

## توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة - دراسة تحليلية

د. كاميليا عبد السلام محمد محمود\*

### ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة، وقد تكونت عينة الدراسة التحليلية من 186 منشور من منشورات من الصفحات الرسمية لكلاً من رئاسة الوزراء ووزارة التنمية المحلية، ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، من خلال استمارة تحليل المضمون، وقد توصلت النتائج الى:

- أكدت الدراسة على أهمية توظيف مواقع التواصل الإجتماعي لتحقيق اهداف التنمية في القرى حيث أصبحت أحد اهم وسائل الاعلام الجماهيرية التي تتميز بالتفاعلية والسرعة في نقل الاحداث.
- جاء عرض نتائج مبادرة حياة كريمة في مقدمة جوانب الموضوعات التي تتعلق بخطة التنمية في القرى المصرية بنسبة 45.2%، يليها الاجتماعات بين المسؤولين بنسبة 26.3%، ثم زيارة المسؤولين الى المشروعات التنموية بنسبة 17.2%.
- جاء "تنفيذ مشروعات الاسكان للفئات المتضررة" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات على صفحاتها على الفيس بوك حيث جاءت بنسبة 38.7%، يليها "رعاية ذوى الاحتياجات الخاصة" بنسبة 23.7%، ثم "الاهتمام بالبنية التحتية وتوصيل الغاز للقرى" بنسبة 21.5%.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة مبادرة حياة كريمة توظيف الحكومة للمنصات الرقمية

\* مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام - إكاديمية الشروق

## **The Egyptian government's employment of its digital platforms in achieving sustainable development goals in rural villages by applying the initiative for a decent life - an analytical study**

### **Abstract:**

The study aimed to identify how the Egyptian government employs its digital platforms to achieve sustainable development goals in rural villages by applying to a decent life initiative. The sample of the analytical study consisted of 186 publications from the official pages of the Prime Ministry, the Ministry of Local Development, and the Ministry of Planning and Economic Development. Through the content analysis form, the results reached:

- The study emphasized the importance of employing social networking sites to achieve development goals in the villages, as it has become one of the most important mass media, which is characterized by interactiveness and speed in transmitting events.
- The presentation of the results of the Dignified Life Initiative came at the forefront of the topics related to the development plan in Egyptian villages by 45.2%, followed by meetings between officials by 26.3%, and then officials' visits to development projects by 17.2%.
- "Implementation of housing projects for the affected groups" came at the top of the list of topics covered by the ministries' publications on their Facebook pages, where it came at 38.7%, followed by "Caring for people with special needs" at 23.7%, then "Caring for infrastructure and gas delivery for villages" by 21.5%.

**Keywords:** sustainable development, decent life initiative, government employment of digital platforms

## المقدمة:

تهدف التنمية إلى تحقيق تقدم مستمر في حياة جميع السكان ورفاهيتهم؛ وتقوم على أساس مساهمة جميع الأفراد بشكل فعال في التنمية، والتوزيع العادل لعائداتها، مما يستلزم قيادة قادرة تستطيع مواكبة التحديات في المجتمع وتكون قادرة على تلبية متطلباته، وفي إطار رؤية مصر 2030 والتي تركز على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشتة في مختلف نواحي الحياة تتجه الدولة المصرية نحو تعزيز التنمية الشاملة والمستدامة من تخطيط وتنفيذ مجموعة مشروعات قومية كبرى في المجالات المختلفة للزراعة والصناعة والسياحة والتنمية العمرانية وتهدف هذه المشروعات لتطوير الدولة المصرية من خلال زيادة موارد الدولة وجذب الاستثمارات وزيادة رصيدها من العملات الأجنبية وتحسين مستوى معيشة المواطن المصري بشكل عام.

وفي إطار خطة التنمية المصرية التي تتبناها الدولة منذ عدة سنوات شهدت مصر عدد كبير من المشروعات التنموية التي تستهدف إعادة بناء وتطوير المجتمع ووضع مصر في مكانها الصحيح بين الدول، وتعد تنمية القرى الريفية أحد أهم متطلبات التنمية في كافة المجتمعات ولاسيما المجتمع المصري؛ ويرجع ذلك لأهمية الريف بالنسبة لمصر؛ ولايمان الدولة المصرية بأهمية التنمية المحلية والريفية المستدامة التي أصبحت تمثل هدفا رئيسيا تسعى إلى تحقيقه بثتى الوسائل، وقد اطلقت الحكومة المصرية عدة مبادرات لتنفيذ عدد من المشروعات القومية للتنمية المحلية تحت رعاية الرئيس عبدالفتاح السيسي، كان من اهمها الشروع في تنفيذ المشروع القومي لتطوير جميع القرى المصرية، أو ما أطلق عليه مبادرة حياة كريمة التي أطلقها الرئيس السيسي عام 2019 وذلك لرفع كفاءة مستوى معيشة المواطنين وخاصة من الفئات الفقيرة في القرى المصرية، باستثمارات تبلغ حوالى 515 مليار جنيه كما جاء بالموقع الرسمي للمبادرة، وتنبع أهمية المشروع من حجم القرى التي يستهدفها والبالغ عددها نحو 4741 قرية، والتي يعيش فيها أكثر من 56% من سكان جمهورية مصر العربية.

وتقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور محوري في التثقيف وجعل الأفراد والمجتمعات أكثر وعياً حول قضايا التنمية، والحاجة إلى المزيد من أنماط الاستدامة في الإنتاج والاستهلاك وتشجيع الافراد للعمل نحو التعبير وتحقيق مستقبل أكثر استدامة، وتكمن أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية حول قضايا التنمية المستدامة في أنها لا تستهدف فئة معينة من الشباب، بل جميع من يستخدمون تلك الوسائل من افراد المجتمع.<sup>(1)</sup>

ويعد المواطن شريكا أساسيا في التنمية، فلن تكون هناك تنمية دون إشراك المواطنين في جهود تنمية وتطوير مجتمعهم، ولذلك لابد من إعلام المواطنين بالمشروعات القومية التي يتم تنفيذها والتي تمس المواطن والتي انشئت من أجل تحقيق مستقبل أفضل له ولأولاده، كما أنه من الضروري أن يتعرف المواطن على العائد الذي يعود عليه من تنفيذ هذه المشروعات، وجدواها وما تحققه لهم في المستقبل.

وفي ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتراجع استخدام وسائل الاتصال التقليدية، اتجهت الحكومات إلى إنشاء حسابات رسمية لها علي مواقع التواصل الاجتماعي

بهدف التواصل والتفاعل مع المواطنين وبناء علاقات حوارية معهم من خلال تقديم المعلومات عن جهود الدولة في المجالات المختلفة والخدمات التي تقدمها لهم، فضلا عن التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه سياسات الدولة وقراراتها والتفاعل مع استفسارات الجمهور ورائهم.

ولم تكن الحكومة المصرية بمؤسساتها بعيدة عن هذه التغييرات التكنولوجية حيث سعت إلى إنشاء العديد من قنوات الاتصالات الرسمية لها، واستخدمتها لأغراض متنوعة من ضمنها إعلام المواطنين بالمشروعات القومية التي يتم تنفيذها، وحيث أن أهداف مبادرة حياة كريمة تتصل بشكل مباشر بعدة جهات حكومية داخل الدولة فقد تناولتها الوزارات المصرية على حسب تخصصاتها، ونتيجة لأهمية دور الحكومة المصرية بوزراتها المختلفة وجهودها في العمل على تطوير المجتمع المصري واشراك المواطنين في عملية التنمية من خلال استخدام وسائل الاعلام المختلفة كان من الضروري التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي تضمنتها الوزارات الحكومية المعنية بخطة التنمية عبر حساباتها الرسمية في الاتصال بالجمهور المصري بشأن مبادرات التنمية في القرى الريفية، بهدف التعرف على كيفية توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.

### الإطار النظري للدراسة:

#### **خطة التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030:-**

لقد أصبحت التنمية المستدامة اليوم هي الهدف المشترك لدول العالم، فالتنمية المستدامة هي نهج متكامل وشامل يدعو إلى مشاركة الأفراد والجماعات والمنظمات والحكومات على المستويات الفردية والمحلية والإقليمية والوطنية والعالمية، ولا يقتصر هدف التنمية المستدامة على منطقة أو أمة معينة، بل هو هدف للعالم بأسره ليس ليضع سنوات ولكن على المدى البعيد أو للمستقبل بأكمله.<sup>(2)</sup>

وتتطلب التنمية المستدامة من الأفراد التفكير عالميًا والعمل محليًا، حيث يمكن للمواطنين الواعين والمطلعين بأهمية تلك التنمية وما تتضمنه من القضاء على الفقر بشكل فعال، مما يؤدي إلى تحقيق الرفاهية للمجتمع، كما يمكن أيضًا أن يؤدي هؤلاء المواطنون دورًا مسؤولاً في تعزيز حماية البيئة في مختلف مجالات حياتهم، فلقد أدت التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى إدخال التواصل والتفاعل عبر وسائل الإعلام والذي بدوره مكن عملية تطوير العلاقات ونشر الاهتمام بالتنمية المستدامة.<sup>(3)</sup>

ولقد مكنت وسائل التواصل الاجتماعي الفرد من التواصل مع مئات أو حتى الآلاف من الأفراد حول العالم الذين لديهم الكثير من الأفكار الإبداعية والخلاقة حول تنمية البيئة المحيطة. بل والانخراط في المجموعات والحركات الاجتماعية التي تهدف إلى حل الكثير من المشاكل الاجتماعية مثل انتهاك حقوق الإنسان أو عدم التوزيع العادل للثروة في المجتمعات، الأمر الذي يشكل رأي عام قوي يقوم بالضغط على الحكومات في تبني تلك القرارات التي تهدف إلى تحقيق رفاهية المجتمع.<sup>(4)</sup>

ولقد أصبح بديهياً أنه لا يمكن لبرامج التنمية أن يكتب لها النجاح إلا إذا تم نشر المعرفة والمعلومات المتعلقة بتلك التنمية بشكل فعال، فإذا كان الجمهور متحمس وملتزمين بتحقيق النجاح، وما لم يكن الجمهور هو القوة الدافعة، فلن يؤدي أي قدر من الاستثمار أو توفير التكنولوجيا والمدخلات إلى أي تحسينات دائمة في مستويات معيشتهم.<sup>(5)</sup>

على سبيل المثال، تمكّن مواقع التواصل الاجتماعي المخططين، عند تحديد وصياغة برامج التنمية، من التشاور مع الناس من أجل مراعاة احتياجاتهم والتعرف على مواقفهم واتجاهاتهم نحو تلك البرامج التنموية، فعن طريق التواصل تمكّن القائمون بالاتصال والجمهور من إيجاد أرضية مشتركة للعمل، وتنمية شعورهم بالهوية والانتماء والمشاركة من أجل تنفيذ البرامج التنموية وتحقيق رفاهية المجتمع.<sup>(6)</sup>

وتتبع أهمية التنمية المستدامة من محاولتها تحقيق التوازن بين الاحتياجات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، والسماح بالازدهار للأجيال الحالية والمقبلة، حيث تتكون التنمية المستدامة من نهج متكامل طويل الأجل لتطوير وتحقيق مجتمع صحي من خلال معالجة مشتركة للقضايا الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، مع تجنب الاستهلاك المفرط للموارد الطبيعية الرئيسية.<sup>(7)</sup>

كما تشجع التنمية المستدامة على الحفاظ على قاعدة الموارد وتعزيزها، من خلال التغيير التدريجي للطرق التي تطور بها التقنيات ونستخدمها، مما يسمح للدول من تلبية احتياجاتها الأساسية من العمالة والغذاء والطاقة والمياه والصرف الصحي، بل وتطوير تلك الموارد بشكل مستمر بما يسهم في تحقيق رفاهية المجتمع بشكل دائم.<sup>(8)</sup>

وتسعي التنمية المستدامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على جميع المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتي يمكن اجمالها في الآتي:<sup>(9)</sup>

- 1- محاربة الفقر
- 2- القضاء التام على الجوع
- 3- الصحة الجيدة والرفاهية
- 4- تحسين جودة التعليم
- 5- تحقيق المساواة بين الجنسين
- 6- توفير مياه النظيفة وتطوير الصرف الصحي
- 7- توفير طاقة نظيفة وبأسعار معقولة
- 8- توفير عمل اللائق وتحسين النمو الاقتصادي
- 9- تطوير الصناعة والبنية التحتية
- 10- الحد من عدم المساواة
- 11- تطوير المدن والمجتمعات محلية بشكل دائم

12- الترشيد في الاستهلاك والإنتاج بشكل متوازن

13- المحافظة على المناخ

14- المحافظة على حياة الكائنات البحرية

15- المحافظة على الحياة البرية

16- تنمية المؤسسات القائمة على ارساء السلام والعدل

17- تنمية العمل التعاوني لتحقيق الهدف

وتعد مبادرة حياة كريمة أحد سبل تحقيق هذه الأهداف بشكل كبير في المجتمعات الفقيرة والقرى الريفية، كما ان معظم هذه الاهداف تعد من الأهداف الرئيسية للمبادرة.

#### مبادرة حياة كريمة:

مبادرة أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في ٢ يناير عام ٢٠١٩ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجًا على مستوى الدولة خلال العام ٢٠١٩ ، كما تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجًا وبخاصة في القرى.

وتهدف المبادرة إلى توفير الحياة الكريمة للفئات الأكثر احتياجًا على مستوى الجمهورية خلال العام ٢٠١٩ ، كما تتضمن شقًا للرعاية الصحية وتقديم الخدمات الطبية والعمليات الجراحية، وصرف أجهزة تعويضية، فضلًا عن تنمية القرى الأكثر احتياجًا وفقًا لخريطة الفقر، وتوفير فرص عمل بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القرى والمناطق الأكثر احتياجًا، وتجهيز الفتيات البيتمات للزواج، وبحسب موقع حياة كريمة بلغ اجمالي القرى التي قامت المبادرة بإحداث مشروعات تنموية بها حوالى 4584 قرية، في 20 محافظة، على مستوى 175 مركز، ويخدم قرابة 58 مليون مواطن.<sup>(10)</sup>

#### ومن اهم مبادئ مبادرة حياة كريمة:

- الشفافية في تداول المعلومات.
- النزاهة في أداء الخدمة لمستحقيها.
- الثقة المتبادلة بين كافة الجهات الشريكة والشباب المتطوع للعمل
- التوازن بين تقديم التدخلات الخدمية والتدخلات التنموية والإنتاجية.
- تعزيز الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجًا.
- الالتزام والتعهد لكل شريك للقيام بدوره وفق منهجية العمل ومعايير الخدمات.
- دعم اللامركزية عن طريق تفويض السلطة وإتاحة قدر أكبر من المرونة وتقريب المسافة بين مستويات اتخاذ القرار.

