

مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة
(مُعتمدة) شهرياً

العدد مائة وخمسة
(نوفمبر 2024)

السنة الخمسون
تأسست عام 1974

يصدرها
مركز بحوث
الشرق الأوسط

الترقيم الدولي: (2536-9504)
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)





الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد مائة وخمسة نوفمبر 2024

تصدر شهرياً

السنة الخمسون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط
(مجلة معتمدة) دورية علمية مكمّمة
(اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر؛

أ.د. سوزان القليني، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري
أ/ أماني جرجس
أمين المركز

إشراف فني
د/ أمل حسن
رئيس وحدة التخطيط و المتابعة

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس قسم النشر
أ/ راندا نوار قسم النشر
أ/ زينب أحمد قسم النشر
أ/ شيماء بكر قسم النشر

المحرر الفني

أ/ رشاد عاطف رئيس وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة
وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية

وحدة التدقيق اللغوي - كلية الآداب - جامعة عين شمس

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة المراسلات الخاصة بالمجلة (إلى: و. حاتم العبد، رئيس التحرير) merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.support.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحَكَّمة دولياً.

الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير د. حاتم العبد

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيبي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارج جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 21×13 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباع بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00، تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تبرير البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: 01555343797 (+2)
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .

محتويات العدد 105

الصفحة

عنوان البحث

LEGAL STUDIES

الدراسات القانونية

1. التنمر في القانون المصري (دراسة مقارنة) 48-3
صالح محمد صالح صالح

ARABIC LANGUAGE STUDIES

دراسات اللغة العربية

2. في العامية المعاصرة- دراسة دلالية 86-51
رباب حسن إبراهيم سليمان
3. اللغة النوبية في مصر «دراسة صوتية مقارنة باللغة العربية» 128-87
أحمد أبو بكر سيد محمد
4. أثر أنموذج وودز في تحصيل مادة البلاغة عند طالبات المرحلة الإعدادية ... 166-129
تماضر حميد مهدي

SOCIAL STUDEIES

الدراسات الاجتماعية

5. تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب المصري.....216-169
نادية جمال الدين حسن محمد
6. تعدد الهويات في مجتمع المدينة المنورة بعد الهجرة النبوية " دراسة تحليلية 258-217
سوسيولوجية"
جهاد إبراهيم محمود محمد عبد الوهاب
7. دور وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا المحليات «دراسة تحليلية 338-259
وميدانية»
داليا عبد الهادي جودة

ECONOMIC STUDIES

الدراسات الاقتصادية

8. أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر 386-341
للدول العربية (دراسة قياسية)
غادة سيد عبد الله سيد شعبان

**30-3 Violation of the Quarantine's Rules as Expressed on .9
Two Egyptian Pages on Facebook: A Critical Discourse
Analysis.....
Shaimaa Magued**

افتتاحية العدد 105

يسر مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية صدور العدد (105 - نوفمبر 2024) من مجلة المركز «مجلة بحوث الشرق الأوسط». هذه المجلة العربية التي مر على صدورها حوالي 50 عامًا في خدمة البحث العلمي، ويصدر هذا العدد وهو يحمل بين دافتيه عدة دراسات متخصصة: (دراسات قانونية، دراسات اللغة العربية، دراسات اجتماعية، دراسات اقتصادية، دراسات لغوية) ويعد البحث العلمي Scientific Research حجر الزاوية والركيزة الأساسية في الارتقاء بالمجتمعات لكي تكون في مصاف الدول المتقدمة.

ولذا تُعتبر الجامعات أن البحث العلمي من أهم أولوياتها لكي تقود مسيرة التطوير والتحديث عن طريق البحث العلمي في المجالات كافة.

ولذا تهدف مجلة بحوث الشرق الأوسط إلى نشر البحوث العلمية الرصينة والمبتكرة في مختلف مجالات الآداب والعلوم الإنسانية واللغات التي تخدم المعرفة الإنسانية. والمجلة تطبق معايير النشر العلمي المعتمدة من بنك المعرفة المصري وأكاديمية البحث العلمي، مما جعل الباحثين يتسابقون من كافة الجامعات المصرية ومن الجامعات العربية للنشر في المجلة.

وتحرص المجلة على انتقاء الأبحاث العلمية الجادة والرصينة والمبتكرة للنشر في المجلة كإضافة للمكتبة العلمية وتكون دائمًا في مقدمة المجالات العلمية المماثلة. ولذا نعد بالاستمرارية من أجل مزيد من الإبداع والتميز العلمي.

والله من وراء القصد

رئيس التحرير

د. حاتم العبد

دور وسائل التواصل الاجتماعي

في معالجة قضايا المحليات

«دراسة تحليلية وميدانية»

The role of Social media in treating municipal issues

«An Analytical and Field study»

داليا عبد الهادي جودة

قسم علوم الاتصال والإعلام،

كلية الآداب، جامعة عين شمس

Dalia Abdel Hadi Gouda

Information and Communication Sciences Department-
Faculty of Arts. Ain Shams University

dalia50075@art.asu.edu.eg



www.mercj.journals.ekb.eg



المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا المحليات على اختلافها، وذلك من خلال منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، الذي اعتمد على تحليل مضمون عدد 4 صفحات وحدات إدارة محلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook، والتطبيق على عدد 460 مفردة من الجمهور المصري المتابع لتلك الصفحات. وذلك من خلال معرفة مدى توظيف وحدات الإدارة المحلية لشبكات التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها في عرض قضاياها ومعالجة هذه القضايا على اختلافها، وماهية هذه القضايا. وقياس مدى تفاعل الجمهور المصري مع القضايا والموضوعات المثارة على صفحات وحدات الإدارة المحلية، وحجم تفاعلهم مع مضمون ما ينشر على هذه الصفحات. وتعرف أهم العوامل والمقومات التي من شأنها أن تعمل على زيادة فاعلية صفحات وحدات الإدارة المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال وجهة نظر عينة الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: تصدر إنجازات وأنشطة الوحدات الإدارية المحلية قائمة الموضوعات التي يتم عرضها على صفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook.

كما تبين أن النسبة الأكبر من المتعرضين لصفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook من الذكور مقارنة بالإناث. كما كشفت الدراسة فيما يخص متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على مستوى متغيري العمر والتعليم، وعدم وجود فروق دالة فيما يخص متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي. وفيما يخص العوامل التي تساعد على تفعيل دور صفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook من وجهة نظر العينة أظهرت النتائج أن أبرز العوامل تمثلت في عاملين رئيسيين، وهما: سرعة الرد على الاستفسارات والشكاوى، والرد على الجمهور.

واختتمت الدراسة بعدد من التوصيات، أهمها: دعم مفهوم الثقافة التكنولوجية، والاستفادة منها في تطوير منظومة المحليات هيكلياً وإدارياً وتنظيمياً؛ لكي نقي بمتطلبات المواطن، والعمل على إتاحة وسائل التواصل المباشر بين الحكومة والمواطن. الكلمات المفتاحية: وحدات الإدارة المحلية، الحكومة الإلكترونية، الإدارة المحلية، شبكات التواصل الاجتماعي، قضايا المحليات.

**Abstract:**

This study aimed to identify the effectiveness of the pages of the local administration units on the social network in addressing the various issues of the localities, through the method of the media survey in its two parts, analytical and field, which relied on the analysis of the content of 4 pages of local administration units on the social network Facebook, and the application On the number of 460 individuals from the Egyptian audience who follow these pages. This is done by identifying the extent to which the local administration units use social networks and how to benefit from them in presenting their issues and addressing these issues in their various ways, and what these issues are. Measuring the extent of the Egyptian public's interaction with the issues and topics raised on the pages of the local administration units, and the extent of their interaction with the content of what is published on these pages. And to identify the most important factors and elements that would work to increase the effectiveness of the pages of the local administration units on social networking sites, through the point of view of the study sample. The study reached a set of results, the most prominent of which are: On the local administration units' Facebook pages. It was also found that the largest percentage of those exposed to the pages of the local administration units on Facebook were males compared to females. The study also revealed, with regard to following up the activities of the local administration units' pages on the social network Facebook, that there were statistically significant differences between the sample members at the level of the variables of age and education, and that there were no significant differences regarding the socio-economic level variable. With regard to the factors that help activate the role of the local administration units' pages on Facebook from the point of view of the sample, the results showed that the most prominent factors were two main factors, namely the speed of responding to inquiries and complaints, and responding to the public. The study concluded with a number of recommendations, the most important of which is supporting the concept of technological culture and benefiting from it in Developing the localities system structurally, administratively and organizationally in order to meet the requirements of the citizen and work to provide means of direct communication between the government and the citizen.

Keywords: local administration units, e-government, local administration, social networks, municipal issues.



المقدمة:

تُعَدُّ المحليات هي عصب الدولة، ومحور الارتكاز لخدمة الجماهير، التي تسيطر على تفاصيلها الدقيقة في كل المحافظات، فهي الوحدات القائمة على إدارة تنظيم الشوارع، والمحافظه على نظافة القرى والمدن والأحياء السكنية، والمنوط بها الخدمات التي تشمل الرصف والإنارة والنظافة والمرافق، وغيرها من قضايا المواطن الحيوية والمؤثرة في حياته اليومية. وعليه أصبحت الآن قضايا الإدارة المحلية تستحوذ على نسبة كبيرة من اهتمام المواطن، وخاصة في الآونة الحالية، وذلك انطلاقاً من مفهوم يفرض وجوده على غالبية دول العالم منذ سنوات قليلة؛ وهو مفهوم المشاركة الشعبية، وإتاحة الفرصة للمواطنين في صنع القرارات واتخاذها التي تهم شؤون مجتمعاتهم المحلية.

ونجد انه في إطار الثورة التكنولوجية التي حدثت في كل أنحاء العالم وما تبعها من مستجدات حتمت على كل الدول والمجتمعات محاولة مواكبتها؛ ومن ثم محاولة الاستفادة من توظيف هذه الإمكانيات الهائلة في رفع مستوى أداء الوحدات والحكومية والمحلية؛ ومن ثم انعكاس ذلك على تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين، ورفع الأداء الحكومي.

ولما كانت شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بمنزلة وسيط فعّال يجد فيه الجمهور على اختلافه منفذاً للتعبير عن آرائه وطموحاته أملاً في التغيير. بالإضافة إلى تزايد أهميتها في الفترة الأخيرة؛ مما زاد من الإقبال المتنامي على استخدام هذه الشبكات، وسهولة استخدامها، وانخفاض تكلفتها، بالإضافة إلى تعدد وسائل التواصل التابعة لها جعلت الباب مفتوحاً لاستثمار هذه الشبكات لما يخدم مصالح المستخدمين أي كانت جهاتهم الأمر الذي دفع المؤسسات الرسمية إلى توطئ هذه الشبكات كجزء لا يتجزأ من منظومتها الإعلامية، وذلك في ضوء التحول التدريجي نحو الحكومة



الإلكترونية (1).

ومن هنا تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية الدور الذي تقوم به صفحات الوحدات المحلية من خلال شبكة التواصل الاجتماعي Facebook في معالجة قضايا المحليات.

الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسات ذات الصلة بهذا البحث على محورين: المحور الأول- يشمل مجموعة الدراسات التي تناولت الحكومة الإلكترونية وتواجدها على مواقع التواصل الاجتماعي، أما المحور الآخر- فيعرض لمجموعة الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للقضايا المحلية.

1- دراسات تتناول الحكومة الإلكترونية وتواجدها على مواقع التواصل الاجتماعي:

قامت دراسة (*Ben Epstein, Leticia Bode, Jennifer M Connolly*, 2021) (2)

بقياس كيفية استجابة البلديات الأمريكية التي يزيد عدد سكانها عن 50000 نسمة على طلبات الحصول على المعلومات عبر الإنترنت، بما في ذلك متوسط معدل الاستجابات ووقتها وجودتها، وفحص ماذا كانت سمات الاستجابة هذه تختلف بناء على طريقة الاتصال أو طريقة الطلب بشكل عام. وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة: أن البلديات قد استجابت ل 54 % من طلبات الجمهور المرسلة لهم عبر البريد الإلكتروني، و 38 % من طلباتهم عبر تويتر. وقد تم استلام غالبية الردود في نفس يوم العمل، وقد كانت معدلات الاستجابة على الجمهور أسرع على تويتر وخاصة الاستفسارات المحبطة، ولكنه أعلى جودة على البريد الإلكتروني. وهذا يؤكد أنه ما زال الوعد بوسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل ثنائي الاتجاه محدودًا، وليس على درجة من الفاعلية



المطلوبة، ومحبطاً للأمال، خاصة في ظل محاولة فهم مدى استجابة الحكومة المحلية لطلبات الجمهور، وفعالية سياستها دعماً لمبدأ الديمقراطية.

وقد اتفقت معها بنسبة كبيرة دراسة (*Charity Hove, 2019*)⁽³⁾ التي ركزت على البلديات المحلية في مقاطعة أمانول في منطقة الكاب الشرقية بجنوب إفريقيا، التي تم إعلانها كمنطقة عالية الخطورة؛ بسبب الجفاف الذي ساد في عام 2016 حتى عام 2017. وقد تم استخدام أخذ العينات الهادفة، مع إعطاء الأولوية لرسائل المياه. وتم استخدام تحليل المحتوى النوعي لتحليل المحتوى على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي للبلديات المحلية.

وقد توصلت النتائج إلى أنّ البلديات المحلية في مقاطعة أمانول، لم تكن تستخدم صفحات وسائل التواصل الاجتماعي للتثقيف والتوعية في الحفاظ على المياه، وأنها بحاجة إلى تطوير صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لخلق تفاعل مع الجمهور؛ إذ أثر عدم تطوير صفحاتها في مستوى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد اتفقت معها أيضاً دراسة (*Deborah Agostion , 2013*)⁽⁴⁾ ، التي هدفت إلى تعرف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى إدارات بلديات المدن الإيطالية، فقد قامت الباحثة بتحليل 119 حساباً لهذه البلديات على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي. وقد توصلت هذه الدراسة إلى حاجة هذه الإدارات إلى تطوير حساباتها على هذه المواقع من حيث تحديث المعلومات، وزيادة مستوى التفاعل مع الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من مميزات كل وسيلة؛ مثل: الفيس بوك، واليوتيوب، بالصورة التي تسهم في جذب الجمهور المتعاملين مع البلديات لاستخدام حساباتها على هذه المواقع، واتفقت أيضاً معهم دراسة (*Anders Olof*)



Larson , 2013⁽⁵⁾؛ إذ قيمت هذه الدراسة ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل السياسيين على المستوى المحلي. تتميز الدراسة التحليلية الهيكلية الكمية لممارسات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل جميع البلديات السويدية، البالغ عددها 290، وتقيس الدراسة انتشار هذه الأنواع من المواقع الناشئة على الإنترنت في الحكومات المحلية، وتستخدم التحليلات الإحصائية لشرح الاختلافات الملحوظة، وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أنّ استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل حكومات البلديات بطيء، وفي بعض الحالات يتناقص، ربما بسبب المخاطر القانونية والتشغيلية التي تنطوي عليها بشكل عام.

وقد اتفقت معها دراسة (Biruta , Kata ,Marcis,2021)⁽⁶⁾ ؛ إذ توسع استخدام وسائل الإعلام المرئية في البلديات حول العالم على أساس تطوير الإنترنت والتكنولوجيا. على الرغم من أن كل شبكة اجتماعية تقدم مزايا كبيرة وفرصًا للبلديات، فإنّ البحث عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البلديات في لاتفيا لا يزال ضئيلاً. وقد كان الغرض من الدراسة هو تحليل مدى وسائل التواصل الاجتماعي للبلديات في لاتفيا. وقد استخدمت عدة طرق للبحث في هذه الدراسة، ومنها: دراسات النشر العلمية الحديثة، وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي لبلديات لاتفيا، ودراسة استقصائية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البلديات في لاتفيا أنجزت في أبريل 2021. ولتحليل البيانات تم استخدام مؤشرات للإحصاءات الوصفية (مؤشرات الاتجاه المركزي، المتوسط الحسابي - مؤشرات التباين، الانحراف المعياري، الجدولة المنقطعة، تحليل التباين).

وقد أظهرت النتائج أن 13 من 119 بلدية في لاتفيا تفنقر إلى وسائل التواصل الاجتماعي. ومن ثم ما زال استخدامها محدودًا. ويمكن أن توفر نتائج البحث مؤشرات قيمة لصانعي القرار حول كيفية تحسين إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في البلديات



في لاتفيا.

وانتقلت معهم أيضاً دراسة (Concetta ,Benedeta,Maria,2020)⁽⁷⁾؛ إذ حلت هذه الدراسة محددات المشاركة العامة على صفحات البلديات على فيسبوك. وتتكون العينة من 170 بلدية إيطالية وإسبانية استخدمت فيسبوك في عام 2014. وتظهر النتائج أنّ نشر الكثير من المعلومات على صفحات فيسبوك البلدية لا يزيد من مشاركة المواطنين. كما أنّ النشر المتكرر للمعلومات في حد ذاته لا يشرك الجمهور. ومع ذلك، إذا تم نشر المنشورات عندما يمكن للجمهور الانتباه إليها (على سبيل المثال، أيام الراحة)، فإنّ احتمالية المشاركة العامة تزداد. علاوة على ذلك، فإنّ مشاركة المواطنين في صفحة البلدية على فيسبوك تعتمد على مستوى دخل المواطنين - هناك علاقة سلبية بين دخل المواطنين ومستوى المشاركة.

