

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور

بالتطبيق على قانون التصالح في مخالفات بناء العقارات

دراسة تطبيقية على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام على الفيس بوك
د. سحر عبد المنعم الخولي*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة بشكل أساسي التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور، خاصة فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء العقارية، وذلك بالتطبيق على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية على الفيس بوك، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، وقد طبقت الدراسة التحليلية على عينة من منشورات الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء على الفيس بوك والصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام خلال الفترة من 2020/8/1 إلى 2020/10/31 باستخدام التحليل الكيفي، بينما طبقت الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور العام في محافظتي القاهرة والقليوبية قوامها 300 مفردة، وقد جاءت نتائج الدراسة كما يلي:

- جاءت اتجاهات العينة نحو قانون التصالح في مخالفات البناء لسنة 2020 متنوعة حيث جاء في مقدمتها عبارة "الدولة تسعى إلى القضاء على العشوائيات" في بداية اتجاهات الجمهور بمتوسط حسابي 2.8467 وبنسبة موافقة بلغت 87.7%، يليها عبارة " قانون التصالح على مخالفات البناء أفاد الدولة بشكل كبير في تقنين عمليات البناء على أراضي الدولة للقضاء على جشع بعض رجال الأعمال" بمتوسط حسابي 2.8433، ثم " البناء على الأراضي الزراعية يضر بالمصلحة العامة للدولة ولا بد أن يتم تقنين ذلك للحفاظ على الرقعة الزراعية" .

- جاءت عبارة "حتى لا أتعرض لغرامة مالية أو قرارات إزالة من الدولة" في مقدمة تلك الأسباب التي شجعت المواطنين للتقديم على طلبات التصالح بنسب 64% من العينة الذين تقدموا بطلبات التصالح، وفي الترتيب الثاني جاء "بسبب التسهيلات التي قامت بها الحكومة في الفترة الأخيرة لتقديم الطلبات".

الكلمات المفتاحية: قانون التصالح - الوعي القانوني - التشريعات العقارية - مواقع التواصل الاجتماعي.

* مدرس بقسم التسويق والأعمال الدولية بكلية الإدارة والتكنولوجيا بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

The role of social media in developing legal awareness of the public by applying the reconciliation law in real estate construction violations

An applied study on the official page of the Prime Minister and Al-Ahram newspaper on Facebook

Abstract:

The study aimed to identify the role of social media sites in developing the legal awareness of the public, especially with regard to the law of reconciliation on real estate construction violations, by applying it to the official page of the Prime Minister and the Egyptian newspaper Al-Ahram on Facebook, this study is one of the descriptive studies that relied on the survey method in both field and analytical parts. The analytical study was applied to a sample of the publications of the official page of the Prime Minister on Facebook and the official page of Al-Ahram newspaper during the period from 1/8/2020 to 31/10/2020 using qualitative analysis, while the field study was applied to a sample of the general public in the two governorates of Cairo and Qalubiyya consists of 300 singles, and the results of the study came as follows:

-The sample's trends towards the Reconciliation Law in Building Violations for the year 2020 were varied, as the phrase "the state seeks to eliminate slums" came at the beginning of the public's trends with an average of 2.8467 and an approval rating of 87.7%, followed by the phrase "The Law on Reconciliation on Building Violations, which informed the state in a way Great in legalizing construction operations on state land to eliminate the greed of some businessmen, "with an average of 2.8433, then" building on agricultural lands harms the public interest of the state, and this must be done to preserve the agricultural area".

-The phrase "so that I will not be subjected to a fine or removal decisions from the state." At the forefront of those reasons that encouraged citizens to apply for reconciliation requests were 64% of the sample of those who applied for reconciliation, and in the second order came "because of the facilities made by the government in the recent period to submit requests".

Key words: Reconciliation Law - Legal awareness - Real estate legislation - Social networking sites

مقدمة:

شهدت الفترة الماضية عددًا من الإشكاليات فيما يتعلق بقوانين العقارات والتشريعات التي تختص بها؛ ويعد قانون التصالح على مخالفات العقارات أحد أهم هذه الإشكاليات نظرًا لما ترتب عليه من تداعياته بالنسبة للجمهور سواء في المدن أو القرى، وقد أثارت التعديلات الجديدة للقانون جدلاً واسع النطاق في الشارع المصري بين مؤيد للقرارات ومعارض لها، وبين من يرى أنها حقًا للدولة وأنها السبيل الوحيد للقضاء على المخالفات العقارية سواء فيما يخص البناء على أرض زراعية أو أراضي مملوكة للدولة، أو البناء المخالف بالنسبة لعدد الأدوار المصرح بها، ومن يرى أنها أوجدت صراعًا جديدًا بين مالك العقار والسكان نتيجة عدم تحديد من عليه القيام بطلب التصالح ودفع المصاريف.

وفي ظل تصاعد وتيرة الأحداث على مدى الأشهر القليلة الماضية كانت مواقع التواصل الاجتماعي أحد وسائل الإعلام التي تقوم بمتابعة ما يجري على الساحة اليومية من تناول الأخبار والتصريحات خاصة الصادرة عن مجلس الوزراء بشأن تحديد إجراء التصالح وتحديد الفترة الزمنية الواجب تقديم الطلبات فيها وكذلك قيمة التصالح على المخالفات.

وتقوم وسائل التواصل الاجتماعي بدور كبير في تنمية الوعي لدى الجمهور في مختلف الجوانب وذلك وفق ما جاء في نتائج عدد كبير من الدراسات التي أجريت في هذا الصدد، إضافة إلى أن تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين يعد أحد الركائز الأساسية لتنمية المجتمع وتطوره مثله في ذلك مثل الوعي السياسي والاجتماعي وغيره، والوعي بالقانون ليس فقط معرفة التشريعات والنصوص القانونية، بل هو صورة شاملة لكل أنواع الوعي الاجتماعي ورفع المستوى الثقافي والمعرفي للمواطن ليكون قادرًا على استيعاب القانون وتقبل أوامره ونواهيه بشكل صحيح، بل ويتبنى القانون ويجعله قيمة عليا يدرك أبعادها ويسعى لتطبيق موجباتها، وتقوم المؤسسات الإعلامية والبرامج المسموعة والمقروءة في الوسائل التقليدية والحديثة بتقديم زوايا خاصة بالثقافة القانونية، تعمل على تنمية هذا الوعي لدى المواطن من خلال تناول هذه القوانين وتبسيطها وشرحها وحل كافة الملاحظات حولها حتى يمكن فهمها لدى المواطن البسيط.

تعريف التشريعات العقارية:

يقصد بالتشريعات العقارية تلك القوانين واللوائح التي تقوم الدولة بوضعها لتنظيم الأمور المتعلقة بالجانب العقاري والتي تشمل قوانين التمويل وتحديد النطاق العمراني، إضافة إلى تحديد حجم المباني المسموح به وارتفاعه في بعض المناطق. (1)

دور الإعلام في الترويج للتشريعات والقوانين العقارية:

لقد أدركت المجتمعات أهمية استخدام وسائل الإعلام عامة والوسائل الحديثة خاصة في تعريف الجمهور بالمعلومات المختلفة عن كافة القضايا حيث تعد وسائل الإعلام أحد أهم مصادر المعرفة بالنسبة للمواطنين، لذا تلجأ هذه المجتمعات لاستخدام هذه الوسائل لتوصيل معلومات محددة عن القضايا والأحداث لدى المواطنين لذلك تقوم الدولة بشكل عام بالاستعانة بوسائل الإعلام للترويج للقوانين والتشريعات المتعلقة بالقطاع العقاري في الدولة حيث تعتمد الدولة على استخدام وسائل الإعلام لنشر معلومات تفسيرية وتوضيحية عن ماهية التشريعات العقارية وحيثيات تلك القوانين مما يؤدي بشكل كبير إلى زيادة المستوى المعرفي والإدراكي للجمهور،⁽²⁾ وتهدف الدولة من استخدام وسائل الإعلام المختلفة إلى إحداث تأثير سلوكي على الجمهور فيما يتعلق بالالتزام بالتشريعات العقارية من خلال عرض العواقب التي يتعرض لها المخالفين لتلك التشريعات،⁽³⁾ وتشير البحوث المتعلقة بهذا المجال إلى أن الدولة تقوم بالاستعانة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون لتحقيق انتشار واسع وزيادة معرفة الجمهور بالقوانين والتشريعات التي قامت بوضعها فيما يتعلق بالجانب العقاري.⁽⁴⁾ كما أنها لا تقتصر على استخدام وسائل الإعلام التقليدي فقط لكنها تلجأ أيضًا إلى استخدام الإعلام الرقمي مثل مواقع التواصل الاجتماعي لضمان الفورية والأنية والسرعة في نشر المعلومات المتعلقة بالتشريعات العقارية.⁽⁵⁾

ويعد قانون التصالح الجديد أحد أهم التشريعات الحالية التي تستهدف تقنين أوضاع المواطنين اللذين قاموا بالبناء على أراضي الدولة ولكن بصورة قانونية بما يفيد الصالح العام، وكذلك المحافظة على الأراضي الزراعية من التدهور وتقليص المساحة المزروعة، وهو القانون رقم 17 الذي تم طرحه سنة 2019، وتم إجراء بعض التعديلات عليه بموجب القانون رقم 1 لسنة 2020 ويهدف القانون إلى مواجهة مخالفات قانون البناء والحد من الأوضاع السابقة المترتبة عليها؛ وذلك لتنظيم أوضاع البناء، وإعادة هيكلة الخريطة العمرانية، وتطوير كل من المرافق والخدمات، وقد تم إجراء بعض التعديلات على هذا القانون وذلك لتيسير القرارات، وخفض الرسوم، وشملت كل أنواع العقارات، كما مهدت الطريق نحو تقسيط قيمة التصالح على ثلاث سنوات، الأمر الذي أضاف المفهوم الجديد في قانون التصالح في مخالفات البناء.

وقد دعت المخالفات العقارية التي تسببت فيها أحداث 25 يناير إلى تطوير القانون وتعديله حيث استغل الكثير من المواطنين حالة الفوضى وعدم الاستقرار في الدولة لتشييد الكثير من المباني السكنية على حيز كبير من الرقعة الزراعية المحدودة في مصر،⁽⁶⁾ وقد لجأت الدولة المصرية إلى استخدام الإعلام بثتى أنواعه سواء كان تقليدياً أو رقمياً للتعريف بقانون التصالح العقاري الجديد وتقديم معلومات كافية متعلقة بالتشريعات العقارية الصادرة في 2020.⁽⁷⁾ كما عمدت على تكثيف الأخبار المتعلقة بالتشريعات العقارية والتي من شأنها زيادة الوعي المتعلق بالتشريعات العقارية⁽⁸⁾

واستعانت الدولة بوسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية في التصدي للشائعات المتعلقة بتلك التشريعات فيما يتعلق بحجم الضرر الناتج عن تطبيق تلك التشريعات (9) وكذلك لبيان الطرق التي يمكن من خلالها حل المشاكل المتعلقة بالقطاع العقاري فيما يتعلق بالمخالفين. (10) كما استعانت الدولة بوسائل الإعلام لبيان الفوائد التي يمكن تحقيقها من خلال تطبيق قانون التصالح العقاري من بينها تقنين المباني السكنية المخالفة، (11) كما لجأت الدولة المصرية لاستخدام الإعلام الرقمي في إقامة اتصال ثنائي تفاعلي بين الدولة والجمهور والتي تمثلت بشكل رئيس في الرد على استفسارات الجمهور فيما يتعلق بقانون التصالح العقاري الذي وضعته الدولة في 2020م. (12)

الدراسات السابقة:

عمدت الباحثة إلى تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين تتمثل في:

المحور الأول: الدراسات التي استهدفت دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين.

المحور الثاني: الدراسات التي استهدفت دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين في مجال العقارات.

وفيما يلي عرضاً لتلك المحاور بشكل تفصيلي

أولاً: الدراسات التي استهدفت دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين.

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في زيادة وعي المواطنين بالتشريعات القانونية وهذا ما أثبتته نتائج عدد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ومنها ما هدفت إليه دراسة **Shahzadah Qureshi** (13) (2020) بعنوان "فعالية وسائل الاعلام الباكستانية في التعريف بالتشريعات القانونية المتعلقة بالتحرش الالكتروني: دراسة تطبيقية علي عينة من الاناث اللاتي تعرضن للجرائم الالكترونية والتي هدفت الي التعرف علي دور وسائل الاعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالتشريعات القانونية المتعلقة بتجريم الجرائم الالكترونية، وما علاقة ذلك في التأثير علي سلوك الجمهور في باكستان فيما يتعلق بالعامل مع الجرائم الالكترونية، اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الاناث من مقاطعة Punjab الباكستانية قوامها 68 مفردة من الاناث الاتي تتراوح أعمارهن بين 18-38 عام والذين تعرضوا للتحرش الالكتروني ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة أن هناك زيادة كبيرة في نسبة التحرش الالكتروني حيث أن باكستان تحتل المرتبة 25 علي مساوي العالم فيما يتعلق بالجرائم الالكترونية، كذلك بينت ان وسائل الاعلام قام بشكل فعال في التعريف بالتشريعات القانونية المتعلقة بالجرائم الالكترونية التي تشمل التحرش والابتزاز الالكتروني، كما بينت نتائج الدراسة أن العقوبات تحتاج الي مزيد من التخليط

لتكون رادعا أمام من يقوم بمثل تلك الجرائم، كما بينت الدراسة أن هناك الكثير لا يعلمون التشريعات المتعلقة بالجرائم الإلكترونية أو الخطوات القانونية التي يمكن اتخاذها في التعامل مع مثل تلك الجرائم اذا وقع فريسة لها، وفي اطار التعرف علي فعالية وسائل الاعلام في التعريف بالقوانين المتعلقة بجرائم الاغتصاب والتحرش الجنسي بين الشباب، بينما جاءت دراسة **Suba Tvisha (2020)**⁽¹⁴⁾ بعنوان "اتجاه الطلاب نحو التغطية الإعلامية للتشريعات المتعلقة بالاغتصاب: دراسة تطبيقية" واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الشباب قوامها 100 مفردة بالإضافة الي تحليل عدد من المقالات والأخبار المتعلقة بالتغطية الإعلامية الي ناقشت التشريعات المتعلقة بالاغتصاب ومن خلال الاستقصاء وتحليل المضمون اشارت نتائج الدراسة الي فعالية وسائل الاعلام في التعريف بالتشريعات المتعلقة نظرا لقدرتها علي السرعة في نشر المعلومات وتوصيل المعلومات الي عدد ضخم من الجمهور، كما بينت الدراسة الي ضرورة وجود وسائل مساعدة الي جانب التشريعات والاعلام وهو استخدام التعليم في تغيير سلوك بعض الشباب الذي يقدم علي مثل تلك الجرائم مما يؤدي في النهاية الي القضاء علي تلك الظاهرة السلبية، كذلك أشارت الي ان وسائل الاعلام تساهم بدور كبير في دفع المشرعين نحو تغليظ العقوبات المتعلقة بالاغتصاب والتحرش وان ذلك من بين الدوافع الرئيسية التي يمكن أن تكون مانعا ضد ارتكاب جريمة الاغتصاب، وهدفت دراسة **C. Baccarella (2020)**⁽¹⁵⁾ بعنوان "فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور بالتشريعات القانونية" إلى التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بزيادة الوعي بالقوانين والتشريعات في المجتمع، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الجمهور قوامها 850 مفردة بحثية من الجمهور في ألمانيا ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل كبير في تعريف الجمهور بالتشريعات القانونية من خلال الشرح المفصل للمواد واللوائح القانونية التي يصعب تفسيرها، لذلك تأتي مواقع التواصل الاجتماعي لتقدم شرح مبسط للقوانين والتشريعات، كما بينت نتائج الدراسة أنه على الرغم من الفوائد والجوانب الإيجابية التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن تلك المواقع لها تأثيرات سلبية مثل انتشار التمرر الإلكتروني بين الجمهور نتيجة إمكانية مواقع التواصل الاجتماعي بإخفاء هوية القائم بالاتصال وبالتالي تمتعه بحرية في القيام بتلك الجرائم، وفي الإطار ذاته استهدفت دراسة **Muhammad Rasheed (2020)**⁽¹⁶⁾ بعنوان "فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي المراهقين بالتشريعات القانونية المتعلقة بالجرائم الإلكترونية" إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الطلاب بالقوانين التي تجرم التمرر الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الطلاب في المرحلة الثانوية قوامها 383 مفردة بحثية ومن خلال استخدام الاستقصاء الإلكتروني، وأشارت نتائج الدراسة

إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر المصدر الرئيس للمعلومات وتعلم الخبرات ومعرفة القوانين والتشريعات بالنسبة للطلاب، كما بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في خلق بيئة مواتية يمكن للطلاب من خلالها تعلم القوانين والخبرات المتعلقة بأنماط معيشتهم، من بينها القوانين المنظمة لمواقع التواصل الاجتماعي، مثل التتمر والبلطجة الإلكترونية، حيث وجدت الدراسة وجود علاقة طردية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي بالقوانين التي تجرم التتمر الإلكتروني وسبل التحصن من تلك السلوكيات السلبية وكيفية التعامل مع مثل تلك النوعية من الجرائم، كما تناولت دراسة **Azam Faraji** (17) (2019) بعنوان "تأثير الإعلام الداخلي في زيادة التوعية بالتشريعات المتعلقة بالتمريض في إيران" والتي استهدفت التعرف على تأثير الإعلام الداخلي لوزارة الصحة الإيرانية على زيادة الوعي بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالتمريض، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة قوامها 260 ممرضة للتعرف على زيادة وعيهم بالقوانين والتشريعات المنظمة للعمل المهني التمريضي، ومن خلال استمارة الاستقصاء، أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض للنشرات الداخلية لوزارة الصحة الإيرانية وبين زيادة الوعي بالتشريعات القانونية المنظمة للعمل المهني التمريضي حيث بلغت قيمة معامل $T = 28.3$ والقيمة دالة عند مستوى معنوية 0.001، كما بينت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة بين العوامل الديموغرافية وزيادة الوعي بالتشريعات القانونية المنظمة للعمل المهني التمريضي، كذلك بينت نتائج الدراسة أن الإعلام أسهم في زيادة الوعي بالتشريعات القانونية المنظمة للعمل المهني التمريضي والذي انعكس على عمل الممرضين في إيران من خلال التعريف بمسؤوليتهم الدقيقة في العناية بصحة الشعب الإيراني وفي مساعدة الأطباء في الارتقاء بمستوى الصحة في الجمهورية الإيرانية، وقد هدفت دراسة **Yinglin Wu** (18) (2018) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور بالتشريعات القانونية المتعلقة بالحياة البرية" إلى التعرف على فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور بالقوانين والتشريعات المتعلقة بالحياة البرية في الصين، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة قوامها 680 من الجمهور الصيني والذي يقوم بالتعرض للتشريعات والقوانين المنظمة للحياة البرية في الصين، وأشارت نتائج الدراسة إلى فعالية نواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالتشريعات والقوانين التي تهدف إلى المحافظة على الحياة البرية في الصين، كما أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين المحافظة على الدلافين المهددة بالانقراض في الصين، نتيجة زيادة الوعي بالقوانين التي تجرم صيد الدلافين وبعض الأسماك من بعض الفصائل المهددة بالانقراض، كما بينت الدراسة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في تبسيط المعلومات وتقديم معلومات مفيدة تشرح القوانين والتشريعات المتعلقة بالحياة البرية في الصين، كذلك استهدفت دراسة **Yala Peng** (19) (2015) بعنوان "دور وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور

بالتشريعات المتعلقة بالمواد الغذائية وعلاقته بسلوك الجمهور: دراسة حالة على الجمهور الصيني"، إلى التعرف على تأثير الإعلام على زيادة الوعي المتعلق بالقوانين المتعلقة بالطعام في الصين، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الجمهور الصيني قوامها 960 مفردة بحثية للتعرف على تأثير الإعلام في زيادة الوعي بالقوانين المتعلقة بالأمن الغذائي، ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجماهيرية أسهمت في انتشار قادة الرأي الصينيين في المجال المتعلق بالطعام والأمن الغذائي في جمهورية الصين الشعبية، كما بينت الدراسة أن من خلال دور الإعلام في زيادة الوعي بالقوانين المتعلقة بالأمن الغذائي، أدى بشكل كبير في كشف أي خلل أو فضيحة متعلقة بالأمن الغذائي والطعام في الصين بشكل عام، مثل الفضائح المتعلقة بطعام الأطفال في 2012م، مما أثر بشكل كبير على مبيعات تلك الشركات التي تعاني من فضائح متعلقة بتصنيع الأغذية.