### اهداف المبادرة: (11)

1. التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر.
2. التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجا بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية.
3. الارتقاء بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والبيئي للأسر المستهدفة.
4. توفير فرص عمل لتدعين استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية.
5. اشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم.
6. تنظيم صفوف المجتمع المدني وتطوير الثقة في كافة مؤسسات الدولة.
7. الاستثمار في تنمية الانسان المصري.
8. سد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها.
9. احياء قيم المسؤولية المشتركة بين كافة الجهات الشريكة لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها.

### محاور عمل المبادرة:

1. سكن كريم: رفع كفاءة المنازل، وبناء أسقف، وبناء مجمعات سكنية في القرى الأكثر احتياجًا، ومد وصلات مياه وصرف صحي وغاز وكهرباء داخل المنازل.
2. بنية تحتية: إنشاء مشروعات متناهية الصغر وتفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى
3. خدمات طبية: بناء مستشفيات ووحدات صحية وتجهيزها من معدات وتشغيلها بالكوادر الطبية.
4. خدمات تعليمية: بناء ورفع كفاءة المدارس والحضانات وتجهيزها وتوفير الكوادر التعليمية وإنشاء فصول محو الأمية.
5. تمكين اقتصادي: تدريب وتشغيل من خلال مشروعات متوسطة وصغيرة ومنتاهية الصغر وإنشاء مجمعات صناعية وحرفية وتوفير فرص عمل.
6. تدخلات اجتماعية وتنمية إنسانية: تدخلات اجتماعية تشمل بناء وتأهيل الإنسان وتستهدف الأسرة والطفل والمرأة وذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن ومبادرات توعوية
7. تدخلات بيئية: جمع مخلفات القمامة مع بحث سبل تدويرها.

### توظيف الحكومة لمواقع التواصل الاجتماعي في عرض المشروعات القومية:

يشرح Broom أهمية الأنشطة الحكومية التي يتم ممارستها من خلال محورين رئيسيين تتبعها الحكومات الديمقراطية، أولاً: من منطلق مسؤولية الحكومة لإخبار الجماهير لأنشطة الحكومة المحلية، وثانياً: الحصول على الدعم والمشاركة المجتمعية لأنشطة الحكومة وأداؤها<sup>(12)</sup>؛ ويؤكد Lee أن الغرض من تلك الأنشطة الحكومية هو إعلام الجماهير بوفاء الحكومة بمسؤولياتها عن طريق تزويدهم بالمعلومات اللازمة بسرعة استجابة الحكومة لحاجات الجماهير<sup>(13)</sup>، ونظراً لهذه الأهمية يرى بعض المشرعين أنه يفرض على الحكومة القيام بمسؤولياتها والتي تضمن للجماهير الوصول إلى المعلومات الحكومية، كذلك مطالبة الحكومة بالاستجابة لمطالب الجماهير عن طريق مراسلة الجماهير للمسؤولين ورجال الدولة لإخبارهم باحتياجاتهم<sup>(14)</sup>.

ومنذ ظهور الإعلام الإلكتروني قام بتزويد الحكومة بالفرص والإمكانات لضمان الوفاء بشكل أفضل لمسؤولياتها، وعلى وجه الخصوص وتحديدًا فيما يتعلق بتحقيق الشفافية وتفاعل الحكومات في تعاملها مع الجماهير<sup>(15)</sup>، فطبقاً لـ Meijer والذي عرف الشفافية بأنها مدى ما يكشفه كيان معين "وزارة أو هيئة عامة أو خاصة" عن عملية صنع القرار لديها والإجراءات المتخذة وعن أدائها بشكل عام، وفيما يتعلق باستخدام الشفافية في الأداء الحكومي فهي تعني المعلومات المتعلقة بالبيانات الحكومية وأنشطتها، كل ذلك لا بد وأن يكون متاحاً للجماهير وفي الوقت المناسب<sup>(16)</sup>، كما أن طبيعة الإعلام الإلكتروني سهلت ومكنت المواطنين من الدخول للمواقع والمعلومات الحكومية، وبالتالي المشاركة في عملية صنع القرار، كذلك فإن الحكومات في تلك الأيام أصبحت قادرة على الإجابة على استفسارات المواطنين في الوقت المناسب، كذلك تعكس تلك المواقع رجوع صدى المواطنين فيما يتعلق بالعمليات الحكومية، وفي هذا الصدد فإن المواقع الإلكترونية الحكومية لديها القدرة على إرساء تفاعلات بين الحكومة والمواطنين<sup>(17)</sup>.

### مشكلة الدراسة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم الوسائل الحديثة في نشر الوعي البيئي والمجتمعي المستدام والتوعية بأهم قضايا التنمية المستدامة في المجتمع، ذلك كون أن هذه المواقع لها صدى كبير في التوعية بقضايا التنمية المستدامة ومن ثم النهوض بالبلاد نحو الأفضل عن طريق التوعية والإرشاد، باعتبار الدور المهم الذي تمثله مواقع التواصل الاجتماعي اليوم في التأثير الفعال على مختلف شرائح المجتمع وفي جذب الانتباه في مختلف قضايا المجتمع وكيفية الحفاظ عليه، خاصة موقع الفيسبوك الذي يعد أكثر المواقع شعبية واستخداماً من قبل فئة كبيرة من المجتمع، وذلك بهدف المحافظة وحماية البيئة والارتقاء بالاقتصاد والنهوض بالمجتمع، ومنه تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وقد أشارت نتائج المؤتمر الدولي للتعليم من أجل مستقبل مستدام إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً محورياً في دعم النقاش وتوجيه الرأي العام وتشجيع الشباب على اكتساب الوعي وتغيير سلوكياتهم نحو مواجهة قضايا التنمية المستدامة، ويمكن الاستفادة من



وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار والمقالات حول القضايا والمشكلات المتعلقة بالتنمية المستدامة مثل التحكم في المخلفات وإدارة الموارد المائية.<sup>(18)</sup> وتعد مبادرة حياة كريمة أحد أهم المبادرات المصرية الحكومية التي أطلقتها الحكومة المصرية في الأونة الأخيرة بهدف رفع كفاءة مستوى معيشة المواطنين والدعوة الى تطوير القرى الريفية الفقيرة والمناطق الأكثر تضرراً لتحقيق احد اهم اهداف التنمية المستدامة وهو العدالة الإجتماعية، ويقع عبء تحقيق اهداف التنمية المستدامة في مصر للوصول الى رؤية 2030 على الحكومة المصرية في المقام الأول، فهي المعنية بتنفيذ خطة التنمية الشاملة والعمل على توعية الجمهور بها، لذا تقوم الحكومة المصرية باستخدام شتى السبل لتحقيق ذلك من خلال اشراك المواطنين واعلامهم بخطة التنمية من خلال الوسائل الاعلامية المختلفة، لذا تتمثل اشكالية الدراسة الحالية في رصد وتحليل كيفية **توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.** أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة النظرية في:

- تأتي أهمية الدراسة في إنها تتناول أحد الموضوعات الهامة والتي تتميز بالحدثة بشكل كبير حيث تتناول احد اهم المبادرات الرئاسية وهي مبادرة حياة كريمة والتي تتصل بشكل رئيسي بعدد كبير من الفئات خاصة المتضررة والأكثر فقراً مثل المواطنين بلا مأوى، وذوى الهمم، والشباب الذى لا يمتلك وظيفة والايتم وغيرها، وتعد هذه المبادرة واحدة من ضمن عدد كبير من المبادرات التى أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي بهدف تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع المصري على كافة المستويات، الاجتماعية والصحية والبيئية والإقتصادية.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة الى أهمية دور وسائل الإعلام الرقمية واهمها مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، كما اشارت الدراسات الى اهمية الاستفادة من امكانيات هذه الوسائل بالنسبة للمؤسسات الحكومية وذلك بهدف اعلام الجمهور بالمبادرات والمشروعات الخاصة بها.
- ندرة الدراسات الإعلامية العربية والمصرية على وجة الخصوص التي تناولت مبادرة حياة كريمة كأحد اهم المبادرات الرئاسية على غرار المبادرات الاخرى مثل 100 مليون صحة، وغيرها وذلك على حد علم الباحثة مما أستوجب القيام بدراسة إعلامية تتناول هذا الموضوع الذي يعد اضافة الى المكتبة الاعلامية، لذا تعد هذه هي الدراسة الأولى التي تتناول وبشكل رئيسي توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.
- من خلال سعي الباحثة للتعرف على توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة، يمكن الخروج بمؤشرات هامة للمعنيين بهذه المبادرة للتوظيف الصحيح لوسائل الإعلام الرقمية في صالح المواطنين، وبما يحقق اهداف رؤية 2030.

### أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة بشكل أساسي التعرف على كيفية توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة وذلك من خلال الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء ووزراتي التنمية المحلية والتخطيط والتنمية الاقتصادية على الفيس بوك، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية تمثلت في:

1. الكشف عن دور مواقع التواصل الإجتماعي في تناول مبادرات تنمية الريف المصري واهمها مبادرة حياة كريمة.
2. التعرف على أهم الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك.
3. رصد اشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تعرضها الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك.
4. التعرف على عناصر الابرار المستخدمة في عرض اخبار واحداث الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك.
5. التعرف على اهم اهداف الوزارات الحكومية من المنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة على صفحات الوزارات الحكومية على الفيس بوك.

### الدراسات السابقة:

**المحور الأول: دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر المبادرات والمشروعات الخاصة بخطة التنمية المستدامة:**

تناولت عدد من الدراسات دور وسائل التواصل الإجتماعي في نشر مبادرات وحملات التوعية بخطة التنمية حيث استهدفت دراسة Antwi, S. (2022) <sup>(19)</sup> استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات والمبادرات الحكومية للمحافظة علي المياه بالتطبيق علي المبادرة الايرلندية حيث تم تحليل 1627 منشور وتغريدة متعلقة بالحملات البيئية، بالإضافة الي عينة ميدانية من الجمهور قدرها 350 مفردة بحثية، وقد اشارت أن الحملة اعتمدت علي توظيف بعض الاستراتيجيات من بينها التخويف وذلك لإحداث تغيير سلوكي لدي الجمهور فيما يتعلق بالمياه وبضرورة المحافظة عليها وترشيد استهلاكها، وأشار الجمهور أن تلك المبادرات والحملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول علي المعلومات المتعلقة بقضايا التغير المناخي حيث يعتمد عليها 90% من العينة محل الدراسة للتعرف علي تلك المعلومات.

بينما استهدفت دراسة Muslikhin, M. (2022) <sup>(20)</sup> فعالية الحملات القومية المتعلقة بحرائق الغابات في اندونيسيا عبر منصة Twitter خلال جائحة COVID-19، قام الباحث بإجراء دراسة تحليلية وميدانية علي المبادرة التي تقوم بها الحكومة الاندونيسية عبر منصة **Twitter** بالإضافة الي اجراء دراسة ميدانية علي الجمهور الاندونيسي الذين تتراوح أعمارهم ما بين 19-45 ومن خلال الاستقصاء وتحليل المضمون، أشارت النتائج

الي اعتماد الحكومة الاندونيسية علي منصة **Twitter** باعتبارها من أكثر المنصات الرقمية التي يمكن استخدامها لنشر المعلومات والأخبار، كما أشارت نتائج الدراسة الي أن الحملة المتعلقة بإيقاف حرائق الغابات اعتمدت علي تنويع الهاشتاج بهدف زيادة القاعدة المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بتلك الحملة والتي وصلت الي 16 هاشتاج، كما أشارت نتائج استطلاع الرأي الي أن منصة **Twitter** كانت من أهم الوسائل الإعلامية التي تم استخدامها للحصول علي المعلومات وزيادة وعي الجمهور بكيفية المشاركة في تلك الحملة.

وتناولت دراسة **Jaffar Abbas (2021)** <sup>(21)</sup> تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي السلوك التعليمي للطلاب وعلاقته بالتنمية المستدامة - بالتطبيق علي طلاب الجامعات في باكستان" وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها 831 مفردة ومن خلال الاستقصاء الالكتروني، أشارت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عامل دافع *impelling factor* في عملية التنمية، بل كانت السبب الرئيس لاستمرار العملية التعليمية خلال أزمة كورونا، كما بينت أنه علي الرغم من سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات الي أنه تم تطويع تلك الأدوات لاستخدامها بشكل متعدد الفوائد بالنسبة لتنمية العملية التعليمية في باكستان، ومن بين المميزات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي أنها قدمت أنماط تفاعلية جديدة بين المسؤولين والطلاب.

واهتمت دراسة **جيلان شرف (2021)** <sup>(22)</sup> باختبار اعتماد المرأة المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي لتمكينها اجتماعيا واقتصاديا واعلاميا في ضوء خطط التنمية المستدامة، واعتمدت علي المنهج المسحي بتطبيق استمارة الاستبيان، وخلصت النتائج إلي أن المبحوثات يعتمدن علي مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة، كما أظهرت النتائج بأن توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي وتوفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة وتمكين المرأة، وتفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة، والثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، كما توجد علاقة ارتباطية دالة بين تفاعل المبحوثات عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء خطط التنمية المستدامة وتوافر معايير ثراء هذه الوسائل.

هدفت دراسة **Jackson Bennett (2021)** <sup>(23)</sup> الي التعرف علي فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات المتعلقة بالتنمية فيما يتعلق بتغير المناخ في الولايات المتحدة، بالاعتماد علي المنهج المسحي، من خلال عينة قوامها 1150 مفردة بحثية باستخدام الاستقصاء الالكتروني، أشارت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير علي زيادة فهم الجمهور لقضية تغير المناخ بين عينة الدراسة نتيجة قيامها بتبسيط المعلومات حول تلك القضية، كما بينت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاه الجمهور نحو السياسات التي تقوم بها الحكومة الأمريكية نحو قضية التغير المناخي، كما بينت وجود علاقة قوية بين الخطاب المستخدم والتأثير علي اتجاهات وسلوك الجمهور فيما يتعلق بتغير المناخ.

وتناولت دراسة **(2021) Mohammad Tipu Sultan** (24) دور مواقع التواصل الاجتماعي في خطة التنمية من خلال تغيير سلوك السائحين نحو المحافظة علي الشواطئ- دراسة تطبيقية علي عينة من مواقع التواصل الاجتماعي، بالتطبيق علي عينة من سائحين شاطئي COX'S BAZAR في بنجلاديش قوامها 506 ، أشارت النتائج الي وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض للمحتوي المنشور المتعلق بالبيئة الساحلية وضرورة المحافظة عليها وبين تعديل سلوك السائحين بشكل إيجابي للمحافظة علي تلك البيئة، كما بينت وجود علاقة طردية إيجابية بين الاستراتيجية المستخدمة في عرض المحتوى الإعلامي المقدم علي مواقع التواصل الاجتماعي وبين التزام السائحين بالمحافظة علي البيئة، حيث ان الاعتماد علي استراتيجية التخويف واثارة القلق علي البيئة نتيجة عدم المحافظة عليها كان له تأثير ايجابي علي التزام الجمهور بالقواعد والسلوكيات التي تساعد علي المحافظة وتنمية البيئة.

