

الإعلام الشبكي وتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية رؤية اتنوجرافية افتراضية

د. دعاء أحمد البنا*

ملخص الدراسة

تحددت المشكلة البحثية للدراسة في تناول دور الإعلام الشبكي محددًا في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، بالاعتماد على تحليل الخطاب المنتج للصفحة الرسمية للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" على شبكة الفيسبوك، باعتبارها المبادرة الأولى من نوعها التي سعت للتواصل مع الجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم، والاستفادة من مزايا شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفيسبوك باعتبارها أحد أهم أدوات الإعلام الشبكي والأكثرهم انتشارًا واستخدامًا، واعتمدت الدراسة على منهج الاتنوجرافيا الافتراضية أو الرقمية (Virtual or Digital Ethnography) في تحليل كافة رسائل المبادرة المنتجة عبر صفحاتها على شبكة الفيسبوك، ورصد كافة أشكال تفاعل المستخدمين والأعضاء من الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول الأجنبية والعربية على الصفحة، واعتمدت الباحثة على نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري للدراسة، كما استخدمت المسح الشامل لكافة أشكال رسائل الخطاب المنتج للمبادرة، والمعاشة الافتراضية للصفحة الرسمية للمبادرة على شبكة الفيسبوك بداية من إنطلاقها في أكتوبر 2020م وحتى 30 أبريل 2021م.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها رصد موضوعات الخطاب المنتج للهوية الوطنية وأهدافه عبر الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيسبوك وتحليله في إطار منهج الاتنوجرافيا الافتراضية، ونظرية ثراء الوسيلة، ونجاح المبادرة في تحقيق عدد من أهدافها في التواصل الفعلي مع أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وتعلمهم التحدث باللغة العربية وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها من اللغة والتاريخ والثقافة والقيم والعادات والتقاليد لدى المستخدمين أعضاء الصفحة من أبناء المصريين المغتربين في دول العالم، والذين يمثلون الجيل الثاني والثالث من أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، اعتمادًا على التواصل مع الجيل الأول، والتي تتضمن الآباء والأمهات، كما حظت رسائل الخطاب المنتج للهوية الوطنية للمبادرة بنسبة عالية من تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم.

الكلمات الدالة:

الإعلام الشبكي، شبكة الفيسبوك، شبكات التواصل الاجتماعي، المبادرة الرئاسية اتكلم عربي، الهوية الوطنية، الجاليات المصرية، المغتربين المصريين، الاتنوجرافيا الافتراضية، نظرية ثراء الوسيلة.

*تم ترقية سيادتها بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

Networking media and strengthening national identity among the Egyptian communities in Arab and foreign countries

Virtual Ethnographic view

The research has aimed to examine the role of the social networking media "Facebook" in strengthening the national identity of the Egyptian communities in Arab and foreign countries. The study has based on the discourse analysis applying to the official page of the presidential initiative "Speak Arabic" on the Facebook (the most important and widely used of all the social networks), as it is the first-ever initiative to communicate with the Egyptian communities and their children in various countries, benefiting from the social networks advantages.

The study has used the virtual or digital ethnography approach in analyzing all the initiative messages published on its Facebook page, and monitoring all the users' forms of interaction. The researcher has relied on the richness theory and the survey method during the period from October 2020 (the date of the initiative page issuance) to April 30, 2021.

Main results:

- The Facebook official page of the initiative has succeeded in achieving many of its goals; it has successfully made contact with the Egyptian communities in Arab and foreign countries and taught them speaking the Arabic language. Also, it has strengthened the national identity in its various aspects (language, history, culture, values, customs and traditions) through the interaction between the parent's generation and the younger ones of the Egyptian expatriates.
- The discourse messages have received considerable interaction among the Egyptian communities and their children in various countries.

Keywords:

networking media, Facebook, social networking, presidential initiative "Speak Arabic", national identity, Egyptian communities, Egyptian expatriates, virtual ethnography, media richness theory.