ثانياً: الدراسات التي استهدفت دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين في مجال العقارات:

تناولت عدد من الدراسات دور الإعلام في تنمية الوعي القانوني فيما يتعلق بالتشريعات العقارية لدى المواطنين ومن هذه الدراسات ما هدفت إليه دراسة **Federico Dell'Anna (2020)**⁽²⁰⁾ بعنوان "فعالية وسائل الاعلام في التعريف بالتشريعات العقارية دولة سنغافورة" للتعرف على فعالية وسائل الاعلام في التعريف بالتشريعات القانونية المتعلقة بالعقارات في دولة سنغافورة، وما تأثير تلك التشريعات على سوق العقارات في سنغافورة، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي حيث قام باختيار عينة من الجمهور في سنغافورة قوامها 580 مفردة بحثية للتعرف على دور وسائل الاعلام في التعريف بالتشريعات القانونية ومن خلال استمارة الاستبيان أشارت نتائج الدراسة الي أن وسائل الاعلام ساهمت بشكل كبير في التعريف بالتشريعات التي وضعتها حكومة سنغافورة وتوضيح ما يشتمل عليه من بنود وشروط ينبغي توافرها في العقارات الموجودة في الدولة، كما بينت الدراسة أن الهدف من التشريعات هو توحيد العقارات الموجودة في سنغافورة السكنية والتجارية من خلال توحيد لون العقارات باللون الأخضر فيما يعرف بـ **Green premium** وإظهار لمسه جمالية على العقارات في سنغافورة وأنها أصبحت دولة الفن والجمال **State of the art**، كذلك اشارت نتائج أن تلك التشريعات ساهمت بشكل كبير في التأثير على أسعار العقارات في سنغافورة بشكل إيجابي نتيجة أن تطبيق تلك التشريعات أضاف الكثير من التميز للمباني العقارية والوحدات السكنية، كما هدفت دراسة **Heather Whiteside (2020)**⁽²¹⁾ بعنوان "المعالجة الإعلامية لقانون الخصخصة العقارية والتشريعات المتعلقة بالتصالح العقاري في كندا" للتعرف على تأثير قوانين التصالح التي أقرتها الحكومة الكندية على قطاع العقارات في الدولة، وما هو تأثير التناول الإعلامي على قطاع العقارات الكندية، واعتمد الباحث على المنهج

المسحي، حيث قام باختيار عينة من الجمهور الكندي قوامها 650 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن القرارات التي اتخذتها الحكومة الكندية والمتعلقة بخصخصة الأراضي والمباني الحكومية في كندا كان له تأثير على قطاع العقارات بشكل سلبي نتيجة الاتجاه السائد نحو خصخصة القطاع العقاري في كندا، كما أشارت نتائج الدراسة إلى المعالجة الإعلامية السلبية لقانون الخصخصة العقارية، نتيجة تقويض القبض الحكومية على القطاع العقاري في كندا، مما يعكس بشكل سلبي على الصورة الذهنية المتعلقة في تنظيم الدولة للمشروعات السكنية جعل الشركات الخاصة المتحكم الأول في السوق العقاري الكندي، وبعنوان "المعالجة الإعلامية لقانون حظر شراء العقارات في الصين وتأثيره على النشاط العقاري في العاصمة الصينية بكين" جاءت دراسة **Yaoyao Li** (2020)⁽²²⁾ والتي استهدفت التعرف على المعالجة الإعلامية لقوانين حظر شراء العقارات في الصين، وما هي اتجاهات الجمهور نحو تلك القوانين، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بتحليل الإعلانات التي تناولت القوانين العقارية، إضافة إلى دراسة عينة مسحية من الجمهور الصيني قوامها 436 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المعالجة الإعلامية اتسمت بالإيجابية في التعامل مع تلك القوانين، حيث أشارت المعالجة الإعلامية إلى أن تلك القوانين كان الهدف منها هو كبح الزيادة المستمرة في قطاع العقارات في الصين، لذلك قامت الحكومة الصينية باتخاذ مجموعة من الإجراءات من بينها حظر شراء العقارات السكنية في كافة أجزاء الصين حتى إشعار آخر، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن تلك القرارات الحكومية كانت قرارات غير مدروسة جيداً، حيث إن تلك الإجراءات أنتت بنتائج عكسية على سوق العقارات في الصين، حيث تزايد أسعار العقارات بنسبة 8.02% حتى العقارات القديمة زادت أسعارها بنسبة 6.7% عما قبل الإجراءات الحكومية مما يشير إلى سلبية القرارات الحكومية في معالجة مشكلة القطاع العقاري في الصين، وللتعرف على المعالجة الإعلامية للتشريعات العقارية التمويلية وعلاقته بزيادة الثقة في الحكومة اليابانية هدفت دراسة **Masayasu Kanno** (2020)⁽²³⁾ إلى التعرف على فعالية وتأثير القوانين العقارية على زيادة الثقة في الحكومة اليابانية، وكيف كانت المعالجة الإعلامية لتلك التشريعات العقارية، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بتحليل عينة من المواد الإخبارية التي نشرها في الإعلام التقليدي كالتلفزيون، إضافة إلى دراسة مسحية على عينة من الجمهور الياباني قدرها 362 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني، وأشارت نتائج الدراسة من خلال المعالجة الإعلامية لتلك التشريعات أن تلك القوانين أسهمت بشكل كبير في زيادة الثقة في الحكومة اليابانية نتيجة تشجيع وتحفيز تلك القوانين على الاستثمار في قطاع العقارات اليابانية، كما أشارت النتائج إلى أن تلك الإجراءات أسهمت بشكل كبير في تيسير إجراءات التمويل العقاري سواء للشركات أو بالنسبة للجماهير بشكل عام، كذلك أشارت أن الهدف من تلك التشريعات الحد من حدوث الأزمات المستقبلية التي حدثت

في السوق العقاري في اليابان عام 2003 وذلك بعد أن تم إعلان إفلاس شركة Lehman Brothers وذلك بعد تكبدها خسائر قدرها 112 مليار ين ياباني، مما أدى إلى حدوث أزمة في السوق العقاري الياباني، حيث تهدف التشريعات إلى تحمل الحكومة والبنوك اليابانية إنفاق وتمويل المشروعات العقارية مما يضمن التنمية المستدامة في قطاع العقارات، وقد استهدفت دراسة **Hongxia Zhang** (2019)⁽²⁴⁾ بعنوان "المعالجة الإعلامية للقوانين العقارية وعلاقته بمنع الفساد وزيادة الثقة في القطاع العقاري في الصين: دراسة حالة على 12 مقاطعة صينية" وقد ركزت اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية للقوانين العقارية في الصين، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الجمهور قوامها 3100 مفردة بحثية ومن خلال استخدام الاستقصاء، أشارت نتائج الدراسة إلى اتجاه الجمهور الصيني بشكل إيجابي نحو القوانين العقارية التي تم إقرارها من قبل الحكومة والمتعلقة بتنظيم العقارات في 12 مقاطعة صينية وذلك نتيجة للتغطية الإعلامية الإيجابية لقوانين العقارات التي أقرتها الحكومة الصينية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الهدف من القوانين الحكومية هو منع انتشار الفساد في القطاع الصيني في الفترة الأخيرة، مما أثر بشكل مباشر على مصداقية الحكومة الصينية لدى الجمهور، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين القوانين التي تم تسريعها لمنع الفساد القوانين المنظمة لحيازة العقارات والأراضي، والتمويل العقاري وغيرها من التشريعات التي أسهمت في كبح انتشار الفساد في القطاع العقاري الصيني، وللتعرف على دور وسائل الإعلام في التعريف بالتشريعات القانونية المتعلقة بالعقارات، ودورها في التعريف بتنظيم قوانين الطاقة المستخدمة في العقارات السكنية جاءت دراسة **Melanie Franke** (2019)⁽²⁵⁾ بعنوان "اتجاه المستأجرين والملاك نحو التشريعات المتعلقة بالعقارات ودور وسائل الإعلام في زيادة الوعي بتلك التشريعات"، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور قوامها 206 مفردة بحثية 108 من المستأجرين و98 من ملاك العقارات والذين تعرضوا للمحتوي الإعلامي المتعلق بالتشريعات التي أقرتها ألمانيا فيما يتعلق بتنظيم استخدام الطاقة في العقارات في دولة ألمانيا، ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية بين تعرض الجمهور للإعلام وبين زيادة وعي الجمهور بالتشريعات العقارية، كما بينت الدراسة ان التشريعات العقارية التي أقرتها الدولة فيما يتعلق بتنظيم استخدام الطاقة المتمثلة في الكهرباء والغاز في العقارات السكنية لها تأثير سلبي على قطاع العقارات في ألمانيا حيث انخفضت مبيعات السوق العقاري بشكل كبير في الربع الأول من عام 2020 نتيجة تطبيق التشريعات العقارية، كذلك بينت الدراسة الاتجاه الإيجابي الذي أبداه ملاك المباني العقارية نحو تلك التشريعات وأن التغطية الإعلامية للتشريعات اتسمت بالوضوح وتقديم المعلومات بشكل مبسط، وفي إطار التعرف على دور وسائل الإعلام في التعرف بالتشريعات المتعلقة بالقطاع العقاري في فنلندا وتأثيره على السوق

العقاري جاءت دراسة **Mika Hyötyläinen (2018)** بعنوان "دور وسائل الإعلام في التعرف بالتشريعات المتعلقة بالقطاع العقاري في فنلندا وتأثيره على السوق العقاري: دراسة حالة على مدينة Helsinki" التعرف على دور وسائل الإعلام في التعريف بالقوانين العقارية التي وضعتها فنلندا لتنظيم العقارات في منطقة Helsinki، الراقية، وما تأثير ذلك على زيادة الأعمال في تلك المنطقة، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عين من الجمهور الفنلندي وبالتحديد في منطقة Helsinki، قوامها 420 مفردة بحثية، من خلال الاستقصاء، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تعامل وسائل الإعلام مع قوانين العقارات في منطقة Helsinki، أدى إلى احداث عواقب سلبية نتيجة إسناد الاستثمار في تلك المنطقة إلى مجموعة من المطورين العقاريين من القطاع الخاص، مما أثار سخط كثير من الجماهير نحو مستقبل النشاط العقاري في تلك المنطقة، ومستوى جودة العقارات المستقبلية في تلك المنطقة في ظل العقارات الحالية التي تتميز بمستوى عال من الجودة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإعلام تعامل بشكل سلب مع إسناد عقارات منطقة Helsinki، إلى مجموعة من المطورين أثار حفيظة الجمهور نحو الأسعار المبالغ فيها التي يزعم المطورون والمقاولون طرحها والتي لا تتماشى مع الأسعار التي طرحتها الدولة في تلك المنطقة، مما أثر على الأبعاد السياسية والاقتصادية نتيجة إسناد بعض المشاريع العقارية إلى القطاع الخاص الذي تلاعب في أسعار العقارات في المنطقة.

التعليق العام على الدراسات:

- وجدت الباحثة قلة في عدد الدراسات العربية عامة والمصرية خاصة التي استهدفت الربط بين الإعلام والجوانب القانونية على حد علم الباحثة.
- استهدفت معظم الدراسات التي استعانت بها الباحثة التعريف بدور وسائل الإعلام سواء التقليدية والحديثة في التعريف بالتشريعات القانونية وخصصت المحور الثاني لتناول الدراسات الخاصة بالتشريعات العقارية وهو ما تشابهت معه الدراسة الحالية حيث هدفت بشكل أساسي للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وهي أحد أهم وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين فيما يخص بعض التشريعات الخاصة بمجال العقارات وهو قانون التصالح على مخالفات البناء.
- جاء منهج المسح على رأس قائمة المناهج المستخدمة في الدراسات وقد اعتمدت معظمها على استخدام أداة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة حيث يتعلق الموضوع بمدى استفادة الجمهور من التشريعات التي تقوم بتناولها وسائل الإعلام ومدى فهمهم لها، لذا جاءت الدراسات ميدانية ولم يقم أي منها

بتحليل مضامين وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة وهو ما ستقوم به الدراسة الحالية إلى جانب الدراسة الميدانية.

- أشارت كافة الدراسات التي قدمتها الباحثة إلى الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام في التعريف بالتشريعات سواء العامة أو التي تتعلق بمجال العقارات وسوف تهتم هذه الدراسة بالتركيز على موضوع تنمية الوعي القانوني وليس مجرد المعرفة السطحية للقوانين.

مدى استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

- مكنت الدراسات السابقة من التعرف على جوانب الموضوع مما أسهم في التعرف على تحديد دقيق للمشكلة البحثية والتعرف على الإطار النظري الذي يمكن الاعتماد عليه في هذه الدراسة، كما أنها شكلت جانباً معرفياً هاماً حول موضوع الدراسة.
- المساهمة في تصميم استمارتي الدراسة وتطبيقها بالشكل المطلوب فقد استعانت كافة الدراسات السابقة بأداة الاستقصاء حول دور وسائل الإعلام في التعريف بالتشريعات القانونية مما ساعد الباحثة في الشق التطبيقي لهذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

لا شك أن موضوع العقارات يعد أحد الموضوعات المهمة لكافة المواطنين داخل الدولة المصرية حيث يرتبط ذلك بكافة طوائف الشعب سواء الفقيرة أو الغنية، لذا يحظى باهتمام ومتابعته معظم المواطنين داخل الدولة، ومنذ ظهور قانون التصالح في مخالفات البناء 2019 م، وما لحق به من تعديلات كان آخرها تلك التي أعلنت عنها الدولة المصرية في بداية عام 2020م بشأن تقنين الجوانب الخاصة ببناء العقارات مما أحدث جدلاً كبيراً بين المواطنين، وقد أثارت تلك التعديلات حفيظة كل من مُلاك العقارات ومُلاك الشقق داخل العقارات المختلفة، ويرجع مصدر الخلاف إلى عدم وضوح الطرف الذي يتوجب عليه القيام بإجراءات التصالح، بل أصبح من الصعب تحديد ما إذا كان الضرر الحقيقي يجب أن يتحملة طرفاً بعينه أم هو مجرد خطأ كان يجب إدراكه منذ البداية.

وحيث إن وسائل الإعلام تعد أحد أهم مصادر المعرفة لدى الجمهور خاصة في الوقت الذي تقل فيها المصادر عن موضوع معين، وقانون التصالح في مخالفات البناء يعد أحد القوانين الحديثة التي استهدفت مواجهة مخالفات قانون البناء والحد من الأوضاع السابقة المترتبة عليها؛ وذلك لتنظيم أوضاع البناء وإعادة هيكلة الخريطة العمرانية، وتطوير كل من المرافق والخدمات، لذا تعد وسائل الإعلام المصدر الأساسي لمعظم أفراد الشعب وذلك للتعرف على ماهية هذا القانون وما الإجراءات التي يجب اتخاذها

لتقديم طلبات التصالح على تلك المخالفات، وهو ما أكدت عليه نتائج الدراسات السابقة في فاعلية تلك الوسائل لتعريف الجمهور بهذه التشريعات وكيفية تنفيذها على أرض الواقع.

وفي ظل تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي والتي أثبتت فاعليتها كأحد أهم مصادر المعرفة للشعب المصري في الآونة الأخيرة لمعظم أفراد الشعب المصري وفي ضوء ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة من أهمية دور الإعلام في التعريف بالتشريعات القانونية في المجتمعات المختلفة، ونتيجة حداثة قانون التصالح على مخالفات البناء في المجتمع المصري، لذا وجدت الباحثة أن هناك إشكالية وضرورة علمية لدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للمواطنين خاصة فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء العقارية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة النظرية في:

- تأتي أهمية الدراسة في إنها تتناول أحد الموضوعات المهمة التي أثارت جدلاً واسع النطاق بين المواطنين وشغلت الرأي العام المصري خلال الأشهر الماضية بشكل كبير، مما كان هناك ضرورة للتعرف على مدى تقبل هذا القانون لدى الجمهور ومدى معرفتهم به وما اتجاهاتهم نحو تطبيقه.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى دور وسائل الإعلام في التعريف بالتشريعات والقوانين المختلفة مما دعا للتعرف على دورها وخاصة مواقع التواصل كأحد أهم هذه الوسائل في التعريف بقانون التصالح على مخالفات البناء داخل المجتمع المصري.
- ندرة الدراسات الإعلامية العربية والمصرية على وجه الخصوص التي تناولت الأدوار الإعلامية للتعريف بالقضايا والتشريعات القانونية وذلك على حد علم الباحثة مما استوجب القيام بدراسة إعلامية تتناول هذا الموضوع الذي يعد حديث الشارع في الفترة القليلة الماضية، لذا تعد هذه هي الدراسة الأولى المصرية التي تتناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني بقانون التصالح على مخالفات البناء.
- حداثة موضوع الدراسة، فقانون التصالح على مخالفات البناء يعد من القوانين الحديثة نسبيًا خاصة فيما يتعلق بالتعديلات الأخيرة التي أقرتها الدولة المصرية منذ بداية عام 2020، مما كان هناك ضرورة للتعرف على مدى معرفة الشارع المصري بهذا القانون وتقبلهم له، ما هي اتجاهاتهم نحوه.

- من خلال سعي الباحثة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني لدى المواطنين يمكن التعرف على مدى تقبل الشارع المصري لقانون التصالح على مخالفات البناء، مما يمكن الخروج بمؤشرات مهمة للمعنيين بهذه القضايا للتوظيف الصحيح لوسائل الإعلام في صالح المواطنين.

أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة بشكل أساسي التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور خاصة فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء العقارية وذلك بالتطبيق على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية على الفيس بوك، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية تمثلت في:

- أهداف الدراسة التحليلية:

1. الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قانون التصالح على مخالفات البناء.
2. رصد مصادر الأخبار المنشورة على الصفحات الرسمية على الفيس بوك كلاً من مؤسسة رئاسة الوزراء ومؤسسة الأهرام المصرية.
3. التعرف على أبرز المعلومات القانونية والتشريعية التي تناولتها الصفحات الرسمية عينة الدراسة خلال متابعتها لأخبار قانون التصالح على مخالفات البناء.
4. التعرف على طبيعة الموضوعات التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها لقانون التصالح على مخالفات البناء.

- أهداف الدراسة الميدانية:

1. التعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قوانين العقارات وشرحها للجمهور.
2. التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الدور الذي قامت به مواقع التواصل للتعريف بقانون التصالح على مخالفات البناء.
3. الكشف على اتجاهات الجمهور المصري العام نحو قانون التصالح على مخالفات البناء والتعديلات التي تمت عليه في 2020.
4. رصد مدى قيام المبحوثين بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء تبعاً لما تابعوه من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media system dependency theory

تعد (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع (27)

لذا تعد هذه النظرية من أكثر النظريات الإعلام شمولاً وتوازناً، فهي تستفيد بعناصر العملية كافة الاتصالية في تفسير عمل وسائل الاتصال الجماهيري، كما أنها تقدر قوة الإعلام وقوة العناصر الأخرى معاً (28)

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على فرض رئيسي وهو وجود علاقة بين وسائل الإعلام وبين النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي الموجود في المجتمع بشكل عام وعلى أفراد ذلك المجتمع بشكل خاص (29)

ويشير مصطلح الاعتماد إلى "العلاقة التي يكون فيها إشباع الاحتياجات أو تحقيق الأهداف من قبل طرف واحد مشروطاً بموارد طرف آخر"، بمعنى آخر أن تحقيق رغبات وحاجات الجمهور فيما يتعلق بوسائل الإعلام متعلق بما يمكن أن تقدمه من معلومات وفيرة موثوقة يمكن الاعتماد عليها مما تؤثر بشكل رئيس في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات والأخبار بسبب قدرتها على تحقيق حاجات ورغبات الجمهور في المعرفة وزيادة الوعي بالأمر المحيط (30)

ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام في هذه النظرية العلمية هي الدرجة التي يعتمد بها الأفراد على وسائل الإعلام من حيث كونها مصدرًا من المصادر الرئيسية لتحقيق رغبته الشخصية وتلبية حاجاته الذاتية النفسية منها والاجتماعية (31)

وتزداد الحياة الاجتماعية تعقيداتها بصورة كبيرة ومع تعقد الحياة الاجتماعية في المجتمعات الحديثة والتي تزداد بها التقدمات التكنولوجية في كافة المجالات المختلفة عامة والاتصالية على وجه الخصوص، حيث تزايدت وظائف الاتصال المختلفة والمتطورة من نقل الصوت (Audio) إلى نقل الصوت والصورة أي الفيديو (Video) من مكان لآخر مخترقًا كافة الحدود الجغرافية والزمنية بجودة اتصالية متميزة وبصورة سريعة متطورة في نقل المعلومات (32)

وتشير نظرية الاعتماد أن هناك أهداف رئيسية وراء اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وهي زيادة الفهم **understand** بالأمر والقضايا المحيطة، وتكوين اتجاه الجمهور، **orientation** نحو القضايا المعاصرة مما يساهم بشكل كبير في مساعدة الجمهور على تكوين واتخاذ القرارات، وثالثاً الترفيه **Play** (33)

وقد أكدت معظم الدراسات أن نظرية الاعتماد تعد من أهم الأطر النظرية التي تسهم في دراسة وتحليل التغييرات المتمثلة في الأمور المجتمعية المحيطة مثل الأوضاع السياسية والاجتماعية وحتى التكنولوجيا وعلاقتها بتغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور فيما يتعلق باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.⁽³⁴⁾

وتفترض النظرية أن الجمهور يعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام عندما يكون هناك غموض وعدم وضوح الرؤيا فيما يتعلق بقضية معينة موجودة في المجتمع، حينئذ يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كوسيلة رئيسية للحصول على المعلومات لإزالة الغموض المتعلق بتلك القضية.⁽³⁵⁾

ويزداد تأثير وسائل الإعلام على الجمهور عندما يصبح اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بشكل مكثف نظراً لما تقوم به من تقديم معلومات مكثفة **ample information** عن بعض القضايا والمعلومات، مما يؤدي إلى تأثر الجمهور بالمحتوى الإعلامي الذي يتم نشره في وسائل الإعلام.⁽³⁶⁾

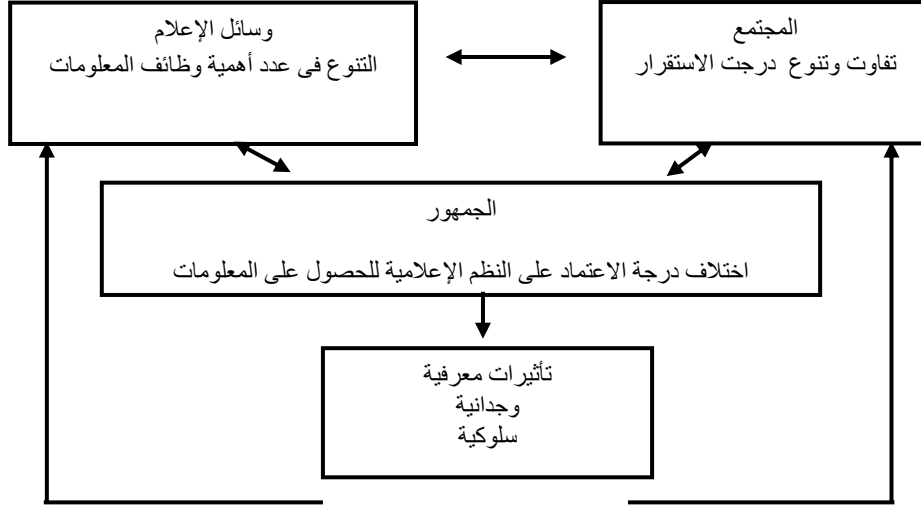
الأسس التي تركز عليها النظرية:

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين :

● **الأهداف:** حتى يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد على مصادر يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.⁽³⁷⁾

● **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى المصادر المتنوعة والتي تحقق أهدافهم الشخصية والاجتماعية، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أشكال من مصادر المعلومات وهو يتمثل في جمع المعلومات وتنسيقها وتصنيفها⁽³⁸⁾ ونشر تلك المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور متنوع وغير محدود، ويقدم كلاً من الباحثين (ميلفين ديفلير) و(ساندرا بول روكيش) النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل (**interdependence**) بين كل من وسائل الإعلام و"النظم الاجتماعية الأخرى" المجتمع والجمهور.