كما انتقلت معهم أيضاً دراسة (Irene , Martin,Iyia,2020)⁽⁸⁾؛ إذ تبحث هذه الدراسة في العلاقة بين أداء البلديات على وسائل التواصل الاجتماعي ورضا المواطنين عن البلدية. تم إجراء دراسة قائمة على الملاحظة، بناءً على أربعة مصادر بيانات عامة وطنية سويدية مختلفة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه بالرغم من أن أداء البلديات على فيسبوك مفترض أنه مرتبط برضا المواطنين عن العيش في البلدية، ورضاهم عن تقديم الخدمات البلدية. ومع ذلك، فإنه لم تكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أداء Facebook والرضا عن الشفافية والتأثير من منظور المواطن. وعليه فإنّ أحد الآثار المهمة للدراسة هو أن تصور المواطن فيما يتعلق بما إذا كانت البلدية مكاناً جيداً للعيش فيه أم لا يرتبط باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للبلدية. وتبعاً لما سبق فإنّ تأثير facebook كان هنا محدوداً.

بينما اختلفت معهم دراسة (Agnieszake,Izabela,Maia,2022)⁽⁹⁾؛ إذ هدفت إلى استكشاف تأثير تطبيق أدوات الاتصال الرقمي من قبل المواطنين والفائدة



المتصورة لوسائل التواصل الاجتماعي على العلاقة بين المواطنين والسلطات المحلية. وقد تم جمع البيانات في الفترة من أبريل إلى سبتمبر 2020 من خلال مسح (CAWI) بين مواطني بوزنان، بولندا (العدد = 502)، وكوتايسي، جورجيا (العدد = 504)، وتم تحليلها باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية، وتظهر النتائج أن كثافة استخدام أدوات الاتصال الرقمي للمشاركة في شؤون المدينة والفائدة المتصورة لوسائل التواصل الاجتماعي - تسهم في العلاقات الدائمة بين المواطنين والسلطات المحلية في كلا البلدين. تتعلق حداثة هذا البحث بمقارنة دولتين بمستويات مختلفة من التطور. تعد جورجيا من الاقتصادات النامية في أوروبا، وهي في طور تحديث الإدارة المحلية عبر المدن. ومع ذلك، فإن بولندا اقتصاد ناضج له تراث ما بعد التحول؛ إذ تستفيد مدنها من خبرة كبيرة في بناء وتطوير سياسات مشاركة المواطنين. علاوة على ذلك، تم إجراء البحث وسط جائحة COVID-19، وأثبتت الشعبية المتزايدة لاعتماد الأدوات الرقمية من قبل المواطنين في شؤون المدينة؛ إذ تسهم هذه الدراسة في فهم تأثير الأدوات الرقمية في العلاقة بين المواطنين والسلطات المحلية. وعليه نجد أنه يؤثر تصور المواطنين لفائدة التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي في تدعيم بناء الثقة والتعاون بين المواطنين والسلطات المحلية.

2- الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للقضايا المحلية:

هدفت دراسة (سرحان عبد الكريم، 2021)⁽¹⁰⁾ إلى معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في بلدية قلقيلية في بناء السمعة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المواطنين؛ بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالمنفعة على البلدية، وعلى العاملين في العلاقات العامة فيها، وذلك من خلال تسليط الضوء على الدور الكبير الذي تؤديه العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي، من حيث التواصل مع المجتمع المحلي، وتقييم جودة الخدمات والاستجابة للمواطنين خلال



الأزمات، والتفاعل مع الجمهور الخارجي، وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس: ما دور العلاقات العامة في بناء السمعة الإلكترونية على وسائل التواصل الاجتماعي؟ ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وقام الباحثان بتصميم استبانة إلكترونية، وعرضها على محكمين مختصين؛ إذ تم استخدمت لجمع البيانات.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أنّ دائرة العلاقات العامة تقوم بتقديم حلول للشكاوى التي يتم تقديمها لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما تقوم دائرة العلاقات العامة بمتابعة الأخبار الكاذبة وغير الدقيقة على وسائل التواصل ونفيها بأقصى سرعة، تقوم دائرة العلاقات العامة في البلدية بنشر أعمال وإنجازات البلدية على الفيس بوك أولاً بأول. كما يوصي البحث بضرورة توزيع البلدية نشرات إلكترونية بصورة دورية حول إنجازاتها؛ لأنها أصبحت بديلاً للنشرات الورقية، وأيضاً تستطيع البلدية بناء السمعة الجيدة من خلال مساهمتها في برامج المسؤولية الاجتماعية، ومتابعة التغذية الراجعة من صفحة بلدية قفيلية على الفيس بوك، وأخذها بعين الاعتبار.

كما تهدف دراسة (جهاد عبد العزيز، 2019) ⁽¹¹⁾ إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في إمداد جمهور الصعيد بالمعلومات حول قضايا مجتمعه المحلي، ومعرفة مدى اعتماد عينة الدراسة على موقع فيس بوك كمصدر للمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي. ورصد أهم قضايا المجتمع المحلي التي يتعرض لها عينة الدراسة عبر موقع فيس بوك، أجرت الباحثة الدراسة الميدانية على عينة عمدية متاحة قوامها 400 مفردة من الشباب مستخدمي موقع الفيس بوك بمحافظة أسيوط وسوهاج، في الفترة من 31 أبريل 2018 حتى 31 مايو 2018، والدراسة التحليلية على ست صفحات إخبارية محلية على موقع الفيس بوك، تم اختيارها بطريقة عمدية، في الفترة من 1 أكتوبر 2017 حتى 31 مارس 2018، اعتمدت الباحثة على صحيفة



الاستقصاء، وأداة التحليل الكيفي، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أنه جاء (الفييس بوك) في مقدمة أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون، وارتفعت نسبة من يعتمدون على الفييس بوك في الحصول على معلومات حول قضايا مجتمعهم المحلي مقارنةً بمن لا يعتمدون عليه، وجاءت (قضايا الفساد والإهمال في المؤسسات) في مقدمة أهم قضايا المجتمع المحلي التي يتعرض لها المبحوثون، ولفتت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن الفييس بوك يمثل وسيلة إعلامية بديلة عن الإعلام المحلي التقليدي؛ وذلك بسبب السرعة والفورية في الحصول على المعلومة قبل أن تتناقلها وسائل الإعلام المحلية التقليدية مدعمة بالصور والفيديوهات.

وقد اتفقت معها دراسة (ندية عبد النبي محمد، 2015)⁽¹²⁾؛ إذ سعت إلى دراسة حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال إلى بعض الأخبار والقضايا المحلية؛ ومن ثم التأثير في الأجندة النهائية للصحف، ومعرفة أي المواقع التي تؤثر في بناء أجندة الصحف أكثر من غيرها، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح؛ إذ اعتمدت الباحثة على مسح القائم بالاتصال بالصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة، وقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى ما يأتي: أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرًا مهمًا من مصادر المعلومات، كما جاء الفييس بوك في مقدمة المصادر التي يستعين بها المبحوثون في أثناء اختيارهم للأخبار الصالحة للنشر في الصحيفة، يليه المجموعات الإخبارية، ثم تويتر، ثم اليوتيوب، وأخيرًا سكايب.

ونجد أن هناك دراسات اهتمت بدراسة دور الإعلام التقليدي مرئي ومسموع في خدمة قضايا المجتمع المحلي على اختلافها، فقد تناولت دراسة (فاطمة عبد المحسن، 2016)⁽¹³⁾ دور الإذاعات المحلية في خدمة قضايا المجتمع بوصفها من أهم وسائل الإعلام وأكثرها شيوعًا لدى جميع المجتمعات المحلية، وما هو الدور الذي يمكن أن



تؤديه الإذاعة المحلية في عكس وطرح القضايا المحلية والمجتمعية التي تواجه المجتمع المحلي بولاية قضايف، وعلاقة الإذاعة المحلية بجمهورها المحلي، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي لجمع البيانات واختيار عينة عشوائية من المواطنين والمستمعين والمهتمين بقضايا المجتمع لمعرفة آرائهم في دور الإذاعة المحلية وخدمة قضايا المجتمع، وقد أثبتت الدراسة نجاح الإذاعة المحلية في عرض ومناقشة قضايا المجتمع المحلي والبرامج الحوارية لها متابعة عالية من المستمعين. نجحت الإذاعة المحلية في عرض مشاكل المجتمع، وأن البرامج الاجتماعية التي تناقش قضايا المجتمع هي أعلى نسبة استماع بالإذاعة.

بينما اختلفت معها دراسة (وليد وادي النيل، 2003)⁽¹⁴⁾، التي اهتمت بالمعرفة بروز القضايا الداخلية بوسائل الإعلام المحلية ودرجة الارتباط بين أجندة اهتمامات وسائل الإعلام المحلية المختلفة (صحافة - إذاعة - تلفزيون) بالقضايا الداخلية موضوع الدراسة إلى جانب توضيح الاستخدام العام والتفضيل لوسائل الإعلام المحلية من قبل المراهقين عينة الدراسة، وقد طبقت الدراسة المحلية على عينة من وسائل الإعلام المحلية بمدن القناة شملت عددًا من الصحف المحلية وبعض البرامج المقدمة بإذاعة وتلفزيون القناة، وذلك لمدة ستة أشهر تلاها تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من المراهقين، بلغ قوامها (600 مفردة)، تتراوح أعمارهم من (17- 18 سنة).

واعتمدت الدراسة على استمارة استقصاء، واستمارة تحليل المضمون، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك ارتفاعًا نسبيًا في مستوى مشاهدة تلفزيون القناة بين عينة المراهقين. بينما تتخفف نسبة قراءة الصحف والإذاعة. وتمثلت أهم دوافع التعرض للصحف اليومية وتلفزيون القناة في معرفة المعلومات عن القضايا الداخلية التي تمس حياتهم اليومية، بينما أهم دوافع الاستماع للإذاعة كان التسلية وقضاء وقت الفراغ. وقد أشار المراهقون (عينة الدراسة) إلى أن تلفزيون القناة هو أكثر وسائل الإعلام



المحلية معالجة للقضايا الداخلية بمدن القناة. تمثلت أجندة اهتمامات المراهقين بالقضايا الداخلية في تسع قضايا، جاءت بالترتيب الآتي: (البطالة -مشكلات التعليم - الإدمان - الفساد والمحسوبية - سوء الخدمات المحلية- الكساد وغلاء المعيشة- الديمقراطية- وحرية التعبير عن الرأي- مشكلات الإسكان - الجريمة).

أما دراسة (شهرزاد بوهدة، 2020) ⁽¹⁵⁾ فقد هدفت إلى معرفة الدور الذي أصبح يلعبه موقع الفيسبوك بوصفه أحد الوسائط الجديدة والمساهمة في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، وذلك من خلال دراسة ميدانية لصفحة إذاعة المدينة كنموذج للدراسة؛ من أجل الكشف عن واقع التنمية المحلية بهذه المدينة وكيفية النهوض بها. ولمعالجة إشكالية البحث وتحقيق أهدافه؛ تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، الذي تضمن تجميعاً للبيانات من خلال استمارة وزعت على عينة قصدية من المبحوثين تشمل 60 متابعاً للصفحة الرسمية لإذاعة المدينة على موقع الفيسبوك ومشاركاً فيها، ليتم بعدها تحليل باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS. وبناء على تحليلات الدراسة الميدانية خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها: أن الفيسبوك أصبح أداة فاعلة وفضاء داعماً لتنمية المجتمع المحلي وتحسين أداء الإذاعات المحلية لتطوير خدماتها العمومية.

وقد أيضاً أجريت الكثير من الدراسات فيما يخص دور الصحافة كأحدى وسائل الإعلام التقليدي في تناول قضايا المجتمع المحلي، فهدفت دراسة (نجوي عبد السلام، 2011) ⁽¹⁶⁾ إلى معرفة مدى تعرض المراهقين للصحف المحلية، ومعرفة أكثر الصحف المحلية تفضيلاً لدى المراهقين. والوقوف على العلاقة بين قراءة المراهقين للصحف المحلية والمستوى المعرفي لهم، والكشف عن أوجه القصور الموجودة بالصحف المحلية من وجهة نظر المراهقين، إن وجدت، وقد اعتمدت الباحثة على اختيار عينة الدراسة الميدانية التي بلغت قوامها 400 مفردة من المراهقين في المرحلة العمرية (18 - 21) سنة من طلاب كليات جامعة قناة السويس بمحافظة بورسعيد، كما اعتمدت على عينة



تحليلية من الصحف المحلية الصادرة بمحافظة بورسعيد. اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات من طلاب الجامعة عينة الدراسة، وتحليل المضمون لدراسة وتحليل الصحف المحلية عينة الدراسة، وقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى وجود ارتفاع في معدل قراءة المراهقين عينة الدراسة للصحف المحلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض نتائج عدد من الدراسات السابقة تستنتج الباحثة ما يأتي:

أولاً- قلة الدراسات العربية في مجال العلاقة بين شبكة التواصل الاجتماعي والحكومة، من حيث مدى استخدام الهيئات والوحدات الحكومية لشبكة التواصل الاجتماعي، وخاصة الهيئات والوحدات المحلية. بينما نجد ثراء الدراسات الأجنبية في هذا المجال، وخصوصاً مع تزايد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات في الآونة الأخيرة. إذ اثبتت نتائج الكثير من هذه الدراسات تزايد اتجاه المؤسسات الحكومية بإنشاء حسابات لها على شبكات التواصل الاجتماعي، والاستفادة من الإمكانيات الخاصة بهذه الشبكات الاجتماعية.

ثانياً- اتفقت معظم الدراسات على قلة تفاعل المواطنين مع الصفحات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ إذ لا يزال تفاعل المواطنين مع صفحات المؤسسات الحكومية منخفضاً.

ثالثاً- اتفقت معظم الدراسات على أن الهدف الأساسي من توظيف المؤسسات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي هو الوصول إلى الجمهور من أجل العمل على تطوير أدائها.

رابعاً- أثبتت الدراسات مدى تنامي دور شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات ودورها الفعال في كل ما يخص السياسة والمجتمع، وقوة هذه الوسيلة



في بلورة الفكر والوعي المجتمعي والجماهيري. وبصفة خاصة شبكة التواصل الاجتماعي Facebook؛ إذ أكدت معظم نتائج هذه الدراسات أن الفيس بوك هو الموقع الأكثر تفضيلاً لدى القائمين بالاتصال والجمهور على السواء.

خامساً- أثبتت معظم نتائج الدراسات العربية مدى قوة وسائل الإعلام في معالجة القضايا المحلية والمجتمعية، وخصوصاً الصحافة؛ إذ أجريت معظم الدراسات على الصحف الإقليمية ومدى دورها في معالجة هذه القضايا، ولكن من الملاحظ ندرة الدراسات التي تناولت ارتباط شبكة التواصل الاجتماعي بقضايا المحليات ومعالجته لها، كما نلاحظ أيضاً ندرة الدراسات التي تناولت قضايا المحليات نفسها، والخاصة بالخدمات المحلية المقدمة للمواطن، وتلامس حياته اليومية، وهو موضوع هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

ونظراً لما تمثله المحليات من أهمية بالغة؛ إذ إنها تمثل محور ارتكاز خدمة الجماهير، والمحرك الأساسي لعملية التنمية لتقي بمتطلبات المواطن؛ لتحقيق مستوى معيشة أفضل له، كما أنه مع كون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت قوة داعمة لتواصل المجتمع مع بعضه البعض؛ إذ تتمتع هذه الوسائل الإعلامية بخواص تفاعلية وتواصلية فائقة -حتمت ضرورة الاستفادة منها ومن إمكانياتها في عملية الإصلاح الإداري والمجتمعي كدافع للعملية التنموية. بالإضافة إلى ما أشارت إليه الكثير من الدراسات البحثية من ارتفاع معدلات إقبال الجمهور المصري على استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي عامة، وموقع الفيس بوك بشكل خاص.

واستناداً إلى ما سبق، يمكن الإحساس بالمشكلة البحثية من خلال تلمس الباحثة لفاعلية صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي



Facebook في معالجتها لقضايا المجتمع المحلي، والتأثير الذي تمارسه الوحدات المحلية عينة الدراسة في كيفية إدارتها وعرضها وتحليلها لقضايا المحليات، ومحاولة الحد من السلبيات، والعمل على حل المشاكل التي تواجه المجتمع على اختلاف فئاته، وتقديم الخدمات للجمهور من خلال معرفة شكواهم ومشكلاتهم وقضاياهم التي تواجههم، وذلك من خلال التواصل معهم بما يضمن استمرارية الجمهور المصري في التفاعل معها من خلال ثقة ومصداقية ما تنشره وحدات الإدارة المحلية عينة الدراسة على صفحتها على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook. وبما يضمن العمل على الإصلاح الإداري والمجتمعي، وتعزيزاً لمفهوم المشاركة الشعبية في صنع القرارات التي تهم شؤون المجتمع المحلي للمواطن. وتبعاً لذلك فإن مشكلة الدراسة تكمن في الإجابة عن التساؤل الآتي: ما مدى فاعلية الدور الذي تقوم به صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook في معالجة قضايا المحليات؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى دور صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ومدى فاعليتها في معالجة قضايا المحليات.
2. معرفة أهم القضايا والموضوعات المثارة على تلك الصفحات.
3. معرفة مدى توظيف وحدات الإدارة المحلية لشبكة التواصل الاجتماعي Facebook في عرض وتحليل القضايا المحلية؛ بهدف معالجتها، والوصول إلى أكبر قدر من الشرائح المستهدفة.
4. معرفة مدى وحجم تفاعل الجمهور مع مضمون صفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook من حيث (عدد الإعجابات بالمنشور، وعدد التعليقات على المنشور، واتجاه التعليقات، وعدد مشاركات المنشور).
5. معرفة أهم القضايا التي تستحوذ على اهتمام الجمهور على هذه الصفحات.



6. معرفة أشكال تفاعل الجمهور مع صفحات وحدات الإدارة المحلية.
7. معرفة العوامل التي تزيد من فاعلية الدور الذي تقوم به وحدات الإدارة المحلية من خلال صفحاتها على facebook من وجهة نظر أفراد العينة.