دراسة اية احمد محمد (2021) (25) تهدف هذه الدراسة إلى فهم وتحليل وتفسير فاعلية توظيف الإعلام التنموي الرقمي في معالجة قضايا التنمية المجتمعية، والتأثير على اهتمام واتجاهات المواطنين نحو المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، واعتمدت الباحثة علي نظرية "الاعتماد على وسائل لإعلام Dependency Theory"، بالتطبيق علي عينة عمدية قوامها (5) من الصفحات التنموية على موقع Facebook؛ وقد انتهت إلى أنه تم توظيف موقع Facebook كوسيلة من وسائل الإعلام التنموي الرقمي في التركيز على معالجة قضايا محورين من محاور التنمية المستدامة الرئيسية الثلاث (الاقتصاد، المجتمع، البيئة)؛ فكان الاهتمام بالقضايا الاقتصادية والمجتمعية، وتقديم الخدمات التي تساهم في معالجة تلك القضايا، وقد استفادت الصفحات التنموية بنسب متفاوتة من الإمكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين، والتأثير على اتجاه واهتمام أعداد متوسطة، وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة، والمشاركة المجتمعية.

**في حين استهدفت ( Pawan, 2020 )** (26) التعرف على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق التنمية المستدامة في قرية Kankadiya الهندية من خلال اصلاح المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، بالاعتماد على نظرية وضع الأجندة الإعلامية، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة قوامها 652 مفردة من خلال الاستقصاء، أشارت النتائج إلى أن الهدف من استخدام الإعلام التشاركي مثل مواقع التواصل الاجتماعي كان يهدف إلى تعريف الجمهور بالقضايا والأزمات الموجودة في القرية وترتيب أجندة الجمهور الاعلامية نحو تلك القضايا، كما بينت الدراسة أن من بين المشاكل التي يجب معالجتها مشكلة نقص الطعام في القرية، حيث كان من الضروري قيام الحكومة الهندية بتوفير المساعدات للقرية إضافة إلى مساعدتها على حل مشكلة الري التي تعد من الاحتياجات أساسية لقيام الزراعة في القرية.

**كما استهدفت دراسة مروة صبحي محمد (2020)** (27) التعرف على دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة اتحضر للأخضر، استخدمت الدراسة منهجي المسح وتحليل المضمون على عينة تحليلية من منشورات الصفحة، بلغت 161 منشورًا، وعينة من متابعي الصفحة بلغت 200

مفردة، وتوصلت الى فاعلية الصفحة في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، كذلك ترتفع نسبة مشاركة الباحثين للمنشورات وممارستهم للاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدراسة فاعلية الصفحة في التأثير على وعي الباحثين البيئي، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية.

وتناولت دراسة **Osama Elmadany (2020)**<sup>(28)</sup> دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة" دراسة ميدانية والتي هدفت إلى التعرف على كيفية تعامل شبكات التواصل الاجتماعي مع قضايا التنمية المستدامة، وتكونت العينة من 400 طالب وطالبة من جامعة أم القرى بمكة وجامعة الملك عبد العزيز، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: جاء الحصول على معلومات عن قضية التنمية المستدامة من أهم أسباب متابعةً ضا تحديد وجهة النظر نحو هذه التنمية، كما جاءت الطلاب لوسائل التواصل، وأي علاقة ارتباطية بين تعرض الطلاب لشبكات التواصل ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة.

وتناولت دراسة **مهيرة عماد السباعي (2020)**<sup>(29)</sup> مدى كفاءة استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في تعزيز عملية تعلم اتباع نظام غذائي صحي بين الجمهور ومحاولة التعرف على دور المبادرة الرئاسية في زيادة الوعي الغذائي لدى الجمهور المصري، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية نشر وتبني المستحدثات، وتكونت العينة من 200 مفردة، توصلت الدراسة الي أن العامل الرئيسي فيما يتعلق بتوظيف التكنولوجيا في تقديم محتوى غذائي صحي وفي كفاءة الاستفادة منه، يرتبط بنوعية المحتوى المقدم من حيث دقته ومدى صحته والوثوق فيه، كما تشير الدراسة الي أن تكنولوجيا الاتصال تؤدي دوراً هاماً ( دور تعليمي وتوعوي وتثقيفي) في مساعدة الجمهور المصري لاتباع نهج غذائي صحي مما يؤدي الي تحسن صحة أفراد المجتمع.

وتناولت دراسة **دعاء فتحى سالم (2019)**<sup>(30)</sup> دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية، وانطلقت الدراسة إلى طرح نموذج للعلاقة بين الإعلام الرقمي، ودوره في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، وقد اوضحت النتائج ان نسبة كبيرة من الجمهور السعودي اظهروا ثقتهم بدرجة كبيرة فيما تعرضه وسائل الاعلام الرقمية عن خطة التنمية المستدامة الخاصة بالمدن، واكدت الدراسة ان الإعلام الرقمي يقوم أدورا مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الأضواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام، وانطلاقا من الأدوار الوظيفية التي يمكن أن يلعبها الإعلام الرقمي، بل وقدرته على تعريف مستخدميه بطرق تفكير الآخرين وآرائهم حيال قضايا التنمية المختلفة.

كما هدفت دراسة **Anna Babikova (2019)**<sup>(31)</sup> إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمعات الريفية فيما يتعلق بالتنمية المستدامة إلى تحديد القوى الفاعلة في تنمية المجتمع المحلى بإقليم جنوب Moravian بجمهورية التشيك، ومن

خلال تحليل محتوى وسائل الإعلام المحلية ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيق استمارة الاستبانة والمقابلات شبه المنتظمة، وتوصلت الدراسة إلى أن قادة التطوير والمؤسسات المحلية التي تعمل في مجال التنمية الريفية جاءت في مقدمة القوى الفاعلة في تنمية المجتمع المحلي، كما أكدت الدراسة على أهمية استخدام هذه الوسائل في عملية التنمية في المجتمعات الريفية.

**وتناولت دراسة ايمان مرسى (2019)<sup>(32)</sup> تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطط التنمية المستدامة** تستهدف الدراسة تحديد أسباب تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في إدراكها لخطط التنمية المستدامة التي تخطط المملكة العربية السعودية لتنفيذها في ضوء رؤية 2030 سواء على الصعيد المعرفي أو الوجداني أو السلوكي. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة لجمهور المرأة السعودية بلغ عددها 200 مفردة، وتوصلت الى وجود علاقة بين كثافة التعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه العينة نحو كفاءة التغطية الإعلامية لمحاور التنمية، وتوجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بالتعرض للصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

**كذلك تناولت دراسة السيد عبد الرحمن على (2018)<sup>(33)</sup> معالجة الإعلام الجديد لقضايا التنمية المستدامة في مصر في ضوء آراء عينة من الخبراء، من خلال تحليل مضمون المطبوعات والمواقع الإلكترونية الرسمية للوزارات المصرية المعنية بقضايا التنمية المستدامة ( وزارة التخطيط ووزارة الدولة لشئون البيئة) في ضوء آراء عينة من الخبراء الإعلاميين، توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف في وجهات النظر حول حدود الدور الذي يمارسه الإعلام الجديد في تحقيق التنمية المستدامة في مصر بشكل عام، وتتمثل هذه الأدوار في دور تبريري لصالح قضايا التنمية المستدامة، ودور تبريري هجومي، ودور هجومي يركز على السلبيات دون الإيجابيات، ودور تعريفي؛ حيث إن الإعلام الجديد يحاول إخبار جمهوره بالمعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة، ودور إقناعي لتقديم مبررات وأسباب وإتاحة معلومات وافية صحيحة وتقديم فرص جيدة لحرية الرأي للنقاش، ودور دفاعي للدفاع عن قضايا التنمية المستدامة باعتبارها مسؤولية اجتماعية.**

**وللتعرف على استخدام الحكومة المركزية بسوريا تويتر، صنفت دراسة Feroz Khan (2014) et al<sup>(34)</sup> استراتيجيات شبكة تويتر الى استراتيجيتين هما استراتيجية الحكومة للمواطن (G2C) ، واستراتيجية الحكومة للحكومة (G2G) ويحثت الدراسة في طبيعة التفاعلات وفقاً للاستراتيجيين من خلال تحليل مضمون الصفحات الخاصة لعدد 32 وزارة، وقد خلصت الدراسة إلى أن المؤسسات الحكومية استخدمت تويتر بشكل مكثف في التفاعلات مع الجمهور، إلا أن استخدام استراتيجية الحكومة للمواطنين لا تحفزهم بالضرورة على المشاركة في أنشطة مواقع التواصل الاجتماعي بينما اتضح أن استراتيجية الحكومة للحكومة لها تأثير واضح على تفاعل المواطنين وهو ما يعني أن جهود الحكومة للاتصال بالمواطنين اقل فعالية من جهود الاتصال بالمواطنين وتية احتياجاتهم.**

في حين جاءت دراسة عماد الدين محمود (2017)<sup>(35)</sup> التعرف على دول شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشروعات الاقتصادية بالتطبيق على مشروع قناة السويس واستخدمت الدراسة مدخل النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، وطبقت الدراسة استمارة استبيان على عينة مكونة من 289 مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد عينة الشباب على موقع فيس بوك في المرتبة الأولى لمتابعة المعلومات الاقتصادية يليه موقع تويتر، وتبين وجود علاقة بين مستوى التعرض واتجاه المبحوثين نشر دعم مشروع قناة السويس، كما تبين أن هناك حلقة ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو دعم المشروعات الاقتصادية وبين اتجاههم للدور المستقبلي للشبكات التواصل الاجتماعي.

### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت توظيف الحكومات لمواقع التواصل الاجتماعي:

في إطار الاستخدام المتزايد لموقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الحكومية كمنصات إضافية منفصلة عن المواقع الإلكترونية من أجل نشر المعلومات وخاصة في مجال الخدمات وتدعيم خطة التنمية، استهدفت دراسة اماني البرت (2021)<sup>(36)</sup> رصد وتوصيف أهم الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة لإبراز مزاياها التنافسية عبر تحليل موقع رئاسة الجمهورية، وبحث حدود وفاعلية أساليب الترويج للمزايا التنافسية في ضوء رؤية مصر 2030، باستخدام منهج دراسة الحالة، وقد أظهرت النتائج تحسناً متسارعاً في تقرير التنافسية الدولية لمركز مصر في الأعوام الأخيرة (2017-2019) لتصل للمركز (93) بعد أن كانت في المركز (119)، وأبرز التحليل مزايا مصر التنافسية عبر استراتيجية قيادة التكلفة، فاهتم بالإشارة إلى خفض تكاليف النقل ومعدلات الاستهلاك والوقت، والحد من التضخم وعدم الاكتفاء بالإنتاج، كما تم إبراز تكلفة حجم المشروعات التنموية، وخطط التطوير والتحديث، ورفع القدرات، وتعزيز قدراتها التنافسية، وتوفير بيئة مستقرة تعزز الثقة في أداء وقدرة الاقتصاد المصري على جذب الاستثمارات.

كما استهدفت دراسة نزمين علي السيد (2021)<sup>(37)</sup> رصد استراتيجيات الاتصال الحكومي التي تستخدمها المؤسسات الحكومية في التسويق للمشروعات القومية عبر صفحتها على فيس بوك وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور نحوها، من خلال دراسة تحليلية للصفحات الحكومية ودراسة ميدانية على 308 مفردة من متابعيها وتبين أن ثلاثة أرباع المنشورات التي تناولت المشروعات القومية استخدمت استراتيجية الإعلام واتسمت بأنها ذات طابع رسمي وطويلة، واستخدمت استراتيجية الإقناع بصورة محدودة لشرح أهمية المشروعات القومية، بينما تراجع استخدام استراتيجية بناء الإجماع وندر استخدام استراتيجية الحوار في التواصل مع الجماهير. و اتضح أن أبرز المشروعات التي يتابعها المبحوثون مشروع العاصمة الإدارية الجديدة، وتطوير شبكات الطرق وتراجع مشروع المليون ونصف فدان للمرتبة الأخيرة. وتبين أن مستوى معارف الجمهور حول المشروعات القومية يميل إلى الارتفاع، مع وجود نسبة لا يستهان بها لديها مستوى معرفة المتوسط، وجاء اتجاه المبحوثين نحو المشروعات القومية اتجاهاً إيجابياً، ووجدت علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات حول المشروعات القومية ومستوى معارف واتجاهات الجمهور.