يوضح الشكل رقم (1) العلاقات المتبادلة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور⁽³⁹⁾



ويقدم النموذج السابق شكلاً يوضح بها العلاقة الثلاثية الارتباطية بين كلاً من وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور متضمناً بداخله الآتي :

أولاً: يختلف النظام الاجتماعي وفقاً لدرجة استقراره حيث يمكن أن يكون راسخاً ومستقرًا وأحياناً أخرى يكون ضعيفاً وعرضه للتغيرات المستمرة. فكلما زادت حدة عدم استقرار النظام الاجتماعي وتغيره، زادت الحاجة إلى المعلومات والتوجيهات والتعريفات والأخبار، فكلما زادت الحاجة إلى البحث عن المعلومات، يعني ذلك أن الجمهور يصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع في أوقات التغيرات والأزمات (40)

ثانياً: قد يكون النظام الإعلامي في بعض الأحيان قادراً أو غير قادرًا، أيضاً قد يكون موجهاً أو غير موجهاً لإشباع حاجات النظام الإعلامي والجمهور، وذلك كلما كان أكثر أهمية للمجتمع ومن ثم يزيد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو إعلامية خارج المجتمع، ففي هذه الحالات سيقبل اعتماد الجمهور بصورة مباشرة وواضحة على النظم الإعلامية المختلفة (41)

ثالثاً: يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الخصائص والعوامل العضوية والفسولوجية والاجتماعية، من الأهداف الشخصية والمصالح الذاتية والحاجات الفردية، فمثلاً جماعات الصفوة وهي أعلى طبقات البناء

الاجتماعي في المجتمع حيث أنها تمتلك قنوات بديلة يفتر عموم الناس إليها من جماعات العامة (الطبقة الشعبية الجماهيرية العريضة) هي أقل طبقات البناء الاجتماعي في المجتمع اعتماداً على وسائل الإعلام، حيث كذلك يتنوع الجمهور وفقاً للتكوين الاجتماعي المرتبط ببناء المجتمع أو تغييره (42)

مدى ملائمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري للدراسة:

تعتمد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل رئيسي على تأثيرات محددة في المتلقي وهي تأثيرات معرفية، وجدانية وسلوكية، وأن تحقيق تلك التأثيرات بأكثر قدر ممكن يرتبط بقدرة الوسيلة الإعلامية على نقل المعلومة بطريقة مميزة لذا يمكن أن تساعد النظرية في التعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في شرح وتفسير المفاهيم المرتبطة بقانون التصالح على مخالفات البناء من خلال تناولها لتصريحات المسؤولين عن هذا الملف ومتابعتها لأخبار تنفيذ الإجراءات الخاصة بهذا القانون في الشارع المصري والتعرف على مدى نجاح هذه الوسائل في القيام بالدور التثقيفي للجمهور.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

- تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. كيف تناولت مواقع التواصل الاجتماعي قانون التصالح على مخالفات البناء؟
2. ما العناصر الفنية التي اعتمدت عليها مؤسستي الدراسة في منشوراتها على الفيس بوك؟
3. ما مصادر الأخبار المنشورة على الصفحات الرسمية على الفيس بوك لكل من مؤسسة رئاسة الوزراء ومؤسسة الأهرام المصرية؟
4. ما المعلومات القانونية والتشريعية التي تناولتها الصفحات الرسمية عينة الدراسة خلال متابعتها لأخبار قانون التصالح على مخالفات البناء؟
5. ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها لقانون التصالح على مخالفات البناء؟

- تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المعلومات القانونية؟
2. ما الدور الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قوانين العقارات وشرحها للجمهور؟
3. ما اتجاهات الجمهور نحو الدور الذي قامت به مواقع التواصل للتعريف بقانون التصالح على مخالفات البناء؟
4. ما اتجاهات الجمهور المصري العام نحو قانون التصالح على مخالفات البناء والتعديلات التي تمت عليه في 2020؟

5. ما مدى قيام المبحوثين بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء تبعًا لما تابعوه من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 6. ما الأسباب التي دعت المبحوثين لتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء؟
 7. ما أسباب عدم تقديم بعض المبحوثين لطلبات التصالح على مخالفات البناء؟
- فروض الدراسة:**

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية تبعًا لمتغيراتهم الديموجرافية.
 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى اعتمادهم على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة.
 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020م.
- نوع ومنهج الدراسة:**

- نوع الدراسة:

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

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على **المنهج المسحي Survey Method** والذي يعد أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، والذي يعني بجمع أوصاف محددة مفصلة عن الظاهرة الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع، إضافة إلى أنه جهد علمي منظم يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراسته⁽⁴³⁾ وسوف يتم استخدام منهج المسح بشقية الميداني والتحليلي وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنقيف القانوني للمواطنين فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء.

مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: الدراسة التحليلية: تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في منشورات مواقع التواصل الاجتماعي وقد وقع اختيار الباحثة على موقع الفيس بوك حيث يعد الموقع الأكثر شهرة وشعبية بين الجمهور المصري، وتم اختيار الصفحة الرسمية لمؤسسة رئاسة

الوزراء كممثلة لصفحات الأجهزة الحكومية حيث تعد هذه المؤسسة المصدر الأول للتشريعات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء، كما تم اختيار الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام المصرية كممثلة للمؤسسات الإعلامية حيث تعد الأهرام الصحيفة الرسمية الأولى في الدولة المصرية وتم تحليل عدد من المنشورات الخاصة بقانون التصالح خلال الفترة من 2020/8/1م إلى 2020/10/30م.

وقد جاءت عينة الدراسة التحليلية كما يلي:

1. الموقع الرسمي لرئاسة الوزراء على الفيس بوك:

أنشئت مؤسسة رئاسة الوزراء صفحتها على موقع الفيس بوك في 2017/5/29⁽⁴⁴⁾ بهدف عرض أنشطة الحكومة المصرية والقرارات المهمة الصادرة من مجلس الوزراء، وليس تلقي الشكاوى وقد وصل عدد متابعي الصفحة إلى 3,875,727 تابع حتى تاريخ كتابة البحث، وعلى الرغم من حداثة عهد مؤسسة رئاسة الوزراء بالصفحات الاجتماعية على الإنترنت إلا أنه يلاحظ أن مواقع التواصل عامة والفيس بوك بصفة خاصة قد قامت بدور فعال في توصيل القرارات والتصريحات الصادرة عن مجلس الوزراء إلى الجمهور مما عمل على زيادة التفاعل بين الجمهور والحكومة ومما شكل لغة اتصال رئيسية تعتمد عليها المؤسسة للتعرف على آراء الجمهور ومقترحاتهم وشكاويهم، ويعتمد عليها المواطنين لمتابعة أداء الوزراء أو الهيئات الحكومية.

صورة رقم (2)

الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري

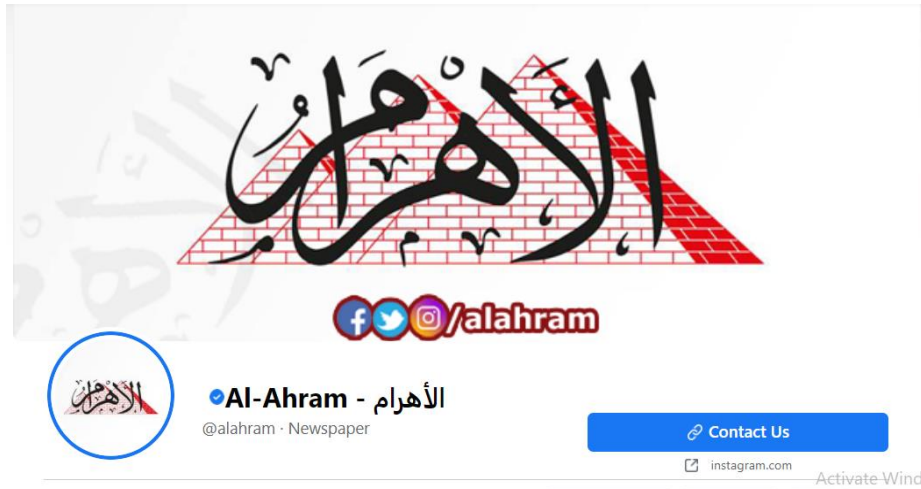


2. الموقع الرسمي لصحيفة الأهرام المصرية على الفيس بوك:

أنشئت مؤسسة الأهرام الصحفية صفحتها على موقع الفيس بوك في 2011/5/15⁽⁴⁵⁾ بهدف عرض الأخبار والمقالات والمنشورات الخاصة بما تقوم الصحيفة بنشره حول الموضوعات المختلفة، وقد وصل عدد متابعي الصفحة إلى 4,045,844 تابع حتى الآن، ومنذ انطلاق الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام قامت بمتابعة الأحداث لحظة بلحظة وتقوم الصفحة بعرض معظم الأخبار التي يتناولها الموقع الإلكتروني للصحيفة بكافة صفحاته الداخلية، وقد هدفت الصحيفة من إنشاء الصفحة إلى التواصل المستمر مع الجمهور حيث أدركت أهمية تلك المواقع في توصيل المعلومات للجمهور بشكل أيسر وأسرع من الوسائل الأخرى، كما تتميز صفحة الفيس بوك لصحيفة الأهرام بعدد من المميزات التي تجعلها أحد أهم الركائز التي تعتمد عليها المؤسسة في التعريف بالقضايا والأحداث الجارية، ويرجع اختيار صحيفة الأهرام حيث تعد الصحيفة الرسمية الأولى التي يقع عليها عبء تثقيف الجمهور وتزويده بالقرارات الحكومية فيما يتعلق بالقضايا الحياتية مثل قوانين العقارات.

صورة رقم (3)

الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام المصرية



ثانيًا: الدراسة الميدانية: تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في عينة الجمهور المصري قوامها 300 مفردة من محافظتي القاهرة والقلوبية وقد تم اختيار هذه المحافظات على وجه الخصوص للتعرف على الاختلافات الخاصة بطبيعة الجمهور في المناطق الريفية والحضرية حيث جاءت محافظة البحيرة على رأس قائمة المحافظات التي تقدمت بطلبات التصالح على مخالفات البناء وتأتي القليوبية في المركز الثاني وفق تقرير أعدته صحيفة اليوم السابع في منتصف شهر أكتوبر الماضي.⁽⁴⁶⁾

وكان توزيع عينة الدراسة كما جاءت في الجدول التالي:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

النسبة المنوية	المجموع	النسبة المنوية	العدد	المتغير	
%100	300	46.7	140	ذكر	النوع
		53.3	160	انثى	
%100	300	44.3	133	من 20 إلى أقل من 35 سنة	السن
		46.3	139	من 35 سنة إلى أقل من 50 سنة	
		9.3	28	من 50 سنة فيما فوق	
%100	300	31.3	94	متوسط	المستوى التعليمي
		52.7	158	جامعي	
		16.0	48	دراسات عليا (ماجستير- دكتوراة)	
%100	300	4.0	12	شقة إيجار جديد	نوع السكن
		27.0	81	شقة إيجار قديم	
		55.0	165	شقة تملك	
		14.0	42	منزل ملك	
%100	300	32.0	96	قرى	مكان الإقامة
		68.0	204	مدن	
%100	300	13.7	41	من 1000 إلى أقل من 2500 جنية	الدخل الشهري للأسرة:
		62.7	188	من 2500 إلى أقل من 5000 جنية	
		23.7	71	5000 جنية فأكثر	

تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور المصري العام من سن 20 سنة إلى ما فوق من سكان محافظتي القاهرة والقليوبية، وقد بلغ عدد الذكور 140 مفردة بنسبة 46.7% بينما بلغت أعداد الإناث نسبة 53.3% من إجمالي عدد العينة، وتنوعت العينة من حيث الأعمار وقد بلغت النسبة الأكبر منهم من سن 35 سنة إلى أقل من 50 سنة وذلك بنسبة بلغت 46.3% من إجمالي العينة يليها نسبة من تتراوح أعمارهم بين 20 سنة إلى أقل من 35 سنة بنسبة 44.3%، وأخيراً نسبة بسيطة من سنة 50 سنة فيما فوق بلغت 9.3% من إجمالي العينة، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد جاءت نسبة أصحاب التعليم الجامعي 52.7% من إجمالي العينة وهي النسبة الأكبر يليها 31.3% للمستوى المتوسط ثم 16% للمستويات العليا (ماجستير/ دكتوراه)، وحيث إن الدراسة تم تطبيقها في العاصمة ومحافظه القليوبية فقد تنوعت أماكن إقامة العينة حيث بلغ عدد من يسكن في قرى 32% ومن يسكن في مدن 68% وقد يرجع زيادة أعداد المدن إلى أن محافظة القليوبية تضم قرى ومدناً على حد سواء، وقد تنوع

متوسط الدخل بالنسبة للعينة، جاء في مقدمتها أصحاب الدخل من 2500 جنية إلى أقل من 5000 جنية بنسبة 62.7% وهي الفئة المتوسطة، يليها نسبة أصحاب الدخل المرتفعة من 5000 جنية فأكثر والتي بلغت 23.7% وهي نسبة غير قليلة من العينة، ثم 13.7% لأصحاب الدخل الأقل والتي تتراوح من 1000 جنية إلى أقل من 2500 جنية، ويمكن القول بأن زيادة رواتب العاملين بالدولة في الفترة الأخيرة هي ما أدت إلى رفع متوسطات دخول الأسر المصرية.

أدوات الدراسة:

- إتمدت الدراسة في استخلاص نتائجها على أداة تحليل المضمون Content Analysis والتي تعرف على أنها أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل بهدف تحليل المنتج الإعلامي أيًا كانت نوعيته والذي يتضمن الانظام والموضوعية والكمية، وتعرف أيضًا بأنها أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفًا موضوعيًا وكميًا ومنهجيًا، وتُعد أيضًا أداة تستهدف بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة،⁽⁴⁷⁾ وسوف تقوم الباحثة باستخدام تحليل المضمون الكيفي (النوعي) لعينة من المنشورات على الصفحات الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية.

- استمارة استبيان: تمثلت أدوات جمع البيانات للدراسة الميدانية في استبيان يجيب عنه عينة من الجمهور المستهدف والذي تمثل في عينة من الجمهور المصري العام في محافظتي القاهرة والقليوبية قوامها 300 مفردة.

تصميم استمارتي الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم صحيفتي الاستبيان وتحليل المضمون من خلال الخطوات الآتية:

- 1- تحديد الهدف من الدراسة والذي تمثل في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء العقارية.
- 2- تحديد أسئلة وبنود المقاييس التي تخدم الدراسة وتساعد في الإجابة على تساؤلاتهم.
- 3- صياغة استمارة الاستبيان وبنود استمارة تحليل المضمون بشكل مبدئي من خلال التساؤلات وأهداف الدراسة، إلى جانب الاطلاع على الدراسات السابقة.
- 4- عرض الاستمارات على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال علوم الإعلام؛ وذلك لإبداء آرائهم فيها للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها، واقتراح تعديلاتهم عليها.
- 5- إجراء الثبات وذلك للتأكد من إجراء التحليل، حسب درجة الثبات.

- 6- صياغة الاستمارة بصورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون.
- 7- تطبيق الاستمارة على الجمهور عينة الدراسة؛ وذلك للخروج بنتائج الدراسة.
- اختبار الصدق والثبات لاستماراتي الدراسة:

اختبار الصدق

ويعنى أن الأداة (المقياس أو الاختبار) تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، وأن مضمون الأداة يبدو أنه يتفق تمامًا مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال ما يأتي:

- فحص بالغ الدقة لأداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود- الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، وتكون مقبولة وواضحة للمتخصصين والمفحوصين على السواء.
- عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين من ذوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات تخصص الصحافة؛ للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحياتها.⁽⁴⁸⁾
- تم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين، ثم صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وقام الباحث بإجراء التعديلات والتغييرات اللازمة تبعاً لملاحظاتهم لتكون الاستمارة قابلة للتطبيق.

اختبار الثبات:

الثبات معناه أن تكرار تطبيق الاستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها 15 يوم وذلك من خلال تطبيق الاستمارة مرة أخرى، ثم أخذت عينة من عينة الدراسة ونسبتها 10% وتم إجراء تحليل بالاستعانة بثلاثة من الباحثين في مجال الصحافة إضافة إلى الباحثة وتمت مقارنة النتائج التي تم التوصل إليها كل اثنين من الباحثين لقياس درجة الاتفاق بينهما، وأعطى لكل باحث رمزاً الأول (أ)، والثاني (ب)، والثالث (ج)، والرابع (د).

وتم تحديد معامل الثبات بين كل اثنين من المحللين، أب=0.75، أج=0.85، أد=0.80، ب ج=0.95، ب د=0.90، ج د=0.75.

وتم تحديد معامل الثبات بين كل اثنين من الباحثين، ثم حساب معامل الثبات من خلاص المعادلة الآتية،

$$\text{معامل الثبات بين } N \text{ (متوسط الاتفاق بين المحللين)}^{(49)} \text{ المحللين} = \text{حيث إن } N = \text{عدد } + 1 \text{ (ن-1) متوسط الاتفاق بين المحللين المحللين}$$
$$\text{متوسط الاتفاق} = \frac{(0.75+0.90+0.95+0.80+0.85+0.75)}{6} = 0.83$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0.83 * 4}{(0.83 * 3) + 1} = 0.96$$

المقاييس الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

تم التطبيق الميداني لصحيفة الاستبيان ثم ترميز الإجابات وإدخالها على الحاسب الآلي من خلال برنامج SPSS الإحصائي وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب البسيطة.
- اختبار T.Test لحساب الفروق بين متوسطات مجموعتين.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Anova لحساب دلالة الفروق بين المجموعات.
- المقارنات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنة بين المتوسطات المتعددة.
- المتوسط الحسابي .
- الانحراف المعياري.
- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient.
- معامل ارتباط الرتب لسبيرمان Spearman Correlation Coefficient.
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 .