مقدمة:

يعد الإعلام الشبكي متمثل في شبكات التواصل الاجتماعي أهم وسائل الإعلام الرقمي الجديد الذي يحظى بجماهيرية واسعة وانتشار ساحق عبر دول العالم، لما تتمتع به من أدوات جذب للجمهور بمختلف فئاته، وهذا الإعلام وليد ثورتي المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، ويتصل بشكل أوبأخر بظاهرة العولمة والهيمنة والرغبة في نشر الثقافة العالمية السائدة، وخلق المواطن العالمي الكوني، وأطروحة الانتماء للعالم وإلغاء الانتماء لحدود دولة وطنية محددة، أوثقافة قومية محددة.

ومن هنا ثار جدل واسع حول دور الإعلام الرقمي الجديد بشكل عام والإعلام الشبكي بشكل خاص، فيما يخص الانتماء والهوية الوطنية والهوية الثقافية واللغوية، وانقسم هذا الجدل في اتجاهين فكريين يري الاتجاه الأول ان الإعلام الرقمي الجديد يمثل خطرا كبيرا على الهوية الوطنية والثقافية واللغوية والانتماء للوطن وقيم المواطنة في جميع دول العالم، وخاصة دول العالم النامية ومنها الدول العربية، في حين يري الاتجاه الفكري الثاني المضاد لذلك أن الإعلام الرقمي الجديد بمختلف أنواعه يدعم الهوية الوطنية والثقافية والانتماء لحدود الدولة الوطنية ويخلق نوع من التكيف مع المواطنة العالمية والثقافة العالمية السائدة بما يتناسب مع طبيعة كل دولة وهويتها الوطنية وسمات هويتها الثقافية، وانه يخلق نوع من حوار الثقافات ويدعم قبول الآخر وقيم التعايش السلمي.

وفي ضوء ما سبق ذكره، صار موضوع الانتماء للوطن والدولة الوطنية يطرح نفسه بشكل ملح على كافة الساحات، بين آليات الدعم ومخاطر التهديد، فالعلاقة بين الفرد ووطنه علاقة فطرية في اي مجتمع مهما كانت ثقافته والتقدم التكنولوجي والتقني الذى وصل إليه، وتتسم هذه العلاقة بالثبات الفطري للمواطنين سواء المقيمين داخل حدود الدولة الوطنية أو خارج هذه الحدود، ويعتبر المواطنين المغتربين المقيمين خارج حدود وطنهم والذين يمثلون جاليات لوطنهم في مختلف دول العالم فئة مهمة للإعلام بشكل عام والإعلام الشبكي بشكل خاص، حيث تتوالي أجيال الآباء والابناء والاحفاد خارج وطنهم وسط ثقافات وقيم وعادات وتقاليد قد تتشابه إلى حد ما وقد تختلف بشكل كبير مع هوية وطنهم الأم وثقافته ولغته، وينشأ هذا الجيل على تقنيات تكنولوجية تتلائم مع عصر الوسائط المتعددة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي من أهمها الإعلام الشبكي، ويأخذ جنسية دولته الأم وجنسية الدولة المولود فيها، وغالبا ما يوجه عديد من المغريات وتلبية الاحتياجات والرغبات التي تدعم انتمائه للدولة المقيم فيها باعتباره أحد مواطنيها، كما يواجه في ظل عصر العولمة والهيمنة الثقافية حروب طمس الهوية والإشاعات والمعلومات المغلوطة عن وطنه الأم.

وفي ضوء التهديدات التي قد تمارسها وسائل الإعلام الشبكي على الدول الوطنية دعا المسؤولين في الدول العربية ومنها مصر لتحويل هذه الوسائل لأدوات بناء وتشبيد والاستفادة من مميزاتها وخصائصها لصالح تنمية الدول والشعوب، والحفاظ على هويتها الوطنية وثقافتها، واعتبارها أدوات بناء لا وسائل هدم، وفي ضوء ذلك انشئت عديد من الصفحات الخاصة بالمؤسسات والمسؤولين على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي ومنها شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والتي تنصدر شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي، ومن أهم هذه الصفحات وأكثرها حداثة وجدده هي الصفحات الرسمية التي سعت لربط فئة مهمة جدا من الجمهور المصري الخارجي وابنائهم بوطنهم الأم، وهي فئة الجاليات

المصرية وابنائهم في الدول العربية والأجنبية، وذلك في إطار دعم الهوية الوطنية والثقافية واللغوية للمصريين وابنائهم المغتربين بالخارج، باعتبارهم قوى فاعلة سياسيا واقتصاديا وثقافيا لوطنهم الأم، واعتبارهم سفراء مصر بالخارج والفاعلين الأساسيين لتصحيح صورة مصر والشعب المصري في دول العالم المختلفة، وفي إطار محاربة محاولات طمس الهوية المصرية والعربية التي تتعرض لها هذه الفئة المهمة من المواطنين المصريين.