**وجاءت دراسة هويدا محمد عزوز (2021)<sup>(38)</sup> لقياس وتحليل العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان، و الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر، وذلك لرصد مدى قدرة هذه الصفحات على التأثير عليهم من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، أثناء أزمة كورونا، وتشير النتائج إلى ان الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا هاما كمصدر لنفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بما له تأثيره الإيجابي على الجمهور، أي أنها كان لها دورا إدارة الأزمة و معالجتها سواء كان ذلك بشكل منفرد أو بسبب تأثيرها المباشر في زيادة الوعي بمخاطر فيروس كورونا ، مما يزيد من مصداقيتها و تأثيرها على مستخدمي هذه الصفحات.**

**كما سعت دراسة الاء الشيخ (2019)<sup>(39)</sup> إلى المساهمة في فهم أفضل لمفهوم التنمية المستدامة المثبناة من وزارة العمل والتنمية الاجتماعية ودور منصة تويتر ودعمها لمشاركة المواطنين في استدامة هذه الاستراتيجيات، بالاعتماد على نموذج الإنتاجية التشاركية بين الحكومة والمواطن، وقد استخدمت نظرية الأطر الإعلامية، وتوصلت إلى أن وزارة العمل والتنمية الاجتماعية نجحت في استخدام الحوكمة الإلكترونية من خلال مشاركة المواطنين وتوزيع السلطة والمسؤولية بين المواطنين والحكومة من خلال الفئتين الحكومة كمصدر والمواطن كمصدر لتحقيق فهم أفضل للتنمية المستدامة وأكدت أن التغريدات على تويتر في البداية داعمة تماما لرؤية المملكة العربية السعودية 2030 في بداية إطلاقها، مما أدى إلى تأطير الخطة بشكل إيجابي إلا أنها أشرت إلى نتيجة مهمة وهي أن استخدام منصات الوسائط الاجتماعية لإشراك الجمهور له تأثير أكبر إذا كان الجمهور يعتقد أنه محل تقدير لآرائه.**

**كما جاءت دراسة Nadzir et el (2019)<sup>(40)</sup> للتعرف على طبيعة استخدام المؤسسات الحكومية في ماليزيا لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تفاعل المواطنين مع الصفحات الخاصة بهذه المؤسسات على موقع فيس بوك وتم اختيار عينة من ثمان مؤسسات حكومية في الاكثر استخداما لموقع فيس بوك، وتوصلت الدراسة أن المؤسسات الحكومية استخدمت موقع فيس بوك من أجل نشر المعلومات عن الخدمات التي تقدمها للمواطنين ، وأن الاعجاب هو أكثر أشكال التفاعل على صفحات المؤسسة الرسمية بينما انخفضت اشكال التفاعل الأخرى.**

**وسعت دراسة سالى ماهر نصار، (2019)<sup>(41)</sup> الى رصد كيفية استخدام الجهات الوزارية المصرية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر للتواصل مع الجمهور وأبرز الموضوعات التي يطرحها وأطر طرحها وذلك من خلال استخدام نظرية الاطر لتحليل مضمون سبع حسابات حكومية لمدة أربعة أشهر في الفترة من 1 مارس 2019 وحتى 30 يونيو 2019، وتوصلت الدراسة الى ضعف استخدام الجهات الوزارية الحكومية لشبكة التواصل الاجتماعي (تويتر) للتفاعل والتواصل مع جمهورها، كما كشفت عن ضعف معدل تحديث حسابات بعض الجهات الحكومية واتضح غلبة الإطار المحدد بقضية في عرض التغريدات المنشورة على موضوع محدد أو جانب معين من الموضوع.**



وعن كيفية استخدام المؤسسات الحكومية المواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من أجل الاندماج مع الجمهور، قارنت دراسة (Gruzd et al (2018)<sup>(42)</sup> بين استخدام انستجرام وتويتر في مشروع The Big left والمعنى بتجديد أحد الكباري الهامة والرئيسية بمنطقة هاليفكس Halifax بكندا وتحليل مضمون 248 منشور على انستجرام و1278 منشور على تويتر اكتشفت الدراسة أن انستجرام استخدم بشكل أكبر كمنصة سرية غير رسمية والتي تسعى لتحقيق استجابة الضغط على روابط قبل الجمهور استخدام تويتر كمنصة أكثر رسمية لنقل الأخبار بما يدعم الاتصال ثنائي الاتجاه بين المؤسسة والجمهور، وتوصلت الدراسة أنه من خلال بناء والحفاظ على التواجد النشط وقاعدة عريضة من المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة تويتر يمكن للمؤسسات أن تطور القدرة على مخاطبة الاهتمامات الاجتماعية خلال الأحداث المخلة بالنظام أو مشاريع البنية التحتية مثل مشروع (The Big left).

ومن أجل رصد كيفية توظيف المؤسسات الحكومية في تونس لفيسبوك حاولت دراسة Chaieb (2018)<sup>(43)</sup> التعرف على الطريقة التي تستخدم من قبل المؤسسات الحكومية والمواطنين بصفحات فيس بوك من خلال تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات التونسية لديها حضور قوي على فيس بوك، وأنها اعتمدت عليه كأداة لتدعيم الاتصال الاستراتيجي بالمواطنين، إلا أنه تبين أن استخدام هذه الصفحات اقتصر على تقديم المعلومات ونشر الأخبار وأنها لم تستخدم الفضاء الافتراضي من أجل إثارة النقاش مع المواطنين والتي يمكن أن يؤدي إلى مشاركة أفضل للجمهور إذا تم استخدامه بشكل صحيح، وفيما يتعلق بتفاعل الجمهور اتضح أن المواطنين التونسي يتفاعلون بشكل كبير مع المنشورات التي تعنى بالأنشطة والقرارات الحكومية والمنشورات التي تحفزهم على المشاركة الوطنية.

وللتعرف على مدى فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات، قامت دراسة (Darwish (2017)<sup>(44)</sup> بتحليل مضمون مائة حساب حكومي لخمس وعشرين مؤسسة حكومية، وكشفت نتائج الدراسة أن حسابات المؤسسات الحكومية بالإمارات تودي دوراً نشطاً فيما يتعلق بنشر المعلومات والتسويق والشفافية، إلا أن استخدام هذه الوسائل لم يصل إلى مرحلة النضج الكافي، حيث أنها ليست فعالة إلى حد ما في الاتصال بالجمهور بما يحقق المشاركة والتفاعل، كما اتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه المؤسسات من حيث الوصول والشفافية والمشاركة. وبشكل عام اتضح أن المؤسسات الرسمية لم تنجح في توظيف الخصائص والقدرات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الحكومي.

وقارنت دراسة (Haro-de-Rosario et al (2016)<sup>(45)</sup> بين فيس بوك وتويتر من حيث تفاعل المواطنين مع المنشورات الحكومية للموقعين بأسبانيا وأشارت النتائج أن فيس بوك أكثر شعبية من تويتر كقناة حوار في اتجاهين حيث يتفاعل معه الجمهور بشكل أكبر، كما تبين أن هناك عوامل أخرى تؤثر على مشاركة وتفاعل المواطنين أهمها الشفافية و المزاج ومستوى النشاط على الموقع ومستوى التفاعلية التي تتيحها المواقع الحكومية.

وللتعرف على استخدام الحكومة المركزية بسوريا تويتر، **صنفت دراسة Feroz Khan et al (2014)**<sup>(46)</sup> استراتيجيات شبكة تويتر الى استراتيجيتين هما استراتيجية الحكومة للمواطن (G2C) ، واستراتيجية الحكومة للحكومة (G2G) ويبحثت الدراسة في طبيعة التفاعلات وفقاً للاستراتيجيين من خلال تحليل مضمون الصفحات الخاصة لعدد 32 وزارة، وقد خلصت الدراسة إلى أن المؤسسات الحكومية استخدمت تويتر بشكل مكثف في التفاعلات مع الجمهور، إلا أن استخدام استراتيجية الحكومة للمواطنين لا تحفزهم بالضرورة على المشاركة في أنشطة مواقع التواصل الاجتماعي بينما اتضح أن استراتيجية الحكومة للحكومة لها تأثير واضح على تفاعل المواطنين وهو ما يعني أن جهود الحكومة للاتصال بالمواطنين اقل فعالية من جهود الاتصال بالمواطنين وتية احتياجاتهم.

**وفي ذات السياق سعت دراسة Gunawong (2014)**<sup>(47)</sup> لاستكشاف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي بتايلاند ودورها في تحقيق الشفافية وخلصت الدراسة إلى أن غالبية المؤسسات الحكومية استخدمت موقع فيس بوك بشكل محدود وقلة منها استخدمتها استخدام نشطاً ومن ثم لم يؤد الاستخدام المحدود إلى فهم فكرة الحكومة المفتوحة بشكل عام والشفافية بشكل خاص، كما تبين أن موقع فيس بوك استخدم بشكل أساسي في نشر أخبار ذات طبيعة عامة، ولم يقدم محتوى متعمق للمواطنين.

وللتعرف على مدى استخدام الحكومة المصرية الموقع التواصل الاجتماعي، ومدى فعالية هذه المواقع، **استخدمت دراسة Abdelsalam et al (2013)**<sup>(48)</sup> نموذج الخدمة العامة، وتوصلت الدراسة الى ان حضور الحكومة المصرية على موقع التواصل الاجتماعي محدود مقارنة بالدول المتقدمة، وأن أكثر المواقع التي استخدمتها الحكومة المصرية هي فيس بوك ثم اليوتيوب ثم تويتر، وان هذه المواقع قد استخدمت بشكل أساسي لنشر المعلومات في اتجاه واحد مع ندرة التفاعل ثنائي الاتجاه بين الحكومة والمواطنين، حيث لم تهتم الحكومة بالرد على التعليقات، وانخفض بشكل ملحوظ تفاعل المواطنين مع المنشورات والتي غلب عليه تسجيل الإعجاب، وتبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الرسمية الحكومية في مصر لا تتوافق مع نموذج الخدمة العامة والذي يقوم على التفاعل من أسفل إلى أعلى button-up بين الحكومة والمواطنين بما يؤدي إلى التغيير والإصلاح الحكومي.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

**يتضح من الدراسات السابقة**

- يتضح من الدراسات السابقة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعريف الجمهور بقضايا وخطط التنمية من خلال نشر المعلومات الخاصة بهذه الخطط وبفضل انتشارها الواسع وكثرة استخدام كافة القطاعات المختلفة لها، فضلاً عن امتلاكها عدة مزايا كالتفاعلية والاندية في نقل الاحداث وقدرتها على نقل معلومات متنوعة ومتابعة الاحداث لحظة بلحظة، وكذلك قدرتها على نقل الصور والرسوم الجرافيكية والفيديوهات والنقل المباشر من مواقع الاحداث وهو ما يجعلها مختلفة عن كافة الوسائل الاخرى.

- يتضح من الدراسات السابقة أن الحكومة المصرية كغيرها من الحكومات أصبحت تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور ونشر خطة التنمية المستدامة من خلالها بشكل كبير وهو ما يؤكد أهمية هذه المواقع في التواصل مع الجمهور والحصول على آرائهم بخصوص تلك الخطط والمشروعات.
- اتضح من الدراسات السابقة أن الاتصال الحكومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في العديد من دول العالم هو اتصال أحادي الاتجاه يعتاد على تقديم المعلومات ونشر الأخبار حول هذه المؤسسات، مع عدم استغلال الإمكانيات التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي في خلق اندماج وتفاعلي المواطنين مع المنشورات المؤسسات الحكومية.
- يتلاحظ من الدراسات السابقة ضعف الاهتمام بمعالجة قضايا التنمية المحلية بالقرى الريفية فيما عدا دراسة **Anna Babikova** (٢٠١٩) التي تناولت تنمية المجتمعات الريفية بإقليم جنوب Moravian بجمهورية التشيك، و دراسة **Malik , Pawan, S.** (2020) التي تناولت فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق التنمية المستدامة في قرية Kankadiya الهندية، كما لم توجد دراسات عربية أو مصرية استهدفت هذه النقطة ومنها فتعد هذه الدراسات احد اهم الاضافات القيمة للمكتبة المصرية خاصة وانها تتناول احد اهم المبادرات الخاصة بالتنمية المحلية للقرى وهى مبادرة حياة كريمة.
- يلاحظ ان التنمية المستدامة تعد احد اهم الاهداف الاستراتيجية التى تسعى الى تحقيقها كافة المجتمعات العربية والاجنبية على حد سواء ويتوحد معظمها في تطوير التعليم والصحة ورفع كفاءة معيشة المواطنين والقضاء على الفقر والبطالة والامراض الاجتماعية وتوفير السكن ومصادر الرزق للمواطنين.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- استفادت الباحثة من الأطر المعرفية للدراسات السابقة في تحديد الجوانب الخاصة بالدراسة حيث قدمت تلك الدراسات إطاراً معرفياً عن التنمية المستدامة في الدول سواء العربية او الاجنبية، وجانباً معرفياً عن دور وسائل الاعلام الرقمية في تحقيق اهداف التنمية المستدامة، وقد مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، أيضاً ساعدت تلك الدراسات على تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها، والمساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات، وتحديد عينة الدراسة التحليلية، والإفادة منها في تصميم استمارة تحليل المضمون، كما أسهمت في معرفة المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الرجوع إليها.
- 2- وعلى المستوى التطبيقي للدراسة، فقد استفادت الباحثة من طريقة تحليل الدراسات السابقة لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق اهداف التنمية المستدامة، مما مكنها من التوصل إلى نتائج مهمة يمكن الاسترشاد بها في الجانب التطبيقي للدراسة

الحالية، كما مكنت الباحثة من إجراء المقارنات الخاصة بالفروق بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما ستتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج، مما قد يثرى الدراسة بشكل فعال.

#### تساؤلات الدراسة:

1. كيف تناولت مواقع التواصل الإجتماعي للوزرات الحكومية مبادرة حياة كريمة؟
2. ما الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك؟
3. ما اشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تعرضها الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك؟
4. ما عناصر الابرار المستخدمة في عرض اخبار واحداث الوزارات الحكومية عن مبادرة حياة كريمة على صفحاتها على الفيس بوك؟
5. ما الاهداف التي سعت اليها الوزارات والتي تضمنتها المنشورات على صفحاتها على الفيس بوك؟

#### الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### - نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى (الدراسات الوصفية) التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الموضوعات، وكذلك تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها.

##### - منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على **المنهج المسحي Survey Method** والذي يعد أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، والذي يعني بجمع أوصاف محددة مفصلة عن الظاهرة الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع، إضافة إلى أنه جهد علمي منظم يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراسته<sup>(43)</sup> وسوف يتم استخدام منهج المسح التحليلي وذلك للتعرف على كيفية توظيف الحكومة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق اهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.

##### - مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الهيئات التي تعني بالمبادرة حيث تشارك عدد من الهيئات والمنظمات الحكومية والخاصة في مبادرة حياة كريمة، ويأتي في مقدمتها رئاسة الوزراء المصرية، ووزارة التضامن الاجتماعي، وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، ووزارة

التنمية المحلية وهي الوزارة التي تعد مؤسسة حياة كريمة أحد مؤسساتها، ووزارة الداخلية، كما تتضمن عدد من الجمعيات الأهلية التي تساهم بدور فعال خلال الأزمة مثل جمعية مصر الخير، وجمعية الأورمان، وبنك الطعام المصري، بنك الشفاء المصري، وجمعية صناعات الحياة، وصناع الخير، وكذلك جمعية رعاية أطفال السجينات، وكذلك عدد من المؤسسات الانتاجية التي تقوم بدور كبير في التنمية المستدامة كان أبرزها مجموعة شركات العربي جروب.

إلا ان الباحثة سوف تعتمد على تحليل عينة من منشورات الوزارات الحكومية المعنية بالمبادرة وهي رئاسة الوزراء بوصفها أحد الهيئات والمؤسسات الحكومية المعنية بمتابعة انجازات الوزارات المسؤولة عن المبادرة ومتابعة ما يستجد من اعمال خاصة بها، وكذلك عينة من منشورات وزارة التنمية المحلية وهي الوزارة المعنية بمبادرة حياة كريمة، وكذلك عدد من المنشورات في صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وجدير بالذكر ان الباحثة استبعدت وزارة التضامن الاجتماعي على الرغم من اهميتها الا ان صفحة الفيس الخاصة بها لم تكون محدثة للفترة الى حدتها الباحثة لتحليل المنشورات بها، وقد تم الاعتماد على اسلوب العينة العشوائية لمنشورات صفحات الوزارات الثلاثة والتي تم نشرها خلال عام كامل من مارس 2021 الى مارس 2022 وقد بلغت عدد المنشورات 186 منشور وقد عمدت الباحثة الى مدة أطول في التحليل حتى تتمكن من رصد عدد من المشروعات التي تم تنفيذها خلال فترة التحليل.