مصطلحات الدراسة:

- شبكات التواصل الاجتماعي (The Social Network) أو المواقع الاجتماعية:

تعرفها الباحثة (نها السيد عبد المعطي) بأنها "المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسي على الاستفادة من تفاعلية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها أن يقدموا أنفسهم ويعبروا عن آرائهم وأفكارهم للآخرين وبالتالي تعد مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية⁽⁵⁰⁾

عرف (Acquisti & Gross, 2016)⁽⁵¹⁾ مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مجتمعات عبر الإنترنت تسمح للأفراد بالتفاعل أون لاین باستخدام تجسيد هوياتهم وشبكات الأصدقاء المتواصلين معهم"، أيضاً، عرف (Boyd, 2017)⁽⁵²⁾ مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "خدمات قائمة على الويب تسمح بـ (1) إنشاء بروفييل عام داخل منظومة التواصل الاجتماعي، (2) صياغة قائمة من المستخدمين الآخرين لمشاركة التواصل معهم، (3) عرض والاطلاع على قوائم الأصدقاء الخاصة بالمستخدمين الآخرين داخل منظومة اتصالات المستخدم".

- الوعي:

يعني الوعي المحصول الفكري الذي ينطوي عليه عقل الإنسان إضافة إلى وجهات النظر المختلفة التي يحتويها هذا العقل والتي تتعلق بالمفاهيم المختلفة التي تتمحور حول القضايا الحياتية والمعيشية.⁽⁵³⁾

- الوعي القانوني:

يعرف الوعي القانوني بأنه القوانين والتشريعات التي تحدد العلاقة بين الفرد وبين الآخرين وبالتالي فإنه يعرف حقوقه واجباته معاً.⁽⁵⁴⁾ كما يعرف بأنه ما لدى الأفراد من معارف قانونية على المستوى الشخصي والمجتمعي، وهو أيضاً عملية حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في مجتمع ما أو عدة مجتمعات والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد في ذلك المجتمع.⁽⁵⁵⁾

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه المعلومات والأفكار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء والتي يتلقها المواطنين من خلال متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

- قانون التصالح على مخالفات البناء:

هو القانون رقم 17 لسنة 2019، المعدل بالقانون رقم 1 لسنة 2020، ويستهدف التصالح على مخالفات قانون البناء الموحد وتقنين أوضاع المخالفات السابقة عليه،

لضبط أوضاع البناء في مصر، وإعادة تنظيم الخريطة العمرانية، والعمل على تطوير منظومة المرافق والخدمات، وقد تم ادخال بعض التعديلات عليه حيث ظهرت عدد من المشكلات مع بدء تطبيق القانون 17 لسنة 2019، سواء فيما يخص آليات التقديم والمستندات المطلوبة وأنظمة السداد، أو مغالاة المكاتب الاستشارية في رسوم تقرير السلامة، أو استثناء المخالفات السابقة على قانون البناء الموحد، لذا جاءت التعديلات للتيسير على المواطنين، فضبطت الإجراءات، واكتفت بتقرير مهندس عادي، وخفضت قيم الرسوم، وسمحت بتفسيط الغرامة على 3 سنوات، وفتحت الباب لكل العقارات للاستفادة من التصالح.

نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة التحليلية:

سوف تعتمد الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي (النوعي) للمنشورات التي تناولتها كلاً من الصفحات الرسمية لمؤسسة رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية: فئات تحليل مضامين موقعي رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية على الفيس بوك:

1. فئة عدد المنشورات التي تناولت قانون التصالح في موقعي الدراسة:

➤ عدد المنشورات التي تناولت تصريحات رئيس الوزراء عن قانون

التصالح على موقع رئاسة الوزراء:

تناولت منشورات الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء عدد 25 منشور عن قانون التصالح تضمن كافة التصريحات التي أقرتها مؤسسة رئاسة الوزراء بخصوص الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء في الفترة من 2020/8/1 إلى 2020/10/31 وهي الفترة التي سبقت غلق باب تقديم التصالح الذي كان من المقرر أن يتم بنهاية شهر نوفمبر.

➤ عدد المنشورات التي تناولت تصريحات رئيس الوزراء عن قانون التصالح

على موقع صحيفة الأهرام:

تناولت منشورات الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام عدد 36 منشور عن قانون التصالح تضمن كافة التصريحات التي أقرها المسؤولون بخصوص الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء في الفترة من 2020/8/1 إلى 2020/10/31 وهي الفترة التي سبقت غلق باب تقديم التصالح الذي كان من المقرر أن يتم بنهاية شهر نوفمبر، وكذلك كافة الأخبار المحلية الواردة إلى الصحيفة بخصوص تفاعل الشارع المصري مع اجراءات تطبيق القانون.

2. فئة القالب الفني المستخدم في عرض الموضوعات التي تناولت قانون

التصالح على موقعي الدراسة:

➤ تحليل منشورات الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء:

جاءت معظم المنشورات على شكل أخبار تناولت أهم التصريحات أو الإنجازات الخاصة باجتماعات السيد الدكتور رئيس الوزراء مع السادة الوزراء بشأن تطبيق قانون التصالح.

➤ تحليل منشورات الصفحة الرسمية لمؤسسة الأهرام الصحفية:

جاءت معظم المنشورات على شكل أخبار تناولت أهم التصريحات الخاصة بالمسؤولين أو تصريحات وسائل الإعلام المختلفة كمقدمي البرامج الحوارية أو على شكل مقالات للرأي عن قانون التصالح على مخالفات البناء، كما جاءت بعض المنشورات على شكل إنفوجرافيك منفرد لتناول الاجراءات الخاصة بتقديم الطلبات.

3. فئة اللغة المستخدمة في منشورات موقعي الدراسة التي تناولت قانون التصالح على مخالفات البناء:

➤ اللغة المستخدمة في منشورات الموقع الرسمي لرئاسة الوزراء في تناول قانون التصالح على مخالفات البناء:

جاءت اللغة الرئيسية في كافة المنشورات باللغة العربية، وقد عمد كاتب المنشورات في رئاسة الوزراء إلى استخدام لغة سهلة بالنسبة للشارع المصري والتي تتناسب مع طبيعة موقع الفيس بوك كموقع تواصل اجتماعي، وقد مزجت اللغة بين الأسلوب المبسط والمصطلحات القانونية التي لزم الاستعانة بها عند تقديم الأخبار.

صورة رقم (4)

نموذج للغة المستخدمة في منشورات رئاسة الوزراء خلال أحد الاجتماعات

الخاصة برئيس الوزراء

وخلال الاجتماع، قال اللواء أركان حرب شريف صالح، مدير إدارة المساحة العسكرية: إنه خلال العامين الماضيين تم إرسال 334 ألف تقرير من منظومة المتغيرات المكانية إلى المحافظات، مضيفاً أنه تم البدء في إنشاء فرع لوحدة المتغيرات المكانية بكل محافظة، وتم البدء بفرعين في كل من المنيا والقليوبية، كما أنه سيتم الانتهاء من فرع الإسكندرية خلال 48 ساعة، وخلال شهرين سنتتهي من جميع المحافظات، مشيراً إلى أنه يتم تدريب المسؤولين عن هذه الوحدات الفرعية، حيث تم عقد عدد ست دورات تدريبية بإدارة المساحة العسكرية لتدريب عدد 118 مختصاً بواقع من 3-4 مختصين لتأهيل العاملين بمنظومتنا استرداد أراضي الدولة والمتغيرات المكانية بالمحافظات المختلفة.

#رئاسة_مجلس_الوزراء



➤ اللغة المستخدمة في منشورات الموقع الرسمي لصحيفة الأهرام على الفيس بوك:

جاءت اللغة الرئيسية في كافة المنشورات باللغة العربية، وقد تميزت اللغة باللغة الصحفية البسيطة والمشتقة من لغة الجمهور العام وإن كانت لا تخلو من بعض المصطلحات القانونية الخاصة بالقانون إلا أنها جاءت مفهومة وقريبة من اللغة الدارجة بين الناس في الشوارع.

صورة رقم (5)

نموذج للغة المستخدمة في منشورات صحيفة الأهرام الخاصة بتصريحات اللواء شريف بشارة محافظ الإسماعيلية

4. فئة النطاق الجغرافي للأخبار الخاصة بقوانين العقارات والواردة بصفحات موقع رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية:



أصدر شريف بشارة، محافظ الإسماعيلية، قرارًا بزيادة تخفيض قيمة رسوم التصالح في مخالفات البناء إلى نسبة 40% من قيمة سعر المتر بزيادة قدرها 15% عن قيمة ال تخفيض في الفترة السابقة والتي كانت بنسبة 25% مع مراعاة خصم نفس النسبة لمن سددوا حدية التصالح في الفترة السابقة، وذلك تيسيرًا على جميع المواطنين الجادين.

تناولت عدد المنشورات الخاصة بالصفحة الرسمية للرئاسة لمجلس الوزراء الأخبار والتصريحات الخاصة بكافة محافظات الجمهورية وتختلف التصريحات بالنسبة لكل محافظة فمثلاً عرضت الصفحة أحد الاجتماعات التي أجراها رئيس الوزراء لمتابعة موقف المشروعات المنتهية والجاري تنفيذها في "الشرقية" وقد تم التأكيد على تيسير إجراءات التصالح في مخالفات البناء وعدم السماح بوجود مخالفات جديدة، وتأكيد على أهمية تيسير إجراءات التصالح في مخالفات البناء، مع عدم السماح بأي مخالفات جديدة، وكذا تطبيق القرارات التي تم الإعلان عنها بالأمس، المتعلقة بتحصيل 50 جنيهاً للمتر على المخالفات في أي تجمع ريفي، وخصم 25% من قيمة التصالح في حالة تسديد المبلغ بالكامل.

5. فئة عناصر الإبراز الفنية (الوسائط الفنية) المستخدمة في تناول قوانين العقارات:

وتعنى الوسائط الفنية التي استخدمتها كلاً من مؤسسة رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام على صفحاتها على الفيس بوك من صور ورسوم ونصوص مكتوبة وفيديوهات ونصوص فائقة وروابط تشعبية تتيح لمستخدمها الانتقال بين الموضوعات، ومن خلال التحليل تبين اعتماد الصفحات على أكثر من شكل من أشكال الوسائط المتعددة منها:

أولاً: استخدام النصوص المكتوبة في تناول موضوع قانون التصالح على مخالفات البناء:

➤ النصوص المكتوبة المستخدمة في تناول قانون التصالح على مخالفات البناء على صفحة رئاسة الوزراء:

أن النصوص المكتوبة لها أهميتها الكبرى في مواقع التواصل الاجتماعي، فعن طريق النصوص المكتوبة يستطيع الناشر أن يوصل الرسالة الإعلامية للمشاهد من خلال أسلوبه في الكتابة وعدد من الكلمات القليلة لا بد أن يقوم المحرر بإيصال ما يريد من المشاهد أو المتابع له، لذلك لا بد من الاهتمام بالنصوص المكتوبة عند كتابة المنشور وخاصة إذ لم يحتوى المنشور على صور أو فيديوهات فيكون النص المكتوب هو الوسيلة الوحيدة لإيصال الرسالة الإعلامية، وقد ظهر من خلال التحليل أن النصوص المكتوبة في موقع فيس بوك وإن كانت مصوبة بصور أو شعارات أو فيديوهات أو لم تكن مصحوبة بها فإن النصوص كانت تنسم بالتركيز والدقة في التعبير في بعض الأحيان، وتعد الكلمات المكتوبة أحد أهم الأشكال التي يجب الاستعانة بها عند شرح وتبسيط مفاهيم قانونية للجمهور، فعن طريق الكلمة يمكن استخدام أكثر من لفظ ليعطي نفس الدلالة، ويمكن من خلال الكلمة توصيل المعلومة القانونية إلى الجمهور بشكل مباشر.

وقد تناولت المنشورات المكتوبة كافة المعلومات الخاصة بقانون التصالح عن طريق الشرح والتبسيط وقد لاحظت الباحثة تنوع القالب الذي يتم كتابة المنشور به، وتناولت النصوص كافة التصريحات والأخبار الخاصة بقانون التصالح والتي جاءت على لسان رئيس الوزراء أو أحد الوزراء داخل المجلس أو المحافظين أو غيرهم من المسؤولين عن هذا الملف.

صورة رقم (6)

استخدام النصوص المكتوبة لطمأنة الجمهور وتقديم تسهيلات جديدة لتطبيق قانون التصالح على مخالفات البناء

➤ النصوص المكتوبة المستخدمة في عرض موضوع قانون التصالح على صفحة صحيفة الأهرام المصرية على الفيس بوك:

وحول ما يتعلق بقدرة بعض المواطنين في المدن على سداد كامل مبلغ التصالح، أعلن رئيس الوزراء عن مبادرة لخصم 25% من قيمة مقابل التصالح، وذلك في إطار الرغبة في إنهاء هذا الملف، مشيراً إلى أن الدولة تفكر وتسعى في تقديم المزيد من التيسيرات للمواطنين للبقاء على هذه الظاهرة المقيتة التي تشوه الشكل الإجمالي لبلدنا الحبيبة. واختتم رئيس مجلس الوزراء كلمته بالتأكيد أنه لن يسمح بأي مخالفات بناء جديدة، وأي بناء على أراض زراعية أو أراض غير معدة للبناء، مشدداً على أن كافة أجهزة الدولة ستتعامل بمنتهى الحزم مع أي محاولة للبناء الجديد المخالف، وذلك للحفاظ على كثر مصر من الأراضي الزراعية، للحفاظ على حقوق أجيالنا المستقبلية ولتحقيق أمنهم الغذائي.

#رئاسة_مجلس_الوزراء



لاحظت الباحثة اختلاف استخدام الجمل والكلمات المكتوبة من صفحة رئاسة الوزراء عن صفحة صحيفة الأهرام حيث وجدت الباحثة أن حجم الكلمات المكتوبة في صحيفة الأهرام أقل مما تستخدمه صفحة رئاسة الوزراء على الفيس بوك ويرجع ذلك أن صحيفة الأهرام تقوم بعرض الخبر دون الدخول في تفاصيل تحليلية كما هو الحال بالنسبة لصفحة رئاسة الوزراء.

وقد لاحظت الباحثة أيضاً سهولة الكلمات المكتوبة وإيجازها والبعد عن الإطالة الشكل الممل، كما لاحظت الباحثة اختلاف أسلوب الكتابة في صحيفة الأهرام عن صفحة رئاسة الوزراء.

صورة رقم (7)

استخدام النصوص المكتوبة لطمأنه الجمهور والرد على الإشاعات التي تتردد على مواقع التواصل الاجتماعي على صفحة صحيفة الاهرام على الفيس بوك

ونفت وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، بعد أن تواصل معها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، مؤكدةً أنه لا صحة لتعارض **قانون التصالح** مع إجراءات تركيب العدادات الكودية للمناطق العشوائية والمخالفة، موضحةً أن العداد الكودي حق لأي مواطن طالما تقدم بطلب يتضمن الإجراءات والشروط اللازمة لتركيب العداد، باعتباره عداداً مؤقتاً لحين تقنين المواطن وضعه مع الدولة، مُشددةً على أنه لن يتم رفع العداد الكودي عن المخالفين بعد إنهاء إجراءات التصالح، بل سيتم تغييره من كودي لمقنن من خلال تبديل رقم العداد على الكارت باسم المشترك صاحب أو مالك العقار.

وفي سياق متصل، تم البدء في إجراءات تركيب عدادات الكهرباء الكودية مسبقة الدفع لمليون و800 ألف وحدة مخالفة ممن تقدموا بطلبات من خلال المنصة الموحدة لخدمات الكهرباء الإلكترونية، حيث يرجع إقبال المواطنين على تقديم طلبات التحول من المحاسبة بنظام الممارسة إلى تركيب **العدادات الكودية** مسبقة الدفع نتيجة لوعيهم بمميزات العدا، مسبق الدفع ودقة المحاسبة على الاستهلاك الفعلي للمشارك في ظل غياب تدخل العنصر البشري.

ثانياً: استخدام الصور الحية والمؤرشفة في عرض موضوع قانون التصالح على مخالفات البناء:

احتلت الصور أهمية كبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تستطيع الصور أن تروي قصصاً تعجز الكلمات عن شرحها في بعض الأحيان، كما قد تسكن ذاكرة المشاهدين أسرع من نصوص مطولة، ولا يقتصر ذلك على الصور الفوتوغرافية، بل يمتد إلى الخرائط والرسوم البيانية، والكاريكاتير، وحتى اللوحات الخطية، وفي عالم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، تحظى الصور بإقبال كبير،

➤ الصور المستخدمة في تناول موضوع قانون التصالح على مخالفات البناء في صفحة رئاسة الوزراء:

اهتم القائم على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء بالصور بشكل خاص حيث اعتمد عليها في الكثير من عينة المنشورات الموجودة به، فقد اعتمد على معظم أشكال الصور المستخدمة مثل (الصور الحية، والشخصية، والإعلانات المصورة، وشعارات المؤسسات المختلفة المعنية بتنفيذ قانون التصالح وكان على رأسها شعار مؤسسة رئاسة الوزراء)، ومن الملاحظ أن الصور قد احتلت أهمية خاصة في موقع الفيس بوك فقد أشارت العديد من الدراسات إلى استخدام موقع الفيس بوك للصور بجانب النصوص المكتوبة أكثر من الفيديو، ومنها دراسة مونيكا مشيل (2017)، ونهاد نبيل

(2018)، ودراسة محمد ابن ناصر (2019)، وجميعهم قد أكدوا على أهمية استخدام موقع الفيس بوك للصور.

وبالنظر إلى منشورات رئاسة الوزراء نجد أن الصور المستخدمة كانت تتناول في معظمها صورًا للسيد الدكتور رئيس الوزراء سواء أثناء اجتماعه بالسادة الوزراء أو خلال المؤتمرات الصحفية التي كان يجريها لشرح الإجراءات للمواطنين أو تلك التي تتعلق بالزيارات الميدانية لبعض المواقع الخاصة بهدم المباني المخالفة، وصورًا أخرى للدكتور عاصم الجزار وزير الإسكان والمرافق والمجمعات العمرانية أثناء تفقده لبعض الأماكن المخالفة أو الاجتماعات التي يجريها حول هذا الموضوع، كما تناولت المنشورات عدد من الصور لبعض المحافظين مثل محافظ القاهرة أو أسبوط وغيرها.

صورة رقم (8)

بعض الصور الحية المستخدمة في موقع رئاسة الوزراء على موقع الفيس بوك



➤ الصور المستخدمة في تناول موضوع قانون التصالح على مخالفات البناء في صفحة الأهرام الصحفية:

تميزت الصور في صحيفة الأهرام بالبعد عن التكرار حيث تنوعت الصور المرتبطة بالأخبار من صور حية لاجتماعات المحافظين، وصور لمختلف المراكز التكنولوجية التي تقدم بها طلبات التصالح أو صور ثابتة لبعض المسؤولين بالدولة وصور أخرى لبعض العقارات المخالفة أو للزيارات الميدانية التي كان يجريها المسؤولين على أرض الواقع.

صورة رقم (9)

بعض الصور الحية لأحد الاجتماعات الخاصة بالمحافظين والمستخدمين في موقع الأهرام على موقع الفيس بوك



ثالثاً: استخدام مقاطع الفيديو في عرض الأخبار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء:

تعد مقاطع الفيديو التي يمكن نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (social media) من أنجح طرق الإعلام على اختلاف أنواعها؛ نظراً لسرعة انتشارها بين الناس وتفضيل العديد منهم المحتوى المرئي على المحتوى النصي، ولذلك لما يتميز به مواقع التواصل الاجتماعي من سرعة في الأحداث هذا إلى جانب ما يتميز به من إمكانيات الصوت والصور المتحركة وإمكانية إتاحتها بجميع أجهزة الأندرويد والتليفونات المحمولة، كل هذه المميزات جعلت من الفيديو مادة إعلامية محببة ومشوقة بالنسبة للمتابع، عن غيرها من المواد الإعلامية، ومن خلال التحليل يلاحظ أن الفيديو في الفيس بوك قد احتل مرتبة أقل أهمية من التي احتلتها الصور والنصوص المكتوبة، ويمكن القول بأن الفيديو كمادة إعلامية لها مميزات في جذب المشاهد خاصة وإن كانت تحتوي على محتوى هام يخص أكبر قدر من الجماهير ويتميز بالتشويق.

➤ مقاطع الفيديو المستخدمة في تناول قانون التصالح على مخالفات البناء

على صفحة رئاسة الوزراء على الفيس بوك:

من خلال التحليل وجدت الباحثة ندرة في عدد الفيديوهات التي تناولتها صفحة الفيس بوك إلا فيما عدا بعض المنشورات التي احتوت على فيديو لاجتماع السيد رئيس الوزراء مع بعض الوزراء لمناقشة الأوضاع في مصر.