ومن هنا برزت مبادرة من أهم المبادرات التي تبناها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي وهي مبادرة "اتكلم عربي" عبر وسائل الإعلام الشبكي، وهي مبادرة قومية أطلقتها وزارة الدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج في أكتوبر 2020م لربط أبناء المصريين بالخارج بوطنهم وتعليمهم اللغة العربية، بقيادة وزيرة الهجرة السفيرة نبيلة مكرم، وتحددت أهداف هذه المبادرة بشكل واضح في الحفاظ على الهوية الوطنية وتعريف أبناء المصريين المغتربين في الدول العربية والأجنبية بالتراث والعادات والتقاليد والقيم المصرية، حيث تعد هذه الفئة أحد أدوات القوى الناعمة لمصر بالخارج وسفراء مصر والشعب المصري في مختلف دول العالم الأجنبية والعربية.

أولاً - الدراسات السابقة

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمي الجديد ومنها شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية، وتتنوعت الدراسات الأجنبية والعربية في تناول المتغيرات التي ترتبط بالظاهرة محل الدراسة، حيث سعت عديد من الدراسات لقياس اثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لفئات الجمهور المختلفة، في حين تطرقت دراسات أخرى لربط الهوية الوطنية بالهوية الثقافية واللغوية في إطار علاقتها بشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي الجديد، واختلفت الدراسات بين البحوث النظرية النقدية، والحوث الميدانية، وحددت الباحثة محاور الدراسات السابقة في ثلاثة متغيرات أساسية العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية، والعلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية والثقافية واللغوية، وعرض المحور الثالث للدراسات الخاصة بالإعلام الرقمي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي تحديداً وعلاقة الجاليات المصرية والمواطنين المصريين المغتربين بهذه الشبكات خارج مصر.

1- يتضمن المحور الأول مجموعة الدراسات التي اهتمت بالبحث في وسائل الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في إطار علاقتها بالهوية الوطنية والانتماء للدولة وقيم المواطنة؛ ويضم دراسة كل من (منصور المالكي وآخرون، 2020)⁽¹⁾ و(ريباب عبد الرحمن هاشم، 2020)⁽²⁾، و(Mihai, Rosu, 2014)⁽³⁾، و(R.S.)، (Zaharna 2017)⁽⁴⁾، و(Cheung, C.M& lee, M.K, 2010)⁽⁵⁾، و(Tang & Zang 2009)⁽⁶⁾، و(Walz, Laura, 2008)⁽⁷⁾، و(أميرة أحمد كوكش، 2017)⁽⁸⁾، و(حنان السعيدى وعائشة ضيف، 2015)⁽⁹⁾، و(إسلام جميل الظهرأوى، 2014)⁽¹⁰⁾، و(مريم غزال ونور الهدي شعوبي، 2014)⁽¹¹⁾، و(أسماء الجيوشي مختار، 2020)⁽¹²⁾، و(عبد الله عبد المحسن العساف، 2020)⁽¹³⁾، و(Gwen Bouveir, 2012)⁽¹⁴⁾، و(إبراهيم قتلواز، 2018)⁽¹⁵⁾، و(خالد لقمان، 2018)⁽¹⁶⁾، و(Yury, Ershova, 2015)⁽¹⁷⁾، و(Andrey, Glukhov, 2017)⁽¹⁸⁾، و(Jia Lu& Xin yu, 2019)⁽¹⁹⁾، و(Jingxi, Chen et al, 2020)⁽²⁰⁾، و(mahmoudreza, ghazi& zeynab, 2017 mofrad)⁽²¹⁾.