تساؤلات الدراسة:

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما طبيعة القضايا التي تنشر على صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؟
2. ما الأهداف التي تسعى صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك إلى تحقيقها؟
3. ما أهم الوسائط المتعددة التي تستخدمها صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك) في عرض منشوراتها؟
4. ما أسباب تعرض الجمهور لصفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؟
5. ما القضايا التي تثير اهتمام الجمهور على صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؟
6. ما مدى مستوى تفاعل الجمهور مع مضمون صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؟
7. ما أهم العوامل التي تساعد على زيادة فاعلية دور صفحات الوحدات المحلية على (الفيس بوك) في معالجة قضايا المحليات من وجهة نظر الجمهور؟

فروض الدراسة:

يسعى البحث إلى اختبار الفروض الثلاثة المتعلقة بمتغيرات الدراسة كالاتي:



- أ- الفرض الأول- توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي facebook بحسب متغيرات النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.
- ب- الفرض الثاني- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بحسب متغيرات النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.
- ج- الفرض الثالث- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بحسب متغيرات النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

الإطار النظري للدراسة:

تعد نظرية المجال العام من أكثر النظريات قدرة على فهم وتفسير التفاعلات اليومية للجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، ويعرف "الفضاء العام" بأنه مساحة للحياة الاجتماعية، تضم عددًا من الأفراد تجمعهم خصائص واهتمامات مشتركة⁽¹⁷⁾.

إذ إن الفضاء الاجتماعي الجديد الذي أوجدته تقنية المعلومات والاتصالات أعطى معنى جديدًا لمفهوم المجال العام الذي كان يتحدث عنه يورغن هابرماس في الستينيات. من هنا بدأت الأدبيات الإعلامية تعود إلى نظرية المجال العام public sphere في محاولة لإيجاد غطاء نظري تستظل به وسائل الإعلام الجديد بما فيها الإعلام الاجتماعي لدراسات الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها. فقراءة المجال العام ليورغن هابرماس سيساعد على معرفة الأثر الكبير الذي تحدثه التقنية الاتصالية للإنترنت على المجتمعات، فقد استطاع الإنترنت أن يوجد فضاءات جديدة لم تكن



متوفرة لمواطني المجتمعات النامية على عكس توفرها لمواطني المجتمعات الديمقراطية حتى قبل وجود الإنترنت. وتقليص المساحة بين الفضاء العام (الرسمي) والفضاء الخاص (فضاء الفرد المواطن)، وتأسيس فضاء جديد هو الفضاء العام من شأنه أن يحدث تغيرات نوعية تشهدها تواليًا المجتمعات في العالم⁽¹⁸⁾.

وقد ظهرت نظرية المجال العام (Public Sphere Theory) كنظرية اجتماعية وسياسية على يد يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) في كتابه "التحول البنيوي للمجال العام" "Structure Transformation of The Public Sphere" الذي كُتب بالألمانية عام 1962، وترجم إلى الإنجليزية عام 1989⁽¹⁹⁾، ففي إطار التغيرات السياسية والاجتماعية الكبرى التي شهدتها أوروبا في القرون السابع عشر والثامن عشر والتاسع عشر بإنجلترا وفرنسا وألمانيا، ومع تطور الرأسمالية في أوروبا الغربية قام هابرماس ببناء النظرية البرجوازية المعروفة باسم المجال العام، معتمدًا على بعض التصورات السياسية ودور المجتمع المدني المنتشر في جميع أنحاء العالم⁽²⁰⁾. ونجد أنّ مصطلح المجال العام Public Sphere هو ترجمة للمصطلح الألماني Öffentlichkeit، الذي يمكن ترجمته إلى عدة مصطلحات متشابهة؛ كالعام، أو الجمهور، أو الانفتاح⁽²¹⁾.

وتفترض نظرية المجال العام وجود أربع سمات رئيسة تميز الاتصال في الفضاء العام، وهي: (22)

1. القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
2. الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
3. بنية المناقشة.
4. طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة.



وفي هذه الدراسة يمكن أن تطرح نظرية المجال العام مفاهيم وأبعادًا تجعل منها إطارًا مناسبًا لهذه الدراسة؛ إذ نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي Facebook طبقًا لما تم تقديمه وقوله فيما يخص نظرية المجال العام يعد مجالًا عامًا تواصلياً، فهو يعد بمنزلة ساحات حرة التي يقوم فيها الأعضاء بالنقاش معًا والتفاعل وتبادل الآراء والتحدث عن الشؤون العامة والاهتمامات المشتركة؛ من أجل الوصول إلى حلول للمجتمع الذي يعيشون فيه، وهو ما يمثل مجال عام، وذلك في مجال قضايا المجتمع وقضايا المحليات على وجه الخصوص، وهو مجال هذه الدراسة؛ إذ يتفاعل الجمهور مع صفحات الإدارات المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي من أجل عرض آرائهم ومشاكلهم وقضاياهم؛ للوصول إلى مجتمع أفضل؛ وذلك لأنّ المحليات هي عصب الدولة. كما سنستفيد منها في معرفة مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي Facebook في معالجة قضايا المحليات ومدى تفاعل وتواصل الجمهور عينة الدراسة مع هذه الصفحات الخاصة بالإدارة المحلية، وتبادل الآراء والمعلومات حول القضايا والمعلومات المعروضة على صفحاتها من أجل الوصول إلى آراء وحلول لهذه القضايا ذات الصلة.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى "الدراسات الوصفية" Descriptive Study ، التي تستهدف تصنيف البيانات والحقائق وتسجيلها وتحليلها واستخلاص النتائج والدلالات من خلال صحيفة الاستبيان وأداة تحليل المضمون Content analysis، من خلال رصد منشورات الصفحات الرسمية وتحليلها، وتوصيف الكيفية التي يتم من خلالها استخدام شبكة الفيس بوك facebook من جانب وحدات الإدارة المحلية في مصر، ودور هذه الصفحات في معالجة قضايا المحليات؛ وذلك بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة.



منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام "منهج المسح" بشقيه التحليلي والميداني؛ إذ إن منهج المسح الإعلامي يصور الظروف والاتجاهات الراهنة، وهو من أكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية. وهو ملائم لطبيعة مشكلة الدراسة في هذا البحث؛ إذ تم عمل مسح لصفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي (Facebook) والآثار المترتبة على فاعليتها لدى عينة الدراسة. كما تضمنت الدراسة مسحاً ميدانياً على عينة من الجمهور المصري المتابع لصفحات وحدات الإدارة المحلية.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على أداتين مهمتين في جمعها البيانات، هما: استمارة تحليل المضمون فيما ينشر على صفحات وحدات الإدارة المحلية عينة الدراسة على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook، وكذلك استمارة استبيان خاصة بالجمهور المصري، التي تقيس درجة تفاعلهم مع المحتوى المقدم من خلال صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي.

استمارة تحليل مضمون: تُعدُّ استمارة تحليل المضمون إحدى أهم أدوات جمع البيانات الأساسية خصوصاً في بحوث الإعلام شأنها في ذلك صحيفة الاستبيان⁽²³⁾.

وحدات وفئات التحليل المستخدمة في الدراسة التحليلية:

تمثلت وحدات التحليل في هذه الدراسة فيما يأتي:

- أ- **وحدات التحليل:** حيث ستقوم الباحثة بالاستعانة بوحدة للتحليل، وهي:
- **وحدة المنشور:** وذلك لتحليل محتوى المنشورات التي يتم نشرها على صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؛ من أجل



تعرف طبيعة الموضوعات التي تتضمنها هذه المنشورات.

ب- فئات التحليل: حيث سيتم تحديد فئات التحليل بما يرتبط بتساؤلات

الدراسة وأهدافها على النحو الآتي:

- **الجزء الأول هو فئات "ماذا قيل"، وتشمل:**

1- **فئة الموضوعات:** وفئة تحدد المنظور العام الذي تدور حوله الموضوعات

التي تتناولها صفحات وحدات الإدارة المحلية عينة الدراسة على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ، وهي: (إنجازات الوحدة المحلية وأنشطتها، القرارات الحكومية، الزيارات الرسمية، المناسبات والاجتماعيات، الاخبار المهمة، التنويهات والإرشادات، المقابلات والاجتماعات مع الضيوف والمسؤولين، سواء مصريين أم أجانب، تلقي الشكاوى، أخرى...).

2- **فئة الأهداف:** وهي الفكرة التي تسعى الصفحة من خلال منشوراتها إلى

إيصالها للجمهور المستخدم للصفحات، وهي: (تعريف الجمهور بإنجازات الوحدة وأنشطتها، نشر أهم القرارات الحكومية، خدمة المواطنين، إرشادات وتوعية، نشر أحدث الأخبار والمستجدات، أخرى...).

- **الجزء الثاني هو فئات "كيف قيل"، وتشمل:**

1- **فئة مصادر المعلومات:** وهي فئة تحدد المصدر الأساسي الذي أخذت عنه

المعلومة، وتضم (مؤسسات حكومية، شخصيات حكومية، شخصيات متخصصة، مصادر إخبارية على اختلافها، أخرى...).

2- **فئة التفاعلية:** وهي الفئة التي تحدد الآتي:

- **الأشكال التي تتيحها الصفحات للتفاعل مع المنشورات، وهي:** (إعجاب

بالمنشور، تعليق على المنشور، مشاركة للمنشور، الرد على تعليقات الجمهور،



- إمكانية مشاركة صور وفيديوهات بالمنشور، أخرى،...).
- حجم تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات، وهي: (عدد الإعجابات بالمنشور، عدد التعليقات على المنشور، عدد مشاركات المنشور).
- 3- فئة الوسائط المتعددة: وهي فئة تحدد أهم العناصر السمعية والبصرية التي تستخدمها الصفحة في عرض منشوراتها، وهي (نصوص ثابتة، صور ثابتة، مقاطع فيديو، روابط إلكترونية، رسوم، أخرى،...).

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة التحليلية:

- تضم صفحات وحدات الإدارة المحلية المصرية الرسمية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook، التي تهتم بمعالجة قضايا المحليات ونشر أخبارها وأنشطتها على صفحاتها Facebook، واستقبال شكاوى الجمهور ومقترحاته، وبما تتضمنه من مواد تقدمها ليتفاعل معها كل من القائم بالاتصال والجمهور في مصر.

عينة الدراسة ومبررات اختيارها:

- هي جزء من أجزاء مجتمع البحث الأصلي، الذي يختارها الباحث بأساليب مختلفة لإجراء الدراسة عليه، وتضم عددًا من أفراد المجتمع الأصلي؛ ومن ثم فإنَّ العينة لا بد أن تمثل المجتمع الأصلي، وتحقق أغراض البحث، وتغني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي⁽²⁴⁾.

إذ اعتمدت هذ الدراسة على نوعين من العينات، ويمكن تقسيمها إلى عينة تحليل المضمون متمثلة في صفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook بمصر، وكذلك عينة الدراسة الميدانية والمتمثلة في الجمهور المصري المتابعين لتلك الصفحات على Facebook.



عينة الدراسة التحليلية:

- تم اختيار عينة عمدية من صفحات وحدات الإدارة المحلية الرسمية على Facebook ، وقوامها (4) صفحة خاصة بوحدات الإدارة المحلية حيث تمثل كل صفحة منهم أقاليم مصر (حضر - وجه بحري - وجه قبلي)، وذلك لتحليل مضمون المواد التي تنشر على هذه الصفحات خلال شهري مايو ويونيه من عام 2022. وقد لوحظ عند اختيار هذه الصفحات ما يأتي: (مدى نشاط الصفحة في نشر المنشورات - عدد المشاركين بالصفحة - مدى تحديث المنشورات - مدى تفاعل الجمهور مع الصفحة).

وقد كانت هذه الصفحات، كما يأتي:

1- الصفحة الرسمية لمحافظة القاهرة (www.cairo.gov.eg/Default.htm)

2- البوابة الإلكترونية لمحافظة الشرقية (<http://www.sharkia.gov.eg>)

3- صفحة محافظة الإسماعيلية الإعلامية الرسمية (<http://www.ismailia.gov.eg/>)

4- محافظة المنيا (<http://www.minia.gov.eg/>)

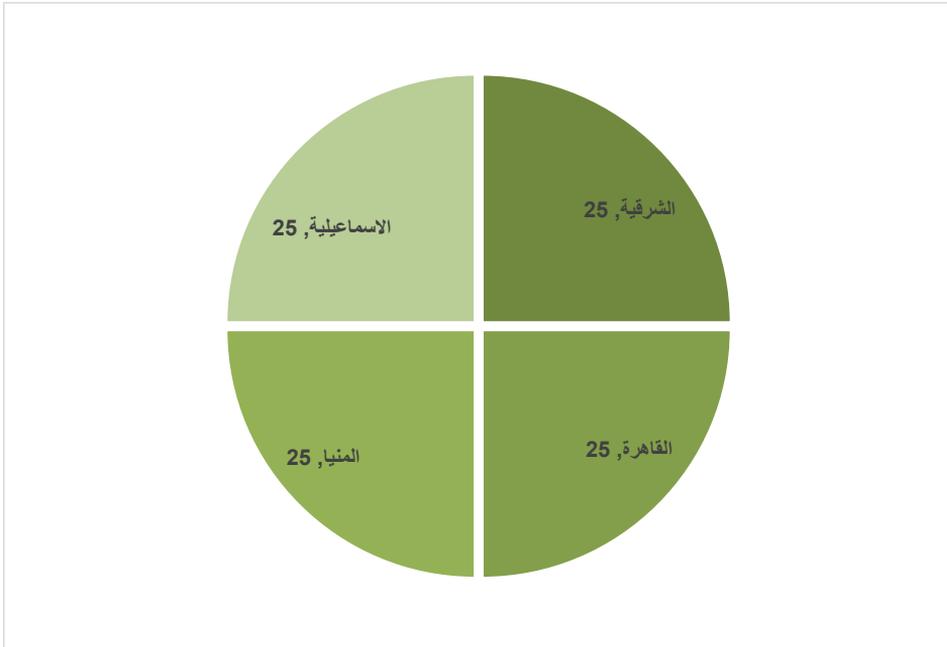
أما بالنسبة للفترة الزمنية للدراسة فقد قامت الباحثة بتحليل عينة الدراسة لفترة زمنية موحدة، وقد تحددت الفترة الزمنية للدراسة ابتداءً من (20-5-2022 / 26-6-2022م)، وهي الفترة التي أجريت فيها عملية التحليل لعينة الدراسة. وقد اعتمدت الدراسة على تحليل صفحات وحدات الإدارة المحلية عينة الدراسة على Facebook التي امتدت لمدة شهر وأسبوع، وذلك بواقع عدد 100 منشور من كل صفحة من الصفحات الأربعة محل الدراسة، وقد أخذت الباحثة في اختيارها لهذه الصفحات مجموعة من الموضوعات والأهداف التي تتناولها على صفحاتها على facebook، حيث تم استخدام الحصر



الشامل لكل ما تم نشره على صفحات وحدات الإدارة المحلية على facebook. ويوضح الشكل رقم (1) توزيع مواد عينة تحليل المضمون على البوابات الإلكترونية للمحافظات (عينة الدراسة التحليلية).

شكل (1)

توزيع المنشورات posts على صفحات الفيس بوك للمحافظات محل الدراسة



يظهر الشكل البياني السابق توزيع مواد عينة تحليل المضمون على البوابات الإلكترونية للمحافظات، حيث تم تحليل 400 مادة توزعت بالتساوي على البوابات الأربعة بواقع 100 مادة لكل بوابة، وبنسبة متساوية بلغت 25% من إجمالي العينة لكل بوابة.

مجتمع الدراسة الميدانية:

اعتمدت الباحثة في التطبيق على مجتمع دراستها على الجمهور المصري



المتابع لصفحات وحدات الإدارة المحلية على facebook؛ كي تتوصل إلى نتائج تخدم الدراسة أولاً، والمجتمع ثانياً، علماً بأنه قد تم اختيار مجتمع الدراسة على ضوء أهداف الدراسة الأساسية من حيث مدى فاعلية صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook في معالجتها لقضايا المحليات.

عينة الدراسة الميدانية:

هي مجموعة من الأشخاص الذين يختارهم الباحث من المجتمع الأصلي للدراسة، ويقدمون له عددًا من المعلومات التي تقدم إضافات للدراسة التي يقوم بها⁽²⁵⁾، وبما أنه يستطيع الباحث الاستفادة من الدراسات السابقة والاسترشاد بها في تحديد حجم عينة الدراسة فقد تم ذلك بناءً على أسلوب العينة المتاحة، ووفقاً لهذا الأسلوب تم التطبيق على 460 مفردة من الجمهور العام المصري الممارسين لشبكة التواصل الاجتماعي Facebook عبر صفحات وحدات الإدارة المحلية وذلك من خلال تصميم مسح إلكتروني Online Survey على موقع Google Drive (<https://drive.google.com>)

وتوزيع رابط الاستبانة من خلال موقع الفيس بوك والبريد الإلكتروني بطريقة العينة المتاحة كما سبق ذكره؛ وذلك لأن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات مجتمع الدراسة⁽²⁶⁾.

استمارة الاستبيان الميدانية:

اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع المجتمع المراد فحص آرائها⁽²⁷⁾؛ إذ إن استمارة الاستبيان عبارة عن نموذج يشتمل على مجموعة من الأسئلة التي يصوغها الباحث وفقاً لرؤيته هادفاً بذلك جمع المعلومات الرقمية أو الوصفية عن عينة من الأفراد⁽²⁸⁾.



وقد تم تحديد أربعة محاور رئيسة تتضمنها استمارة الاستبيان، وذلك بناءً على أهداف الدراسة وفروضها وتساؤلاتها، وهي كالاتي:

- 1- كثافة التعرض لصفحات وحدات الإدارة المحلية على **Facebook**.
- 2- دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على **Facebook**.
- 3- مدى التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على **Facebook**.
- 4- الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، واشتملت على (النوع - السن - مكان الإقامة - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي - الدخل الشهري).