➤ مقاطع الفيديو التي استخدمتها صحيفة الأهرام على الفيس بوك في عرض

أخبار قانون التصالح على مخالفات البناء:

وجدت الباحثة أيضاً ندرة في عدد الفيديوهات المستخدمة في صحيفة الأهرام مثلما الحال في صفحة رئاسة الوزراء على الفيس بوك، وتري الباحثة أن الفيديوهات تعد أحد العناصر الفنية اللازمة للتعرف على واقع الأحداث من خلال الجمع بين مزايا الصوت والصورة المتحركة، مما يشعر المتلقي بأنه يعيش داخل الحدث بالفعل لذا يجب على القائمين على هذه الصفحات الاهتمام بالفيديو كأحد أهم العناصر الفنية.

صورة رقم (10)

فيديو عن التصريحات وزارة الإسكان الخاصة بالإقبال على تقديم طلبات التصالح في المدن الجديدة



رابعاً: استخدام الإنفوجرافيك في تناول قانون التصالح على مخالفات البناء في موقعي الدراسة:

تعرف **Julia Langer** الإنفوجراف بأنه التمثيل والعرض المصور والمرئي للمعلومات والبيانات، مثل الرسوم البيانية والجداول التي تكون متضمنة في الخبر الصحفي مما يسهم في فهم الخبر بصورة أسرع.⁽⁵⁶⁾ بينما يعرف **Cairo** الإنفوجرافيك بأنها العناصر الاتصالية التي تتسم بالتطور؛ وذلك لتقديم المعلومات والبيانات إلى الجمهور، وذلك في صورة رسوم بيانية أو

جداول مما يسهم في فهم المحتوى والخبر المقدم.⁽⁵⁷⁾ بينما يشير **Valero Sancho** إلى أن الإنفوجراف الصحفي يعد إسهامات معلوماتية يتم تنفيذها من خلال استخدام العناصر التيبوغرافية والتي تسهم بشكل كبير في تيسير فهم وإدراك الخبر المنشور أو لإظهار بعض الجوانب التي ترغب الصحيفة تأكيدها أو تفسيرها للجمهور إذا كانت تحتوي على بعض التعقيدات.⁽⁵⁸⁾ بينما يعرفها **W. Weber** بأنها مزيج من العناصر المكتوبة والمرئية التي يتم دمجها مع لتقديم أكبر قدر من المعلومات في أقل مساحة ممكنة.⁽⁵⁹⁾

➤ **الإنفوجرافيك المستخدم في تناول قانون التصالح في الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء:**
ومن خلال التحليل وجدت الباحثة اهتمام الصفحة بعرض عدد من الإنفوجرافيك الخاصة بتبسيط المعلومات القانونية ولشرح بعض النقاط الخاصة بالقانون حيث يقوم بدور مهم في شرح وزيادة فهم المعلومات المعقدة، وذلك لأنه يقوم على التجسيد البصري للأفكار والمعلومات؛ وذلك سعياً لتوصيل وتيسير فهم المعلومات المعقدة بطريقة تمكنهم من استيعابها بسهولة؛ نتيجة لاعتماد الإنفوجراف على الإدراك البصري للمعلومات من خلال مزجها بالرسوم والصور، ولا شك أن هذه الطريقة تساعد بشكل كبير على توصيل المعلومات بطريقة يمكن فهمها بصورة أسرع خاصة تلك التي تحتوي على أرقام.

وترى الباحثة أن الإنفوجرافيك يعد من أفضل الأشكال التي يمكن أن تعتمد عليها مواقع التواصل في تبسيط المعلومات خاصة القانونية وذلك لما تتصف به من صعوبة على بعض الفئات مما يتطلب اعداده بشكل مناسب لكل الفئات واستخدام النصوص والصور المعبرة بشكل مناسب وقد وجدت الباحثة كل هذه المواصفات في الإنفوجرافيك التي استعانت به رئاسة الوزراء على صفحتها على موقع الفيس بوك ويعد المثال الآتي أبرز مثالاً على ذلك.

صورة رقم (11)

إنفوجرافيك منشور على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء يتضمن مبالغ جديفة التصالح للمباني المخالفة وحالات التعدي على الأراضي الزراعية



➤ استخدام الإنفوجرافيك في تناول الأخبار لقانون التصالح على مخالفات البناء في الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام:

قامت صحيفة الأهرام باستخدام الإنفوجرافيك في مرات عديدة وذلك لتبسيط الإجراءات المتبعة على الجمهور وعلى الرغم من قلة عدد المنشورات الخاصة بقانون التصالح في الفترة الخاصة بالتحليل إلا أن الصحيفة قامت بعرض عدد من النماذج المختلفة للإنفوجرافيك فيما يتعلق بتبسيط المفاهيم القانونية والإجراءات الحكومية لتسهيل مهمة طلبات التصالح لدى المواطنين.

صورة رقم (12)

عدد من الإنفوجرافيك المنشور على الصفحة الرسمية للأهرام



6. فئة مصادر الأخبار التي تناولت قانون التصالح على مخالفات البناء والواردة في موقعي الدراسة:

➤ مصادر الأخبار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء بالصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء:

تعد مؤسسة رئاسة الوزراء أكثر المصادر التي اعتمدت عليها المنشورات على الصفحة الرسمية لمؤسسة رئاسة الوزراء، كما تعد تصريحات الدكتور عاصم الجزار

وزير الإسكان أحد أهم المصادر التي اعتمدت عليها المنشورات، ومن البديهي أن تكون جميع مصادر المعلومات والأخبار رسمية حكومية حيث يرتبط ذلك بطبيعة موضوع قانون التصالح وهو يعد أحد القوانين الجديدة بالنسبة للشارع المصري وبالتالي فإن المصادر الرسمية هي من تمتلك المعلومات عن هذا الموضوع.

صورة رقم (13)

أحد التصريحات الخاصة بوزير الإسكان دكتور عاصم الجزار أحد أهم المصادر الرسمية للحصول على معلومات عن قانون التصالح



➤ مصادر الأخبار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء والواردة بالصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام:

على عكس الصفحة الخاصة برئاسة الوزراء اعتمدت صحيفة الأهرام على عدد كبير من المصادر منها الحكومية والتي تتمثل في تصريحات رئيس الوزراء أو وزير الإسكان والمرافق أو المحافظات كما أنها تعتمد بشكل أساسي على تصريحات وسائل الإعلام الأخرى مثل مقدمي البرامج على القنوات الفضائية وممثلي الأحزاب المختلفة وكذلك بعض العاملين بالمراكز التكنولوجية التي تقبل طلبات التصالح من المواطنين وغيرها.

صورة رقم (14) مصدر الخبر أحد الأحزاب السياسية وهو حزب مستقبل وطن



7. فنة التفاعلية على المنشورات التي تناولت قانون التصالح على مخالفات البناء على موقعي الدراسة على الفيس بوك:

تعني التفاعلية هي أن يكون المتابع للمنشورات متفاعل مع ما يقوم بمتابعته على مواقع التواصل الاجتماعي ونتيج مواقع التواصل الاجتماعي عدد كبير من أدوات التفاعل منها الإعجاب والتعليق والمشاركة والإشارة إلى الأصدقاء، وقد وفرت صفحة رئاسة الوزراء تفعيل خدمات الارسال للرسائل التي تحتوي على استفسارات أو مقترحات للقائمين على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء، وقد لاحظت الباحثة أن هناك عددًا كبيرًا من المتفاعلين على منشورات الصفحة على الرغم من قلة عددها إلا أن هذا يعد مؤشرًا جيدًا لدور مواقع التواصل في توصيل المعلومات المختلفة للجمهور مما يمكن الاستفادة منها بالشكل المطلوب لتوصيل المعلومات والأخبار للمواطنين.

صورة رقم (15)

بعض التعليقات الواردة على أحد منشورات الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء على الفيس بوك



بينما لاحظت الباحثة قلة التفاعل من الجمهور على منشورات صحيفة الأهرام على الفيس بوك على العكس من صفحة مؤسسة الرئاسة فالتعليقات لا تتعدى 20 تعليقاً في معظم المنشورات، بينما لم تتجاوز الإعجابات عدد 100 إعجاب، لذا يمكن القول أن التفاعل على الصفحة الخاصة برئاسة الوزراء أكثر.

صورة رقم (16)

المشاركة على بعض منشورات الصحيفة على الفيس بوك



8. فئة طبيعة الموضوعات التي تناولت قانون التصالح والمطروحة على موقعي الدراسة:

➤ طبيعة الموضوعات المطروحة في منشورات رئاسة الوزراء على الفيس بوك فيما يتعلق بقانون التصالح:

تناولت كافة المنشورات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء كافة التصريحات الخاصة بتطبيق القانون أو شرحه من خلال تناول الاجتماعات التي كان يجريها رئيس مجلس الوزراء الدكتور مصطفى مدبولي وكافة التصريحات الواردة على لسانه بشأن تنفيذ القانون والتسهيلات التي كانت تتخذها الحكومة للتخفيف من الأعباء عن المواطنين والمثال على ذلك تخفيض قيمة التصالح للمتر الواحد في الريف عن القرى والتنويه عن قيام بعض المبادرات الرئاسية لرفع الأعباء عن كاهل منخفضي الدخل مثل مبادرة "التصالح حياة" وقد وجه الدكتور مدبولي رئيس الوزراء والسيد وزير الإسكان بتسهيل إجراءات تلقي طلبات التصالح من المواطنين، والرد على جميع الاستفسارات والتساؤلات الخاصة

بتطبيق القانون، وحصر جميع المخالفات في نطاق كل مدينة، والمرور على جميع المخالفات المسجلة، والتنبيه على أصحابها بالتقدم بطلبات التصالح، والتعامل مع المخالفات بشكل حاسم ونهائي وبدء الإزالات بعد انتهاء فترة تطبيق القانون، بنهاية هذا الشهر، وأكد وزير الإسكان، أنه سيتم إنشاء منظومة إلكترونية لرصد ومتابعة المخالفات بالمدن الجديدة، والتعامل معها، وإزالتها، ومنع ظهور المخالفات.

أبرز التصريحات التي جاءت على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء:

- ❖ هدف الدولة هو تقنين الأوضاع المخالفة وليس استجداء أموال .. وكل ما يتم تحصيله يُخصص لتطوير البنية الأساسية والخدمات.
- ❖ توجيهات من القيادة السياسية للحكومة بمراعاة البعد الاجتماعي في تقييم أسعار التصالح في مخالفات البناء.
- ❖ مليوناً مخالفة على 90 ألف فدان من 2011 حتى الآن تقدم عليها مليون مواطن للتصالح.
- ❖ 50 جنيهاً للمتر .. قيمة التصالح لكل الريف المصري طبقاً لتوجيهات الرئيس السيسي.. وهو الحد الأدنى وفقاً للقانون مراعاة للظروف الاجتماعية.
- ❖ قيمة التصالح في مخالفات البناء لا تمثل أي نسبة من حجم الإنفاق الذي تنفقه الدولة على تطوير الخدمات بهذه المناطق.
- ❖ خصم 25 % من قيمة مقابل التصالح لمن يقوم بسداد كامل مبلغ التصالح.
- ❖ لن يُسمح بأي مخالفات بناء جديدة أو بناء على أراض زراعية .. وأجهزة الدولة ستتعامل بمنتهى الحسم.
- ❖ الدولة تتصدى لكافة القضايا الممتدة على مدى عقود ماضية بهدف الإصلاح ووضع حد للزيف والأخطاء المتوارثة.
- ❖ كان من السهولة علينا غض الطرف عن مخالفات البناء كما كان يحدث سابقاً .. ولكن ما هو مستقبل مصر لو استمر هذا النمط من النمو العشوائي.
- ❖ لسنا بمعزل عن المواطنين ونرصد تساؤلات المواطنين عن ملف التصالح في مخالفات البناء.
- ❖ في 2011 كان عدد العزب والتوابع والكفور 27 ألفاً .. وأصبح الآن 32 ألفاً مع التوسع العمراني غير المخطط.
- ❖ الدولة عندما فتحت ملف التصالح في مخالفات البناء لم يكن لعقاب المواطنين بل لخدمة من يسكنون هذه المباني وتقنين أوضاعهم.
- ❖ نحافظ على باقي الرقعة الزراعية التي تسهم في غذاء 100 مليون مواطن مصري.

صورة رقم (17)

بعض نصوص التصريحات لرئيس مجلس الوزراء على الفيس بوك

رئاسة مجلس الوزراء المصري
24 September

...
في تصريحات تليفزيونية اليوم:
رئيس الوزراء: مد مهلة تلقي طلبات التصالح في مخالفات البناء حتى نهاية أكتوبر المقبل
مليون و400 ألف مواطن تقدموا بطلبات التصالح حتى الآن .. ولا هدم لعقارات بها سكان
مدبولي يشكر المواطنين المصريين المتقدمين للتصالح: القانون هدفه مصلحتكم
رئيس الوزراء يدعو المواطنين المتصالحين على مخالفات البناء لتقديم شكاوى لمنظومة الشكاوى الحكومية الموحدة
في حالة وجود أي تعنت أو معوقات
قريبا الإعلان عن الاشتراطات التخطيطية البنائية الجديدة لإعادة حركة البناء مرة أخرى
تحسن في المؤشرات الاقتصادية بالشهرين الأولين من العام المالي الحالي رغم تحديات "كورونا"
سنشجع البناء الرأسي في القرى حتى لا نستنزف مزيداً من الأراضي الزراعية الجديدة
رقم قومي لكل وحدة وعقار في مصر بنهاية عام 2021
رد جميع المتأخرات الخاصة بأعباء التصدير قبل نهاية ديسمبر المقبل دعماً للصناعات والمصدرين
أدلى الدكتور مصطفى مدبولي، رئيس مجلس الوزراء، بتصريحات تليفزيونية مهمة اليوم، بمقر مجلس الوزراء،
تناولت عدداً من الموضوعات التي تهم المواطن المصري، وتخص الإجراءات التي تقوم بها الدولة خلال الفترة
الأخيرة.

طبيعة الموضوعات في منشورات صحيفة الأهرام على الفيس بوك فيما يتعلق بقانون التصالح:

استخدمت الصحيفة عدة أساليب في تناول موضوع التصالح على مخالفات البناء العقاري ومنها ما قامت بنشره على لسان رئيس الوزراء والتركيز على أن تنفيذ القانون ليس من السهل تحقيقه، كما تم التركيز على صعوبة ومشقة السياق الذي تخوضه الدولة مع المواطن، وذلك نتيجة زيادة حجم المخالفات التي تم رصدها، واعتبار ذلك وضعاً قائماً ومستمرًا، موضحة أن الدولة تتحرك فقط لتعالج هذه المشكلة، وما ينتج عنها من تداعيات، لحسم الجدل الكبير الذي ثار خلال الأيام الماضية حول اختيار هذا التوقيت للتعامل مع ملف مخالفات البناء، والتشديد في التعامل مع هذه المخالفات، وعن ماهية موضوع التصالح، ولماذا تتخذ الدولة في هذه المرحلة كل الإجراءات بحسم وحزم، لإنهاء هذا النزيف الهائل لأحد أهم ثروات البلاد وهو ما يعنى لفت انتباه الجمهور أن المسؤولين مجبرين على التعامل مع هذا الملف بالشكل الذي اقرته السياسة العليا للدولة، وأن الدولة غير متحاملة على المواطن بل وتسعى لمحاولة مساعدته على اجتياز الموضوع من خلال تبسيط الإجراءات المطلوبة وتقديم تسهيلات خاصة عند تقديم التصالح.

صورة رقم (18)

أحد الأخبار الخاصة بمحافظة المنوفية عن إجمالي المخالفات في المحافظة



نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (2)

مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية

الإجمالي	مستوى الدخل			مدى اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية	
	مرتفع	متوسط	منخفض		
2	0	2	0	ك	نادرًا
0.7%	0.0%	1.1%	0.0%	%	
61	18	38	5	ك	أحيانًا
20.3%	25.4%	20.2%	12.2%	%	
237	53	148	36	ك	دائمًا
79.0%	74.6%	78.7%	87.8%	%	
300	71	188	41	ك	الإجمالي
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	%	

ك²=3.982^a درجات الحرية=4 معامل فاي = Phi 115. المعنوية = 408. غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى اعتماد الجمهور (عينة الدراسة) على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث، وقد أشارت النتائج إلى أن العينة تقوم بمتابعة مواقع التواصل بشكل دائم بنسبة 79% من عينة الدراسة في الترتيب الأول، يليها نسبة من يقوموا بمتابعتها أحياناً بنسبة 20.3% في الترتيب الثاني ثم نادرًا بنسبة ضئيلة جدًا بلغت 0.7% ويلاحظ أن أصحاب المستوى

المتوسط هم الأكثر إقبالاً على متابعة مواقع التواصل بشكل دائم، ويتفق مع نتائج هذه الدراسة معظم الدراسات التي أجريت في هذا الصدد حيث أشارت جميعها أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تأتي على رأس قائمة الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة خاصة في فئة الشباب (الذين يمثلون الغالبية العظمى لعينة الدراسة) حيث يقضون معظم أوقاتهم خارج المنزل مما يجعلهم دائماً ما يلجئون إلى هذه المواقع من خلال هواتفهم المحمولة، في أوقات الانتظار أو داخل أعمالهم أو المؤسسات التعليمية أو في المواصلات أو النوادي وغير ذلك، مما يعنى قلة اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والراديو والصحف خاصة وأن هذه المواقع قد أتاحت لهم صفحات لكل هذه الوسائل إلكترونياً مما يجعلها الوسائل الأولى لهم من حيث المعرفة والترفيه، ومن هذه الدراسات دراسة فاطمة خالد راضي (2020)⁽⁶⁰⁾، (2020) Sunny Ibeneme ، (2020) Mustafa Alalawneh⁽⁶¹⁾، (2020) Rasha Samir⁽⁶²⁾، (2020)⁽⁶³⁾، ودراسة شروق فوزي عبد الله (2020)⁽⁶⁴⁾، وقد توصلت جميعها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أهم وسيلة إعلامية والأكثر استخداماً بين مختلف طوائف الجمهور، ويلاحظ من ذلك اعتماد الجمهور في جميع الأحوال على الإنترنت في كافة المجالات التي تشمل المعرفة والتفسير والترفيه وغيره من الدافع حيث يتمتع الإنترنت بعدد من الخصائص التي ميزته عن كافة الوسائل الأخرى سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية.

وتختلف دوافع الافراد في متابعة وسائل الاعلام الجديدة وذلك وفقاً لما أشارت اليه بعض الدراسات السابقة ومنها دراسة يونج جينفر (2012)⁽⁶⁵⁾ التي توصلت إلى أن الأمريكيين يقضون وقت طويل على الفيسبوك أكثر من أي موقع آخر وأن الدوافع المعرفية (معرفة الأخبار عن القضايا العامة) من أهم دوافع الاستخدام، كما جاءت في دراسة إيمان رمضان (2016)⁽⁶⁶⁾ في مقدمة دوافع استخدام المواقع الإلكترونية في التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة والأحداث الجارية في مقدمة تلك الدوافع بنسبة 65.8%، ثم معرفة آخر الأخبار المحلية والعالمية في المرتبة الثانية 60.6%، والتواصل مع الآخرين في المرتبة الثالثة بنسبة 57.4%، وفي المرتبة الرابعة قضاء وقت الفراغ والتسلية 43.2%.

ودراسة هبة الله سمير (2016)⁽⁶⁷⁾ والتي أشارت أن دافع الحصول على المعلومات المتنوعة عن القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية في مقدمة العبارات التي تعبر عن دوافع العينة لاستخدام الفيسبوك كأحد المواقع الإلكترونية الهامة، يليها عبارة زادت معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع السعودي، ثم عبارة التعرف على ثقافات جديدة وأناس جدد في الترتيب الثالث، ثم جاءت عبارة وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب السعودي على اختلاف توجهاتهم في الترتيب الرابع.

بينما تعارضت تلك النتيجة مع دراسة بندر عبد العزيز (2014)⁽⁶⁸⁾ حيث جاء في نتائجها أن التسلية والترفيه في الترتيب الأول من بين الأسباب الخاصة باستخدام

وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة سعود عيد محمد (2016) (69) حيث جاء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع المتعة والترفيه في الترتيب الأول بالنسبة لدوافع استخدام الفيس بوك.

وقد أشارت نتائج دراسة نورهان محمد (2016) (70) إلى غلبة الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية حيث جاء دافع التعرف على وجهات نظر الأحزاب وتعليقاتهم على الأحداث والقضايا السياسية في المرتبة الأولى يليه دافع تعبير عن الواقع السياسي وإبداء الرأي، ثم دافع قضاء وقت الفراغ والهروب من الأعباء، ثم دافع الفضول وحب الاستطلاع في المرتبة الثالثة، ثم دافع بحكم العادة، وأخيراً دافع تقليد الأصدقاء في المرتبة الخامسة.