فيما يتعلق بالموضوعات التي اهتمت هذه الدراسات ببحثها؛ فقد اهتمت بعضها بالبحث في أساليب بناء الهوية الوطنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة (منصور المالكي وآخرون، 2020) التي اهتمت بالتعرف على الدور التربوي للإعلام الجديد في غرس الهوية الوطنية لدى الطفل السعودي، ودراسة (Mihai, Rosu، 2014) التي ركزت على الفهم العام للهوية الوطنية كما يتم التعبير عنها في شبكة الانترنت الافتراضية، ودراسة (أميرة أحمد كوكش، 2017) التي بحثت في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية. هذا إلى جانب دراسة (أسماء الجيوشي مختار، 2020)، حيث تتمحور مشكلتها في الكشف عن رؤية الشباب العربي للدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك واليوتيوب في كيفية تعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب العربي. وكذلك دراسة (2015 Yury, Ershova) التي اهتمت بالنظر في شبكة الانترنت باعتبارها شبكة عالمية تتجاوز حدود الدولة الوطنية، حيث سعت الدراسة لتحديد آليات للحفاظ على الهوية الوطنية في عصر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي.

في ذات السياق، استهدفت دراسة (Andrey, Glukhov، 2017) البحث في كيفية بناء الهوية الوطنية الافتراضية على شبكة الانترنت وتحليل الآليات التي يتم من خلالها إنشاء الهوية الوطنية في المجموعات العرقية في شبكة التواصل الاجتماعي الروسية فوتتاكى المماثلة لشبكة الفيسبوك (Vkontakte-FB) (Vkontakte, vk.- com) بهدف تحديد أدوار ووظائف شبكات التواصل الاجتماعي في الدعم الوطني، ودعم المهاجرين الروس من آسيا الوسطى (اوزبكستان وطاجيكستان وقيرغيزستان). وكذلك دراسة (Jia Lu & Xin yu، 2019) التي تناولت طبيعة الدور التي تمارسه وسائل الإعلام الجديدة نحو الهوية الوطنية، وهل تعمل على تعزيز الهوية الوطنية ام تأكلها؟ من خلال استكشاف آثارها على السياق الاجتماعي الذي تبني فيه الهوية الوطنية. كما اهتمت دراسة (mahmoudreza, ghazi & zeynab, mofrad، 2017) بتحديد وشرح تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على الهوية الوطنية للطلاب. وتحدد الهدف الرئيسي لدراسة (خالد لقمان، 2018) في معرفة حجم ما حدث وما يحدث الآن من تغييرات على الشباب السوداني تجاه هويته الوطنية نتيجة لتأثير الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي. وبحثت دراسة (Gwen Bouveir، 2012) في موضوع الهوية في الفيسبوك.

بالتركيز على الهوية الوطنية السعودية، استهدفت دراسة (عبد الله عبد المحسن العساف، 2020) الوقوف على اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة توتير لقضايا الهوية الوطنية السعودية، للخروج بمؤشرات حول اتجاهات الجمهور السعودي نحو وسائل الاتصال الجديدة في تعاملها مع الموضوعات والقضايا ذات الصلة بالهوية الوطنية السعودية. في حين اهتمت دراسة (Jingxi, Chen et al، 2020) بالتركيز على هوية الشباب الصيني من خلال الإجابة عن تساؤلين، هما: كيف يؤثر المكان محدد في ميدان تيانانمين على بناء الهوية الوطنية للشباب الصيني عند نقل تجاربهم رقمياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي القائمة على تحديد الموقع (LBS)؟، وسمات التفاعل بين الشباب كأفراد وبين المؤسسة السياسية؟.

أما فيما يتعلق بالانتماء الوطني، فقد استهدفت دراسة (رباب عبد الرحمن هاشم، 2020) الكشف عن إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدى الذات والآخرين في ضوء الطبيعة التفاعلية لهذه المواقع، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ الإجراءات من الدولة لحماية المستخدمين من التأثير

السلبى لمحتوى تلك المواقع على الانتماء الوطنى. وكذلك دراسة كل من (Cheung, C.M& lee, M.K، 2010) و (Tang & Zang، 2009) و (R.S. Zaharna، 2017) و (Walz, Laura، 2008) التي اهتمت بالبحث في العلاقة بين الشعور بالانتماء واستخدام وسائل التواصل الاجتماعى. إلى جانب دراسة (حنان السعيد، 2015) التي تناولت اثر استخدامات عينة من طلاب الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعى على قيمهم. ودراسة (إسلام جميل الظهراوى، 2014) التي ركزت على تحديد الاشباع النفسى لمستخدمى شبكة الفيسبوك بالتطبيق على عينة من طلاب الجامعات الفلسطينية.