استمارة الاستبيان الإلكترونية: الاستبيان الإلكتروني Online Questionnaire هي احد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات، وتتميز بأنها طريقة سريعة جداً لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان، والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة. (29)

وعليه فقد تم إرسال استمارة الاستبيان الإلكترونية عبر إرسال رابط الاستبيان على شبكة التواصل الاجتماعي **Facebook** للجمهور المصري لارتباطها بموضوع الدراسة كما سبق ذكره. وبهذا فقد اعتمدت الباحثة في دراستها على استمارة الاستبيان الإلكتروني. وقد تم تصميم الاستمارة بطريقة علمية محكمة ومنظمة اعتمدت على صياغة أسئلة بشكل منهجي في إطار أهداف الدراسة وفروضها وتساؤلاتها، وقد تناولت الأسئلة موضوع الاستبيان، الذي استهدف مضمونها تقييم مدى فاعلية صفحات وحدات الإدارة المحلية على **facebook** في معالجة قضايا المحليات في مصر. وقد حرصت الباحثة أن يكون عدد أسئلة الاستبيان معقولاً ومناسباً، وليس به تكرار، وواضح للعينة البحثية، ويخدم موضوع الدراسة حتى يمكن الوصول إلى نتائج تخدم الهدف من البحث العلمي.



إجراءات الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

اختبار الصدق: يقصد به التحقق من صلاحية أسلوب تحليل الموضوعات، وذلك للظواهر والموضوعات المراد قياسها وتحليلها بغرض استخلاص نتائج تخدم موضوع الدراسة، وذلك من خلال التحقق أيضاً من صدق أداة التحليل (استمارة تحليل المضمون) لقياس ما سيتم قياسه، والتأكد من مدى استجابة أداة التحليل لموضوع الدراسة من خلال توفير المعلومات والبيانات المطلوبة لتحقيق الصدق الظاهري. وفي هذا الإطار قد تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المتخصصين في مجال الإعلام والبحوث المنهجية، وذلك للحكم على صلاحية الاستمارة للتأكد من صحتها العلمية، وعقب عرض الاستمارة عليهم تم الأخذ بالملاحظات والتوجيهات والتعديلات الذين أبدوها على الاستمارة، حتى خرجت الاستمارة في شكلها النهائي لتصبح صالحة للتطبيق؛ ومن ثم بناء المقياس لتكون صالحة لقياس ما يجب أن تقيسه من خلال محتوى صفحات وحدات الإدارة المحلية.*

اختبار الثبات: يعرف الثبات بأنه إعطاء الاختبار نتائج متقاربة إذا طبق أكثر من مرة، وفي ظروف مشابهة⁽³⁰⁾.

ولإجراء اختبار الثبات، تم إعادة تحليل ما مقداره 5% من عينة التحليل، حيث تم - بعد مرور أسبوعين - إعادة سحب وتحليل 20 مادة من مواد التحليل، وزعت بالتساوي على بوابات المحافظات الأربعة؛ أي 5 مواد من كل بوابة.

ولحساب معامل الثبات تم استخدام معادلة هولستي (Holsti) لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون. وتقوم على حساب درجات الاتفاق بين التحليلين الأول والثاني. وتتص المعادلة على الآتي:

$$A/N = (\text{Percent agreement})$$

حيث:



A ترمز إلى عدد المرات التي اتفق فيها المرمران

N ترمز إلى إجمالي عدد الوحدات التي تم ترميزها في التحليل الأول والتحليل الثاني (التي تشكل الحد الأقصى الذي يمكن الوصول إليه لمعدل الاتفاق بين المرمرين). وبعد تطبيق معادلة هولستي على المادة التي تم تحليلها مرة ثانية، أظهرت النتائج أن نسب الاتفاق بين التحليلين الأول والثاني تراوحت ما بين 83,2%، و88,7%؛ مما يشير إلى درجات ثبات مقبولة لتحليل المضمون داخل الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

اختبار الصدق:

يعد صدق أداة البحث (**Instrument Validity**) الدرجة التي يقيس بها الأداة ما يقيسه الغرض المصمم من أجله، وعليه يمكن تعريف صدق أداة جمع البيانات بدرجة توفير الأداة بيانات ذات علاقة بمشكلة الدراسة، أو المدى الذي يقيس به الأداة ما يفترض به قياسه.⁽³¹⁾ حيث تم وضع الأسئلة والمحاور التي تقيس متغيرات الدراسة، والتي تم عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين من ذوي التخصص في بحوث الإعلام ومناهج البحث*؛ وذلك للحكم على مدى صلاحية استمارة الاستبيان الخاصة بالجمهور المصري المتفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على Facebook، وبعد أن تم عرضها على السادة المحكمين تم إجراء التعديلات والتوجيهات المقترحة؛ لكي تصبح جاهزة للتطبيق على الجمهور.

اختبار الثبات:

للتحقق من ثبات أداة الاستبيان تم تطبيق أسلوب الاتساق الداخلي Internal Consistency، وخلالها تم حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في



الأسئلة والقيمة الكلية للسؤال أو المقياس في كل سؤال في الاستبيان، بحيث يتم التأكد من أن كل فقرة من فقرات أداة الاستبيان متسقة مع المجال الذي تنتمي له الفقرة، وذلك عن طريق استخدام معامل (ألفا كرونباخ) Cronbach's alpha. وتم تطبيق معامل (ألفا كرونباخ) على الأسئلة التي تشتمل على مقياس ليكرت، وهي أسئلة رقم 2، و 4، و5، و6، و7، و8، و9 في الاستبيان تشتمل على 76 فقرة. وبناء على تحليل الثبات بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ 0,96، وهي نسبة ثبات مرتفعة تشير إلى ثبات الإجابات

أيضاً تم تطبيق أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار Test-Retest، بفارق يبلغ أسبوعين بين التطبيقين الأول والثاني على عينة بلغت 46 مبحوثاً يشكلون 10% من عينة الدراسة. ومن خلال حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation بين درجات الأفراد في التطبيق الأول، ودرجاتهم في التطبيق الثاني؛ تبين أن معامل بيرسون لثبات أسئلة الاستبيان يتراوح بين 0.86 و0,92؛ مما يشير أيضاً إلى درجة ثبات مقبولة في أداة الاستبيان.

الفترة الزمنية:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة الدراسة من المبحوثين، وذلك في الفترة الزمنية بدءاً من (2022/9/10م – 2022/9/18م).

جمع بيانات الدراسة الميدانية:

تم توزيع عدد أكبر من الاستمارات إلكترونياً لعينة الدراسة؛ لضمان أخذ عدد مفردات عينة الدراسة من المبحوثين، وقد تم اختيار عينة الدراسة من خلال الأهداف الأساسية للدراسة، وراعت الباحثة في عينة الدراسة الخصائص الديموجرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي - مستوى الدخل الشهري).



المعاملات الإحصائية:

وظفت الدراسة عددًا من المعاملات الإحصائية في إطار الإحصاء الوصفي والتحليلي، فعلى مستوى الإحصاء الوصفي استخدمت الدراسة تحليل التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Standard deviation، والوزن النسبي. أمّا على مستوى الإحصاء التحليلي فقد تمّ توظيف عدد من العمليات لإيجاد مدى وجود علاقة بين المتغيرات، وإجراء اختبارات فروض الدراسة وقياس الثبات، وتمثلت هذه المعاملات في: اختبار T-Test، وتحليل التباين الأحادي One-Way ANOVA، ومعامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation ومعامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha. وقد تمّ إجراء العمليات الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss.



نتائج الدراسة:

أولاً- نتائج الدراسة التحليلية:

1- الموضوعات

شكل رقم (2)

توزيع العينة طبقاً لموضوع المادة



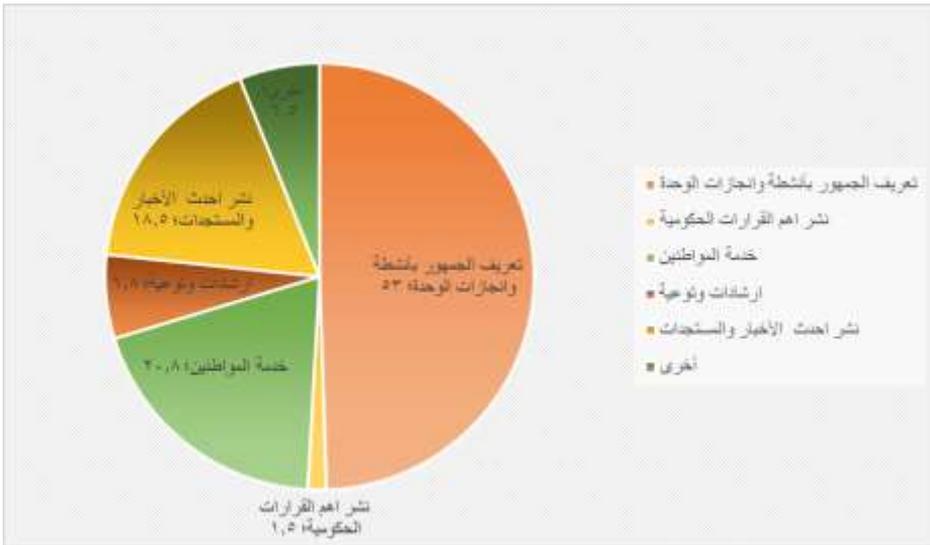
تظهر النتائج الواردة بالشكل رقم (2) أن إنجازات الوحدة المحلية وأنشطتها تتصدر الموضوعات التي تتناولها البوابات الإلكترونية للمحافظات بنسبة مئوية بلغت 53% من إجمالي المواد التي خضعت للتحليل، يليها في الترتيب الثاني الموضوع المتعلق بمتابعة الأخبار ونشرها بنسبة بلغت 19,8%، وفي الترتيب الثالث وبنسبة متقاربة المناسبات والاجتماعات بواقع 7,8%، والتنويهات والإرشادات بنسبة 7,5%، ثم وبنسبة قريبة من النسبتين السابقتين أيضاً المقابلات والاجتماعات بنسبة 6,5%. فيما حلت بنسب أقل مجموعة أخرى من الموضوعات شملت الشكاوى بنسبة 1,5%، والقرارات الحكومية بنسبة 0,8%، والزيارات الرسمية بنسبة 0,3%.



وبين التحليل المقارن بين بوابات المحافظات التي خضعت للتحليل ارتفاع نسبة محافظة الإسماعيلية بنسبة 18%، وتليها الشرقية بنسبة 16,3% على مستوى موضوع إنجازات الوحدة وأنشطتها. أما على مستوى الاهتمام بموضوع القرارات الحكومية فكانت بوابة القاهرة هي الأعلى، وكانت الإسماعيلية هي الأكثر اهتمامًا بالزيارات الرسمية. وجاءت البوابة الإلكترونية لمحافظة الشرقية كأعلى المحافظات اهتمامًا بنشر المناسبات والاجتماعيات بنسبة 3,3%، وعلى مستوى نشر الأخبار كانت بوابة محافظة القاهرة هي الأعلى بواقع 13%، وبفارق واضح في النسب المئوية بين اهتمام باقي البوابات بالأخبار. وكانت البوابة الإلكترونية لمحافظة الإسماعيلية هي الأعلى على مستوى التتويجات الإرشادات فيما كانت البوابة الإلكترونية لمحافظة المنيا هي الأعلى في مستوى الاهتمام المقابلات والاجتماعات، وأخيرًا كانت القاهرة هي الأكثر اهتمامًا بالشكاوى.

2- الأهداف:

شكل رقم (3) توزيع العينة طبقًا للهدف من المادة



كشفت نتائج التحليل أن الهدف الخاص بالتعريف بأنشطة المحافظة وإنجازاتها



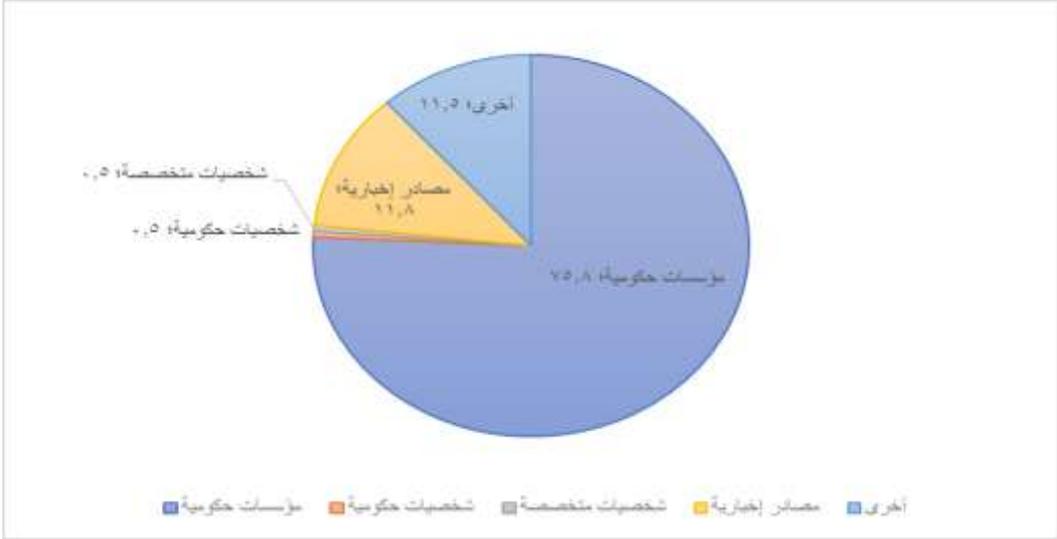
تصدر أهداف المواد المنشورة بالمواقع التي خضعت للتحليل، وبفارق كبير في النسبة المئوية عما عداه من أهداف أخرى، وبنسبة وصلت إلى (53%) من إجمالي الأهداف التي تم رصدها؛ أي ما يزيد عن نصف إجمالي التكرارات التي تم رصدها في هذا الشأن. وحل الهدف المتعلق بخدمة المواطنين في الترتيب الثاني بنسبة مئوية بلغت 20,8%، يليه في الترتيب بفارق طفيف الهدف المتعلق بنشر أحدث الأخبار والمستجدات بنسبة وصلت إلى 18,5%. يلي ذلك بفارق كبير الهدف المتعلق بالإرشادات والتوعية بنسبة 6,8%، وأخيراً الهدف المتعلق بنشر أهم القرارات الحكومية بواقع 1,5%.

وعلى صعيد المقارنة بين البوابات الإلكترونية للمحافظات يتبين أن البوابة الإلكترونية لمحافظة الإسماعيلية هي الأكثر اهتماماً بهدف تعريف الجمهور بأنشطة الوحدة وإنجازاتها بنسبة مئوية بلغت 18,8%، تليها بوابة محافظة الشرقية بنسبة 14,8%. أما على مستوى الهدف المتعلق بخدمة المواطنين البوابة الإلكترونية لمحافظة المنيا هي الأكثر اهتماماً بهذا الهدف بنسبة مئوية بلغت 12,3%، تليها بوابة محافظة الشرقية بنسبة 6%. وعلى مستوى الاهتمام بهدف نشر أحدث الأخبار والمستجدات كانت البوابة الإلكترونية لمحافظة القاهرة هي الأكثر اهتماماً بهذا الهدف بنسبة مئوية بلغت 12,3%، تليها بوابة محافظة المنيا بنسبة 2,8%.



3-المصادر:

شكل رقم (4) توزيع العينة طبقاً لمصادر المادة



تظهر النتائج السابقة أن أعلى المصادر التي تركز بوابات المحافظات على إيرادها في المواد المنشورة هي المؤسسات الحكومية بنسبة كبيرة بلغت 75,8%؛ أي تقريباً في ثلاثة أرباع المنشورات التي خضعت للتحليل. وكانت أعلى البوابات الإلكترونية من حيث معدل الاهتمام، بالإشارة إلى المؤسسات الحكومية هي بوابة محافظة المنيا بنسبة 24%، ويليهما بوابة محافظة الإسماعيلية بنسبة 23%. يلي ذلك في الترتيب الإشارة إلى توظيف المصادر الإخبارية بنسبة مرتفعة عن غيرها من المصادر، ولكن بفارق كبير عن المؤسسات الحكومية، فبلغت نسبة الإشارة إلى مصادر إخبارية في المواد 11,8%. فيما حلت الشخصيات المتخصصة والشخصيات الحكومية بنسب مئوية ضئيلة لم تتعد 0,5% لكل منهما.

وكانت بوابة محافظة القاهرة هي الأعلى في نسبة توظيف المصادر الإخبارية، وبنسبة مئوية بلغت 11,5%؛ أي تقريباً مجمل النسبة التي وردت بها هذه المصادر

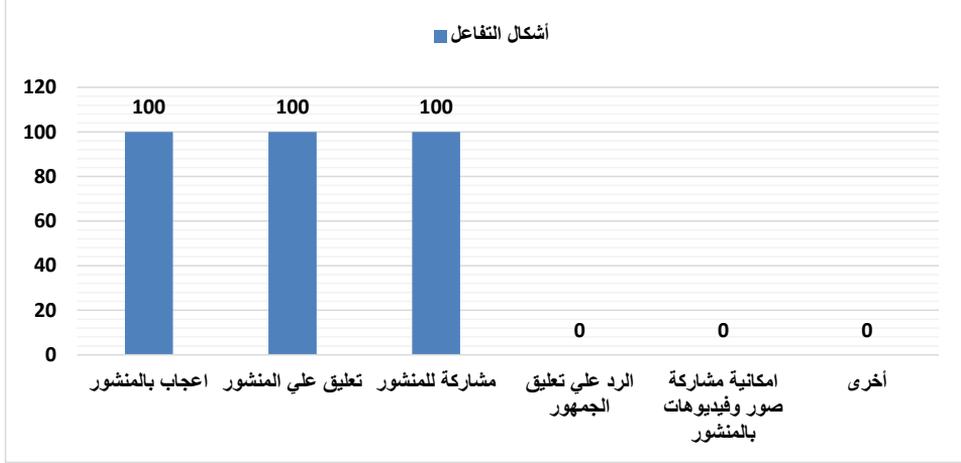


باستثناء نسبة طفيفة.

