.64	3.697	1.641	398	0.102
	حضر	100	28.30	4.324			

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

1- لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية وفقاً للنوع، حيث بلغت قيمة (ت) (0.889) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من (0.374) وبهذا لم تثبت صحة الفرض.

2- لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية وفقاً للسن، حيث بلغت قيمة (ف) (0.498) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من (0.684) وبهذا لم تثبت صحة الفرض.

3- لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية وفقاً للمؤهل الدراسي، حيث بلغت قيمة (ف) (8.204) وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من (0.05)، وبهذا تثبت صحة الفرض

4- لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية وفقاً للحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ف) (0.970) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من (0.05) وبهذا لم تثبت صحة الفرض.

5- لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في تقييم عينة الدراسة لحملة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمجلس القومي للمرأة في نشر الوعي والمتغيرات الديموغرافية وفقاً محل الإقامة، حيث بلغت قيمة (ت) (1.641) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من (0.05) وبهذا لم تثبت صحة الفرض.

سادساً: خاتمة الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي الجمهور من خلال امداده بالمعلومات، من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة متاحة من الجمهور المصري من ريف وحضر مصر قوامها (400) مفردة مستخدمة نظرية التماس المعلومات والاعتماد على منهج المسح الإعلامي بشقيه وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

1- أوضحت الدراسة الى أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (هل تتابع مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي) أشارت بمعدل نعم اتابع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.86) بانحراف معياري (0.40)، وأهمية نسبية (95.33%)، فبلغت نسبة (نعم اتابع) مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لدعم القضية الفلسطينية (87.8%)، اما (اتابع الي حد ما) بلغت (10.3%)، واخيرا نسبة (لا اتابع) (3.1%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

2- كما اشارت الدراسة الى ان توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (مدى الحرص على متابعة حملة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة) أشارت بمعدل احرص بدرجة كبيرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.00) بانحراف معياري (0.70)، فبلغت نسبة (احرص بدرجة كبيرة) (44.25%)، اما (احرص بدرجة متوسطة) بلغت (38.25%)، واخيرا نسبة (احرص بدرجة محدودة) (17.5%)، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

3- إفادت نتائج الدراسة الى ان توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة (دوافع متابعة مبادرة بطاقتك حقوقك التابعة للمجلس القومي للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي) على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة المصرية؛ فكانت "الإصدار بطاقة رقم قومي بالمجان" في المقدمة بوزن نسبي (84.3) وانحراف معياري (663) ومتوسط حسابي بلغ (2.53)، يلي بعد ذلك "للحصول على معاش تكافل وكرامة" بوزن نسبي (80.7) وانحراف معياري (682) ومتوسط حسابي بلغ (2.42)، ثم يأتي في المرتبة

الثالثة " تمويل المشروعات صغيرة الحجم " بوزن نسبي (80.3) وانحراف معياري (677) ومتوسط حسابي بلغ (2.41) ، وذلك وفقاً لردود عينة الدراسة.

4- كما بينت الدراسة ان توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لعبارة " مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك. " يشير إلى ان الاغلبية افادت بالموافقة على ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في امداد الجمهور بالمعلومات تجاه مبادرة بطاقتك حقوقك. بنسبة (95%)، بينما نسبه (5%)، افادت بعدم الموافقة. وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة.