### جدول رقم (1)

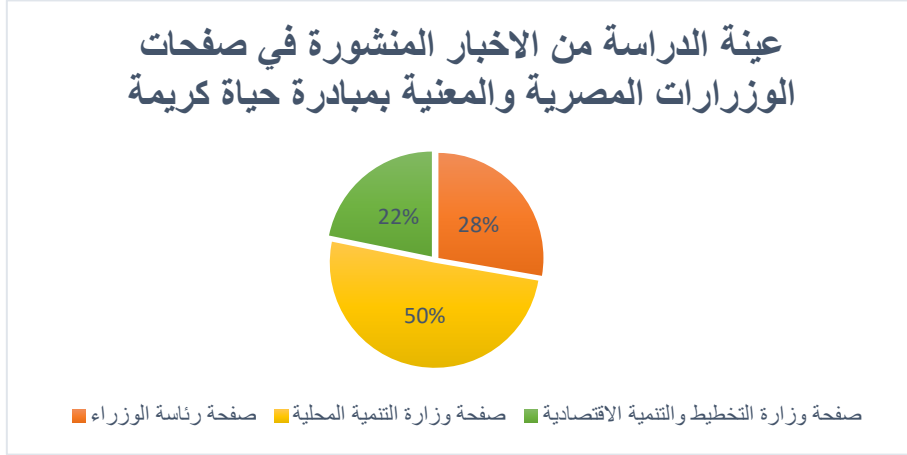
عدد الاخبار التي تم تحليلها على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

صفحات الوزارات	مجلس رئاسة الوزراء		وزارة التنمية المحلية		وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
عدد الاخبار المحللة	52	28	94	51	40	22	186
							100.0

تشير بيانات الجدول السابق الى عدد الاخبار التي تم تحليلها على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة، وقد جاءت نسبة الاخبار الخاصة بوزارة التنمية المحلية 51% من عينة الدراسة مما يعنى ان ما يزيد عن نصف عدد عينة الدراسة جاءت بصفحات وزارة التنمية المحلية وهو ما تفسره الباحثة انها الوزارة المعنية بالمبادرة بدرجة اكبر من الوزارات الاخرى، يليها مجلس رئاسة الوزراء بنسبة 28%، ثم وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية بنسبة 22%، ويمكن تفسير ذلك ايضاً ان كلاً من وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية ورئاسة الوزراء مهام اخرى كثيرة تتعلق بتخطيط المشروعات وخطة التنمية المستدامة في المحافظات الاخرى ومتابعة القضايا الاقتصادية وشئون البلاد الصحية والاجتماعية بخلاف وزارة التنمية المحلية.

وترى الباحثة ان عدد المنشورات الخاصة بالوزارات تعد قليلة بالمقارنة بأهمية المبادرة بالنسبة لقطاع كبير من السكان، وهو ما يشير الى عدم التوظيف الجيد للوزارات لصفحاتهم على الفيس بوك فيما يتعلق بنشر اخبار المبادرة، وهو نفس ما اشارت اليه دراسة سالى ماهر

نصار، (2019) التي أكدت ضعف معدل تحديث حسابات بعض الجهات الحكومية للقضايا المنشورة.



شكل رقم (1)

عدد عينة الدراسة التحليلية

وقد جاءت عينة الدراسة التحليلية كما يلي:

#### 1. الموقع الرسمي لرئاسة الوزراء على الفيس بوك:

أنشئت مؤسسة رئاسة الوزراء صفحتها على موقع الفيس بوك في 2017/5/29<sup>(49)</sup> بهدف عرض أنشطة الحكومة المصرية والقرارات المهمة الصادرة من مجلس الوزراء، وليس تلقي الشكاوى وقد وصل عدد متابعي الصفحة 4,800,727 متابع حتى تاريخ كتابة البحث، وعلى الرغم من حداثة عهد مؤسسة رئاسة الوزراء بالصفحات الاجتماعية على الإنترنت إلا أنه يلاحظ أن مواقع التواصل عامة والفيس بوك بصفة خاصة قد قامت بدور فعال في توصيل القرارات والتصريحات الصادرة عن مجلس الوزراء إلى الجمهور مما عمل على زيادة التفاعل بين الجمهور والحكومة ومما شكل لغة اتصال رئيسية تعتمد عليها المؤسسة للتعرف على آراء الجمهور ومقترحاتهم وشكاويهم، ويعتمد عليها المواطنين لمتابعة أداء الوزارات أو الهيئات الحكومية.

#### 2. صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية على الفيس بوك:

أنشئت صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية على الفيس بوك منذ 2014/7/31 ويتابعها أكثر من 512 ألف متابع، ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية هي الوزارة المنوط بها إعداد خطط التنمية المستدامة طويلة ومتوسطة وقصيرة الأجل، والعمل على تحقيق اتساق تنفيذ الاستراتيجيات والخطط القطاعية مع استراتيجية التنمية وقانون الموازنة العامة للدولة، وإعداد الدليل العام لخطة التنمية، شاملاً الأهداف والسياسات على المستوى المركزي والقطاعي والجغرافي، ومحددات اختيار البرامج التنموية، وأولويات

المشروعات ومؤشرات قياس الأداء، وصياغة استراتيجية التنمية المستدامة الوطنية (رؤية مصر 2030) بالتنسيق مع الوزارات والجهات المعنية، ومتابعة تنفيذها، إضافة إلى متابعة تنفيذ استراتيجية التنمية المستدامة الأممية (أجندة 2030) وضمان التوافق مع أجندة 2063، العمل على تنمية وتحسين هيكل الناتج المحلي وزيادة تنافسية وإنتاجية الاقتصاد من خلال اقتراح ومتابعة الإصلاحات الكلية والقطاعية بالتعاون مع الوزارات والجهات المعنية.

### 3. صفحة وزارة التنمية المحلية على الفيس بوك:

تم انشاء صفحة الفيس بوك الخاصة بوزارة التنمية المحلية حديثاً منذ 2017/6/19 ويتابعها أكثر من 326 ألف متابع من الجمهور المصري والعربي، وشهدت وزارة التنمية المحلية خلال الفترة الحالية إنجازات متنوعة في عدد من المجالات والملفات التي تهم المواطن المصري بمختلف محافظات الجمهورية تهدف إلى تحسين الخدمات العامة المقدمة للمواطنين وزيادة موارد المحافظات والحفاظ على أملاك وحقوق الدولة، حيث تقوم باعداد ومتابعة الخطة الإستثمارية للتنمية المحلية ودعم الإحتياجات العاجلة والملحة للمواطنين من أبناء المحافظات وهو عبارة عن تنفيذ عدد من الأنشطة والبرامج لرفع كفاءة مشروعات البنية الأساسية والخدمات العامة التي تقدم لمواطني المحافظات وتشمل: تنفيذ برامج النظافة والتعامل مع المخلفات الصلبة وتجميل الميادين ومداخل القرى والمدن وتحسين البيئة مد شبكات الكهرباء للمناطق المحرومة والمستجدة، وتمويل قروض المشروعات متناهية الصغر من خلال صندوق التنمية المحلي.

### أدوات الدراسة:

إعتمدت الدراسة في استخلاص نتائجها على أداة تحليل المضمون Content Analysis والتي تعرف على أنها أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل بهدف تحليل المنتج الإعلامي أيًا كانت نوعيته والذي يتضمن الانتظام والموضوعية والكمية، وتعرف أيضًا بأنها أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفًا موضوعيًا وكميًا ومنهجيًا، وتُعد أيضًا أداة تستهدف بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة،<sup>(50)</sup> وسوف تقوم الباحثة باستخدام تحليل المضمون (النوعي) لعينة من المنشورات على الصفحات الرسمية لرئاسة الوزراء ووزارة التنمية المحلية ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية.

### تصميم استمارة الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون من خلال الخطوات الآتية:

- 1- تحديد الهدف من الدراسة والذي تمثل في التعرف على توظيف الحكومة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق اهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة.
- 2- تحديد أسئلة وبنود الصحيفة التي تخدم الدراسة وتساعد في الإجابة على تساؤلاتها.

- 3- صياغة صحيفة تحليل المضمون بشكل مبدئي من خلال التساؤلات وأهداف الدراسة، إلى جانب الاطلاع على الدراسات السابقة.
- 4- عرض الصحيفة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال علوم الإعلام؛ وذلك لإبداء آرائهم فيها للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها، واقتراح تعديلاتهم عليها.
- 5- إجراء الثبات وذلك للتأكد من إجراء التحليل، حسب درجة الثبات.
- 6- صياغة الاستمارة بصورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون.
- 7- تطبيق صحيفة تحليل المضمون؛ وذلك للخروج بنتائج الدراسة.

### اختبار الصدق والثبات لاستمارة الدراسة:

#### اختبار الصدق

يقصد بالصدق في التحليل صلاحية الأسلوب، أو التأكد من أن الأداة تقيس فعلا ما هو مراد قياسه، وبالتالي إرتفاع مستوى الثقة بالنتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم، وقد حاولت الباحثة الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة، ودرجة عالية من الصدق، وقد تم الاستعانة بعدد من المحكمين للتأكد من صدق الاستمارة، وقد تم تعديل فئات الاستمارة وفقاً لآراء المحكمين من اساتذة الاعلام.

#### اختبار الثبات:

يتم تعريف مفهوم الثبات Reliability من خلال مفاهيم أخرى تتفق معه في المعنى، وهي الاتساق Consistency، والدقة Accuracy، والثبات أو الاستقرار Stability، وهي كلها تشير إلى تعريف إجرائي واحد هو الوصول لنفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد في نفس المواقف أو الظروف، ومن ثم فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج<sup>(51)</sup> وتم التحقق من ثبات استمارة تحليل المضمون عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة على 10% من عينة الدراسة التحليلية للمنشورات، وبلغت عينة الثبات (18) منشور بواقع 6 منشورات لكل وزارة، بعد شهرين من انتهاء التطبيق، وبحساب نسبة الاتفاق بين التطبيقين (الأول والثاني) باستخدام معادلة هولستي، فقد بلغت نسبة الاتفاق بين التطبيقين 96.2%، حيث لم تزد نسبة الاختلاف بينهما عن 3.8 فقط، ويضرب نسبة الاتفاق في 100 للحصول على النسبة المئوية للاتفاق، أسفرت عن نسبة الاتفاق المذكورة .

#### مصطلحات الدراسة:

#### - وسائل التواصل الاجتماعي:

تعرفها نها السيد عبد المعطى بأنها ” المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسي على الاستفادة من



تفاعلية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها أن يقدموا أنفسهم ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم للآخرين وبالتالي تعد مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية.<sup>(52)</sup>

وفي السياق ذاته عرفت بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي ” منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه.<sup>(53)</sup>

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها عدد من الوسائل الحديثة التي تتميز بالقدرة على الربط بين الجمهور من خلال تخطي حواجز الزمان والمكان، وتعتمد على التكنولوجيا المتطورة في ذلك، وتتميز بالتفاعلية والاندية في نقل الاحداث.

#### - التنمية المستدامة:

يقصد بالتنمية المستدامة هي القدرة على تلبية احتياجات المجتمعات دون المساس بموارد وامكانات الأجيال القادمة مما يسهم أيضاً في تلبية احتياجاتهم الخاصة.<sup>(54)</sup>

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها عملية تطوير في المجتمع تشمل كافة ابعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية ويتحقق ذلك عن طريق تلبية كافة المتطلبات الاقتصادية وتحقيق العدالة الاجتماعية والمحافظة على الموارد البيئية ومن خلال عدد من العوامل اهمها استخدام وسائل اتصالية قادرة على تحقيق الإستدامة في المجالات المختلفة.

#### - مبادرة حياة كريمة:

هي مبادرة أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي في ٢ يناير عام ٢٠١٩ لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً على مستوى الدولة خلال العام ٢٠١٩ ، كما تسهم في الارتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجاً وبخاصة في القرى.

تعرفها الباحثة إجرائياً الى المبادرة الرئاسية التي تستهدف تنمية القرى الريفية الاكثر فقراً من خلال اعادة بناء المنازل الغير مؤهلة للسكن، وتوفير الرعاية الصحية للمواطنين، واعادة بناء الخدمات والاهتمام بالبنية التحتية للقرى من صرف صحي وكهرباء ومياه وغاز وغير ذلك.

## نتائج الدراسة:

أولاً/ السمات الشكلية للمنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة على صفحات الوزارات الحكومية:

1. القوالب التي جاءت بها المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة:-

### جدول رقم (2)

القوالب التي جاءت بها المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

القوالب	مجلس رئاسة الوزراء		وزارة التنمية المحلية		وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاخبار	41	79	70	70	33	83	144	77.4
الحوار	2	4	6	3	1	3	9	4.8
التقارير والمتابعات	9	17	18	21	6	15	33	17.7
الإجمالي	52	100	94	94	40	100	186	100.0

يتضح من بيانات الجدول السابق ان غلبة فئة الأخبار بالنسبة للقوالب التي جاءت بها المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية حيث جاء بنسبة 77.4% من اجمالي العينة، يليها التقارير والمتابعات بنسبة 17.7%، ثم الحوار بنسبة 4.8%، وتشير غلبة الاخبار الى زيادة عدد المشروعات الخاصة بالمبادرة، والخبر هو المادة الاولى التي يسعى اليها الجمهور لحداتها وجديتها ما انه يتوافق مع طبيعة المتابعين المصريين من حيث التركيز على الاخبار الهامة دون الدخول في تفاصيل مطولة، والسرعة في تناول الحدث، وترى الباحثة ان الاخبار تعد المادة الاكثر مناسبة لمتابعة تطورات مبادرة حياة كريمة وذلك لاعطاء شعور للتابعين بزيادة المشروعات التنموية في القرى واهتمام المسؤولين بها.



### شكل رقم (2)

أحد الاخبار الخاصة بتكليف وزير التنمية المحلية الاجهزة المحلية بمتابعة مشروعات حياة كريمة

كما تعد الاخبار احد اهم القوالب الهامة التي تعتمد عليها الوزارات في تعريف الجمهور بما يستجد من احداث لذلك فإن غالبية المواد المنشورة كانت تتبع فئة الاخبار، وهو ما يتوافق مع دراسة مونیکا مشيل جاب الله (2017)<sup>(55)</sup>، حيث احتل الخبر فيها مقدمة القوالب الفنية المستخدمة في مواقع الدراسة بنسبة 98.1% يليها الفيديو 11.5%، ثم التقرير 11.5%، وقد شكلت الأشكال الأخرى نسبة قليلة منها، كما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة أمنية إسحاق (2016)<sup>(56)</sup> حيث كانت الغالبية من المنشورات التي تم تحليلها مادة خبرية بنسبة 98.8%، بينما اختلفت مع دراسة نورهان محمد (2016)<sup>(57)</sup> حيث جاءت الكوميكس (الكاريكاتير) على قمة أشكال المضمون المتاح على موقع "الفيسبوك" بنسبة 98%.