4- أشكال التفاعل:

شكل رقم (5)

توزيع العينة طبقاً لأشكال التفاعل مع المادة



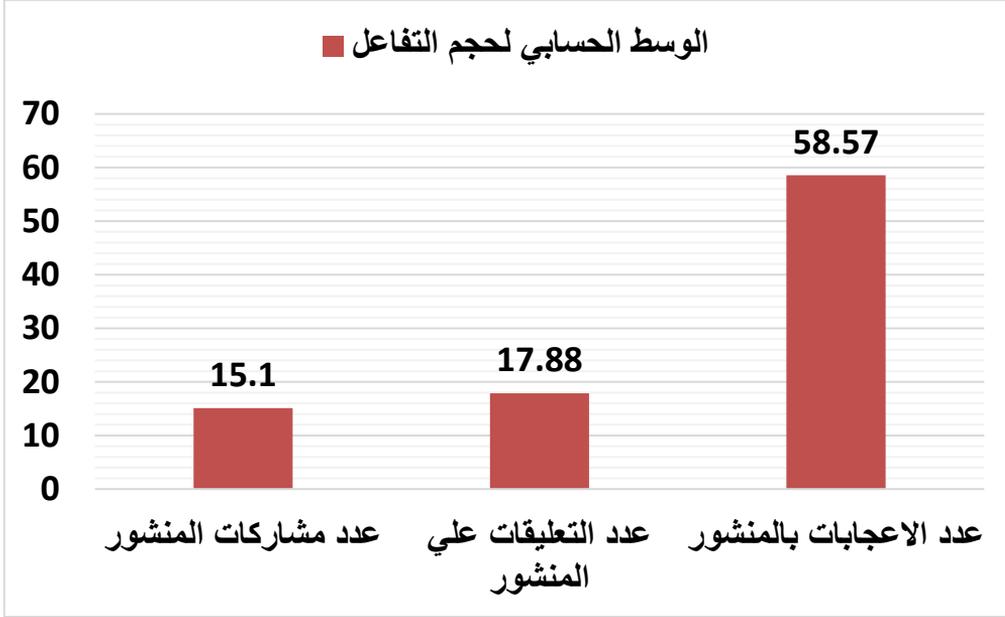
وفيما يخص أشكال التفاعل مع صفحات الوحدات المحلية أظهرت النتائج السابقة أن البوابات الإلكترونية متساوية في إتاحة أشكال التفاعل على الصفحة من حيث إمكانية وضع إعجاب على المنشور، وإمكانية وضع تعليق على المنشور، وإمكانية مشاركة المنشور، كما تساوت أيضاً جميعها في عدم إتاحة إمكانية مشاركة صور وفيديوهات بالمنشور. ولكن اختلفت فيما بينها في الرد على تعليق الجمهور، حيث اتسمت كل من محافظة الإسماعيلية والشرقية بالاهتمام بالرد على تعليق الجمهور، سواء كان استفساراً أو شكوى،... إلخ. وذلك بنسبة بلغت 6,0 % لمحافظة الشرقية، و4,5 % لمحافظة الإسماعيلية.



5- حجم التفاعل:

شكل رقم (6)

الوسط الحسابي لحجم التفاعل على المواد المنشورة على بوابات المحافظات

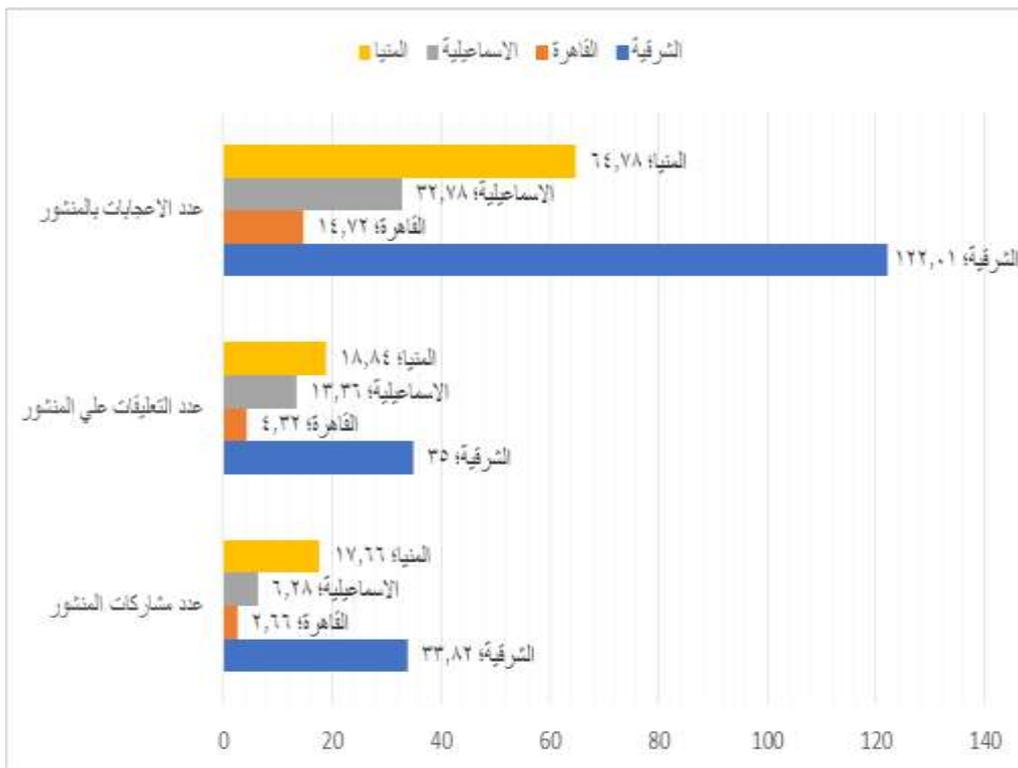


أظهرت النتائج أنّ الوسط الحسابي لعدد مشاركات المنشورة بلغ 15,1 مشاركة بانحراف معياري بلغ 75,5 في حين بلغ الوسط الحسابي لعدد التعليقات على المنشور 17,8 تعليقًا بانحراف معياري بلغ 71,7، أما الوسط الحسابي لعدد مرات إبداء الإعجاب بالمنشور، فقد بلغ 58,5 بانحراف معياري يبلغ 102,7. ومن ثم كان أعلى المتوسطات الحسابية لحجم التفاعل يظهر في عدد مرات إبداء الإعجاب بالمنشور، وبفارق واضح عن أشكال التفاعل الأخرى؛ كالتعليق على المنشور ومشاركته.



شكل رقم (7)

توزيع الوسط الحسابي لحجم التفاعل على المواد المنشورة على بوابات المحافظات



ويظهر الجدول والشكل السابقان أنَّ أعلى المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد الإعجابات بالمنشور هي محافظة الشرقية بوسط حسابي بلغ 122، تليها محافظة المنيا بوسط حسابي بلغت قيمته 64,78، فيما كانت أقل المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد الإعجابات بالمنشور هي محافظة القاهرة بوسط حسابي بلغت قيمته 14,72. أما أعلى المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد التعليقات على المنشور فكانت محافظة الشرقية أيضًا بوسط حسابي بلغت قيمته 33,82، تليها محافظة المنيا بوسط حسابي بلغت قيمته 18,84، فيما كانت أقل المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد التعليقات هي أيضًا القاهرة بوسط حسابي بلغت قيمته 4,32. وأخيرًا كانت أعلى



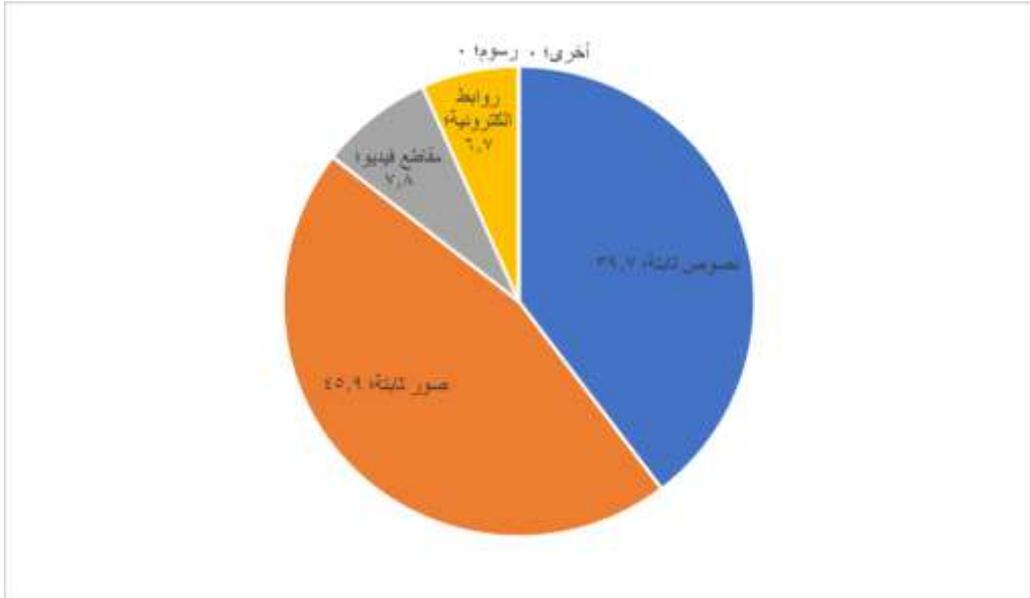
المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد مشاركة المنشور هي محافظة الشرقية كذلك، بوسط حسابي بلغ 33,82، تليها محافظة المنيا بوسط حسابي بلغت قيمته 17,66، بينما كانت أقل المحافظات من حيث الوسط الحسابي لعدد مشاركة المنشور هي أيضًا القاهرة بوسط حسابي بلغت قيمته 2,66.

وتظهر النتيجة السابقة ارتفاع مستوى المتوسط الحسابي لمستوى التفاعل المنشورة على بوابة محافظة الشرقية في كل أشكال التفاعل التي حددها البحث ضمن أداة تحليل المضمون مقابل انخفاض واضح في مستوى متوسط تفاعل الجمهور بمحافظة القاهرة، وقوع بوابتي محافظتي الإسماعيلية والمنيا في منطقة وسطى من حيث حجم التفاعل بين المحافظتين.

6- توظيف الوسائط المتعددة:

شكل رقم (8)

توزيع العينة على البوابات الإلكترونية للمحافظات طبقاً لتوظيف الوسائط المتعددة





تكشف النتائج السابقة أنّ أعلى أشكال توظيف الوسائط المتعددة في إطار منشورات البوابات الإلكترونية للمحافظات هو توظيف الصور الثابتة بنسبة مئوية بلغت 45,9%، يليها في الترتيب وبفارق ضئيل توظيف النصوص الثابتة بنسبة مئوية بلغت 39,7%. فيما حلت أشكال الوسائط المتعددة الأخرى بنسب مئوية أقل بفارق كبير، فلم تتعد نسبة توظيف الروابط الإلكترونية ما نسبته 6,7%، كما لم تتعد نسبة توظيف مقاطع الفيديو 7,8%، كما أظهرت نتائج التحليل عدم ورود أي منشورات اشتملت على رسوم.

وتكشف المقارنة التحليلية بين البوابات المختلفة أنّ الأعلى في توظيف النصوص الثابتة هما الشرقية بنسبة 23,5%، والمنيا بنسبة 23%، وبفارق واضح عن محافظتي القاهرة والإسماعيلية. أما على مستوى توظيف الصور الثابتة فكانت بوابة المنيا هي الأعلى من حيث النسبة بواقع 24,8%، مقابل 24,3% لبوابة محافظة الشرقية، فيما ارتفعت بوابة محافظة الإسماعيلية في توظيف الصور الثابتة بواقع 21,5%. أما على مستوى مقاطع الفيديو فقد كان أعلى ظهور لها في محافظة القاهرة بنسبة 10%، مقابل 3,5% لمحافظة الإسماعيلية التي حلت بالترتيب الثاني، وظهرت بمنشورات بوابة الشرقية لتحل في الترتيب الثالث بنسبة طفيفة لم تتخط 0,8%، واختفت تمامًا من محافظة المنيا. أيضًا كانت بوابة محافظة القاهرة هي الأعلى في توظيف الروابط الإلكترونية بنسبة مئوية بلغت 11,5% لتحل بعدها المحافظات الأخرى بنسب أضعف، وبالنسبة ذاتها هي 0,3%.



ثانياً- نتائج الدراسة الميدانية:

سمات العينة:

بلغ إجمالي حجم العينة 460 مبحوثاً جاءت سماتهم على النحو الموضح بالشكل الآتي:

<table border="1"><thead><tr><th>العمر</th><th>النسبة (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>18 - 39</td><td>82.2</td></tr><tr><td>40 - 59</td><td>14.8</td></tr><tr><td>60 فأكثر</td><td>3</td></tr></tbody></table>	العمر	النسبة (%)	18 - 39	82.2	40 - 59	14.8	60 فأكثر	3	<table border="1"><thead><tr><th>النوع</th><th>النسبة (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>ذكور</td><td>63.3</td></tr><tr><td>إناث</td><td>36.70</td></tr></tbody></table>	النوع	النسبة (%)	ذكور	63.3	إناث	36.70
العمر	النسبة (%)														
18 - 39	82.2														
40 - 59	14.8														
60 فأكثر	3														
النوع	النسبة (%)														
ذكور	63.3														
إناث	36.70														
<p>شكل رقم 10: توزيع عينة الاستبيان وفقاً لمتغير العمر</p>	<p>شكل رقم 9: توزيع عينة الاستبيان وفقاً لمتغير النوع</p>														

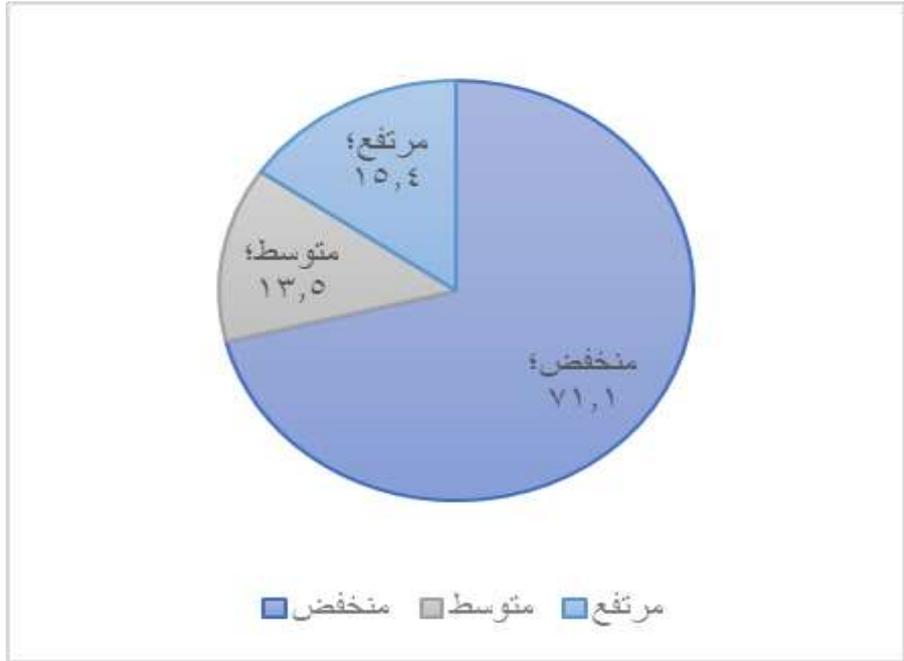


<p>■ مدينة (مركز) 73.5 ■ قرية 7 ■ حي 19.5</p>	<p>■ مؤهل عالي 77.6 ■ مؤهل متوسط 17.8 ■ دراسات عليا 4.6</p>
<p>شكل رقم 12: توزيع عينة الاستبيان وفقاً لمحل السكن</p>	<p>شكل رقم 11: توزيع عينة الاستبيان وفقاً للمستوى التعليمي</p>



شكل رقم (13)

توزيع عينة الاستبيان وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي



تظهر البيانات والتوزيعات الخاصة بسمات العينة أن 63,3% من العينة كانوا من الذكور، فيما بلغت نسبة الإناث 36,7%. أما على مستوى توزيع العينة وفقاً للفئات العمرية، فقد بلغت نسبة من هم تتراوح أعمارهم بين 18 و 39 عامًا 82,2%، وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين 40 و 59 عامًا 14,8%، وأخيرًا بلغت نسبة من تبلغ أعمارهم 60 عامًا فأكثر 3% فقط من العينة. أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي فقد أظهرت التوزيعات أن ما نسبته من 77,6% من أفراد العينة من الحاصلين على مؤهل عالٍ، مقابل نسبة 17,8% من الحاصلين على دراسات عليا، وأخيرًا نسبة 4,6% من العينة من الحاصلين على مؤهل متوسط.