جدول رقم (3)

أكثر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتردد عليها للتعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية

الدالة	مستوى الدلالة Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية df	Chi-Square 2كا	تكرار	الإجمالي	مستوى الدخل			الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي	
							مرتفع	متوسط	منخفض		
غير دالة	.107	.122	2	4.468a2	2	199	52	125	22	ك	صفحات المؤسسات والأجهزة الحكومية
						66.3%	73.2%	66.5%	53.7%	%	
غير دالة	.384	.080	2	1.914a	3	195	51	118	26	ك	صفحات المؤسسات الإعلامية الصحفية
						65.0%	71.8%	62.8%	63.4%	%	
غير دالة	.185	.106	2	3.379a	6	164	41	106	17	ك	صفحات المواقع الإخبارية
						54.7%	57.7%	56.4%	41.5%	%	
دالة	.004	.192	2	11.094a	5	180	53	109	18	ك	صفحات القنوات الفضائية العربية والأجنبية
						60.0%	74.6%	58.0%	43.9%	%	
غير دالة	.923	.023	2	.159a	1	211	51	132	28	ك	الصفحات الشخصية لبعض الأصدقاء من العاملين بالمؤسسات الحكومية
						70.3%	71.8%	70.2%	68.3%	%	
غير دالة	.301	.089	2	2.400a	7	158	39	102	17	ك	الصفحات الشخصية لبعض المسؤولين أو أعضاء مجلس النواب
						52.7%	54.9%	54.3%	41.5%	%	
غير دالة	.929	.022	2	.147a	4	186	45	115	26	ك	لصفحات الرسمية لبعض الأحزاب السياسية
						62.0%	63.4%	61.2%	63.4%	%	
						300	71	188	41	ك	جملة من سنلوا
						100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	%	

(تشير خانة الإجمالي هنا إلى العدد الفعلي لعينة الدراسة وليس عدد التكرارات)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتردد عليها للتعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية وقد جاء في مقدمتها الصفحات الشخصية لبعض الأصدقاء من العاملين بالمؤسسات الحكومية بنسبة بلغت 70.3% من إجمالي عينة الدراسة، تليها صفحات المؤسسات والأجهزة الحكومية

بنسبة 66.3% في الترتيب الثاني، ثم صفحات المؤسسات الإعلامية الصحفية بنسبة 65% من إجمالي عينة الدراسة، يليها من يقوموا بمتابعة الصفحات الرسمية لبعض الأحزاب السياسية بنسبة 62% في الترتيب الرابع، ثم صفحات القنوات الفضائية بنسبة 60%، وفي الترتيب الخامس تأتي نسبة من يتابع صفحات المواقع الإخبارية بنسبة 54.7%، وأخيرًا الصفحات الشخصية لبعض المسؤولين أو أعضاء مجلس النواب بنسبة 52.7%.

وترى الباحثة أنه منذ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر حرصت المؤسسات والأجهزة الحكومية والخاصة وكذلك وسائل الإعلام سواء المسموعة والمرئية بتصميم صفحات لها على مواقع التواصل تستطيع من خلالها التواصل مع الجمهور وذلك لما تتميز به تلك المواقع من تفاعلية وفورية في نقل الأحداث والمعلومات، والتفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي، أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين ولقد استعملت المواقع الإلكترونية هذه الخدمات بكثافة، رغبة منها في منح الفرصة للمشاركين في صناعة المحتوى، وكذلك خلق المستخدم المتفاعل والمتجاوب مع الأخبار المنشورة، ومن هنا، يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر مساحة كبيرة من حرية النقاش وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية، وهذا ما أتاح للجمهور أداة إعلامية إلكترونية مستقلة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية الأخرى.

جدول رقم (4)

الموضوعات التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها على المواقع الاجتماعية

الدلالة	مستوى الدلالة Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية df	Chi-Square كا	ن	الإجمالي	مستوى الدخل			الموضوعات التي تهتم بمتابعتها على المواقع الاجتماعية
							مرتفع	متوسط	منخفض	
غير دالة	.675	.051	2	.785a	3	140	30	91	19	ك
						46.7%	42.3%	48.4%	46.3%	%
غير دالة	.457	.072	2	1.568a	4	136	33	81	22	ك
						45.3%	46.5%	43.1%	53.7%	%
غير دالة	.055	.139	2	5.813a	2	149	41	94	14	ك
						49.7%	57.7%	50.0%	34.1%	%
غير دالة	.755	.043	2	.563a	5	124	32	76	16	ك
						41.3%	45.1%	40.4%	39.0%	%
غير دالة	.181	.107	2	3.418a	1	183	47	116	20	ك
						61.0%	66.2%	61.7%	48.8%	%
غير دالة	.080	.130	2	5.044a	6	117	23	72	22	ك
						39.0%	32.4%	38.3%	53.7%	%
						300	71	188	41	ك
						100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	%

(تشير خانة الإجمالي هنا إلى العدد الفعلي لعينة الدراسة وليس عدد التكرارات)

تشير نتائج الجدول السابق إلى الموضوعات التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها على المواقع الاجتماعية كما تشير نتائج الجدول إلى أن الأحداث الجارية توجد على رأس قائمة الموضوعات الأكثر متابعة بالنسبة لعينة الدراسة وذلك بنسبة 61% من إجمالي عينة الدراسة، تليها القضايا السياسية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 49.7% من إجمالي العينة، تحتل الموضوعات الرياضية الترتيب الثالث من قائمة الموضوعات التي يتابعها أفراد عينة الدراسة وبنسبة بلغت 46.7% من إجمالي العينة، تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 45.3% في الترتيب الرابع، ثم الموضوعات القانونية في الترتيب الخامس بنسبة 41.3% من إجمالي العينة، وأخيراً الموضوعات الفنية بنسبة 39% من العينة.

جدول رقم (5)

مدى تقييم العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة فيما يخص الأحداث اليومية

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 300						تقييم العينة لدور مواقع التواصل خلال الفترة الأخيرة	
				معارض		إلى حد ما		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
الموافقة	5	89.43	.53916	2.6833	3.7	11	24.3	73	72.0	216	مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ناجحة في التأثير على الرأي العام
الموافقة	1	96.43	.38616	2.8933	2.7	8	5.3	16	92.0	276	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تواصل المواطنين بالقيادات السياسية خاصة في الفترة الأخيرة
الموافقة	12	82.66	.71506	2.4800	13.0	39	26.0	78	61.0	183	تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الأدوات التي تستخدمها الدولة للتواصل مع الجمهور فيما يتعلق بالقضايا الحياتية للجمهور
الموافقة	9	86.21	.61949	2.5867	7.0	21	27.3	82	65.7	197	مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أهم مصادر المعرفة القانونية للجمهور زادت مواقع التواصل الاجتماعي من وعي القانوني والسياسي حول بعض القضايا المرتبطة بالمواطنين
الموافقة	11	83.55	.56954	2.5067	3.7	11	42.0	126	54.3	163	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي من دفعي نحو المشاركة وأبداء الآراء فيما يتعلق ببعض القضايا الحياتية اليومية.
الموافقة	13	79.66	.69246	2.3900	12.0	36	37.0	111	51.0	153	مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد الركائز الأساسية للحكومة الناجحة لتحقيق الصالح العام وخلق وعي لدى الجمهور
الموافقة	6	89.21	.55360	2.6767	4.3	13	23.7	71	72.0	216	تميزت مواقع التواصل الاجتماعي باتساع مساحة الآراء وحرية التعبير للجمهور وطرح التساؤلات والشكاوى
الموافقة	2	94.88	.43641	2.8467	3.0	9	9.3	28	87.7	263	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي في إيجاد قنوات للتواصل بين المواطن والمسؤولين

الموافقة	7	88.66	.50190	2.6600	1.3	4	31.3	94	67.3	202	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الفعلي لسياسة الحكومة نتيجة الحراك الشعبي
الموافقة	4	91.32	.46164	2.7400	1.0	3	24.0	72	75.0	225	أثقت في المعلومات والأخبار التي أحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الصفحات الرسمية
الموافقة	8	86.32	.54426	2.5900	2.7	8	35.7	107	61.7	185	أساهم بأبداء رأي فيما يتعلق بالأحداث اليومية من خلال ما تقدمه مواقع التواصل من أدوات تفاعلية
الموافقة	3	94.77	.39915	2.8433	1.3	4	13.0	39	85.7	257	تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور إيجابي في خدمة المصالح الوطنية للجمهور

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تقييم العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة فيما يخص الأحداث اليومية وقد جاءت عبارة "أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تواصل المواطنين بالقيادات السياسية خاصة في الفترة الأخيرة" على تأييد عينة الدراسة في مقدمة اتجاهاتهم نحو الدور الذي أصبحت تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص الأحداث الجارية بمتوسط حسابي قدره 2.8933 وتقوم مواقع التواصل بدور التواصل بين الجمهور والمسؤولين من خلال إتاحة الأجهزة الحكومية للصفحات الرسمية على مواقع التواصل وتفعيل أدوات التفاعل من تعليقات ومشاركات وإمكانية إرسال الاستفسارات وغيرها مما أدى إلى زيادة ارتباط الجمهور بالمسؤولين، وقد جاءت عبارة "أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي في إيجاد قنوات للتواصل بين المواطن والمسؤولين" وفيها تأكيد على ما جاء في العبارة الأولى من إتاحة تواصل الجمهور مع المسؤولين، وفي الترتيب الثالث يرى أفراد عينة الدراسة أن "مواقع التواصل تقوم بدور إيجابي في خدمة المصالح الوطنية للجمهور" بمتوسط حسابي 2.8433 حيث تقوم بتفعيل مشاركات الجمهور في القضايا السياسية مما يدعم المصالح الوطنية لهم، ويرى الباحثون أنهم "يثقون في المعلومات والأخبار التي أحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الصفحات الرسمية" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ 2.7400 ويليه في الترتيب الخامس عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ناجحة في التأثير على الرأي العام" بمتوسط حسابي 2.6833، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة "تميزت مواقع التواصل الاجتماعي باتساع مساحة الآراء وحرية التعبير للجمهور وطرح التساؤلات والشكاوى" وتقوم وسائل التواصل الاجتماعي بهذه الدور بشكل كبير حيث تتيح إمكانية عرض الآراء والمقترحات بدون أي قيود مما يعمل على تنمية روح المشاركة لدى الجمهور، وفي الترتيب السابع تأتي عبارة "أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الفعلي لسياسة الحكومة نتيجة الحراك الشعبي" بمتوسط حسابي 2.660 وقد أثبت ذلك الدور الذي قامت به مواقع التواصل أثناء ثورتَي الخامس والعشرون من يناير والثلاثون من يونيو من خلال توجيه الجمهور وإرشاده، وفي الترتيب الثامن جاءت عبارة "أساهم بأبداء رأي فيما

يتعلق بالأحداث اليومية من خلال ما تقدمه مواقع التواصل من أدوات تفاعلية" وذلك بمتوسط حسابي قدره 2.5900، يليه عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أهم مصادر المعرفة القانونية للجمهور" وذلك من خلال تبسيط القضايا التي تتعلق بالتشريعات والقوانين وتبسيطها للجمهور، وتأتي عبارة "زادت مواقع التواصل الاجتماعي من وعي القانوني والسياسي حول بعض القضايا المرتبطة بالمواطنين" في الترتيب العاشر بالنسبة لاتجاهات الجمهور نحو الأدوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري.

جدول رقم (6)

مدى استجابة المواطنين المخالفين لقانون التصالح على تقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء

الإجمالي	مستوى الدخل			مدى قيام عينة الدراسة بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء	
	مرتفع	متوسط	منخفض	ك	لا
187	42	123	22	ك	نعم
62.3%	59.2%	65.4%	53.7%	%	
113	29	65	19	ك	لا
37.7%	40.8%	34.6%	46.3%	%	
300	71	188	41	ك	الإجمالي
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	%	

كا = 2.385a درجات الحرية = 2 معامل فاي = .089 Phi مستوى المعنوية = 303. غير دالة

تشير نسبة 62.3% من إجمالي عينة الدراسة أنهم قاموا بالفعل بتقديم طلبات التصالح للدولة على مخالفات البناء، وقد جاءت النسبة الأكبر من أصحاب المستوى الاقتصادي المتوسط حيث بلغت نسبتهم 65.4% من إجمالي المبحوثين أصحاب الدخل المتوسطة، مقابل نسبة 59.2% من أصحاب المستوى الاقتصادي المرتفع، كما بلغت نسبة 53.7% من أصحاب المستوى الاقتصادي المنخفض ممن قاموا بتقديم طلبات التصالح، في حين بلغت نسبة من لم يقوموا بتقديم طلبات التصالح نسبة 37.7% من إجمالي العينة حيث لم تقم نسبة 46.3% من إجمالي عينة المستوى المنخفض بتقديم طلبات التصالح، بينما بلغت نسبة من لم يقوموا بالتصالح على مخالفات البناء 40.8% لأصحاب المستوى المرتفع و34.6% لأصحاب المستوى المتوسط، مما يعني أن النسبة الأكبر من العينة قامت بتقديم طلبات التصالح بالفعل وقد أشارت الإحصائيات الخاصة بعدد طلبات التصالح المقدمة حتى بداية شهر ديسمبر 2020 إلى الزيادة الكبيرة في أعداد الطلبات على مستوى الجمهورية حيث أعلن اللواء محمود شعراوي، وزير التنمية المحلية في 2020/12/1 أن المحافظات تلقت حوالي 2.5 مليون طلب تصالح على مخالفات البناء (71) منها 204 ألف في محافظة القليوبية.

جدول رقم (7)
أسباب التقديم على طلب تصالح على المباني المخالفة

الدالة	مستوى الدلالة Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية df	Chi-Square 2٤	df	الإجمالي	مستوى الدخل			الأسباب
							مرتفع	متوسط	منخفض	
غير دالة	.764	.070	2	.538a	2	29	9	15	5	بسبب التسهيلات التي قامت بها الحكومة في الفترة الأخيرة لتقديم الطلبات.
						26.1%	31.0%	23.8%	26.3%	
غير دالة	.988	.015	2	.025a	3	11	3	6	2	لأن ذلك أفضل لي من الناحية القانونية.
						9.9%	10.3%	9.5%	10.5%	
غير دالة	.754	.071	2	.564a	1	71	17	42	12	حتى لا أتعرض لغرامة مالية أو قرارات إزالة من الدولة.
						64.0%	58.6%	66.7%	63.2%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأسباب التي دفعت أصحاب العقارات لتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء للدول، وقد جاءت في مقدمة تلك الأسباب "حتى لا أتعرض لغرامة مالية أو قرارات إزالة من الدولة." حيث أقرت نسبة 64% من عينة الذين تقدموا بطلبات التصالح أنهم قدموا طلبات التصالح خوفاً من تطبيق القانون الذي يقتضي بالعقوبة من خلال الغرامة المالية في حالة عدم تقديم الطلب في الموعد المحدد، أو الخوف من إزالة المبني، وفي الترتيب الثاني جاء سبب "بسبب التسهيلات التي قامت بها الحكومة في الفترة الأخيرة لتقديم الطلبات" حيث أقرت عينة الدراسة في المحافظات التي أجريت فيها الدراسة أن المحافظات قامت بتقديم تسهيلات كبيرة في الإجراءات المتبعة كان منها زيادة أعداد العاملين ومنها مد فترة تلقي طلبات التصالح حتى ٣١ أكتوبر وتقليل الكثافات أمام المراكز التكنولوجية والتسهيل على المواطنين الراغبين في التقدم بطلبات التصالح اختصاراً للوقت والمجهود وزيادة أعداد المراكز التكنولوجية بالمراكز والأحياء الخاصة بتلقي طلبات التصالح في مخالفات البناء من المواطنين وتسديد جدية التصالح 25% من قيمة رسوم التصالح بصفة يومية مع استمرار العمل أيام العطلات والإجازات وسط تسهيلات كبيرة قدمتها الحكومة للمواطنين الجادين تيسيراً عليهم منها تخفيض قيمة التصالح إلى 50 جنيه للمتر بالقرى بكل الريف المصري، كما أنه يتم قبول طلبات التصالح من

المواطنين أي كانت المستندات وإعطاء فترة شهرين لاستكمال المستندات المطلوبة مع إعطاء مقدم طلب التصالح نموذج (3) لتقديمه للجهات القضائية والأمنية لوقف الدعاوي والأحكام والإجراءات بشأن الأعمال المخالفة لحين البت في التصالح فضلاً عن خصم 25% من قيمة مقابل التصالح لمن يقوم بسداد كامل مبلغ التصالح وذلك كله في إطار حرص الدولة على تشجيع المواطنين للتقدم بطلبات التصالح كافة على مخالفات البناء الخاصة بهم وتقنين أوضاعهم، ثم جاء سبب "لأن ذلك أفضل لي من الناحية القانونية" في الترتيب الثالث حيث يعتقد هؤلاء أن هذه الإجراءات لصالح المواطن في المقام الأول وذلك بنسبة بلغت 9.9%.

جدول رقم (8)

أسباب عدم تقديم المبحثين طلب للتصالح على مخالفات البناء

الدالة	مستوى الدالة Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية df	Chi-Square كا	df	الإجمالي	مستوى الدخل			اسباب عدم تقديم طلبات التصالح	
							مرتفع	متوسط	منخفض		
غير دالة	.310	.112	2	2.344a	2	50	8	34	8	ك %	ليس لدى مخالفات في العقار.
غير دالة	.259	.120	2	2.703a	3	43	13	27	3	ك %	لا املك قيمة التصالح.
غير دالة	.356	.105	2	2.068a	4	20	3	16	1	ك %	لم أتمكن من تقديم الطلب بسبب الإجراءات الحكومية الروتينية.
غير دالة	.725	.058	2	.642a	1	75	18	47	10	ك %	بسبب عدم اقتناعي بهذه الإجراءات

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأسباب التي منعت عينة الدراسة من تقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء، وقد جاء في مقدمتها "بسبب عدم اقتناعهم بهذه الإجراءات" حيث أقرت نسبة 39.9% أنهم غير مهتمين بما تم التصريح به من فرض غرامات واعتقادهم بأن هذه الإجراءات لن يتم العمل بها وإنما مجرد تلويدات فقط ولكن لن يتم تنفيذها على أرض الواقع، وفي الترتيب الثاني جاء سبب "ليس لدى مخالفات في العقار" بنسبة 26.6% من إجمالي مفردات العينة التي لم تقدم طلبات التصالح، وقد أقرت نسبة 22.9% منهم أنهم لا يمتلكون قيمة التصالح في الترتيب الثالث، وأخيراً لم يتمكن من تقديم الطلب بسبب الإجراءات الحكومية الروتينية" حيث أشتكى هؤلاء من صعوبة إجراءات تقديم الطلبات وذلك بنسبة بلغت 10.6%.