## 2. مكونات المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة:-

### جدول رقم (3)

#### مكونات المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		مكونات المنشور
	ك	%	ك	%	ك	%	
186	186	100.0	40	100	94	100	نصوص مكتوبة
137	137	73.7	26	65	73	73	صور
26	26	14.0	8	20	10	15	مقاطع فيديو
23	23	12.4	6	15	11	12	انفوجرافيك
157	157	84.4	40	100	94	44.2	عناصر تفاعلية (روابط وهاشتاج) الاجمالي
186			40		94		

يتضح من بيانات الجدول ان المنشورات التي جاءت على صفحات الوزارات المصرية قد احتوت وبنسبة 100% من اجمالي عينتها على النصوص المكتوبة حيث تعد النصوص المكتوبة المادة الرئيسية التي تعتمد عليها الوزارات في شرح مضمون الاخبار والمتابعات الخاصة بأعمال المبادرة، وبذلك تتفق النتيجة الخاصة بالمحتوى النصي للدراسة مع ما توصل إليه كل من: دراسة مونیکا مشيل حنا (2017)<sup>(58)</sup> في أن الأخبار النصية قد احتلت مقدمة نوع المنشورات على صفحات العينة على مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة 99.7% تليها الصور 37.5%، ثم الفيديو، ودراسة سامح الشريف (2016)<sup>(59)</sup>، حيث سيطر تقديم النص على الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعي في تناولها لحدث 25 يناير 2011 بنسبة 40%، يليها الصور ثم الفيديوهات.



شكل

رقم (3)

### صورة حية للاجتماع المبرم بين وزارة التنمية المحلية مع ممثل برنامج الامم المتحدة الاتماني في مصر

ثم تحتوى المنشورات على عناصر تفاعلية (روابط الكترونية وهشتاج وكلمات تفاعلية) بنسبة 84.4% في الترتيب الثاني، وتعد الروابط والهشتاج أحد اهم العناصر التي تعتمد عليها الوزارات لنشر المبادرة على نطاق واسع، وقد تنوعت الهاشتاجات الخاصة بالمبادرة وكان ابرزها [#حياة كريمة](#) او [#الجمهورية الجديدة](#) او [#وزارة](#) (اسم الوزارة) وترى الباحثة ان تنوع الهاشتاج يعد عنصر اساسي لنشر المبادرة، وهو ما اكدت عليه دراسة **Muslikhin, M. (2022)** من ان تنوع الهاشتاج يهدف الى زيادة القاعدة المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بتلك الحملة، يليها الصور كأحد اهم وابرز عناصر الابرار المستخدمة في المنشورات حيث جاءت بنسبة 73.7% وقد لاحظت الباحثة ان معظم المنشورات قد احتوت على عدد كبير من الصور الحية خاصة تلك التي تتعلق بالزيارات الميدانية للمشروعات التنموية في القرى الريفية، وكذلك صور حية للاجتماعات التي يبرمها المسؤولون في الوزارات المعنية بالمبادرة.

وفي الترتيب الرابع جاءت مقاطع الفيديوهات بنسبة 14% وهي مقاطع الفيديوهات التي تناولت اعمال التطوير الخاصة بالمبادرة، وأخيراً الانفوجرافيك بنسبة 12.4% وهي البيانات التي يتم اختزالها في هيئة صور تلخص الوضع الخاص بأعمال المبادرة خلال الفترات المحددة، ويعرف بأنه مزيج من العناصر المكتوبة والمرئية التي يتم دمجها معا لتقديم أكبر قدر من المعلومات في أقل مساحة ممكنة،<sup>(60)</sup> ويسهم بشكل كبير في تيسير فهم وإدراك الخبر المنشور أو لإظهار بعض الجوانب التي ترغب الوسيلة تأكيدها أو تفسيرها للجمهور،<sup>(61)</sup> ومثال على ذلك المنشور الخاص بالبيان الصادر عن وزارة القوى العاملة على صفحة رئاسة الوزراء.



شكل رقم (4)

انفوجرافيك يلخص الحصاد الاسبوعي لوزارة القوى العاملة ودورها في مبادرة حياة كريمة على صفحة رئاسة الوزراء

3. مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة:

جدول رقم (4)

تفاعل الجمهور مع المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		تفاعل الجمهور
	ك	%	ك	%	ك	%	
186	186	100.0	40	100.0	52	100.0	الاعجاب
186	186	100.0	40	100.0	52	100.0	التعليق
100	100	53.8	19	52.1	32	62.5	المشاركة
18	18	9.7	2	5.3	11	21.2	الاشارة الى الاصدقاء
186	186		40	94	52		الاجمالي

يتضح من الجدول السابق ان كلا من الاعجاب والتعليق جاء في كافة مفردات العينة بنسبة 100% وهما الشكلا الأكثر استخداماً بالنسبة للجمهور، فالاعجاب احد اهم ادوات التفاعل وأكثرها انتشاراً نظراً لسهولة استخدامه، فهو اداة لا تطلب جهد من المتابعين سوى بالضغط على زر الاعجاب وقد طورت شركة فيس بوك اشكال الاعجاب لتعبر عن شعور الفرد بالايحادي المتحرك والثابت وهي الشعور بالاعجاب، بالحب، بالفرح، بالحزن، بالغضب، او بالاهتمام، وقد اشارت دراسة (Nadzir et el 2019) أن الاعجاب هو أكثر أشكال التفاعل على صفحات المؤسسة الرسمية بينما انخفضت اشكال التفاعل الأخرى، اما التعليق فهو الشكل

الثاني الأكثر استخداماً بالنسبة للمتابعين وهي التي تعبر عن آراء الفرد وتوجهاته نحو المنشور وتختلف التعليقات سواء كانت استفسارات، أو دعاء أو إشادة أو نقض أو غير ذلك، وفي الترتيب الثاني جاءت المشاركة بنسبة 53.8% من إجمالي العينة وهو الأسلوب الذي يعتمد على إعادة نشر المحتوى على الصفحات الشخصية للجمهور وهو ما أهم أدوات التفاعل إذ أنه يعمل على نشر الموضوع على نطاق أكبر وعلى ذوى الأقران والاصدقاء الخاصة بالفرد، وأخيراً جاءت الإشارة الى الاصدقاء بنسبة 9.7%.

وتشير نسبة التعليقات على المنشورات الى ثقة الجمهور في المضامين المقدمة، كما تشير الى أهمية تلك المضامين لهم، وهو ما يتوافق مع نتائج جيلان شرف (2021) والتي توصلت الى وجود علاقة ارتباط بين تفاعل المبحوثات مع ما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تمكين المرأة، والثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما توصلت اليه ايضاً دراسة Osama Elmadany (2020).

وهو ما يؤكد على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الجمهور بالمعلومات عن المبادرة، ويؤكد Antwi, S. (2022) ان مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية،

وقد اشارت دراسة اية احمد محمد (2021) الى استفادت الصفحات التنموية من الإمكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين، والتأثير على اتجاه واهتمام أعداد متوسطة، وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة، والمشاركة المجتمعية.

#### 4. طبيعة تعيقات الجمهور على المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

##### جدول رقم (5)

##### طبيعة تعيقات الجمهور على المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		طبيعة التعليقات
	ك	%	ك	%	ك	%	
95	51.1	29	37	35	31	60	إشادة بدور المبادرة
162	87.1	40	77	72	50	96	دعاء للحكومة
80	43.0	13	22	21	46	88	استفسارات
31	16.7	12	11	10	9	17	تعليقات سلبية
186		40	94		52		الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ان تعليقات الجمهور جاءت على شكل دعاء وإشادة بدور الحكومة والدعاء لها في أغلبها حيث بلغت نسبتها 87.1% من إجمالي عينة الدراسة، حيث جاءت أغلب التعليقات على هيئة ردود ايجابية عن الأدوار التي تقوم بها الحكومة المصرية في تحقيق التنمية وتنفيذ المشروعات الهامة التي تستهدف رفع كفاءة المواطن المصري،



5. مدى قيام الوزارات بالرد على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة على صفحة الفيس بوك:

جدول رقم (6)

قيام الوزارات بالرد على استفسارات الجمهور المتابع للمنشورات الخاصة بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		مكونات المنشور	
	ك	%	ك	%	ك	%		
43.8	35	46	6	33	7	48	22	تقوم بالرد على الاستفسارات برسائل جاهزة
26.3	21	31	4	29	6	24	11	تقوم بالرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل أو الشكوى
30.0	24	23	3	38	8	28	13	لا تقوم بالرد نهائياً
100.0	80	100	13	100	21	100	46	الإجمالي

يشير الجدول الى مدى اهتمام الوزارات المصرية بالتفاعل مع الجمهور عن طريق المنشورات التي يتم التعليق عليها من قبلها، وقد اشارت النتائج ان الوزارات تقوم بالرد على استفسارات الجمهور من خلال رسائل جاهزة بنسبة 43.8%، يليها عدم رد الوزارات على تعليقات الجمهور بنسبة 30%، وكان ابرزها في صفحة وزارة التنمية المحلية التي وجدت الباحثة عدم اهتمام منهم بالتعليقات التي يعلق بها الجمهور على المنشورات سواء بالاستفسارات او بالشكاوي، ويليهما قيام الوزارات بالرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل نفسه بنسبة 26.3%، وتشير البيانات الى اهتمام صفحات الوزارات الحكومية بالرد على استفسارات الجمهور، وقد أكدت دراسة مروة صبحي محمد (2020) إلى أهمية التواصل مع الجمهور و التأميد على اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية.



شكل رقم (7)

الرد على استفسارات الجمهور على صفحة رئاسة الوزراء بما يتوافق مع التساؤلات المطروحة



## 6. ابعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

### جدول رقم (7)

#### ابعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		ابعاد القضايا والموضوعات	
	%	ك	%	ك	%	ك		
45.2	84	40	16	48	45	44	23	التنمية
12.4	23	18	7	7	7	17	9	الاقتصادية
31.2	58	30	12	33	31	29	15	الاجتماعية
7.5	14	8	3	9	8	6	3	الصحية
3.8	7	5	2	3	3	4	2	البيئية
100.0	186	100	40	100	94	100	52	الاجمالي

يشير الجدول السابق الى ابعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية، وقد جاء في مقدمتها الأبعاد التنموية بنسبة 45.2% من أجمالى العينة ويعد أمر منطقي فمبادرة حياة كريمة تستهدف اعمال تطوير وتنمية في القرى الريفية، ورفع كفاءة معيشة المواطنين الاكثر فقراً، لذلك فمن الطبيعي ان تقوم الاخبار الخاصة بالمبادرة على الابعاد التنموية، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة منه حسين (2021)<sup>(62)</sup> والتي أكدت ان الجوانب التنموية في الموضوعات الاقتصادية جاءت على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها وسائل الاعلام، يليها الابعاد الاجتماعية بنسبة 31.2%، وترى الباحثة ان الجانب الاجتماعي يعد احد اهم الابعاد الخاصة بالمبادرة حيث انها تستهدف بشكل كبير تنمية حياة الافراد في قرى مصر وبالتالي فالبعد الاجتماعي يعد من الابعاد التي يجب مراعاتها في تناول اعمال المبادرة، وفي الترتيب الثالث جاءت الابعاد الاقتصادية بنسبة 12.4%، ثم الابعاد الصحية بنسبة 7.5%، وأخيراً الابعاد البيئية بنسبة 3.8%، وهو ما يشير الى عدم الاهتمام بالقضايا البيئية وهو ما يتوافق مع دراسة **نصر الدين عثمان (2018)**<sup>(63)</sup> أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية بشكل كبير، وأن ما ينشر في وسائل الإعلام العربية عن البيئة وحمايتها لا يتناسب مع أهميتها.

وتفسر الباحثة اختلاف الابعاد التي يعتمد عليها الاخبار وتعدد اهدافها الى تعدد الاهداف التي تسعى اليها مبادرة حياة كريمة والتي تؤكد على اهمية التكامل في عملية التنمية اذ يجب الاهتمام بكافة الابعاد وذلك لضمان شمول التنمية في المجتمع.

7. جوانب الموضوعات التي تناولتها صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

جدول رقم (8)

جوانب الموضوعات الرئيسية المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		عناصر الاخبار المنشورة	
	ك	%	ك	%	ك	%		
32	17.2	7	18	22	21	8	4	زيارة المسؤولين الى المشروعات التنموية
84	45.2	16	40	45	42	50	26	عرض نتائج المبادرة
49	26.3	12	30	23	22	29	15	الاجتماعات بين المسؤولين
9	4.8	3	8	3	3	6	3	توقيع البروتوكولات والاتفاقات
12	6.5	2	5	6	6	8	4	الاهتمام بتدريب وتأهيل القيادات والشباب
186	100.0	40	100	94	100	52		الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أن عرض نتائج المبادرة جاء في مقدمة جوانب الموضوعات الرئيسية والتي تتعلق بصفة رئيسية بالتنمية في القرى المصرية بنسبة 45.2%، ويعد ذلك أمر منطقي حيث تقوم الحكومة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك لعرض النتائج الخاصة بالمبادرة وعرض ما تم تنفيذه من مشروعات خاصة بالمبادرة وهو الهدف الرئيسي من تناول موضوعات خاصة بمبادرة حياة كريمة، وقد وجدت الباحثة اهتمام المواقع بتقديم عرضاً لأهم المشروعات الجاري تنفيذها ضمن خطة التنمية في القرى الريفية، يليها الاجتماعات بين المسؤولين بنسبة 26.3%، وهي الاجتماعات الخاصة بالوزراء والمسؤولين الخاصة بمتابعة تطورات المبادرة وتنفيذ مشروعاتها وذلك يدل على أهمية تلك المشروعات بالنسبة للخطة الانمائية في القرى الريفية، وجاء في الترتيب الثالث زيارة المسؤولين الى المشروعات التنموية بنسبة 17.2%، وهو ما يشير الى اهتمام القوى الفاعلة في المبادرة بمتابعة انجازاتها ويشير ذلك الى اهتمام الدولة المصرية بتلك المشروعات وانها ليست مجرد خطط مكتوبة أو احاديث في اجتماعاتهم فقط، يليها الاهتمام بتدريب وتأهيل القيادات والشباب بنسبة 6.5%، ويعد مسألة تأهيل قادة التطوير أحد اهم اساسيات التنمية، حيث اشارت دراسة Anna Babikova (2019) أن قادة التطوير والمؤسسات المحلية التي تعمل في مجال التنمية الريفية جاءت في مقدمة القوى الفاعلة في تنمية المجتمع المحلي، وأخيراً توقيع البروتوكولات والاتفاقات بنسبة 4.8%.