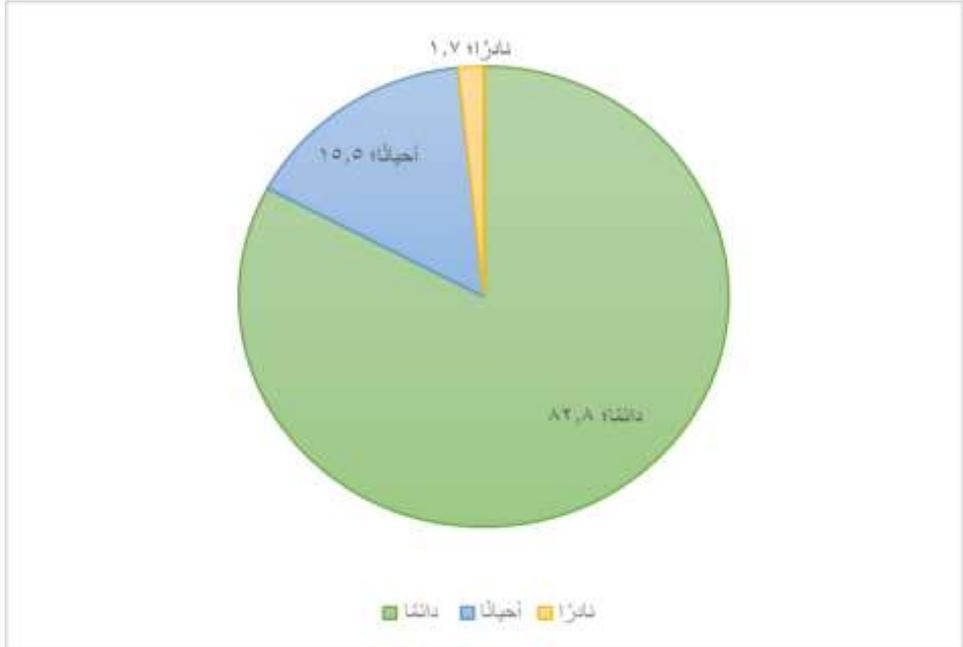


كذلك أظهرت التوزيعات فيما يتصل بمحل السكن أنّ ما يقرب من ثلاثة أرباع العينة بنسبة 73,5% كانوا يسكنون مدينة أو مركزاً، مقابل نسبة 19,5% يسكنون أحد الأحياء، وأخيراً كان ما نسبته 7% من العينة يسكنون إحدى القرى. أما عن توزيع فيما يتعلق بمتوسط الدخل فقد تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 65,8% من أفراد العينة كان مستوى دخلهم أقل من 5000، في حين كان 24,6% مستوى دخلهم يقع بين 5000 وأقل من 10000 جنيه، وأخيراً كان ما نسبته 9,6% ممن يتراوح متوسط دخلهم بين 10000 إلى أقل من 20000 جنيه. كذلك كان 71,3% من العينة لا يملكون سيارة، بينما كان 28,7% يملكون سيارة. وقرر ما نسبته 31,1% من العينة أن لديهم عضوية بأحد الأندية، بينما قرر 88,9% منهم أنهم ليسوا أعضاء في أي نادٍ من الأندية. وقد تم من خلال الأسئلة الخاصة بمتوسط الدخل، ومدى امتلاك سيارة، وعضوية أحد الأندية تكوين مقياس تجميعي للمستوى الاقتصادي - الاجتماعي يتكون من ثلاث فئات: (مرتفع - متوسط - منخفض)، وبناء على نتائج المقياس يتضح أن ما نسبته 71,1% من العينة ينتمون إلى مستوى اقتصادي - اجتماعي منخفض، مقابل 13,5% ينتمون إلى مستوى اقتصادي - اجتماعي متوسط، في حين كان ما نسبته 15,4% من العينة ينتمون إلى مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع.

ومن ذلك يتضح أن النسبة الأكبر من أفراد العينة طبقاً لأرقام المقياس ينتمون إلى المستوى الاقتصادي - الاجتماعي المنخفض.



شكل رقم 14 معدل استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

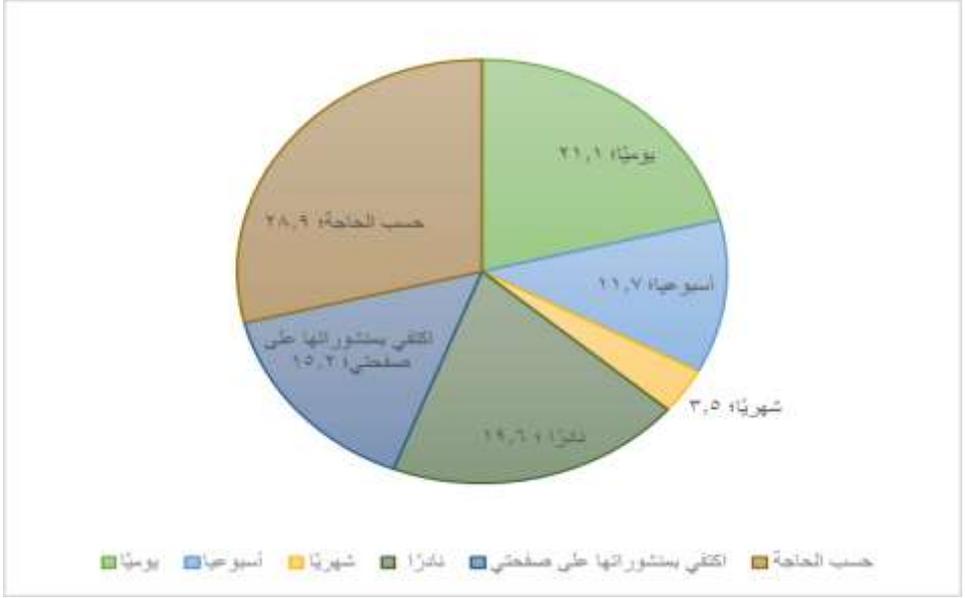


تظهر البيانات السابقة أن 82,8% من أفراد العينة قرروا أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي دائماً، بينما أشارت نسبة قليلة بواقع 15,5% أنهم يستخدمونها أحياناً، وقررت نسبة ضئيلة من العينة لم تتعد 1,7% أنهم نادراً ما يستخدمونها، وهو ما يشير إلى ارتفاع معدلات استخدام العينة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي. وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لمعدل استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي 2,81 بانحراف معياري بلغ 0,434؛ إذ تراوحت معدلات الاستخدام بين الرقمين 3 و1 فكانت (3= استخدمها دائماً) و(2= استخدمها أحياناً) و(1= استخدمها نادراً)، وهو ما يظهر ارتفاع متوسط معدل الاستخدام بصورة كبيرة بين أفراد العينة.



شكل رقم 15

معدل دخول العينة على صفحات وحدات الإدارة المحلية

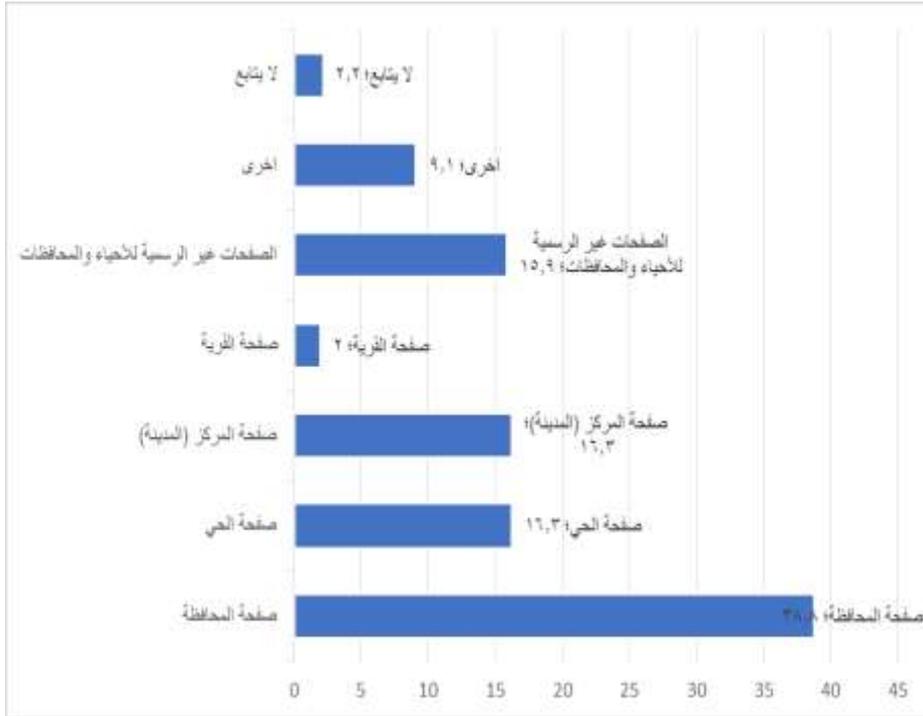


تبين النتائج السابقة أن النسبة الأكبر من أفراد العينة بواقع 28,9% أشاروا لكونهم يدخلون على صفحات وحدات الإدارة المحلية حسب الحاجة؛ أي وفقًا لحاجة محددة تطرأ على المستخدم، في الترتيب الثاني من قرروا أنهم يدخلون يوميًا بنسبة 21,1%، يليها من قرروا أنهم يدخلون على تلك الصفحات نادرًا بنسبة 19,6%، ثم من يكتفون بمنشورات تلك الوحدات على صفحاتهم 15,2%. أما الدخول على تلك الصفحات أسبوعيًا أو شهريًا فقد حققت نسبةً مئوية منخفضة. وبحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعدل الدخول يتبين أن الوسط الحسابي بلغ 3,1717 بانحراف معياري مقداره 1,9207، وبحساب الوزن النسبي للوسط الحسابي تبين أنه يبلغ 52,86%، وهو ما يشير إلى معدل متوسط لدخول العينة على صفحات وحدات الإدارة المحلية.



شكل رقم 16

صفحات وحدات الإدارة المحلية التي تتابعها العينة على (الفييس بوك)



تبين النتائج السابقة أنّ صفحة المحافظة تتصدر صفحات وحدات الإدارة المحلية التي تتابعها العينة على (الفييس بوك) بفارق كبير عن غيرها من الصفحات الخاصة بوحدة الإدارة المحلية الأخرى، فبلغت نسبة من قرروا أنهم يتابعون صفحات المحافظات 38,3% مقابل 16,3% لمتابعة صفحة الحي و صفحة المركز (المدينة) بالنسبة ذاتها لكليهما، تليهما النسبة التي قررت أنها تتابع الصفحات غير الرسمية للأحياء والمحاكمات معاً بنسبة بلغت 15,9%. بالمقابل أظهرت النتائج انخفاض مستوى المتابعة والتصفح لصفحات القرى (بنسبة لم تتعد 2% من العينة)، وقرر 2,2%



أنهم لا يتابعون أي من تلك الصفحات.

شكل رقم 17

الأوزان النسبية لدوافع تعرضك لصفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفييس بوك)



يظهر تحليل دوافع تعرض العينة لصفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفييس بوك) أن هناك دافعين أساسيين يتصدران تلك الدوافع بفارق طفيف؛ إذ تصدر تلك الدوافع دافع معرفة ومتابعة كل ما هو جديد من أخبار المحافظات والأحياء بوزن نسبي لدرجات مقياس ليكرت بلغت 72,54%، يليه دافع التحديث المستمر للأخبار بوزن نسبي قيمته 70,8%. يلي هذان الدافعان مجموعة من الدوافع وردت بدرجة متوسطة من القوة، على رأسها دافع حب الاستطلاع بوزن بلغ 69,13%، ثم دافع الحصول على

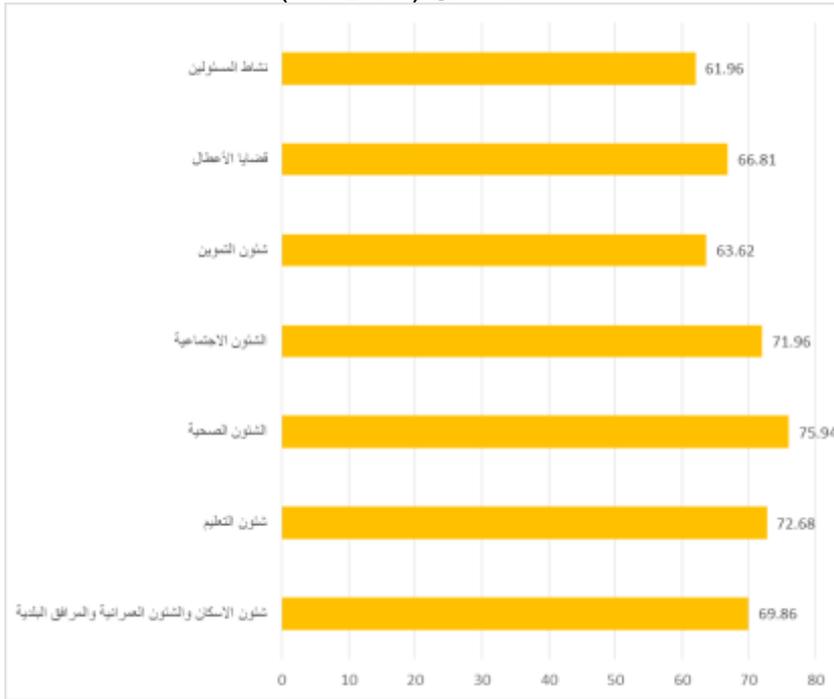


الخدمات بوزن قيمته 63,33%، يليه الدافع الخاص بالتسلية وقضاء وقت الفراغ بقيمة 62,25%.

يلي هذه الدوافع الثلاثة مجموعة من الدوافع التي وردت بقيم أقل من حيث قوتها، وهي على الترتيب: التفاعل مع قضايا المحافظات والأحياء 59,78% ومناقشة قضايا المحافظات والأحياء 59,42%، وطرح الاستفسارات والشكاوى 56,88%، وشراء منتجات 58,12% تسويق منتجات 55,8%، وأخيراً اكتساب اصدقاء ومعارف جديدة 54,35%.

شكل رقم 18

الأوزان النسبية لمدى اهتمام العينة بالقضايا التي يتم تناولها على صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك)



وحول مدى اهتمام العينة بالقضايا التي يتم تناولها على صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك) أظهرت النتائج أن الشئون الصحية تصدر هذه القضايا بوزن نسبي بلغ 75,94%، يلي ذلك شئون التعليم بوزن نسبي 72,68%، ثم في الترتيب



الثالث الشئون الاجتماعية بوزن بلغ 71,96%. يلي ذلك مجموعة من القضايا بوزن نسبي أقل قليلاً وهي شئون الإسكان والشئون العمرانية والمرافق البلدية بوزن بلغ 69,86%، ثم قضايا الأعطال بوزن قيمته 66,81%، وشئون التموين بوزن بلغ 63,62%، وفي الترتيب الأخير نشاط المسؤولين بنسبة بوزن بلغ 61,96%.

شكل رقم 19

الأوزان النسبية للإشباع التي تتحقق لدى العينة عندما تتصفح صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك)



على مستوى الإشباع التي تجد العينة انه يتحقق لديها عندما تتصفح صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك) أظهرت النتائج أعلى جانبين يتحققان من هذا التصفح، هما: ازدياد وعي بقضايا المحافظات والأحياء بوزن نسبي بلغ 72,26%، ومعرفة كل ما هو جديد في المحافظات والأحياء بنسبة 73,19%. يلي ذلك مجموعة من الإشباع الأقل من حيث النسبة المئوية، وهي إشباع حب الاستطلاع بوزن بلغ 65,58%، ثم ازدياد التفاعل مع قضايا المحافظات والأحياء بوزن 64,13%، يلي ذلك المساهمة في حل المشاكل التي أعاني منها في المحافظة (الحي) التابع له



سكني بوزن بلغ 62,94%، ثم الإشباع المتعلق بالإجابة عن استفسارات الفرد وشكواه بشكل وافٍ بشكل بلغ 60,94%. يليه الإشباع المتعلق بازدياد الثقة في هذه الصفحات بوزن بلغ 60,51%، ثم الإشباع الخاص بازدياد الثقة في أداء الوحدات المحلية بوزن بلغ 59,71%. يلي ذلك مجموعة من الإشباعات وردت بنسب منخفضة نسبياً وهي المساعدة في قضاء وقت الفراغ بوزن بلغ 59,93%، وازدياد الانجذاب 58,41% لهذه الصفحات، واكتسب أصدقاء ومعارف جديدة بوزن بلغ 55,94%.

شكل رقم 20

طبيعة تفاعل العينة مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفييس بوك)



فيما يتعلق بطبيعة تفاعل العينة مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفييس بوك) أظهرت نتائج استخراج الأوزان النسبية الخاصة بهذا السؤال أن أعلى



أشكال تفاعل العينة تمثلت في وضع إعجاب على المنشور بوزن نسبي بلغ 62,54%، يلي ذلك مجموعة من أشكال وأنماط التفاعل بأوزان نسبية متقاربة بصورة واضحة، هذه الأشكال هي: التعليق في إحدى أو عدة صفحات للإدارة المحلية 55,29%، ووضع عدم إعجاب على المنشورات 55,22%، وطرح أسئلة واستفسارات 55,07%. يلي ذلك مجموعة من أشكال التفاعل بوزن نسبي أقل قليلاً؛ أي ليس بفارق كبير عما سبق، وهذه الأشكال هي: مشاركة المنشور على صفحته 53,04%، ومشاركة منشورات من صفحات أخرى 52,9، ونشر أخبار تتعلق بمشاكل وقضايا المحافظات والأحياء 52,17%، ومشاركة صور أو تسجيلات معينة 52,03%، وبالمشاركة في النقاشات التي تتواجد على صفحات وحدات الإدارة المحلية 53,33%. وتقارب الأوزان النسبية يشير إلى التفاعل وفقاً للسلوكيات السابقة بشكل متقارب.



شكل رقم 21

كيفية تقييم العينة للفيس بوك كوسيلة اتصالية تستخدمها المحليات في معالجة قضاياها مع الجماهير



فيما يتعلق بكيفية تقييم العينة للفيس بوك كوسيلة اتصالية تستخدمها المحليات في معالجة قضاياها مع الجماهير أظهرت نتائج تحليل الوزن النسبي لهذا الجانب ارتفاع



ثلاثة جوانب أو مظاهر لتأثير الفيس بوك كوسيلة اتصالية تستخدمها المحليات من وجهة نظر العينة ووفقاً لتقييمهم، والتي حققت 80 % فأكثر من الوزن النسبي، وهذه الجوانب أو المظاهر هي أن (الفيس بوك) يؤدي دوراً في التأثير في الفكر المصري فيما يخص قضايا المحافظات والأحياء، بوزن بلغ 81,74%، وبالوزن النسبي ذاته أن (الفيس بوك) ساعد في زيادة مشاركة الجمهور في القضايا المحلية التي تخص مجتمعهم، وبفارق طفيف يرد التأكيد على أن (الفيس بوك) أسهم بشكل إيجابي في إتاحة قنوات للتواصل بين المواطن والمسئول بوزن بلغ 80,8%.