اهتمت دراسات أخرى بالتركيز على دور شبكات التواصل في تنمية المواطنة والوعي السياسى بصفة عامة، منها دراسة (مريم غزال ونور الهدي شعوبى، 2014) التي اهتمت برصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعى في تنمية الوعي السياسى لدى عينة من طلاب الجامعات الجزائرية. وكذلك دراسة (إبراهيم قلاوز، 2018) التي هدفت إلى التعرف على مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعى على قيم المواطنة لدى الأفراد من خلال تحديد مدى استخدامها ومساهمتها في نشر قيم المواطنة لديهم وانعكاساتها الإيجابية والسلبية على تلك القيم.

حول الأطر النظرية التي ارتكزت عليها هذه الدراسات، فتحدد في نظرية القواعد المرئية، ونموذج تشكيل الاتجاهات، والنظرية الانتقائية ونظرية الاعتماد ونظرية الاستخدامات والاشباع، ونظرية الشخص الثالث، ونظرية الغرس الثقافى. وتحدد مناهجها وأدواتها البحثية في أداة الاستبيان وأداة تحليل المضمون وأداة التحليل الدلالى وأداة تحليل الخطاب، وتميزت الدراسات الأجنبية باستخدام أداة المقابلة المتعمقة. وشملت عيناتها الميدانية الأطفال والشباب وطلاب الجامعات العربية والأجنبية، في حين شملت عيناتها التحليلية المضامين والصور المنشورة عبر شبكات التواصل والتعليقات عليها.

توصلت هذه الدراسات إلى مجموعة مختلفة من النتائج؛ فقد أكدت وجود مجموعة من التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل على الشعور بالهوية الوطنية، منها دراسة (منصور المالكي وآخرون، 2020) التي أوضحت وجود علاقة ارتباطية عكسية غير دالة احصائياً بين ادراك الأطفال عينة الدراسة لواقعية مضمون مسلسلات الرسوم المتحركة واتجاهاتهم عن تعزيز الهوية الوطنية، وان اتجاهاتهم نحو الهوية الوطنية في الواقع لم يكن بسبب مشاهدتهم لمسلسلات الكرتون ولكن بسبب تعرضهم لمصادر أخرى، واختلاف الواقع عن الميدانى فرؤية الأطفال عينة الدراسة عن واقع سمات الهوية الوطنية لم يعكسها المضمون الكرتونى، مما يمثل قصوراً في تعزيز وغرس الهوية الوطنية. وتتفق معها دراسة (مريم غزال ونور الهدي شعوبى، 2014) التي أكدت وجود تأثيرات سلبية لشبكات التواصل الاجتماعى على انتماء الطلاب الجامعى الجزائرى عينة الدراسة، وتشوية الوحدة الوطنية وتهديد الحفاظ عليها. وكذلك دراسة (رباب عبد الرحمن هاشم، 2020) التي أكدت أن الشباب والمراهقين هم الأكثر تعرضاً للمحتوى السلبى الخاص بالانتماء الوطنى عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وأن مخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطنى مرتفعة بنسبة 29%، بينما يرى 50.2% أن هذه المخاطر متوسطة مما يبرز ادراك الشباب الجامعى لخطورة مواقع التواصل على الانتماء الوطنى، كما أشارت إلى أن تعزيز الهجرة خارج الوطن تأتى في مقدمة هذه المخاطر من وجهة نظر المبحوثين، ثم نشر الشائعات والأخبار الكاذبة التي تهدد أمن واستقرار الوطن، فالتمرد على عادات وتقاليد المجتمع، وتأتى إهانة الوطن واسمه،

وإهانة الرموز الوطنية كالنشيد الوطني والعلم، والشماتة في مصائب الوطن في مراتب متأخرة بين مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن 75% يؤيدون اتخاذ الدولة إجراءات لحماية الآخرين من هذه المخاطر ويأتي دعم التوعية الإعلامية للمواطنين من خلال المؤسسات المختلفة في الترتيب الأول، ثم فرض رقابة على الصفحات التي تبث مضمونا سلبيا خاص بالانتماء للوطن في الترتيب الثاني.