جدول رقم (9)

اتجاهات العينة نحو قانون التصالح في مخالفات البناء لسنة 2020

الاتجاه العام	df	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = 300						اتجاهات العينة نحو قانون التصالح في مخالفات البناء لسنة 2020
					معارض		إلى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	13	79.66	.69246	2.3900	12.0	36	37.0	111	51.0	153	القانون في صالح المواطن بشكل كبير
الموافقة	9	89.21	.55360	2.6767	4.3	13	23.7	71	72.0	216	قدمت الدولة تيسيرات في السداد والتقديم للتصالح
الموافقة	1	94.88	.43641	2.8467	3.0	9	9.3	28	87.7	263	الدولة تسعى إلى القضاء على العشوائيات
الموافقة	10	88.66	.50190	2.6600	1.3	4	31.3	94	67.3	202	يؤدي القضاء على الخلافات الخاصة بالمصالحات بين السكان إلى تقليص حجم القضايا في المحاكم

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور بالتطبيق على قانون التصالح في مخالفات بناء العقارات

الموافقة	5	91.32	.46164	2,7400	1.0	3	24.0	72	75.0	225	القانون يؤدي إلى الحفاظ على مساحة الأراضي الزراعية التي قام السكان بالبناء عليها.
الموافقة	11	86.32	.54426	2,5900	2.7	8	35.7	107	61.7	185	قانون التصالح لا يتمتع بالدستورية الكاملة لأنه لا يقوم بنص صريح
الموافقة	2	94.77	.39915	2,8433	1.3	4	13.0	39	85.7	257	قانون التصالح على مخالفات البناء أفاد الدولة بشكل كبير في تقنين عمليات البناء على أراضي الدولة للقضاء على جشع بعض رجال الأعمال
الموافقة	6	90.10	.51270	2,7033	2.7	8	24.3	73	73.0	219	أصحاب الشقق الموجودة بالأدوار المخالفة لا تذب لهم في تطبيق الغرامة
الموافقة	8	89.66	.46327	2,6900	-	-	31.0	93	69.0	207	قانون التصالح أضر بالمواطن المصري البسيط ولم يلحق أي ضرر لأصحاب المشاريع والمستثمرين
الموافقة	4	92.21	.52898	2,7667	5.0	15	13.3	40	81.7	245	أوافق على هدم المباني المخالفة سواء الأدوار الإضافية أو البناء على الأراضي الزراعية
الموافقة	13	79.66	.70680	2,3900	13.0	39	35.0	105	52.0	156	للدولة الحق في معاقبة المخالفين مهما كانت العواقب
الموافقة	3	92.77	.46595	2,7833	2.3	7	17.0	51	80.7	242	البناء على الأراضي الزراعية يضر بالمصلحة العامة للدولة ولا بد أن يتم تنين ذلك للحفاظ على الرقعة الزراعية
الموافقة	7	89.88	.55889	2,6967	5.0	15	20.3	61	74.7	224	الذي يبني على أرض مخالفة يستحق العقاب بالهدم أو يدفع الغرامات
الموافقة	12	84.32	.61945	2,5300	6.7	20	33.7	101	59.7	179	هدم المباني المخالفة لا يحقق أي نفع لأي من المواطن والدولة

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات العينة نحو قانون التصالح في مخالفات البناء لسنة 2020 وقد جاءت عبارة "الدولة تسعى إلى القضاء على العشوائيات" في بداية اتجاهات الجمهور نحو هدف الدولة من قانون التصالح على مخالفات البناء بمتوسط حسابي 2.8467 وبنسبة موافق بلغت 87.7%، يليها عبارة "قانون التصالح على مخالفات البناء أفاد الدولة بشكل كبير في تقنين عمليات البناء على أراضي الدولة للقضاء على جشع بعض رجال الأعمال" بمتوسط حسابي 2.8433، وجاءت عبارة "البناء على الأراضي الزراعية يضر بالمصلحة العامة للدولة ولا بد أن يتم تنين ذلك للحفاظ على الرقعة الزراعية" في الترتيب الثالث بالنسبة لاتجاهات الجمهور نحو قانون التصالح، يليها عبارة " أوافق على هدم المباني المخالفة سواء الأدوار الإضافية أو البناء على الأراضي الزراعية" بمتوسط حسابي قدره 2.7667، ثم عبارة " القانون يؤدي إلى الحفاظ على مساحة الأراضي الزراعية التي قام السكان بالبناء عليها" في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي 2.7400، كما ترى عينة الدراسة أن " أصحاب الشقق الموجودة بالأدوار المخالفة لا ذنب لهم في تطبيق الغرامة " في الترتيب السادس بمتوسط حسابي بلغ 2.7033، وجاءت عبارة " الذي يبني على أرض مخالفة يستحق العقاب بالهدم أو يدفع الغرامات" بمتوسط حسابي 2.6967، كما يرى أفراد عينة الدراسة أن " قانون التصالح أضر بالمواطن المصري البسيط ولم يلحق أي ضرر لأصحاب المشاريع والمستثمرين" بمتوسط حسابي 2.6900، وفي الترتيب التاسع جاءت عبارة " قدمت الدولة تيسيرات في السداد والتقديم للتصالح" بمتوسط حسابي 2.6767، كما ترى أفراد العينة "يؤدي القضاء على الخلافات الخاصة بالمصالحات بين السكان إلى تقليص حجم القضايا الموجودة بالمحاكم"، يليها عبارة " قانون التصالح لا يتمتع بالدستورية الكاملة لأنه لا يقوم

بنص صريح " بمتوسط حسابي 2.5900، ثم عبارة " هدم المباني المخالفة لا يحقق أي نفع لأي من المواطن والدولة" بمتوسط حسابي 2.5300، وأخيراً جاءت كلاً من عبارتي " للدولة الحق في معاقبة المخالفين مهما كانت العواقب" و " القانون في صالح المواطن بشكل كبير".

جدول رقم (10)

الدور التي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تنمية الوعي القانوني للجمهور من وجهة نظرك

الدالة	مستوى الدلالة Sig	معامل فاي phi	درجة الحرية df	Chi-Square 2K	الاجمالي	مستوى الدخل			دور مواقع التواصل في تنمية الوعي القانوني للجمهور		
						مرتفع	متوسط	منخفض			
غير دالة	.687	.050	2	.750a	8	180 60.0%	41 57.7%	112 59.6%	27 65.9%	ك %	تعمل على زيادة الوعي الثقافي والقانوني فيما يتعلق بالقضايا الحياتية.
غير دالة	.275	.093	2	2.579a	1	280 93.3%	66 93.0%	178 94.7%	36 87.8%	ك %	تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع.
غير دالة	.376	.081	2	1.959a	3	241 80.3%	56 78.9%	155 82.4%	30 73.2%	ك %	تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص حول القضايا المختلفة.
غير دالة	.755	.043	2	.562a	5	215 71.7%	49 69.0%	135 71.8%	31 75.6%	ك %	تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار.
غير دالة	.138	.115	2	3.957a	2	258 86.0%	64 90.1%	156 83.0%	38 92.7%	ك %	تسهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
غير دالة	.663	.052	2	.822a	6	210 70.0%	48 67.6%	135 71.8%	27 65.9%	ك %	القيام بتبسيط المفاهيم القانونية وتلخص أهم التصريحات التي تعن عنها الأجهزة الحكومية فيما يخص القضايا.
غير دالة	.532	.065	2	1.262a	4	222 74.0%	55 77.5%	135 71.8%	32 78.0%	ك %	مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث.
غير دالة	.526	.065	2	1.284a	7	202 67.3%	44 62.0%	129 68.6%	29 70.7%	ك %	تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية
غير دالة	.074	.132	2	5.203a	9	114 38.0%	27 38.0%	65 34.6%	22 53.7%	ك %	تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة.
						300 100.0%	71 100.0%	188 100.0%	41 100.0%	ك %	جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى الدور التي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تنمية الوعي القانوني للجمهور من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث ترى عينة الدراسة أن وسائل التواصل " تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع " في الترتيب الأول على رأس قائمة الأدوار التي تقوم بها تلك الوسائل بنسبة 93.3%، ويأتي في الترتيب الثاني " تسهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية " بنسبة 86% من إجمالي عينة الدراسة، يليها عبارة " تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص حول القضايا المختلفة " بنسبة 80.3% من عينة الدراسة، وجاءت عبارة " مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث " بنسبة 74% من إجمالي العينة، وتأتي عبارة " تعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار " بنسبة 71.7% من إجمالي العينة تليها " القيام بتبسيط المفاهيم القانونية وتلخص أهم التصريحات التي تعلن عنها الأجهزة الحكومية فيما يخص القضايا " بنسبة بلغت 70% في الترتيب السادس، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة " تتيح لي فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية " بنسبة 67.3% ثم عبارة " تعمل على زيادة الوعي الثقافي والقانوني فيما يتعلق بالقضايا الحياتية " بنسبة 60% من إجمالي العينة، وأخيراً عبارة " تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا المختلفة " بنسبة بلغت 38% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (11)

مدى تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل للمؤسسات الحكومية المعنية بالقرارات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة / ن = 300							
				معارض		إلى حد ما		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
الموافقة	12	83.33	.57542	2.5000	4.0	12	42.0	126	54.0	162	قدمت لي مواقع التواصل معلومات قيمة فيما يتعلق بالإجراءات الخاصة بقانون التصالح
الموافقة	11	87.43	.51218	2.6233	1.3	4	35.0	105	63.7	191	قامت الصفحات الرسمية بمتابعة الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح للمواطنين بصفة دورية
الموافقة	1	100.00	00000	3.0000	-	-	-	-	100.0	300	نجحت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المعنية بموضوع التصالح في التواصل مع الجمهور والرد على الاستفسارات الخاصة بالإجراءات المتبعة
الموافقة	10	91.10	.44296	2.7333	-	-	26.7	80	73.3	220	وجدت اهتمام غير مسبوق من الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي بموضوع التصالح وكان ذلك في مصلحة المواطنين بشكل كبير
الموافقة	8	94.55	.43661	2.8367	2.7	8	11.0	33	86.3	259	زادت مواقع التواصل الاجتماعي من وعيي القانوني فيما يتعلق بقانون التصالح على مخالفات البناء
الموافقة	3	97.43	.31270	2.9233	1.3	4	5.0	15	93.7	281	نجحت مواقع التواصل في تبسيط المعلومات القانونية المعقدة التي تتعلق بقانون التصالح في مجال العقارات

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور بالتطبيق على قانون التصالح في مخالفات بناء العقارات

الموافقة	9	93.88	.42069	2.8167	1.3	4	15.7	47	83.0	249	مكنت مواقع التواصل من خلق بيئة مناسبة تمكن المواطنين من التعرف على القوانين الخاصة بالقضايا الحياتية المختلفة
الموافقة	7	94.66	.39359	2.8400	1.0	3	14.0	42	85.0	255	قمت بالدخول المتكرر لصفحات المؤسسات المعنية بموضوع التصالح على العقارات لمتابعة القرارات الحكومية بخصوص قانون التصالح.
الموافقة	6	95.10	.35436	2.8533	-	-	14.7	44	85.3	256	قمت بمتابعة مواقع التواصل للمؤسسات الرسمية للتعرف على الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح
الموافقة	5	95.99	.32550	2.8800	-	-	12.0	36	88.0	264	أدركت فوائد قانون التصالح على مخالفات البناء من خلال مواقع التواصل
الموافقة	2	97.99	.23788	2.9400	-	-	6.0	18	94.0	282	قمت بالتعليق والمشاركة بالرأي فيما يتعلق بموضوع التصالح على البناء
الموافقة	4	97.32	.27175	2.9200	-	-	8.0	24	92.0	276	استفدت من المبادرات الرئاسية للتخفيف من العبء على المواطنين مثل مبادرة التصالح حياة

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل للمؤسسات الحكومية المعنية بالقرارات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء وجاء في مقدمة تلك العبارات " نجحت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المعنية بموضوع التصالح في التواصل مع الجمهور والرد على الاستفسارات الخاصة بالإجراءات المتبعة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره 3.0000 بنسبة 100% موافقة وقالت بعض أفراد العينة، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة " قمت بالتعليق والمشاركة بالرأي فيما يتعلق بموضوع التصالح على البناء" بمتوسط حسابي 2.9400، وجاءت عبارة " نجحت مواقع التواصل في تبسيط المعلومات القانونية المعقدة التي تتعلق بقانون التصالح في مجال العقارات " بمتوسط حسابي بلغ 2.9233، كما جاءت عبارة " استفدت من المبادرات الرئاسية للتخفيف من العبء على المواطنين مثل مبادرة التصالح حياة" بمتوسط حسابي قدره 2.9200، وفي الترتيب الخامس " أدركت فوائد قانون التصالح على مخالفات البناء من خلال مواقع التواصل" بمتوسط 2.8800، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة " قمت بمتابعة مواقع التواصل للمؤسسات الرسمية للتعرف على الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.8533، يليها عبارة " قمت بالدخول المتكرر لصفحات المؤسسات المعنية بموضوع التصالح على العقارات لمتابعة القرارات الحكومية بخصوص قانون التصالح." بمتوسط حسابي 2.8000.

- نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية تبعاً لمتغيراتهم الديموجرافية.

جدول رقم (12)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للنوع

النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار t-test قيمة T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
نكر	140	2.7571	.44675	-.990	298	.323	غير دالة
انثى	160	2.8063	.41203				

تشير نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للنوع إلى عدم وجود فروق بينهما حيث بلغت قيمة اختبار ت -990. عند مستوى معنوية 323. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والاناث.

جدول رقم (13)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للعمر

العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
من 20 إلى أقل من 35 سنة	133	2.7594	.44637	بين المجموعات	.238	2	.119	.646	.525	غير دالة
من 35 سنة إلى أقل من 50 سنة	139	2.7914	.42520	داخل المجموعات	54.679	297	.184			
من 50 سنة فيما فوق	28	2.8571	.35635							
المجموع	300	2.7833	.42856	المجموع	54.917	299				

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للعمر إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين حيث بلغت قيمة

اختبار تحليل التباين 646. عند مستوى دلالة 525. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين تبعاً للعمر.

جدول رقم (14)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للإقامة

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الإقامة	الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية
غير دالة	.954	298	-.00306	.44017	2.7813	96	ريف	
				.42409	2.7843	204	حضر	

تشير نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للإقامة إلى عدم وجود فروق بينهما حيث بلغت قيمة اختبار ت -0.00306. عند مستوى معنوية 954. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين.

جدول رقم (15)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للمستوى التعليمي

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المستوى التعليمي	الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية
دالة	.000	16.299	2.716	2	5.431	بين المجموعات	.36615	2.8723	94	متوسط	
			.167	297	49.485	داخل المجموعات	.38306	2.8228	158	جامعي	
							.54537	2.4792	48	دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)	
				299	54.917	المجموع	.42856	2.7833	300	المجموع	

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً للمستوى التعليمي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين لصالح أصحاب المستوى المتوسط وقد بلغت قيمة اختبار ANOVA 16.299 عند

مستوى معنوية بلغ 0.000. وهي قيمة دالة إحصائياً مما يعني وجود فروق ذات دلالة تبعاً للمستوى التعليمي.

جدول رقم (16)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً لمتوسط الدخل

الدالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	متوسط الدخل	الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية
غير دالة	.277	1.290	.236	2	.473	بين المجموعات	.33129	2.8780	41	منخفض	
			.183	297	54.444	داخل المجموعات	.44251	2.7766	188	متوسط	
				299	54.917	المجموع	.43812	2.7465	71	مرتفع	
							.42856	2.7833	300	المجموع	

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية تبعاً لمتوسط الدخل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين حيث بلغت قيمة اختبار تحليل التباين 1.290 عند مستوى دلالة 0.277. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين تبعاً للمستوى الاقتصادي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى اعتمادهم على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة.

جدول رقم (17)

نتائج معامل ارتباط كندال تاو Kendall's tau_b لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة

معامل الارتباط Kendall's tau_b	مدى اعتماد المبحوثين على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة
-.105*	
.035	مستوى المعنوية Sig
دالة	الدلالة
300	العدد

تشير نتائج معامل ارتباط كندال تاو Kendall's tau_b لبيان العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط -.105* عند مستوى معنوية

035. وهي قيمة دالة إحصائياً مما يعني أن العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة علاقة ذات دلالة إحصائية. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020.

جدول رقم (18)

نتائج معامل ارتباط كندال تاو Kendall's tau_b لبيان العلاقة بين مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020.

مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020	معامل الارتباط Kendall's tau_b	074
	مستوى المعنوية Sig.	099
	الدلالة	غير دالة
	العدد	300

تشير نتائج اختبار معامل ارتباط كندال تاو Kendall's tau_b لبيان العلاقة بين مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020م إلى عدم وجود علاقة إحصائية بينهما، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 074. عند مستوى معنوية 099. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم وجود علاقة بين مدى تقديم المبحوثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020.

خاتمة الدراسة:

إنفقت نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة في نفس المجال مثل دراسة (2020) Shahzadah Qureshi، دراسة (2020) Suba Tvisha، دراسة (2020) C. Baccarella، دراسة (2020) Muhammad Rasheed، دراسة (2019) Azam Faraji والتي تناولت مدى إهتمام وسائل الإعلام بعرض الأخبار المتعلقة بالتشريعات القانونية، كما أشارت إلى الدور الكبير الذي تلعبه تلك الوسائل سواء التقليدية أو الحديثة في تنمية وعي الجمهور بتلك التشريعات التي تخص بعض القضايا الحياتية كقوانين التحرش والإدمان والجرائم الإلكترونية والتمريض وغيرها من القضايا.

كما توصلت إلى أهمية الدور الذي لعبته وسائل الإعلام الحديثة في تعريف بقوانين العقارات كاحد أهم القضايا التي تشغل الرأي العام وهو ما أكدته الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في الدول الأجنبية مثل دراسة Federico Dell'Anna (2021) التي تناولت التشريعات العقارية في سنغافورا، دراسة Heather Whiteside (2020) التي تناولت تشريعات العقارات في كندا، كما تناولت كلاً من دراسة Yaoyao Li (2020)، ودراسة Hongxia Zhang (2019) التشريعات

العقارية في الصين، دراسة Masayasu Kanno (2020) وقد تناولت التشريعات الخاصة بقوانين شراء الأراضي في اليابان

وقد توصلت الدراسة من خلال المسح التحليلي والميداني الى عدد كبير من النتائج التي تبرز الدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي القانوني للجمهور بالتطبيق على قانون التصالح على مخالفات البناء، ومن هذه النتائج:

أولاً: ملخص نتائج الدراسة التحليلية:

1. أشارت النتائج الى إهتمام الصفحات الرسمية لمؤسستي رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية بعرض عدد من الأخبار التي تناولت موضوع مخالفات العقارات بصفة عامة وقانون التصالح على مخالفات البناء بصفة خاصة خلال فترة التحليل، حيث تناولت الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء عدد 25 منشور عن قانون التصالح تضمن كافة التصريحات التي أقرتها مؤسسة رئاسة الوزراء بخصوص الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء في الفترة من 2020/8/1 إلى 2020/10/31، في حين تناولت منشورات الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام عدد 36 منشور عن قانون التصالح تضمن كافة التصريحات التي أقرها المسؤولون بخصوص الإجراءات الخاصة بتقديم طلبات التصالح على مخالفات البناء، وكذلك كافة الأخبار المحلية الواردة إلى الصحيفة بخصوص تفاعل الشارع المصري مع اجراءات تطبيق القانون.

2. تناولت كافة المنشورات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء على الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام كافة التصريحات الخاصة بتطبيق القانون أو شرحه من خلال تناول الاجتماعات التي كان يجريها رئيس مجلس الوزراء الدكتور مصطفى مدبولي وكافة التصريحات الواردة على لسانه بشأن تنفيذ القانون والتسهيلات التي كانت تتخذها الحكومة للتخفيف من الأعباء عن المواطنين والمثال على ذلك تخفيض قيمة التصالح للمتر الواحد في الريف عن القرى والتنويه عن قيام بعض المبادرات الرئاسية لرفع الأعباء عن كاهل منخفضي الدخل مثل مبادرة "التصالح حياة".

3. جاءت معظم المنشورات التي تناولتها الصفحات الرسمية لرئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام على شكل أخبار تناولت أهم التصريحات أو الإنجازات الخاصة باجتماعات السيد الدكتور رئيس الوزراء مع السادة الوزراء بشأن تطبيق قانون التصالح، كما جاءت بعض المنشورات على شكل إنفوجرافيك منفرد لتناول الاجراءات الخاصة بتقديم الطلبات.

4. جاءت اللغة الرئيسية في كافة منشورات موقعي الدراسة باللغة العربية، وقد عمد كاتب المنشورات في رئاسة الوزراء وصحيفة الأهرام إلى استخدام لغة سهلة بالنسبة للشارع المصري والتي تتناسب مع طبيعة موقع الفيس بوك كموقع

- تواصل اجتماعي، وإن كانت لا تخلو من بعض المصطلحات القانونية الخاصة بالقانون إلا أنها جاءت مفهومة وقريبة من اللغة الدارجة بين الناس في الشوارع.
5. ومن حيث النطاق الجغرافي تناولت عدد المنشورات الخاصة بالصفحة الرسمية للرئاسة مجلس الوزراء وصحيفة الأهرام المصرية الأخبار والتصريحات الخاصة بكافة محافظات الجمهورية.
6. إتمدت الصفحات الرسمية لمؤسستي الدراسة على إستخدام عدد كبير من العناصر الفنية لإبراز الأخبار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء حيث إستخدمت كلاً منها النصوص المكتوبة والصور والإنفوجرافيك والرسوم وغيرها من العناصر الفنية.
7. جاءت المصادر الرسمية على رأس قائمة المصادر التي إتمدت عليها مؤسستي الدراسة في عرض الأخبار الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء حيث تعد مؤسسة رئاسة الوزراء أكثر المصادر التي اعتمدت عليها المنشورات، كما تعد تصريحات الدكتور عاصم الجزار وزير الإسكان أحد أهم المصادر التي اعتمدت عليها المنشورات، وقد إتمدت أيضاً مؤسسة الأهرام بشكل أساسي على تصريحات وسائل الإعلام الأخرى مثل مقدمي البرامج على القنوات الفضائية وممثلي الأحزاب المختلفة وكذلك بعض العاملين بالمراكز التكنولوجية التي تقبل طلبات التصالح من المواطنين وغيرها.
8. تميزت الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء بالتفاعلية أكثر من صحيفة الأهرام وقد وفرت صفحة رئاسة الوزراء تفعيل خدمات الارسال للرسائل التي تحتوي على استفسارات أو مقترحات للقائمين على الصفحة الرسمية برئاسة الوزراء، وقد لاحظت الباحثة أن هناك عدداً كبيراً من المتفاعلين على منشورات الصفحة على الرغم من قلة عددها إلا أن هذا يعد مؤشراً جيداً لدور مواقع التواصل في توصيل المعلومات المختلفة للجمهور مما يمكن الإفادة منها بالشكل المطلوب لتوصيل المعلومات والأخبار للمواطنين، بينما لاحظت الباحثة قلة التفاعل من الجمهور على منشورات صحيفة الأهرام على الفيس بوك على العكس من صفحة مؤسسة الرئاسة فالتعليقات لا تتعدى 20 تعليقا في معظم المنشورات، بينما لم تتجاوز الإعجابات عدد 100 إعجاب، لذا يمكن القول أن التفاعل على الصفحة الخاصة برئاسة الوزراء أكثر.