يلي ذلك في الترتيب جوانب للتأثير وفق تقييم العينة تتراوح أوزانها النسبية بين 74% و 70%، هذه الجوانب هي: أن الفيس بوك يقوم بدور فعال في التنبيه لمشكلة ما، 70,99% وأن (الفيس بوك) يعمل على التشجيع للمشاركة بالرأي في بعض الأحداث والقضايا الخاصة بالمحافظات والأحياء، 72,17%، ثم زاد من الاهتمام بقضايا ومشاكل المحافظات والأحياء، 71,74% وأن (الفيس بوك) يسهم في حل المشكلات 70,58%. يلي ذلك مجموعة من التأثيرات التي أشار إليها العينة وردت بأوزان نسبية أقل، وهذه التأثيرات تمثلت على الترتيب في أن (الفيس بوك) عمق الشعور بالمسئولية تجاه ما يخص قضايا المحافظات والأحياء، 69,28%، وأنه يزيد من التفاعل مع هذه الصفحات 68,48%، وأن أكثر الموضوعات التي تجذب على (الفيس بوك) هي أخبار وقضايا المحافظات والأحياء في مصر 68,48%، وأنها تزيد من الاقتناع بمضمون هذه الصفحات 67,83%، وأنها تزيد من المشاركة في مشاكل وقضايا المحافظات والأحياء المعروضة على الصفحات 66,59%، وتتيح التواصل مع المسؤولين 65,72%، وأنه زادت من التواصل مع مواطني الوحدات المحلية 64,28%. ترد بعد ذلك التأثيرات التي تبدو سلبية من وجهة نظر العينة، التي احتلت ترتيباً ضعيفاً من حيث الوسط الحسابي والوزن النسبي للعبارات. تأتي هذه التأثيرات السلبية على الترتيب على النحو الآتي: أن دور (الفيس بوك) ليس فعالاً كما يجب في الإسراع بعملية الإصلاح والتنمية بوزن بلغ



65,51%، وعدم فاعلية (الفييس بوك) في تحسين أداء وسياسة الحكومة فيما يخص قضايا المحافظات والأحياء 62,68%، أن (الفييس بوك) لا يتسم باتساع مساحة الحرية والتعبير عن الرأي وطرح المشاكل والأفكار، وتقبل وجهات النظر المختلفة من كافة الأطراف 62,68%، وأن (الفييس بوك) لم يعمل على زيادة الوعي المجتمعي حول قضايا المحافظات والأحياء بشكل كاف 62,25%، وأخيراً أن (الفييس بوك) لا يعد وسيلة فعالة في التأثير على الرأي العام المحلي 59,87%؛ ومن ثم يتضح أن مستوى تقييم العينة للتأثيرات الإيجابية للفييس بوك كوسيلة اتصالية تستخدمها المحليات في معالجة قضاياها مع الجماهير كان أعلى من مستوى تقييمهم للتأثيرات السلبية على هذا الصعيد.

شكل رقم 22

العوامل التي تساعد على تفعيل دور صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفييس بوك) من وجهة نظر العينة





تظهر النتائج السابقة أن أبرز العوامل التي تساعد على تفعيل دور صفحات وحدات الإدارة المحلية على (الفيس بوك) من وجهة نظر العينة تتمثل في عاملين رئيسيين بوزن نسبي مرتفع ومتقارب، وهما: سرعة الرد على الاستفسارات والشكاوى 83,84%، والرد على الجمهور 83,19%. يلي ذلك عاملان أيضاً بنسب مرتفعة ومتقاربة، وهما: استخدام المزيد من الوسائط المتعددة 82,39%، والتفاعل مع الجمهور، وليس الرسائل الثابتة 82,17%، يلي ذلك عوامل بوزن نسبي أقل، ولكنها تظل مرتفعة في القيمة، وهي على الترتيب: مدى تحقيق المنشورات لأهداف الصفحة 81,81%، ثم نوع المحتوى المنشور على الصفحة 81,38%، ثم مدى تحديث الصفحة 81,3%. وأخيراً يرد عاملان بقيمة نسبية أقل، وهما: زيادة المنشورات 79,86%، وطريقة تصميم الصفحة 78,41%.

ثالثاً- نتائج اختبارات فروض الدراسة:

تسعى الباحثة إلى اختبار الفروض المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وهي كالاتي:

أ- **الفرض الأول-** توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي facebook بحسب متغيرات النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي لاختبار صحة الفرض العلمي الأول للدراسة، تم تطبيق مجموعة من الاختبارات الإحصائية على النحو الآتي:



النوع:

جدول رقم (1)

اختبار ت T-Test لاختبار مدى وجود الفروق في متوسطات دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي على متغير النوع

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النوع	دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على التواصل الاجتماعي
.409 غير دالة	458	2.367	5.41183	20.9278	ذكر	الفروق في متوسطات دوافع استخدام الصفحات
			5.44036	19.6864	أنثى	

العمر:

جدول رقم (2)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغير العمر

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	مجموع المربعات	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العمر	دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على التواصل الاجتماعي
.741 غير دالة	2	.300	17.860	بين المجموعات	5.55201	20.5 635	من 18 إلى 39 عاماً
	457		13612.772	داخل المجموعات	4.99383	20.0 441	من 40 إلى 59 عاماً
	459		13630.633	المجموع	4.96858	20.0 714	60 عاماً فأكثر



المستوى التعليمي:

جدول رقم (3)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	مجموع المربعات		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المستوى التعليمي	دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي
* .001	2	7.291	421.458	بين المجموعات	6.25795	23.4762	مؤهل متوسط	المتوسط الكلي لمستوى الدوافع
	457		13209.174	داخل المجموعات	5.35351	20.6695	مؤهل عالي	
	459		13630.633	المجموع	5.23867	18.8415	دراسات عليا	

* قيمة (ف) دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0,05

كشف تطبيق اختبار ت T-Test واختبار تحليل التباين الأحادي One way ANOVA لاختبار مدى وجود الفروق في متوسطات دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات النوع والعمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي عن وجود فروق دالة إحصائية في مستوى هذه الدوافع مع متغير المستوى التعليمي فقط الذي جاءت فيه قيمة ف (7.291)، وكانت دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,001.

وبمقارنة المتوسطات الحسابية للفروق بين مجموعات متغير المستوى التعليمي



يتضح أن ذوي المستوى التعليمي المتوسط (23.4762) كانوا الأعلى من حيث الوسط الحسابي من نظرائهم من حملة المؤهلات العليا (20.6695)، يليهم حملة الدراسات العليا (18.8415).

المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (4)

تحليل التباين الأحادي مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	مجموع المربعات		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	دوافع استخدام صفحات وحدات الإدارة المحلية على التواصل الاجتماعي
.132 غير دالة	2	2.036	120.379	بين المجموعات	5.46351	20.5902	مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض	متوسط معدل الدخل على صفحات وحدات الإدارة المحلية
	457		13510.254	داخل المجموعات	5.81542	21.1290	مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط	
	459		13630.633	المجموع	4.95147	19.3521	مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع	

ب-الفرض الثاني- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بحسب متغيرات النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

لاختبار صحة الفرض العلمي الثاني للدراسة تم تطبيق مجموعة من الاختبارات الإحصائية على النحو الآتي:



النوع:

تم تطبيق اختبار ت T-Test لاختبار مدى وجود علاقة ارتباطية بين مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ومتغير النوع، وأظهر تطبيق الاختبار النتائج الواردة بالجدول الآتي.

جدول رقم (5)

اختبار ت T-Test لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي

Facebook على متغير النوع

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النوع	مستوى التفاعل
* .026	458	3.100	5.19701	15.2955	ذكر	الفروق مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي
			4.55819	13.8047	أنثى	

* قيمة (ت) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0,05

العمر:

جدول رقم (6)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير العمر.



مستوى التفاعل	العمر	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مجموع المربعات	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الفروق مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي	18 من إلى 39 عامًا	14.7593	5.05647	بين المجموعات	9.359	2	.831 غير دالة
	40 من إلى 59 عامًا	14.5441	4.87587	داخل المجموعات	11551.389	457	
	60 عامًا فأكثر	15.4286	4.95696	المجموع	11560.748	459	

المستوى التعليمي:

جدول رقم (7)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى التفاعل	المستوى التعليمي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مجموع المربعات	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الفروق مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي	مؤهل متوسط	17.2381	5.77845	بين المجموعات	174.785	2	*.031
	مؤهل عالي	14.7703	4.97272	داخل المجموعات	11385.963	457	
	دراسات عليا	14.0122	4.86229	المجموع	11560.748	459	

* قيمة (ف) دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0,05

المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (8)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل



مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبعاََ لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

مستوى التفاعل	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مجموع المربعات	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الفروق مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي	مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض	14.8043	5.09164	بين المجموعات	43.287	2	.424 غير دالة
	مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط	15.1935	5.21297	داخل المجموعات	11517.461	457	
	مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع	14.0986	4.48539	المجموع	11560.748	459	

كشف تطبيق اختبار ت T-Test واختبار تحليل التباين الأحادي One way ANOVA لاختبار مدى وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بحسب متغيرات النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي عن وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات على مستوى متغير النوع ومتغير المستوى التعليمي، فيما لم تكشف الاختبارات الإحصائية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى متغيري العمر والمستوى الاقتصادي الاجتماعي. وفيما يتعلق بتحليل العلاقة بين مستوى التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على



شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ومتغير النوع، أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين حيث جاءت قيمة (ت) دالة إحصائياً.

وقد كشف تطبيق اختبار (ت) للفروق في متوسطات مستوى التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي ومتغير النوع أن قيمة (ت) كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,026، ويتبين من مقارنة قيم المتوسطات الحسابية بين الذكور والإناث أن الذكور سجلوا قيمةً لمتوسطات التفاعل أعلى من الإناث، فبلغ متوسط التفاعل لدى الذكور 15.2955، بينما بلغ المتوسط لدى الإناث 13.8047. أما على مستوى تحليل مدى وجود فروق في متوسطات مستوى التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي أظهر تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي وجود فروق دالة إحصائياً بين المتغيرين - فكانت قيمة ف دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,031. وبالمقارنة بين متوسطات المجموعات يتبين من يحملون مؤهلاً متوسطاً يظهرون متوسطات أعلى في مستويات التفاعل مع صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغ 17.2381، مقارنة بمتوسط 14.7703 لمن يحملون مؤهلاً عالياً ومتوسط 14.0122 لمن يحملون درجة دراسات عليا.

ج-الفرض الثالث- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بحسب متغيرات النوع، العمر، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، المستوى التعليمي.

لاختبار صحة الفرض العلمي الثالث للدراسة تم تطبيق مجموعة من الاختبارات الإحصائية على النحو الآتي:



تُطبق اختبار (ت) T-Test لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير النوع، وأظهر تطبيق الاختبار النتائج الواردة بالجدول الآتي.

جدول رقم (9)

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير النوع

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النوع	متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكات التواصل
* .039	458	3.781	1.92726	3.4261	ذكر	الفروق في متوسط معدل الدخول على صفحات وحدات الإدارة المحلية
			1.83390	2.7337	أنثى	

* قيمة (ت) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0,05

العمر:

جدول رقم (10)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير العمر



مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	مجموع المربعات		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العمر	متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكات التواصل
.001	2	8.5.6	60.777	بين المجموعات	1.90071	3.0053	من 18 إلى 39 عامًا	متوسط معدل الدخول على صفحات وحدات الإدارة المحلية
	457		1632.655	داخل المجموعات	1.84394	3.8676	من 40 إلى 59 عامًا	
	459		1693.433	المجموع	1.81568	4.2857	60 عامًا فأكثر	

* قيمة (ف) دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0,05

المستوى التعليمي:

جدول رقم (11)

تحليل التباين الأحادي لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	مجموع المربعات		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المستوى التعليمي	متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكات التواصل
.017	2	4.091	29.786	بين المجموعات	1.93218	4.3333	مؤهل متوسط	الفروق في متوسط معدل الدخول على صفحات وحدات الإدارة المحلية
	457		1663.646	داخل المجموعات	1.95639	3.1232	مؤهل عالي	
	459		1693.433	المجموع	1.67185	3.0854	دراسات عليا	



* قيمة (ف) دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0,05

المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (12)

تحليل التباين الأحادي مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكات التواصل	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مجموع المربعات	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الفروق في متوسط معدل الدخول على صفحات وحدات الإدارة المحلية	مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض	3.1713	1.95220	بين المجموعات	2.071	2	.756 عير دالة
	مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط	3.3065	1.98014	داخل المجموعات	1691.362	457	
	مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع	3.0563	1.73112	المجموع	1693.433	459	



يكشف تطبيق اختبار (ت) عن أن قيمة (ت) كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0,05؛ مما يظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير النوع. وبمقارنة متوسطات الذكور والإناث يتضح أن متوسط متابعة الذكور أعلى بفارق واضح من متوسط متابعة الإناث؛ إذ بلغ متوسط متابعة الذكور 3.4261، بينما بلغ متوسط متابعة الإناث 2.7337. كذلك كشف تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي One way ANOVA لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغيرات العمر، والتعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات على مستوى متغيري العمر والتعليم فيما لم يكشف الاختبار عن وجود فروق دالة على مستوى مجموعات متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

وعلى مستوى تحليل مدى وجود فروق في متوسطات مستوى متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً لمتغير العمر أظهر تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي وجود فروق دالة إحصائياً بين المتغيرين، فكانت قيمة ف دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,001. وبالمقارنة بين متوسطات المجموعات كشف التحليل أن من يقعون في الفئة العمرية الأكبر سناً 60 عاماً فأكثر سجلوا أعلى متوسط حسابي بلغ 4.2857، يليهم من تتراوح أعمارهم بين 40 إلى 59 عاماً بمتوسط بلغ 3.8676، وأخيراً يأتي من تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 39 عاماً بمتوسط 3.0053.

أما فيما يتصل بتحليل مدى وجود فروق في متوسطات مستوى متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook طبقاً



لمتغير المستوى التعليمي، فقد أظهر تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرين فكانت قيمة ف دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,017. وبالمقارنة بين متوسطات المجموعات كشف التحليل أن أعلى متوسط حسابي لمعدل متابعة أنشطة صفحات وحدات الإدارة المحلية على شبكات التواصل كان من نصيب من يحملون مؤهلاً متوسطاً بمتوسط بلغ 4.3333، يليهم من يحملون مؤهلاً عالياً بمتوسط بلغ 3.1232، وأخيراً يرد من يحملون درجة من درجات الدراسات العليا بمتوسط 3.0854.



خاتمة البحث:

في ضوء العرض السابق لنتائج البحث نخلص إلى أن صفحة محافظة القاهرة تعد بمنزلة صفحة إخبارية إعلامية تنشر كل ما هو جديد ونشر القرارات الحكومية؛ وذلك بهدف تعريف الجمهور بأحدث الأخبار والمستجدات على المستوى المحلي والحكومي، وهو ما يعكس تفاعلها مع الحكومة. كما نجد أن صفحة محافظة القاهرة كانت الأعلى في نسبة توظيف المصادر الإخبارية؛ وذلك يؤكد اهتمامها بأن تصبح بمنزلة صفحة إخبارية إعلامية تستقي أخبارها من مصادر إخبارية رسمية، بينما نجد أن محافظة المنيا كانت الأعلى صفحة محافظة المنيا، بينما صفحة محافظة الإسماعيلية هي الأعلى من حيث نشر أنشطة الوحدة المحلية وإنجازاتها، وهذا يجعلها تتفق مع الهدف الذي أنشئت الصفحة من أجله؛ وهو نشر كل أخبار وجولات السيد المحافظ، وهذا يتناسب أيضًا مع حرصها على أن تصبح صفحة إخبارية تنشر أخبارًا وقرارات حكومية واجتماعات ومقابلات رسمية للسيد المحافظ. وإن كان ما زال هناك انخفاض بشكل عام في التفاعل مع المواطنين فيما يخص الاهتمام بالشكاوى وعرضها وعرض الحلول الخاصة بها وما تم إنجازه بها، وذلك على مستوى صفحات وحدات الإدارة المحلية الأربعة (عينة الدراسة).

وتليها صفحة محافظة الإسماعيلية. كما نجد أن البوابات الإلكترونية متساوية في إتاحة أشكال التفاعل على الصفحة من حيث إمكانية وضع إعجاب على المنشور، إمكانية وضع تعليق على المنشور، إمكانية مشاركة المنشور، كما تساوت أيضًا جميعها في عدم إتاحة إمكانية مشاركة صور وفيديوهات بالمنشور. ولكن اختلفت فيما بينها في الرد على تعليق الجمهور، حيث اتسمت كل من محافظة الإسماعيلية والشرقية بالاهتمام بالرد على تعليق الجمهور، سواء كان استفسارًا أو شكوى... إلخ. وأنه ما زال هناك انخفاض بشكل عام في معدل الاستجابة والتفاعل مع شكاوى الجمهور. نجد ارتفاع



مستوى المتوسط الحسابي لمستوى التفاعل المنشورة على بوابة محافظة الشرقية في كل أشكال التفاعل التي حددها البحث ضمن أداة تحليل المضمون مقابل انخفاض واضح في مستوى متوسط تفاعل الجمهور بمحافظة القاهرة، وقوع بوابتي محافظتي الإسماعيلية والمنيا في منطقة وسطى من حيث حجم التفاعل بين المحافظتين. وهذا يؤكد مستوى رضاء الجمهور بشكل عام عن صفحة محافظة الشرقية، ويعكس مدى فعاليتها في عرض محتواها الإعلامي ونوعية الموضوعات المنشورة وتنوعها وعرضها بشكل جاذب للجمهور مقارنة بالصفحات الأخرى لبوابات المحافظات، وحرصها على الرد على الجمهور في التعليقات؛ مما يجعل هناك تفاعل من جانب الجمهور كرد فعل لاهتمام القائمين على الصفحة بالرد عليهم. أن أعلى أشكال توظيف الوسائط المتعددة في إطار منشورات البوابات الإلكترونية للمحافظات هو توظيف الصور الثابتة. كما أظهرت نتائج التحليل عدم ورود أي منشورات اشتملت على رسوم. أيضًا كانت بوابة محافظة القاهرة هي الأعلى في توظيف الروابط الإلكترونية لتحل بعدها المحافظات الأخرى بنسب أضعف.