ورغم ذلك، جاءت أغلب نتائج الدراسات الأخرى لتؤكد عكس ذلك، حيث أثبتت دراسة (حنان السعيدى وعائشة ضيف، 2015) أن 74% من الشباب الجامعي عينة الدراسة رفض ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي توجب عدم الاحساس بالانتماء للوطن، وأكدت غالبية افراد العينة شعورهم بالفخر عند الاستماع للنشيد الوطني. وأكدت نتائج دراسة (إسلام جميل الظهرأوى، 2014) ان الفيسبوك باعتباره أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما يحقق اشباعا نفسية لدى طلاب الجامعات الفلسطينية عينة الدراسة أهمها اشباع حاجتهم إلى الانتماء. كما أشارت دراسة (أسماء الجيوشي مختار، 2020) إلى ارتفاع متابعة الشباب العربي عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة قيم المواطنة والانتماء، وجاءت المنشورات والتعليقات في الترتيب الأول من حيث متابعة عينة الدراسة لها للحصول على معلومات عن قيم المواطنة والانتماء، بينما تأتي الصور وبفارق ملحوظ في الترتيب الثاني يليها الفيديوهات، وتراوحت نسبة الادراك الصحيح لقيم المواطنة والانتماء ما بين 24.5% : 84.2%. وكذلك أثبتت دراسة (عبد الله عبد المحسن العساف، 2020) ان شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر مصادر الحصول على معلومات متعلقة بقضايا الهوية الوطنية، كما جاء توتير والفيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي تكون الرأي العام السعودي تجاه قضايا الهوية الوطنية السعودية بنسبة 34.3%، و29.7% على التوالي، وبلغت نسبة معدل متابعة الجمهور السعودي عينة الدراسة لقضايا الهوية الوطنية السعودية عبر توتير 46%، كما أثبتت قيام الجمهور السعودي عينة الدراسة بنشر موضوعات تساهم في تكوين رأى عام تجاه الهوية الوطنية السعودية على توتير حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 83.3%.

في ذات السياق، أكدت دراسة (إبراهيم قلاو، 2018) أن شبكات التواصل الاجتماعي وما تنتشره من خلال تطبيقاتها تعمل على تعزيز قيم الأخوة بين المواطنين والتأكيد على الوحدة الوطنية بين أفراد المجتمع، وأن هذه الشبكات تعمل على ترسيخ وتعزيز قيم المواطنة وبالأخص الولاء للوطن والدفاع عنه، والمشاركة السياسية والانتخاب. وأن الفرد يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما، حيث انعكس هذا الاستخدام إيجابا على قيم المواطنة بالمشاركة في تشكيل المواطنة الحديثة والإحساس بالهوية، وانعكس استخدامها سلبا أيضا بتكريس المواطنة السلبية التي عزلت الفرد عن قيمة الوطنية وهويته، وأوصت الدراسة بتوجيه وسائل الإعلام نحو تعزيز قيم المواطنة والانتماء. وأثبتت دراسة (أميرة أحمد كوكش، 2017) ان طلبة الجامعات الأردنية عينة الدراسة اعتبرت موضوع الهوية الوطنية جاء في الترتيب الثاني بين موضوعات ثقافة التسامح على شبكات التواصل الاجتماعي.

جاءت الدراسات الأجنبية لتتفق مع هذه الدراسات التي أكدت التأثير الإيجابي لشبكات التواصل على الشعور بالهوية والانتماء الوطني، حيث توصلت دراسة (Gwen Bouveir, 2012) إلى اعتماد بعض المستخدمين من عينة الدراسة على النموذج البيولوجي للهوية الوطنية، في حين يركز البعض الآخر على الانتماء للأرض، ويركز آخرون على أنشطة ثقافية ووطنية.