ثانياً: ملخص نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- أشارت نتائج الدراسة أن العينة تقوم بمتابعة مواقع التواصل بشكل دائم بنسبة 79% من عينة الدراسة في الترتيب الأول، يليها نسبة من يقوموا بمتابعتها أحياناً بنسبة 20.3% في الترتيب الثاني ثم نادراً بنسبة ضئيلة جداً بلغت 0.7%

- 2- كما أشارت النتائج الى أكثر الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتردد عليها أفراد العينة للتعرف على الأخبار فيما يخص الأحداث الجارية وقد جاء في مقدمتها الصفحات الشخصية لبعض الأصدقاء من العاملين بالمؤسسات الحكومية بنسبة بلغت 70.3% من إجمالي عينة الدراسة، تليها صفحات المؤسسات والأجهزة الحكومية بنسبة 66.3% في الترتيب الثاني، ثم صفحات المؤسسات الإعلامية الصحفية بنسبة 65% من إجمالي عينة الدراسة، يليها من يقوموا بمتابعة الصفحات الرسمية لبعض الأحزاب السياسية بنسبة 62% في الترتيب الرابع، ثم صفحات القنوات الفضائية بنسبة 60%، وفي الترتيب الخامس تأتي نسبة من يتابع صفحات المواقع الإخبارية بنسبة 54.7%، وأخيراً الصفحات الشخصية لبعض المسؤولين أو أعضاء مجلس النواب بنسبة 52.7% .
- 3- أشارت نتائج الدراسة أن الأحداث الجارية توجد على رأس قائمة الموضوعات الأكثر متابعة بالنسبة لعينة الدراسة وذلك بنسبة 61% من إجمالي عينة الدراسة، تليها القضايا السياسية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 49.7% من إجمالي العينة، تحتل الموضوعات الرياضية الترتيب الثالث من قائمة الموضوعات التي يتابعها افراد عينة الدراسة وبنسبة بلغت 46.7% من إجمالي العينة، تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة 45.3% في الترتيب الرابع، ثم الموضوعات القانونية في الترتيب الخامس بنسبة 41.3% من إجمالي العينة، وأخيراً الموضوعات الفنية بنسبة 39% من العينة.
- 4- وقد جاءت عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تواصل المواطنين بالقيادات السياسية خاصة في الفترة الأخيرة" على تأييد عينة الدراسة في مقدمة اتجاهاتهم نحو الدور الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص الأحداث الجارية بمتوسط حسابي قدره 2.8933، يليه عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ايجابي في إيجاد قنوات للتواصل بين المواطن والمسؤولين" وفيها تأكيد على ما جاء في العبارة الأولى من اتاحة تواصل الجمهور مع المسؤولين، وفي الترتيب الثالث يرى أفراد عينة الدراسة أن "مواقع التواصل تقوم بدور ايجابي في خدمة المصالح الوطنية للجمهور" بمتوسط حسابي 2.8433 حيث تقوم بتفعيل مشاركات الجمهور في القضايا السياسية مما يدعم المصالح الوطنية لهم.
- 5- اشارت نسبة 62.3% من إجمالي عينة الدراسة أنهم قاموا بالفعل بتقديم طلبات التصالح للدولة على مخالفات البناء، وقد جاءت النسبة الأكبر من من أصحاب المستوى الإقتصادي المتوسط حيث بلغت نسبتهم 65.4% من إجمالي المبحوثين أصحاب الدخل المتوسطة، مقابل نسبة 59.2% من أصحاب المستوى الإقتصادي المرتفع، كما بلغت نسبة 53.7% من أصحاب المستوى الإقتصادي المنخفض ممن قامو بتقديم طلبات التصالح.

- 6- جاء سبب "حتى لا أتعرض لغرامة مالية أو قرارات إزالة من الدولة." على رأس قائمة الاسباب التي دفعت المواطنين لتقديم طلبات التصالح حيث أقرت نسبة 64% من عينة الذين تقدموا بطلبات التصالح أنهم قدموا طلبات التصالح خوفاً من تطبيق القانون الذي يقتضي بالعقوبة من خلال الغرامة المالية في حالة عدم تقديم الطلب في الموعد المحدد، أو الخوف من إزالة المبني، وفي الترتيب الثاني جاء سبب " بسبب التسهيلات التي قامت بها الحكومة في الفترة الأخيرة لتقديم الطلبات.
- 7- جاء سبب " عدم إقتناع المبحوثين بالإجراءات الخاصة بالتصالح" في مقدمة الاسباب التي منعت المواطنين من تقديم طلبات التصالح، حيث أقرت نسبة 39.9% انهم غير مهتمين بما تم التصريح به من فرض غرامات وإعتقادهم بأن هذه الإجراءات لن يتم العمل بها وانها مجرد تلوينات فقط ولكن لن يتم تنفيذها على أرض الواقع، وفي الترتيب الثاني جاء سبب "ليس لدى مخالفات في العقار" بنسبة 26.6% من إجمالي مفردات العينة التي لم تقدم طلبات التصالح، وقد أقرت نسبة 22.9% منهم أنهم لا يمتلكون قيمة التصالح في الترتيب الثالث، وأخيراً لم يتمكن من تقديم الطلب بسبب الإجراءات الحكومية الروتينية" حيث أشتكى هؤلاء من صعوبة إجراءات تقديم الطلبات وذلك بنسبة بلغت 10.6%.
- 8- جاءت عبارة " تعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة في المجتمع" في الترتيب الأول على رأس قائمة الادوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 93.3%، ويأتي في الترتيب الثاني " تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية " بنسبة 86% من إجمالي عينة الدراسة، يليها عبارة " تعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأيي الخاص حول القضايا المختلفة " بنسبة 80.3% من عينة الدراسة، وجاءت عبارة "مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث" بنسبة 74% من إجمالي العينة.
- 9- اشارت النتائج الى مدى تقييم افراد العينة لدور مواقع التواصل للمؤسسات الحكومية المعنية بالقرارات الخاصة بقانون التصالح على مخالفات البناء وجاء في مقدمة تلك العبارات " نجحت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المعنية بموضوع التصالح في التواصل مع الجمهور والرد على الإستفسارات الخاصة بالإجراءات المتبعة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره 3.0000 بنسبة 100% موافقة وقالت بعض افراد العينة، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة " قمت بالتعليق والمشاركة بالرأي فيما يتعلق بموضوع التصالح على البناء" بمتوسط حسابي 2.9400، وجاءت عبارة " نجحت مواقع التواصل في تبسيط المعلومات القانونية المعقدة التي تتعلق بقانون التصالح في مجال العقارات " بمتوسط حسابي بلغ 2.9233، كما جاءت عبارة " أستفدت من المبادرات

الرئاسية للتخفيف من العبئ على المواطنين مثل مبادرة التصالح حياة" بمتوسط حسابي قدره 2.9200، وفي الترتيب الخامس " أدركت فوائد قانون التصالح على مخالفات البناء من خلال مواقع التواصل" بمتوسط 2.8800.

ثالثاً: نتائج التحقق من فروض الدراسة:

- لم يثبت صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة إعتقاد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية تبعاً لمتغيراتهم الديمغرافية.
- ثبتت صحة الفرض الذي ينص على انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في مدى اعتمادهم على متابعة الأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها ودورها في معالجة الأحداث في الفترة الأخيرة.
- لم تثبت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تقديم الباحثين لطلبات التصالح واتجاهاتهم نحو قانون التصالح الجديد لمخالفات بناء العقارات 2020.

رابعاً: التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما توصلت إليه الباحثة من نتائج فإنها توصي بالآتي:

1. ضرورة الاهتمام من قبل المسؤولين بمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الدور الذي يمكن أن تسهم به في تنمية وعي الجمهور، والعمل على ضم عدد كبير من القائمين بالاتصال ذوي الخبرة في مجال إعداد الرسائل الإعلامية التي تبث من خلالها.
2. زيادة الجرعة الإعلامية الخاصة بالقضايا والتشريعات القانونية والعمل على تبسيطها بالشكل الذي يسهل على الجمهور فهمه واستيعابه مما يعمل على زيادة وعي الجمهور القانوني بما له من حقوق وما عليه من واجبات.
3. تنظيم دورات تدريبية للقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة خاصة التابعة للأجهزة الحكومية للتدريب على صياغة رسائل إعلامية سليمة تستطيع أن تصل إلى الجمهور بأسلوب شيق مما يسهم في تنمية وعي الجمهور في كافة النواحي.
4. الاعتماد على المصادر الرسمية وأساتذة علم القانون فيما يخص التشريعات القانونية خاصة في مجال العقارات وعدم السماح لأي وسيلة إعلامية تقوم بنشر معلومات أو إشاعات مضللة يمكن أن تعمل على إثارة الفوضى لدى الجمهور.

5. لا بد أن تعمل الدولة على إيجاد قنوات اتصال دائمة بالجمهور المستهدف وذلك بهدف استمرار التفاعل بين المواطن والدولة خاصة فيما يتعلق بالقضايا الحياتية اليومية.
6. العمل على إزالة اللبس والغموض فيما يتعلق بكافة القوانين عامة وقوانين العقارات بصفة خاصة وذلك لما له من طبيعة مميزة لدى الجمهور.
7. الاستعانة ببعض قادة الرأي وذوي القبول الجماهيري لدى المواطنين لتعريفهم أهم التشريعات القانونية العقارية حتى لا يقعوا في تحت وطأة المحتالين.

المصادر والمراجع:

1. Uslaner, E. M. (2013). Trust and corruption revisited: How and why trust and corruption shape each other. *Quality & Quantity*, 47(6), p.3603.
2. Ircha, M.C., Young, R., (2013). Introduction. In: Ircha, M.C., Young, R. (Eds.), *Federal Property Policy in Canadian Municipalities*. McGill-Queen's University Press, Montreal & Kingston, p. 3.
3. Christophers, B., (2016). For real: land as capital and commodity. *Trans. Inst. Br. Geogr.* 41, p.134.
4. Zhang, H., Zhou, X., & Li, Y. (2015). Empirical study on growth of evil in land requisition and relocation in city G of Hubei province based on social network analysis. *Asia Agricultural Research*, 7(11), p.62.
5. Jay Mittal (2015). "Real estate market led land development strategies for regional economic corridors - A tale of two mega projects" *Habitat International* 47 p.205.
6. Muhammad Salem (2020). "Remote sensing-based detection of agricultural land losses around Greater Cairo since the Egyptian revolution of 2011" *Land Use Policy* 97 p.4.
7. Tarek Abdelfattah (2020). "Tax avoidance, corporate governance, and corporate social responsibility: The case of the Egyptian capital market" *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 38, p.2.
8. Miller, D., Breton-Miller, I. L., & Lester, R. H. (2013). Family firm governance, strategic conformity, and performance: Institutional vs. Strategic perspectives. *Organization Science*, 24(1), p.189
9. Marc Aziz Michael (2020), "The politics of rurbanization and The Egyptian society of the Muslim Brothers" *Political Geography* 72. p.99.
10. Idris Othman (2020) "Barriers of value management implementation for building projects in Egyptian construction industry" *Ain Shams Engineering Journal* p.3.
11. Amr Adly (2020), "Authoritarian restitution in bad economic times Egypt and the crisis of global neoliberalism" *Geoforum* xxx.
12. Laila M. Khodeir (2019), "Identifying key risks in infrastructure projects – Case study of Cairo Festival City project in Egypt" *Ain Shams Engineering Journal* 10, p. 613.
13. Shahzadah Fahed Qureshi,(2020)," Cyber Harassment and Women of Pakistan: Analysis of Female Victimization", **Journal of Business and Social Review in Emerging Economies** .Vol 6, No 2, June 2020.
14. Suba Tvisha,(2020)," PERCEPTION OF MEDICAL STUDENTS REGARDING PUNISHMENT OF RAPE FOR ACCUSED: A CROSS-SECTIONAL STUDY", **International Journal of Clinical and Biomedical Research, Sumathi Publications.**
15. C. Baccarella "Averting the rise of the dark side of social media: The role of sensitization and regulation" *European Management Journal* 38 (2020).
16. Muhammad Imran Rasheed" Usage of social media, student engagement, and creativity: The role of knowledge sharing behavior and cyberbullying" *Computers & Education* 159 (2020).

17. Azam Faraji" Awareness of professional rules among Iranian nurses: a cross-sectional study "BMC Nursing ((2019) 17:55.
18. Yinglin Wu" Using social media to strengthen public awareness of wildlife conservation" Ocean and Coastal Management 153 (2018) 76–83.
19. Yala Peng, (2015)," The effects of food safety issues released by we media on consumers' awareness and purchasing behavior: A case study in China" Food Policy 51 44–52.
20. Federico Dell'Anna,(2020)," Green premium in buildings: Evidence from the real estate market of Singapore" Journal of Cleaner Production 286 (2021).
21. Heather Whiteside (2020)." Privatizing Canadian government land and real estate: Railroads, reconciliation, and rip-offs" Land Use Policy 99.
22. Yaoyao Li (2020)." Effect of the housing purchase restriction policy on the Real Estate Market: Evidence from a typical suburb of Beijing, China" Land Use Policy 94
23. Masayasu Kanno (2020)." Credit risk assessment in real estate investment trusts: A perspective on blockholding and lending networks" International Review of Financial Analysis 71.
24. Hongxia Zhang (2019)." Anti-corruption efforts, public perception of corruption, and government credibility in the field of real estate: An empirical analysis based on twelve provinces in China" Cities 90, 64–73.
25. Melanie Franke, (2019)," Energy efficiency in the German residential housing market: Its influence on tenants and owners" Energy Policy 128 ,879–890.
26. Mika Hyötyläinen (2018)." Entrepreneurial public real estate policy: The case of Eiranranta, Helsinki" Geoforum 89, 137–144
27. أمل السعيد محمد عقدة(2013). "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام ومدى معرفتهم بالقضايا الصحية (دراسة تطبيقية مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ص 79.
28. رضا عكاشة(2006). "تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة"، ط1، القاهرة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ص 204 .
29. Xinzhi Zhang" Extending media system dependency theory to informational media use and environmentalism: A cross-national study" Telematics and Informatics 50 (2020). p.5.
30. Hassid, J., 2012. Safety valve or pressure cooker? Blogs in Chinese political life. J. Commun. 62 (2), p. 212.
31. Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach. "Dependency Models of Media Effects", Communication Research, Vol.3, No.1, 1976, P.p 2-21.
32. Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach. "Theories of Mass Communication": 4th edition, (New York: Longman, Publishing1989), P.p 240-245.
33. Nelms, C., Allen, M.W., Craig, C.A., Riggs, S., 2017. Who is the adolescent environmentalist? Environmental attitudes, identity, media usage and communication orientation. Environ. Commun. 11 (4), p.537.
34. Mostafa, M.M., 2017. Concern for global warming in six Islamic nations: a multilevel Bayesian analysis. Sustainable Dev. 25 (1), p.63.

35. Jorgenson, A.K., Givens, J.E., 2014. Economic globalization and environmental concern: a multilevel analysis of individuals within 37 nations. *Environ. Behav.* 46 (7), p.848.
36. Huang, H., 2016. Media use, environmental beliefs, self-efficacy, and pro-environmental behavior. *J. Business Res.* 69 (6), p.2206.
37. حسن عماد مكاي، ليلي عبد المجيد (1998) "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص 314-315 .
38. أمل السعيد محمد عقدة (2013)، مرجع سابق، ص ص 81-82.
39. Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach, **Op.cit.**, P241.
40. Sandra J. Ball Rokeach. (1985), "The Origins of Individual Media Dependency: a Sociological Framework", *communication Research*, Vol. 12, No. 4, P. 488.
41. Melvin I., Defleur & Sandra Paul Rokeach, **Op.cit.**, P.p. 262-264.
42. Denis McQuail & Seven Windhal. "Communication Models for the Study of Mass Communication", Second edition, (Longman London & New York, 1995), P.p. 111-112.
43. Skalak SL, Sherwin RE, Brigham RM. (2012) Sampling period, size and duration influence measures of bat species richness from acoustic surveys. *Methods in Ecology and Evolution* 3. p.49
44. موقع رئاسة الوزراء على الفيس بوك،
<https://www.facebook.com/page/794615087383525/search>
45. موقع صحيفة الأهرام، <https://www.facebook.com/alahram>
46. موقع اليوم السابع، متاح على، تمت الزيارة في 2020/10/7
<https://www.youm7.com/story/2020/10/22>
47. غريب السيد أحمد (2006). " تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي"، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص48.
48. تمثلت قائمة المحكمين في:
- أ.د/ أحمد زارع وكيل كلية الإعلام الأسبق – جامعة الأزهر
 - أ.د/ رضا عكاشة وكيل كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
 - أ.د/ سامي النجار أستاذ ورئيس قسم الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة المنصورة.
 - أ.د/ ليلي عبد المجيد الأستاذ بقسم الصحافة وعميد كلية الإعلام سابقاً – جامعة القاهرة.
 - أ.د/ محمد وهدان أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام، بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات – جامعة الأزهر.
 - أ.د/ محمود إسماعيل أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
49. حمدي أبو الفتوح (1996) " منهجية البحث العلمي وتطبيقاته في الدراسات التربوية والنفسية"، القاهرة، دار النشر للجامعات، ص398.
50. نها السيد عبد المعطى(2015). " صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد"، ط 1، الامارات ولبنان، دار الكتاب العربي، ص ص 77-78
51. Acquisti, A., & Gross, R. (2016). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In G. Danezis & P. Golle (Eds.), *Privacy Enhancing Technologies* (Vol. 4258, pp. 36–58). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. Retrieved from http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F11957454_3?LI=true.
52. boyd, d. (2017). Facebook's privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), P.13. doi:10.1177/1354856507084416.

53. محمد مروان (2015). "ما هو الوعي"، موقع موضوع إلكتروني، متاح على [Http://mawdoo.com](http://mawdoo.com)
54. مجدى عزيز ابراهيم (2009). "معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم"، القاهرة، عالم الكتب، ص15.
55. جوزاء بنت محمد القحطاني (2019). " دور مؤسسات المعلومات في نشر الوعي القانوني: دراسة استطلاعية"، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مجلد 25، عدد 1، سبتمبر فبراير، ص 141.
56. Julia Langer,(2018)," Evaluation of the User Experience of Interactive Infographics in Online Newspapers", University of Applied Sciences Burgenland. p.1.
57. A. Cairo, (2013), The functional art: an introduction to information graphics and visualization. Berkeley, CA: New Riders, p.4.
58. S. Zwinger, and M. Zeiller, (2016), "Interactive Infographics in German Online Newspapers", In W. Aigner, G. Schmiedl, K. Blumenstein, M. Zeppezauer, and M. Iber (Eds.), Forum Media Technology, CEUR Workshop Proceedings, vol. 1734, p. 54.
59. W. Weber, H. Rall, (2013), "'We Are Journalists.'" Production Practices, Attitudes and a Case Study of the New York Times Newsroom" In W. Weber, M. Burmester, R. Tille (Eds.), Interaktive Infografiken. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg, p. 161.
60. فاطمة خالد راض (2020). "أخلاقيات حملات التسويق الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للشركات العاملة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة العلاقات العامة والإعلان.
61. Rasha Samir, (2020)," institutional Brand Reputation Management within the Higher Education Institutes" RAIS Conference Proceedings, June 1-2.WWW.BASE.COM
62. Mustafa Alalawneh (2020), "The Impact of Foreign Direct Investment on Unemployment "EMIRGING SCIENCE JOURNAL. Vol. 4, No. 4, August, 2020. <http://dx.doi.org/10.28991/esj-2020-01226>
63. Sunny Ibeneme, (2020)," Strengthening capacities among digital health leaders for the development and implementation of national digital health programs in Nigeria "BMC Proceedings, 14. <https://doi.org/10.1186/s12919-020-00193-1>
64. شروق فوزي عبد الله (2020). " دراسة فاعلية العلاقات العامة واستخدامها للتسويق الإلكتروني في الفنادق المصرية بالتطبيق على فنادق الخمس نجوم بالقاهرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات الفندقية.
65. Young, Jennifer M., M.M (2012)," Political conversations on facebook: Anexploration of practis "**master of rts in communication**, culture, and technology, Georgetown University, pp138.
66. إيمان السيد جمعه رمضان (2016م) " دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى المصريين المغتربين بالدول العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، تخصص إذاعة وتلفزيون، ص262.
67. هبة الله سمير الحرثاني (2015م) " العلاقة بين تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص85-86.
68. بندر عبد العزيز قليل الحرثاني (2014م) " اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص213.

69. سعود على محمد العجمي (2016م) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقائ حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الكويتي"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص112.
70. نورهان محمد أحمد (2016م). " دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص176.
71. موقع اليوم السابع: <https://www.youm7.com/story/2020/12/1>