5- أوضحت نتيجة أن مفردات عينة الدراسة وفقاً لإجمالي بُعد " المزايا التي وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي " أشارت نحو الموافقة المرتفعة، هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي البعد (2.50) بانحراف معياري (0.42). هذا وقد كانت اهم المزايا وفرتها مبادرة بطاقتك حقوقك على مواقع التواصل الاجتماعي على الترتيب (نبذ العنف ضد المرأة، وأهمية تمكين المرأة في المجتمع، والتوعية بقضايا العنف ضد المرأة، (التعاون مه وزارة الخارجية في توفير عربات مجهزة للسيدات لاستخراج بطاقة الرقم القومي)، (تحقيق أعلى درجات التماسك والتكاتف والاندماج بين أبنائه وبناته)، بمتوسطات حسابية (2.82)، (2.59)، (2.53). وكانت أقل المزايا على الترتيب (القضاء على الظواهر السلبية التي تهدد حياتها وسلامتها وكرامتها، وتحول بينها وبين المشاركة الفعالة في كافة المجالات)، (الاستجابة لشكاوى العملاء وتوفير الخدمات على مدار 24 ساعة)، بمتوسطات حسابية (2.53)، (2.47).

سابعا: توصيات الدراسة

1- العمل على استخراج بطاقات رقم قومي للسيدات الاولي بالرعاية وذوي الهمم والعمل علي زيادة عدد السيدات المطلوب استخراج بطاقات رقم قومي لهن لتنمية شئون المرأة وتمكينها من أداء دورها الاجتماعي والاقتصادي والسياسي في المجتمع والنهوض بالمرأة وحل المشكلات التي تواجهها.

2- تنفيذ الحملات التوعوية حول أهمية استخراج بطاقات الرقم القومي للسيدات والفتيات في مختلف ربوع الجمهورية مع التركيز على قنوات الاتصال الشخصي لما لها من أهمية وتأثير مباشر نظرا لاختلاف المؤهل الدراسي للسيدات والفتيات في الإمكان الرفيعة.

3- إظهار دور الرائدات الريفيات لاستكمال جمع البيانات والمعلومات حول السيدات والفتيات التي لم يستخرجن بطاقات الرقم القومي والعمل على توفير البيانات لهن تيسيرا عليهن في استخراج بطاقة الرقم القومي.

مراجع الدراسة:

- (1) Gündüzyeli, B. (2025). The Role of Social Media and Artificial Intelligence (AI) in Enhancing Digital Marketing Resilience During Crises. *Sustainability*, 17(7), 3134. <https://doi.org/10.3390/su17073134>
- (2) Smith, T. (2025), The Role of Social Media in Crisis Communication in Colleges. January 2025, https://www.researchgate.net/publication/388523849_The_Role_of_Social_Media_in_Crisis_Communication_in_Colleges
- (3) راشد سعيد الحساني(2024)، استخدام القائم بالاتصال في المؤسسات الحكومية الاماراتية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان* ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، المجلد 2024 ، العدد 28 ، الجزء 2 ، إبريل 2024 ، ص 248-225 .
<https://doi.org/10.21608/sjocs.2024.363121>
- (4) Terry, K, Yang, F, Yao, Q, Liu, C. (2023), the role of social media in public health crises caused by infectious disease: a scoping review: *BMJ Global Health*, Volume 8, Issue 12, <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2023-013515>
- (5) مريم عادل وليم (2023)، تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية المصرية وعلاقته بقلق المستقبل لديه: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، ج66، ص 893 – 952.
- (6) عامر سالم علي (2023)، دور الإعلام الرقمي في إمداد الجمهور الكويتي بالمعلومات الأمنية وتشكيلها للرأي العام، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد/العدد: ع83، ص 709 – 753.
- (7) عامر سالم علي (2023)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في رفع المستوى المعرفي لدى الجمهور الكويتي بالقواعد المرورية وأخلاقياته، *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية، المجلد/العدد: ع111، ص 131 – 182.
- (8) Tharwat, Wafaa, (2022). The Role of Social Media in Providing the Public with Information during Crises an Applied Study on the COVID-19 Pandemic (January 16, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5151344>
- (9) مروة السعيد السيد(2022) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية للمؤسسات الحكومية لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان*، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني)، يوليو/ ديسمبر 2022 ، ص 1- 59 .
<https://doi.org/10.21608/sjocs.2022.292641>