كما حرص صفحة محافظة القاهرة -بخلاف باقي الصفحات عينة التحليل- على توظيف الوسائط المتعددة الجاذبة للجمهور والمعتمدة على مقاطع الفيديو، وهذا يعكس حرصها على تطوير شكل الصفحة، ودعمت ذلك أيضًا من خلال الروابط الإلكترونية وإتاحتها للتأكيد أيضًا على مصداقية الأخبار التي يتم نشرها على صفحاتها، وهذا يجعل منها صفحة إخبارية قوية ومصدرًا إعلاميًا موثوقًا منه. كما كونها تخاطب شريحة كبيرة من الجمهور المصري المقيم بالعاصمة، بينما نجد انخفاض اهتمام محافظة المنيا بالحرص على التنوع في شكل الصفحة من حيث عدم الاهتمام بمقاطع الفيديو والمؤثرات المرئية والصوتية. كما نجد أن هناك اهتمامًا من الذكور أكثر من الإناث بالتعرض لصفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك؛ ومن ثم يدل على ازدياد الوعي بمشاكل وقضايا المحليات عند الذكور، مقارنة بالإناث ومدى حرصهم على



استخدام هذه الصفحات.

كما تبين ازدياد الوعي عند الشباب بأهمية قضايا المحليات، ومعرفة كل ما يخص هذه القضايا من خلال هذه الصفحات وحرصهم على معرفة شئون مجتمعهم المحلي، وهذا يدعم فكرة ازدياد نسبة المشاركة الشبابية في قضايا مجتمعهم، وهذا من نتائج مستجدات العصر الحديث والتطورات التكنولوجية. كما نجد أن هناك انخفاض الوعي بأهمية قضايا المحليات عند سكان القرى؛ إذ نجد أنه لا توجد صفحات لمجالس القرى على الفيس بوك؛ مما يؤكد أنه ما زال هناك انخفاض للوعي بهذه القضايا في القرى والريف على كل الأصعدة، سواء من جانب الوحدات الإدارية نفسها أو من جانب المواطنين المقيمين بالقرى والريف في مصر. مقابل ارتفاع الوعي بأهمية المشاركة، ومعرفة القضايا الخاصة بالمحليات عند سكان المدينة أو المركز. كما اتضح أن نسبة افراد العينة ينتمون إلى مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض. وهذا يؤكد أنه كلما قل المستوى الاقتصادي الاجتماعي للأفراد؛ زاد اهتمامهم بالتعرض لصفحات وحدات الإدارة المحلية أملاً في التغيير للأفضل، وانعكاس ذلك على مستوى معيشتهم بشكل عام. كما تبين ارتفاع معدلات استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يؤكد أن الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل قفزة كبيرة للتواصل بشكل تفاعلي يزيد باستمرار عما سبق، وحول الاتصالات إلى حوار قائم على التفاعل والتواصل.

كما نشير إلى أن هناك معدلاً متوسطاً لدخول العينة على صفحات وحدات الإدارة المحلية؛ مما يشير إلى أن وعي الجمهور بقضايا المحليات في ازدياد وتنامي عما سبق. ونجد أن صفحة المحافظة تصدرت صفحات وحدات الإدارة المحلية التي تتابعها العينة على الفيس بوك بفارق كبير عن غيرها من الصفحات الخاصة بوححدات الإدارة المحلية. كما تبين أن هناك دافعين اساسيين يتصدران تلك الدوافع بفارق طفيف بينهم؛ إذ تصدر دافع معرفة ومتابعة كل ما هو جديد من أخبار المحافظات والأحياء،



يليه دافع التحديث المستمر للأخبار. كما أظهرت النتائج أن الشؤون الصحية تصدرت معدل الاهتمام بالقضايا من جانب الجمهور، وهذا يشير إلى أن الصحة تعد على رأس أجندة أولويات الجمهور التي يبحث عنها. كما نجد أن النتائج أظهرت أعلى جانبين يتحققان من هذا التصفح عند المواطنين، هما: ازدياد وعي بقضايا المحافظات والأحياء، ومعرفة كل ما هو جديد في المحافظات والأحياء. كما تبين أن أعلى أشكال تفاعل العينة تمثلت في وضع إعجاب على المنشور. كما يتضح أن مستوى تقييم العينة للتأثيرات الإيجابية للفيس بوك كوسيلة اتصالية تستخدمها المحليات في معالجة قضاياها مع الجماهير كان أعلى من مستوى تقييمهم للتأثيرات السلبية على هذا الصعيد. كما اتضح أن أبرز العوامل التي تساعد على تفعيل دور صفحات وحدات الإدارة المحلية على الفيس بوك من وجهة نظر العينة تتمثل في عاملين رئيسيين، وهما: سرعة الرد على الاستفسارات والشكاوى، والرد على الجمهور.

وبناء على هذه النتائج توصي الباحثة بما يأتي:

- 1- العمل على تطوير شبكة البنية التحتية، وتوفير الإمكانيات والموارد اللازمة للاستفادة من تطبيقات التكنولوجيا في الحكومة المحلية.
- 2- العمل على تطوير وتنظيم الهياكل التنظيمية للوحدات المحلية لتكون أكثر ملائمة لتطبيقات الحكومة الإلكترونية.
- 3- العمل على دعم وتوفير الموارد المالية من خلال محاولة إنشاء أوعية جديدة للتمويل؛ بغرض تطوير الميزانيات الخاصة بالوحدات المحلية.
- 4- الحرص على تعزيز مبدأ الديمقراطية والمشاركة المجتمعية من خلال إتاحة الفرصة للمواطنين للمشاركة في عمليات صنع القرار فيما يخص شؤون مجتمعهم المحلي.



الهوامش

- (1) السديري، تركي "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية من خطر الشائعات، دراسة مسحية على العاملين بإدارات العلاقات العامة بوزارة الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، تخصص القيادة الأمنية، الرياض: المملكة العربية السعودية، 2014).
-) 2(Ben Epstein,Leticia Bode,Jennifer M Connolly(2021),"Do squeaky wheels get the grease?Understanding when and how municipalities respond to online requests " , SAGE Journals, Online at: <https://08113x4nk-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177%2F14614448211031249>
-) 3(Charity Hove (2019) ," Participatory water conservation education on social media in Amathole District local municipalities, Eastern Cape, South Africa,SAGE Journals. ,Online at : <https://0811311u6-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177%2F0266666919835905>
-)4(Deborah Agostion ,(2013) , Using Social Media To engage Citizens :A study Of Italian Municipalities,Public Relations Review ,39,pp.232-234.
-) 5(Anders Olof Larson ,(2013), Bringing it all back home? Social media practices by Swedish municipalities,SAGE Journals , volur ٣٦ , page(s): 681-695
-)6(Biruta , Kata ,Marcis,(2021), SOCIAL MEDIA IN MUNICIPALITIES IN LATVIA, The research was supported by the NATIONAL RESEARCH PROGRAMME "LATVIAN HERITAGE AND FUTURE CHALLENGES FOR THE SUSTAINABILITY OF THE STATE" project "CHALLENGES FOR THE LATVIAN STATE AND SOCIETY AND THE SOLUTIONS IN INTERNATIONAL CONTEXT" (INTERFRAME-LV, Project No.VPP-IZM-2018/1-0005 Available online at [https://dspace.lu.lv/dspace/](https://dspace.lu.lv/dspace/ Data of Access (20/11/2022).)
-)7(Concetta ,Benedeta,Maria,(2020)," Determinants of public engagement on municipal Facebook pages", An International Journal, , volume: 36 issue: 3, page(s): 147-159
-)8(Irene , Martin,Iiyia,(2020), " Do Municipal Facebook Performance and Citizens satisfaction go hand in hand ' .Academic Conference and publishing International,Available online at <http://academic-conferences.org/> ,Data of Access (21/11/2022)
-)9(Agnieszake,Izabela,Maia,(2022)," The digital communication tools and citizens' relationship with local governments: a comparison of Georgian and Polish cities", International Review Of Administrative Science , SAGE Journals , Available online at <https://081138rq9-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/00208523221079746>, Access Of Data (20/11/2022).



- (10) سرحان عبد الكريم، "دور العلاقات العامة في إدارة السمعة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الخارجي: بلدية قفيلية أمودجًا". المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (مركز السنبلة للبحوث والدراسات، عدد 9، 2021) ص 1-44.
- (11) جهاد عبد العزيز "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد جمهور الصعيد بالمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019).
- (12) ندية عبد النبي محمد "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج 14، ع4، 2015)، 291-370.
- (13) فاطمة عبد المطلب حسن "دور الإذاعات المحلية في خدمة قضايا المجتمع: دراسة تطبيقية تحليلية على إذاعة القصارف في الفترة 2012-2014 (البرامج الحوارية نموذجًا)"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2016).
- (14) وليد وادي النيل مسعد "العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع اجندة المراهقين تجاه القضايا الداخلية المقدمة بوسائل الإعلام المحلية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2003).
- (15) شهرزاد بوهدة "دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك لإذاعة المدينة نموذجًا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، (جامعة عمار ثليجي الأغواط - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة - قسم علوم الإعلام والاتصال، العدد 2، مج 3، ديسمبر 2020)، ص 363-384.
- (16) نجوي عبد السلام "تعرض المراهقين للصحف المحلية وعلاقته بمستوى معرفتهم بالقضايا المحلية: دراسة حالة على محافظة بورسعيد"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، العدد 52، مج 14، يوليو 2011).
- (17) الشهري، حنان بنت شعشوع، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية". الفيس بوك وتويتر نموذجًا: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2011، ص 5.
- (18) خالد كاظم: مفهوم المجال العام: الأبعاد النظرية والتطبيقات، لبنان: (مجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 15، 2011)
ص ص 139-151.
-) 19(Young Cheon Cho,(2009) ,"The Politics of Suffering in The Public Sphere: The body in Pain, Empathy and Political spectacles", (Ph.D. Dissertation), The University of Iowa, Iowa City, , P: 5
-) 20(Xu Wu, Chinese Cyber nationalism,(2005) ,"How china's online public sphere affected its social and political transitions" ,(Ph.D. Dissertation), University of Florida, , P: 24
-)21(Young Cheon Cho, Op. Cit, P:5



(22) ماهيناز رمزي، بنية أطروحات خطاب الإصلاح السياسي داخل ساحات النقاش على المواقع الإذاعية والتلفزيونية بشبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير / يونيه 2006)، ص 249.

(23) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، د ط (لقاهرة: عالم الكتب، 1991م) ص227.
(24) ذوقان عبيدات عدس، كايد عبد الحق: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دط (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1996م) ص114.

25() www.bts-academy.com ,Data of Access (9/11/2022)

26() Johnson,T.J.&Kaye,B.k.(2003).Around the world Wide Web in 80 Ways:how motives for going online are linked to Internet activites among politically interested Internet users.Social Science Computer Review ,21(3),304-325

(27) احمد بدر : أصول البحث العلمي ومناهجه، ط9 (القاهرة : المكتبة الأكاديمية، 1996م) ص 335.

28()www.mobt3ath.com, Data of Access(9/11/2022)

Data of Access (9/11/2022) www.educad.me.com) 29(

(30) أسعد عطوان ويوسف مطر، مناهج البحث العلمي. بيروت: (دار الكتب العلمية ،2018)، ص 109.
* تم تحكيم الاستمارة من سبعة من أساتذة الإعلام.

31()https://e7sa.com/; Data Of Access (9/11/2022)

*تم تحكيم الاستمارة من سبعة من نفس السادة المحكمين.



المصادر والمراجع

- 1- أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط9 (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1996م) ص 335.
- 2- أسعد عطوان ويوسف مطر، مناهج البحث العلمي. بيروت: (دار الكتب العلمية، 2018)، ص 109.
- 3- جهاد عبد العزيز "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد جمهور الصعيد بالمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019).
- 4- خالد كاظم: مفهوم المجال العام: الأبعاد النظرية والتطبيقات، لبنان: (المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 15، 2011)، ص ص 139-151.
- 5- ذوقان عبيدات عدس، كايد عبد الحق: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دط (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1996م) ص 114.
- 6- السديري، تركي "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية من خطر الشائعات، دراسة مسحية على العاملين بإدارات العلاقات العامة بوزارة الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، تخصص القيادة الأمنية، الرياض: المملكة العربية السعودية، 2014).
- 7- سرحان عبد الكريم "دور العلاقات العامة في إدارة السمعة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الخارجي: بلدية قلقيلية أنموذجًا". المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (مركز السنبلة للبحوث والدراسات، عدد 9، 2021) ص 1-44.
- 8- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، دط (القاهرة: عالم الكتب، 1991م) ص 227.
- 9- شهرزاد بوهدة "دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك لإذاعة المدية أنموذجًا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، (جامعة عمار ثليجي الأغواط - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة - قسم علوم الإعلام والاتصال، العدد 2، مج 3، ديسمبر 2020)، ص ص 363-384.
- 10- الشهري، حنان بنت شعشوع، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية". الفيس بوك وتويتر نموذجا: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2011، ص 5.



- 11- فاطمة عبد المطالب حسن "دور الإذاعات المحلية في خدمة قضايا المجتمع: دراسة تطبيقية تحليلية على إذاعة القضايف في الفترة 2012-2014 (البرامج الحوارية نموذجًا)", رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2016).
- 12- ماهيناز رمزي، بنية أطروحات خطاب الإصلاح السياسي داخل ساحات النقاش على المواقع الإذاعية والتلفزيونية بشبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير / يونيو 2006)، ص 249.
- 13- نجوي عبد السلام "تعرض المراهقين للصحف المحلية وعلاقته بمستوى معرفتهم بالقضايا المحلية: دراسة حالة على محافظة بورسعيد"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، العدد 52، مج 14، يوليو 2011).
- 14- ندية عبد النبي محمد "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج 14، ع4، 2015)، 291-370.
- 15- وليد وادي النيل مسعد "العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع أجندة المراهقين تجاه القضايا الداخلية المقدمة بوسائل الإعلام المحلية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2003).

16- Agnieszka, Izaela, Maia, (2022), "The digital communication tools and citizens' relationship with local governments: a comparison of Georgian and Polish cities", International Review Of Administrative Science , SAGE Journals , Available online at <https://081138rq9-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/00208523221079746>, Access Of Data (20/11/2022)

17- Anders Olof Larson , (2013), Bringing it all back home? Social media practices by Swedish municipalities, SAGE Journals , volume: 28 issue: 6, page(s): 681-695

18- Ben Epstein, Leticia Bode, Jennifer M Connolly (2021), "Do squeaky wheels get the grease? Understanding when and how municipalities respond to online requests " , SAGE Journals , Online at: <https://08113x4nk-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177%2F14614448211031249>

19- Biruta , Kata , Marcis, (2021), SOCIAL MEDIA USE IN MUNICIPALITIES



- IN LATVIA, The research was supported by the NATIONAL RESEARCH PROGRAMME “LATVIAN HERITAGE AND FUTURE CHALLENGES FOR THE SUSTAINABILITY OF THE STATE” project “CHALLENGES FOR THE LATVIAN STATE AND SOCIETY AND THE SOLUTIONS IN INTERNATIONAL CONTEXT” (INTERFRAME-LV, Project No.VPP-IZM-2018/1-0005 Available online at <https://dspace.lu.lv/dspace/Data of Access> (20/11/2022).
- 20- Charity Hove (2019) ,” Participatory water conservation education on social media in Amathole District local municipalities, Eastern Cape, South Africa,SAGE Journals.,Online at : <https://0811311u6-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177%2F0266666919835905>
- 21- Concetta ,Benedeta,Maria,(2020),” Determinants of public engagement on municipal Facebook pages”, An International Journal, , volume: 36 issue: 3, page(s): 147-159
- 22- Deborah Agostion ,(2013) , Using Social Media To engage Citizens :A study Of Italian Municipalities,Public Relations Review ,39,pp.232-234.
- 23- <https://e7sa.com/>; Data Of Access (9/11/2022)
- 24- Irene , Martin,liyia,(2020), " Do Municipal Facebook Performance and Citizens satisfaction go hand in hand ‘.Academic Conference and publishing International,Available online at <http://academic-conferences.org/> ,Data of Access (21/11/2022)
- 25- Johnson,T.J.&Kaye,B.k.(2003).Around the world Wide Web in 80 Ways:how motives for going online are linked to Internet activites among politically interested Internet users.Social Science Computer Review ,21(3),304-325
- 26- www.bts-academy.com ,Data of Access (9/11/2022)
- 27- www.educad.me.com Data of Access (9/11/2022)
- 28- www.mobt3ath.com, Data of Access(9/11/2022)
- 29- Xu Wu, Chinese Cyber nationalism,(2005),”How china’s online public sphere affected its social and political transitions” ,(Ph.D. Dissertation),
Fifty year - Vol. 105 November 2024



University of Florida, , P: 24.

30- Young Cheon Cho, Op. Cit, P:5.

31- Young Cheon Cho,(2009) ,”The Politics of Suffering in The Public Sphere:
The body in Pain, Empathy and Political spectacles”,(Ph.D. Dissertation),
The University of Iowa, Iowa City, , P: 5



Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal
(Accredited) Monthly



Issued by
Middle East
Research Center

Vol. 105
November 2024

Fifty Year
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504
Online Issn: 2735 - 5233