شكل رقم (8)

8. اهم الموضوعات التي تناولتها صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

جدول رقم (9)

اهم الموضوعات التي تناولتها صفحات الوزارات الحكومية المعنية بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		الموضوعات	
	%	ك	%	ك	%	ك		
38.7	72	18	7	36	34	60	31	تنفيذ مشروعات الاسكان للفتات المتضررة
14.5	27	15	6	12	11	19	10	النظافة والاهتمام بالبيئة
15.6	29	18	7	14	13	17	9	رصف الطرق والكباري
16.1	30	20	8	10	9	25	13	تحسين الوصول الى خدمات الكهرباء والمياة
15.1	28	20	8	10	9	21	11	تقديم خدمات الرعاية الصحية
16.7	31	28	11	7	7	25	13	تحسين جودة التعليم
11.8	22	15	6	10	9	13	7	زواج الايتام
23.7	44	23	9	19	18	33	17	رعاية نوى الاحتياجات الخاصة
16.7	31	20	8	13	12	21	11	انشاء المصارف
8.6	16	8	3	6	6	13	7	توفير فرص عمل للشباب
12.4	23	18	7	7	7	17	9	تمكين المرأة
21.5	40	8	3	20	19	35	18	الاهتمام بالبنية التحتية وتوصيل الغاز للقرى
12.4	23	23	9	4	4	19	10	تحجير وتبطين الترع في القرى
186		40		94		52		الاجمالي

(تزيد عدد التكرارات عن العدد الفعلي للعينة حيث يحتوى كل منشور على أكثر من فئة)  
 جاء "تنفيذ مشروعات الإسكان للفئات المتضررة" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات المصرية على صفحاتها على الفيس بوك حيث جاءت بنسبة 38.7%، يليها "رعاية ذوى الاحتياجات الخاصة" بنسبة 23.7%، ثم "الاهتمام بالبنية التحتية وتوصيل الغاز للقرى" بنسبة 21.5%، يليها "انشاء المصارف" بنسبة 16.7%، ثم "تحسين الوصول إلى خدمات الكهرباء والمياه" بنسبة 16.1%، وفي الترتيب السادس جاء "رصف الطرق والكباري" بنسبة 15.6%، ثم "تقديم خدمات الرعاية الصحية" بنسبة 15.1%، يليها "النظافة والاهتمام بالبيئة" بنسبة 14.5%، ثم جاء كلاً من (تجوير وتبطين الترع في القرى، و تمكين المرأة) بنسبة 12.4%، يليها الاهتمام بزواج اليتيمات بنسبة 11.8%، وأخيراً توفير فرص عمل للشباب بنسبة 8.6%.

وترى الباحثة أن كافة هذه الموضوعات تعد من اهم سبل رفع كفاءة معيشة المواطن وهى من الاهداف الرئيسية في خطة التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وأن بعض القرى المصرية مازلت تعاني من نقص شديد في الخدمات كالمرافق والصحة والتعليم، وقد أكدت (Pawan, 2020) أن من بين المشاكل التي يجب معالجتها في القرى الريفية مشاكل نقص الطعام في القرى، حيث وتوفير المساعدات إضافة إلى مساعدتها على حل مشكلة الري التي تعد من الاحتياجات أساسية لقيام الزراعة في القرى، وهى من اساسيات التنمية المستدامة.

#### 9. الفئات المتضمنة في منشورات الوزارات الحكومية والخاصة بمبادرة حياة كريمة:

##### جدول رقم (10)

##### الفئات المتضمنة في منشورات الوزارات الحكومية والخاصة بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		الفئات المتضمنة في منشورات الوزارات الحكومية	
	ك	%	ك	%	ك	%		
61.3	114	58	23	65	61	58	30	الأسر الأكثر احتياجاً في التجمعات الريفية
9.7	18	10	4	9	8	12	6	كبار السن
8.6	16	13	5	7	7	8	4	ذوي الهمم
4.8	9	5	2	4	4	6	3	المتطوعين
7.5	14	10	4	6	6	8	4	النساء المعيلات والمطلقات.
8.1	15	5	2	9	8	10	5	الأيتام والأطفال.
100.0	186	100	40	100	94	100	52	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أن الأسر الأكثر احتياجاً في التجمعات الريفية جاءت في مقدمة الفئات المتضمنة في منشورات الوزارات الحكومية بنسبة 61.3%، وهو امر منطقي حين ان اول واهم اهداف المبادرة هي مساعدة الفئات المتضررة ورفع مستوى معيشتها لذلك فإن تضمينها في المنشورات جانب هام خاصة وان معظم المنشورات تتضمن المشروعات التي جرى تنفيذها على ارض الواقع، وتقوم المبادرة في ذلك بتوفير كافة متطلبات المعيشة الخاصة بهم من خلال توفير المتطلبات والخدمات الضرورية كالسكن والتعليم والصحة

والمساعدات المالية واقامة المشروعات الإقتصادية الصغيرة التي من شأنها توفير حياة كريمة للمواطنين، يليها فئة كبار السن بنسبة 9.7%، وقد عملت الدولة على الاهتمام بتلك الفئة وتقديم عدد من الخدمات الخاصة بهم من خلال توفير السيارات المتنقلة لتقديم خدمات الشهر العقاري والصحة وصرف المعاشات كما عملت على مساعدتهم اقتصادياً من خلال تقديم المساعدات لهم بما يوفر لهم حياة كريمة تتناسب مع متطلباتهم، ثم ذوى الهمم بنسبة 8.6%، وهى الفئة التى أولى الرئيس السيسي بها اهتماماً ملحوظاً من خلال الاهتمام بقدراتهم ودمجهم اجتماعياً بين شرائح المجتمع للاستفادة من قدراتهم الممتازة، و جدير بالذكر أن الرئيس السيسي يقوم بالتنوية على الاهتمام بهم في معظم المؤتمرات التى تستهدف الخدمات الإجتماعية وذلك لما لهم من أهمية كبيرة داخل المجتمع، وفي الترتيب الرابع جاءت فئة الإيتام والأطفال بنسبة 8.1%، ثم النساء المعيلات والمطلقات بنسبة 7.5%، ويذكر ان مبادرة حياة كريمة قامت بعمل عدة مشروعات خاصة بالمرأة بهدف تحسين معيشتها، والاهتمام بها صحياً وعلمياً وإجتماعياً وقد قامت مبادرة حياة كريمة بتوفير برامج للتدريب المهني وبرامج تكافل وكرامة التى توفر فرصة حقيقية للمرأة المعيلة، وأخيراً فئة المتطوعين بنسبة 4.0%.

#### 10. أهداف المنشورات المتعلقة بمبادرة حياة كريمة على صفحات الوزارات الحكومية:

##### جدول رقم (11)

##### أهداف منشورات الوزارات الحكومية والخاصة بمبادرة حياة كريمة

المجموع	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية		وزارة التنمية المحلية		مجلس رئاسة الوزراء		الاهداف	
	ك	%	ك	%	ك	%		
50.5	94	55	22	55	52	38	20	التوعية وتقديم الدعم والمساعدة للجمهور
60.8	113	48	19	68	64	58	30	اعلام الجمهور بما يتم تنفيذه من مشروعات تنموية
49.5	92	78	31	45	42	37	19	تحسين صورة الجهاز الحكومي لدى الجمهور المستهدف
57.0	106	43	17	76	71	35	18	تبصير الجمهور بانشطة الأجهزة الحكومية التى تقوم بها
9.7	18	18	7	9	8	6	3	تقديم نماذج مشرفة للدولة من خلال ابراز قصص النجاح لبعض القيادات في الدولة
18.8	35	18	7	22	21	13	7	تدعيم المشاركة الوطنية لدى الجمهور من خلال اشراكهم في صناعة اتخاذ القرار
100.0	186	100	40	100	94	100	52	الاجمالي

(خانة الاجمالي هنا تشير الى عدد العينة الاصلى وليست عدد التكرارات لان كل منشور يهدف الى عدة اهداف)

تشير بيانات الجدول السابق الى الاهداف التي تسعى الى تحقيقها الوزارات الحكومية من عرضها للمنشورات المختلفة على صفحاتها على الفيس بوك وقد جاء في مقدمة تلك الاهداف " اعلام الجمهور بما يتم تنفيذها من مشروعات تنموية" بنسبة 60.8% من اجمالي عينة الدراسة، وهو ما يجعل الجمهور على دراية كاملة بمراحل تطورات المبادرة، ويعد دور الإعلام الأول هو اخبار الجمهور بما يدور حولهم من قضايا وتزويدهم بالمعلومات المطلوبة حول تلك القضايا بما يفيد من تكوين رأي عام ايجابي حولها، وقد اشارت دراسة **Mohammad Tipu Sultan 2021** (2021) الى وجود علاقة طردية ايجابية بين التعرض للمحتوي المنشور المتعلق بالبيئة الساحلية وضرورة المحافظة عليها وبين تعديل سلوك السائحين بشكل ايجابي والالتزام بالقواعد والسلوكيات التي تساعد علي المحافظة وتنمية البيئة، وقد أكدت أمينة عبدالرحمن (٢٠١٨)<sup>(64)</sup> على اهمية تقديم رؤية أوضح وأشمل عن أهمية المشروعات التنموية والفائدة التي تعود على المواطن المصري.

وفي الترتيب الثاني جاء هدف " تبصير الجمهور بانشطة الأجهزة الحكومية التي تقوم بها " بنسبة 57%، وهو ما يكسب الحكومة تأييد الجمهور على الانشطة التي تقوم بها، حيث تعمل وسائل الإعلام على كسب تاييد الجمهور لانشطة واستراتيجيات الحكومة، لأنها تعد الداعم للهياكل والمؤسسات الحكومية خاصة عند اتخاذ القرارات، حيث أن رض الجمهور ودعمه لتلك القرارات يعتبر هو صمام الأمان لتلك المؤسسات الحكومية، ويتوافق ذلك مع دراسة **Jackson Bennett (2021)** التي أكدت وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاه الجمهور نحو السياسات التي تقوم بها الحكومة الأمريكية نحو قضية التغير المناخ.

يليها " التوعية وتقديم الدعم والمساعدة للجمهور" بنسبة 50.5% من اجمالي التكرارات، وذلك فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة بشكل عام، ويلاحظ من ذلك الهدف قيام وسائل الإعلام بدور التوعية والارشاد والتوعية في دعم احتياجات الجمهور ومساندته من خلال تقديم المعلومات التي تستهدف تلك القضايا التي يقوم بمناقشتها.

وفي الترتيب الرابع جاء هدف " تحسين صورة الجهاز الحكومي لدى الجمهور المستهدف" بنسبة 49.5% من اجمالي التكرارات، وقد اثبتت الدراسات وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين ما تقوم الدولة بنشره فيما يتعلق بالقضايا التي يعرضها وبين الصورة الذهنية للمؤسسات الداعمة لتلك القضايا والقوى الفاعلة فيها، لذلك يمكن القول بأن تشكيل الصورة الذهنية للجهاز الحكومي يعد أحد اهداف استخدام الحكومات لوسائل الإعلام لتوعية الجمهور بما يقوم به من أنشطة وذلك بهدف تشكيل صورة ذهنية ايجابية له.

يليها " تدعيم المشاركة الوطنية لدى الجمهور من خلال اشراكهم في صناعة اتخاذ القرار" بنسبة 18.8%، وترى الباحثة أن وسائل التواصل الاجتماعي تقوم بدور هام وفعال في عملية مشاركة الجمهور في الحياة السياسية والاجتماعية في المجتمع، اذا توفر عدد كبير من الوسائل التفاعلية التي تتيح الفرصة للجمهور للمشاركة في تلك القضايا ومساهماتهم في صناعة القرار في الدولة من خلال تشكيل رأي عام حول تلك القضايا بما يحقق أهداف المجتمع، وأخيراً " تقديم نماذج مشرفة للدولة من خلال ابراز قصص النجاح لبعض

القيادات في الدولة" بنسبة 9.7%، وهو من أهم اهداف مبادرة حياة كريمة اذ انه يتم ابراز عدد كبير من القيادات الشابة على الساحة المصرية والتي قامت بدور هام وفعال في عملية التنمية من خلال المبادرات التطوعية التي يقوم بها هؤلاء القادة مما يجعلهم سفراء للمبادرة في كل مكان ومما يعمل على تقديم نماذج وقنوات حسنة يمكن الإحتذاء بها.

#### مناقشة النتائج:

- أكدت الدراسة على أهمية توظيف مواقع التواصل الإجتماعي لتحقيق اهداف التنمية في القرى حيث أصبحت أحد اهم وسائل الاعلام الجماهيرية التي تتميز بالتفاعلية والسرعة في نقل الاحداث، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة Anna Babikova (٢٠١٩) التي أكدت الدراسة على اهمية استخدام هذه الوسائل في عملية التنمية في المجتمعات الريفية، وهو ما يتوافق ايضاً مع دراسة Jaffar Abbas (2021) حيث اشارت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عامل دافع impelling factor في عملية التنمية، كما تؤكد الدراسة على اهمية موقع الفيس بوك كاحد اهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في تحقيق اهداف التنمية المستدامة.
- غلبة فئة الأخبار بالنسبة للقولب التي جاءت بها المنشورات على صفحات الوزارات الحكومية حيث جاء بنسبة 77.4% من اجمالي العينة، يليها التقارير والمنابع بنسبة 17.7%، ثم الحوار بنسبة 4.8%، وتشير غلبة الاخبار الى زيادة عدد المشروعات الخاصة بالمبادرة.
- جاءت النصوص المكتوبة في مقدمة مكونات المنشورات على صفحات الوزارات المصرية ونسبة 100% من اجمالي عينتها، يليها العناصر تفاعلية (روابط الكترونية وهشتاج وكلمات تفاعلية) بنسبة 84.4% في الترتيب الثاني، ثم الصور كأحد اهم وابرز عناصر الابرار المستخدمة في المنشورات حيث جاءت بنسبة 73.7%، وفي الترتيب الرابع جاءت مقاطع الفيديوهات بنسبة 14%، وأخيراً الانفوجرافيك بنسبة 12.4% .
- جاء كلا من الاعجاب والتعليق في كافة مفردات العينة بنسبة 100%، وفي الترتيب الثاني جاءت المشاركة بنسبة 53.8% من اجمالي العينة، وأخيراً جاءت الإشارة الى الاصدقاء بنسبة 9.7%.
- أكدت النتائج ان تعليقات الجمهور جاءت على شكل دعاء واشادة بدور الحكومة والدعاء لها في اغلبها حيث بلغت نسبتها 87.1% من اجمالي عينة الدراسة، يليها الاشادة بدور المبادرة والتي جاءت بنسبة 51.1%، ثم الاستفسارات بنسبة 43% ، وأخيراً التعليقات السلبية التي تتضمن الشكاوى والتعليقات غير المتصلة بموضوع المبادرة بنسبة 16.7% من اجمالي العينة.
- اشارت النتائج ان الوزارات تعتم بالرد على الجمهور بنسبة 70% مقابل 30% لم ترد على استفسارات الجمهور، وانها تقوم بالرد على استفسارات الجمهور من خلال رسائل جاهزة بنسبة 43.8%، ثم الرد على استفسارات الجمهور بما يتوافق مع التساؤل نفسه بنسبة 26.3%.