(10) مها علي الشعيبي (2022) ، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية أثناء جائحة كوفيد-19: النتائج الأولية من دراسة استقصائية على الإنترنت، ودورها في ترويج حملات العلاقات العامة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مركز بحوث الرأي العام، مج21، ع1، مارس 2022، ص 675 – 702. <https://search.mandumah.com/Record/1276206>

(11) Gu, M., Guo, H., Zhuang, J., Du, Y., & Qian, L. (2022). Social Media User Behavior and Emotions during Crisis Events. *International journal of environmental research and public health*, 19(9), 5197. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095197>

(12) Bello Miss, M. M., & Idowu Miss, A. A. (2022). Use of Social Media Platforms for Dissemination of Information and Creating Awareness about Library Resources and Services among Students in Lagos State University, Nigeria <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/6832>

(13) فاطمة الزهراء أشرف (2021)، دور البرامج الطبية المقدمة على القنوات الفضائية في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع56، ج2، ص 933 – 966.

(14) دعاء محمد عبد المعبود (2021)، مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا "كوفيد-19": دراسة ميدانية ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مركز بحوث الرأي العام، مج20، ع1، مارس 2021، ص 335 – 369. <https://search.mandumah.com/Record/1140643#~:>

(15) نبيل محمد فتحي وأسماء الجبوشي (2021)، دور المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في إمداد الجمهور بالمعلومات الأمنية وتشكيلها على الراي العام المصري، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، المجلد/العدد: ع22، ص 641.

(16) كاميليا عبدالسلام محمد (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات: دراسة ميدانية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، المجلد 2019، العدد 18 ، يوليو 2019، ص 321 – 387. https://sjocs.journals.ekb.eg/article_147770.html

(17) محمد عبد الوهاب الفقيه (2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب: دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المجلد/العدد: ع17، ص 273 – 320.

(18) Xiaoquan Zhao (2009). "Media Use and Global Warming Perceptions: A Snapshot of The Reinforcing Spirals". *Communication Research*, Vol. 36, No. 5, P. 702

(19) Jarkko Kari (2001). "Information Seeking and Interest in the Paranormal: Towards a Process Model of Information Action". M.A Thesis, University of Tampere, Tampere, P. 13.

(20) Vakkari P., Jarvelin K. (2005). "Explanations in Information Seeking and Retrieval". In: Spink A., Cole C. (Editors), *New Directions in Cognitive Information Retrieval*, London

(21) Jarkko Kari. Op. Cit, P. 14.

(22) Wilson T.D. (2000). "Human Information Behavior", *Information Science*, Vol.3, No.2, P. 49.

(23) Ellen F. Huurne, Robert J. Griffin and Jan M. Gutteling (2009). "Risk Information Seeking Among U.S. And Dutch Residents: An Application of The Model of Risk Information Seeking and Processing". *Science Communication*, Vol. 31, No.2, 2009, P. 216.

(24) سامح محمد يوسف الشريف (2013) ، تأثير استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية الإلكترونية علي اتجاهاتهم المجتمعية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ص 51 – 52

(25) Byström K., Jörvelin K. (1995). "Task Complexity Affects Information Seeking and Use", *Information, Process, Manage*, Vol. 31, No. 2, P. 191

(26) Kaplan ،Andreas M. (2010). "**Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media**". *Business Horizons*.53(1), Pp59-68. . DOI:10.1016/j.bushor.2009.09.003. ISSN:0007-6813.

(27) فايز كمال (2006) ، نموذج مقترح لدور الجامعات الأردنية في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الطلبة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، الجامعة الأردنية ، كلية الدراسات العليا ، ص24.

(28) بشري جميل الراوي (2012) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير : مدخل نظري ، الباحث الإعلامي ، بغداد ، العدد 18 ، 2012 ، ص98.

(29) بشري جميل الراوي (2012) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير : مدخل نظري ، مرجع سابق ، ص99

(30) مروة نظير (2011) ، دور وسائل الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية ، المركز العربي للدراسات والأبحاث ، القاهرة . ص56