- جاءت " الأبعاد التنموية" قد مقدمة ابعاد القضايا المتعلقة بالتنمية على صفحات الوزارات الحكومية، بنسبة 45.2% من أجمالى العينة، يليها الابعاد الإجتماعية بنسبة 31.2%، وفي الترتيب الثالث جاءت الأبعاد الاقتصادية بنسبة 12.4%، ثم الأبعاد الصحية بنسبة 7.5%، وأخيراً الأبعاد البيئية بنسبة 3.8%.
- أكدت النتائج أن عرض نتائج المبادرة جاء في مقدمة جوانب الموضوعات الرئيسية والتي تتعلق بصفة رئيسية بالتنمية في القرى المصرية بنسبة 45.2%، يليها الاجتماعات بين المسؤولين بنسبة 26.3%، ثم زيارة المسؤولين الى المشروعات التنموية بنسبة 17.2%، يليها الاهتمام بتدريب وتأهيل القيادات والشباب بنسبة 6.5%، وأخيراً توقيع البروتوكولات والاتفاقات بنسبة 4.8%.
- جاء "تنفيذ مشروعات الاسكان للفئات المتضررة" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات المصرية على صفحاتها على الفيس بوك حيث جاءت بنسبة 38.7%، يليها "رعاية ذوى الاحتياجات الخاصة" بنسبة 23.7%، ثم "الاهتمام بالبيئة التحتية وتوصيل الغاز للقرى" بنسبة 21.5%، يليها "انشاء المصارف" بنسبة 16.7%، ثم "تحسين الوصول إلى خدمات الكهرباء والمياه" بنسبة 16.1%، وفي الترتيب السادس جاء "رصف الطرق والكباري" بنسبة 15.6%، ثم "تقديم خدمات الرعاية الصحية" بنسبة 15.1%، يليها "النظافة والاهتمام بالبيئة" بنسبة 14.5%، ثم جاء كلاً من (تجبير وتبطين الترع في القرى، و تمكين المرأة) بنسبة 12.4%، يليها الاهتمام بزواج اليتيمات بنسبة 11.8%، وأخيراً توفير فرص عمل للشباب بنسبة 8.6%.
- توصلت الدراسة أن الأسر الأكثر احتياجا في التجمعات الريفية جاءت في مقدمة الفئات المتضمنة في منشورات الوزارات الحكومية بنسبة 61.3%، يليها كبار السن بنسبة 9.7%، ثم ذوى الهمم بنسبة 8.6%، وفي الترتيب الرابع جاءت فئة الايتام والأطفال بنسبة 8.1%، ثم النساء المعيلات والمطلقات بنسبة 7.5% وأخيراً فئة المتطوعين بنسبة 4%.
- اشارت الدراسة الى الاهداف التى تسعى الى تحقيقها الوزارات الحكومية من عرضها للمنشورات المختلفة على صفحاتها على الفيس بوك وقد جاء في مقدمة تلك الاهداف "اعلام الجمهور بما يتم تنفيذ من مشروعات تنموية" بنسبة 60.8% من اجمالى عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاء هدف " تبصير الجمهور بانشطة الأجهزة الحكومية التى تقوم بها " بنسبة 57%، ثم " التوعية وتقديم الدعم والمساعدة للجمهور" بنسبة 50.5% من اجمالى التكرارات، ثم هدف " تحسين صورة الجهاز الحكومي لدى الجمهور المستهدف" بنسبة 49.5% من اجمالى التكرارات.



### التوصيات والمقترحات:

1. ضرورة أن يتعدى تقديم المعلومات عن المشروعات القومية عبر الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية الإعلام عن الاجتماعات والتصريحات الرسمية والجولات الميدانية للمسؤولين إلى الإقناع بجدوى هذه المشروعات وشرح العائد الذي يعود على المواطن من إنشائها وما تحققه لمصر في المستقبل.
2. يجب استغلال مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية الحكومية للخصائص التفاعلية التي تتمتع بها في تحقيق اندماج ومشاركة الجمهور مع هذه المواقع بما يتيح لهم التعرف على رجع الصدى الجمهور، وأخذ آرائه عند صنع القرارات.
3. لا بد من الاعتماد على كوادر إعلامية متخصصة ومؤهلة لإدارة مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية للمؤسسات الحكومية بفاعلية بحيث تكون قادرة على استغلال الإمكانيات التفاعلية للشبكات الاجتماعية في بناء علاقات إيجابية مع الجمهور.
4. أهمية استغلال تصميمات الإنفوجرافيك عبر الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تبسيط المعلومات المعقدة والبيانات الطويلة وتحويلها إلى صور ورسوم جذابة وعبارات مختصرة يسهل فهمها على المواطن البسيط.
5. أهمية تحديث الصفحات الرسمية بشكل يومي حتى يظل المواطن على تواصل دائم معها، ولكن دون مبالغة لضمان وصول المعلومات الهامة للجمهور وعدم اختفائها وسط الكم الهائل من المنشورات.



15. Harris, J., McKenzie, K., & Rentfro, R.,(2009), **Building trust or mistrust: The search for performance reporting from a citizen's perspective**, Journal of Government Financial Management, Political Science 58(4), P. 40.
16. Grimmekhuijsen, S. G., & Meijer, A. J.,(2013), **The effects of transparency on the perceived trustworthiness of a government organization**, op- cit., P.16.
17. Searson, E. M., & Johnson, M. A.,(2010), **Transparency laws and interactive public relations: An analysis of Latin American government Web sites**, Public Relations Review, 36(2), P. 120. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.03.003>
18. Alan. T. K. H. (2015). Students' Perceptions on Climate Change And Engagement in Low-Carbon Behaviors: Implications For Climate Change Education in Hong Kong. PhD Thesis. The University of Hong Kong, P.12
19. Antwi, S. (2022). Communicating water availability to improve awareness and implementation of water conservation: A study of the 2018 and 2020 drought events in the Republic of Ireland, Science of the Total Environment 807 (2022) 150865
20. Muslikhin, M. (2022). Environmental communication network on Indonesian forest fires on Twitter in pandemic COVID-19 era, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 3rd International Conference on Agriculture and Bio-industry (ICAGRI 2021)\
21. Jaffar Abbas,(2021),"The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan" Sustainability, 11.
22. جيلان شرف(2021). "اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، مجلة البحوث الاعلامية، المجلد 20، العدد 4، الصفحة 193-149 .
23. Jackson Bennett (2021)," Mapping climate discourse to climate opinion: An approach for augmenting surveys with social media to enhance understandings of climate opinion in the United States "PLOS ONE.
24. Mohammad Tipu Sultan(2021)," Travelers' Responsible Environmental Behavior towards Sustainable Coastal Tourism: An Empirical Investigation on Social Media User-Generated Content" Sustainability, 13, 56
25. اية احمد محمد (2021). "توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2021، (الجزء الثالث المجلد الرابع)، أكتوبر 2021، الصفحة 1885-1920.
26. Malik , Pawan, S. (2020). Role of Participatory Communication and Social Media in Sustainable Development of Economically and Socially Backward Tribal Village of Kankadiya- District Bhopal, (A Case Study). **International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication**. Vol. 5, Issue 1. 1-7.
27. مروة صبحي محمد (2020): دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة اتحضر للأخضر"، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، الجزء الثالث.

28. Osama Elmadany,(2020), The Role of Social Media in Developing Awareness with Sustainable Development Issues: A Field Study on a Sample of Umm Al-Qura and King Abdulaziz Universities' Students, *Arabian Journal for Media & Communication*, Issue 23, p11-68. 58.
29. مهيرة عماد السابعي (2020). " دور الاعلام الجديد في زيادة الوعي الغذائي للجمهور المصري خاصة بعد المبادرة الرئاسية للكشف عن أمراض سوء التغذية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 4، ديسمبر 2020، الصفحة 129-175.
30. دعاء فتحي سالم (2019). " دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية، المجلة العامة لبحوث الاعلام، المجلد 2019، العدد 66، يناير 2019، الصفحة 133-200
31. Anna Bobikova,(2019), Leaders in Rural Development Structures (Case Study on the Territory of the Lag Dolni Moravia), *European Countryside*, Sep 2019, Vol.11, Issue 3, P 404- 416.
32. ايمان مرسي (2019). " تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطئ التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد 2019، العدد 67، إبريل 2019، الصفحة 585-654.
33. السيد عبد الرحمن على (2018). " معالجة الإعلام الجديد لقضايا التنمية المستدامة في مصر في ضوء آراء عينة من الخبراء" *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، عدد خاص، متاح على <http://search.mandumah.com/Record/980623>
34. Feroz Khan, G., Young Yoon, H., Kim, J., & Woo Park, H. (2014). From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government. *Online Information Review*, 38(1), 95–113. <https://doi.org/10.1108/oir-09-20120162>
35. عماد الدين محمود (2017). " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو دعم المشروعات الاقتصادية ، مشروع قناة السويس الجديدة نموذجاً"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 11*.
36. امانى البرت (2021). "استراتيجيات تسويق المزايا التنافسية للدولة المصرية في ضوء رؤية مصر 2030 دراسة تحليلية لموقع رئاسة الجمهورية"، *مجلة البحوث الاعلامية، المجلد 57، العدد 1 - الرقم المسلسل للعدد 57، إبريل 2021، الصفحة 9-68*
37. نرمين على السيد (2021). " استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري "، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 20، العدد 3 - الجزء الاول، يوليو 2021، الصفحة 577-626*.
38. هويدا محمد عزوز (2021). " دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا"، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد 2021، العدد 76، يوليو 2021، الصفحة 71-122*
39. الاء بكر الشيخ (2019). " دور منصة تويتر في تفعيل المشاركة الفعالة لتعزيز التنمية المستدامة: دراسة حالة على حساب تويتر الخاص بوزارة العمل والتنمية الاجتماعية"، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 6، العدد 4، متاح على <http://search.mandumah.com/Record/1044908>*
40. Nadzir, M. M., Harun, N. H., & Hassan, M. G. (2019). Social media engagement on Malaysian government agencies Facebook pages: An

- empirical analysis. 2019 IEEE Jordan International Joint Conference on Electrical Engineering and Information Technology JEEIT . Published.
41. سالى ماهر نصار (2019). "الاداء الاعلامي للجهات الوزارية المصرية على مواقع التواصل الإجتماعي (تويتر نموذجاً)، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، العدد الثامن عشر.
42. Gruzd, A., Lannigan, J., & Quigley, K. (2018). Examining government crossplatform engagement in social media: Instagram vs Twitter and the big lift project. *Government Information Quarterly*, 35(4), 579–587 . <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.09.005>
43. Chaieb, C. (2018, May 3). E-Government and Social Media in Tunisia: An Empirical Analysis . SpringerLink . [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-97749-2\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-97749-2_14)
44. Darwish, E. B. (2017). The effectiveness of the use of social media in government communication in the UAE. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 10(1), 41–63. [https://doi.org/10.1386/jamr.10.1.41\\_1](https://doi.org/10.1386/jamr.10.1.41_1)
45. Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & del Carmen Caba-Pérez, M. (2016), Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? *New Media & Society*, 20(1), 29–49.
46. Feroz Khan, G., Young Yoon, H., Kim, J., & Woo Park, H. (2014). From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government. *Online Information Review*, 38(1), 95–113. <https://doi.org/10.1108/oir-09-20120162>
47. Gunawong, P. (2014). Open Government and Social Media. *Social Science Computer Review*, 33(5), 587–598. <https://doi.org/10.1177/0894439314560685>
48. Abdelsalam, H. M., Reddick, C. G., Gamal, S., & Al-shaar, A. (2013). Social media in Egyptian government websites: Presence, usage, and effectiveness. *Government Information Quarterly*, 30 (4), 406-416. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.020>
49. موقع رئاسة الوزراء على الفيس بوك، متاح على <https://www.facebook.com/page/794615087383525/search>
50. غريب السيد أحمد (2006). " تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي"، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص48.
51. محمد عبد الحميد (2005). "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، القاهرة، عالم الكتب.
52. نها السيد عبد المعطى (2015)، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط 1، الامارات و لبنان، دار الكتاب العربي، ص ص 77-78
53. فهد بن على الطيار (2014): شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ” تويتر نموذجاً ” ( دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات و التدريب، الرياض، العدد 61، ص 202، متوفر على الخط التالي: [mnarat.org/media/youth-studies/YS01KKMA1436.pdf](http://mnarat.org/media/youth-studies/YS01KKMA1436.pdf)
54. S. Kim & J. Lee (2019). Gender and e-participation in local governance: Citizen e-participation values and social ties. *International Journal of Public Administration*, 42(13), 1073–1083.

55. مونیکا ميشيل حنا جاب الله (2017م). "الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب"، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص182.
56. أمنية إسحاق إبراهيم، (2016م)، "اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص129.
57. نورهان محمد أحمد، (2016م)، "دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص134.
58. مونیکا ميشيل حنا. مرجع سابق، ص176.
59. سامح محمد يوسف الشريف، (2016م)، "الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهات الشباب السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص183.
60. W. Weber, H. Rall,(2013), "“We Are Journalists.” Production Practices, Attitudes and a Case Study of the New York Times Newsroom" In W. Weber, M. Burmester, R. Tille (Eds.), *Interaktive Infografiken*. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg, p. 161.
61. S. Zwinger, and M. Zeiller,(2016), "Interactive Infographics in German Online Newspapers", In W. Aigner, G. Schmiedl, K. Blumenstein, M. Zeppelzauer, and M. Iber (Eds.), *Forum Media Technology, CEUR Workshop Proceedings*, vol. 1734, p. 54.
62. منة الله حسين (2021). "دور البرامج الحوارية بالفنانيات المصرية في ترتيب أولويات الجمهور للقضايا الاقتصادية بخطة التنمية المستدامة 2030 وتقييم الجمهور لها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص85.
63. نصر الدين عثمان (2018): توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً، دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع15.
64. أمنية عبدالرحمن(2018). "أطر تقديم المواقع الإخبارية المصرية لمشروعات التنمية في سيناء ودورها في استقطاب الجمهور المصري"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد خاص، مايو ٢٠١٨، ص ٧١٥ - ٧٦٢.