وأكدت دراسة (Yury, Ershova، 2015) ان استخدام الطقوس الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري يتناقض بثبات في حين يحل الخطاب الوطني محله، حيث أصبح الخطاب الوطني يغطي وسائل الإعلام الرقمي الجديد، والتي بدأت تشبه وسائل الإعلام التقليدية أكثر فأكثر بما في ذلك وظيفتها في بناء الدولة، وبدأت توظيف الانترنت لصالح الخطاب الوطني، والانضمام إلى الإعلام الوطني التقليدي. كما أوضحت دراسة (Jia Lu & Xin yu، 2019) الكيفية التي يؤثر بها توزيع المعلومات والسلطة والحرية على الانترنت في إدراك الهوية الوطنية وما يرتبط بها من مشاعر الحب والعمل، حيث تتآكل الهوية الوطنية عن طريق توزيع المعلومات، ولكنها تعزز عن طريق توزيع الطاقة، ويعمل توزيع السلطة وحرية التوزيع معا لتحديد آثار توزيع المعلومات وتنظيمها.

أضافت دراسة (Jingxi, Chen et al، 2020) ان بناء الهوية الوطنية تألف من كل من الأثر العاطفية والقمع العاطفي على حد سواء، وساد التوتر بين الإثارة والقمع اثناء مراسم رفع العلم في ميدان نينانامين، وقد ادت النتائج الاجتماعية لهذا التوتر إلى تعزيز الهوية الوطنية وزعزعة استقرارها في آن واحد، وحولت وظيفة LBS لوسائل التواصل الاجتماعي طقوس الممارسة المكانية التقليدية غير المتصلة بالانترنت إلى واقع رقمي افتراضي يتمتع من خلاله الشباب الصينيون ببناء هويتهم الوطنية مع مشاهدين عبر الانترنت بعيدا عن الموقع الفعلي، وهذه النتيجة مهمة في تنظير الهوية الوطنية القائمة على المكان/الموقع عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما أوضحت دراسة (mahmoudreza, ghazi & zeynab, mofrad عام 2017) ان الهوية الوطنية لعينة الدراسة تتأثر بأربعة مكونات لشبكات التواصل الاجتماعي التي تضمنت مدة العضوية في شبكات التواصل الاجتماعي، والاستخدام اليومي، والمستخدم النشط، ومضمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الوقت الفعلي للمستخدم النشط لشبكات التواصل الاجتماعي ومضمون شبكات التواصل الاجتماعي لهما تأثير كبير على الهوية الوطنية يصل لزعزعة استقرار الهوية الوطنية لدى المستخدمين عينة الدراسة.

يتسق مع ما سبق نتائج دراسة (Walz, Laura عام 2008) التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام الطلاب عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي فسيبوك وبين شعورهم بالانتماء. ودراسة (Cheung, C.M & lee, M.K عام 2010) التي أكدت أن أحد أهم أسباب استخدام الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي هو احتياجهم للشعور بالانتماء عبر الانضمام للمجموعات التي تتوافق معهم في القيم. وكذلك دراسة (Tang & Zang، 2009) التي توصلت إلى أن أحد الأسباب الأساسية التي تحققها شبكة الفيسبوك للمستخدمين عينة الدراسة هو تلبية احتياجاتهم للانتماء. ودراسة (R.S. Zaharna، 2017) في تأكيدها أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد أدوات تخلق بيئة، وان العالم الرقمي فضاء عاطفي ومختبر فريد لدراسة كيفية تنشيط المشاعر والتعبير عنها، وان الأشخاص الذين يستخدمون أدوات الإعلام الرقمي بما يشير في الواقع إلى تفاعلهم باعتباره مجتمع للروابط العاطفية والشعور بالانتماء احد السمات المميزة له، وتمثل الوسائط الرقمية أداة جديدة جذابة لإعلام الجمهور واشراكه والتأثير عليه، حيث تمثل هذه الشبكات هيكلاً أكثر إغراء لتداول المعلومات والوصول إلى الجمهور، مع الاعتبار عدم اعتماد لغة عاطفية مبالغ فيها.

هذا بالإضافة إلى دراسة (Mihai, Rosu عام 2014) التي أكدت ان المجتمع الافتراضي على شبكة الانترنت يقوم ببناء علامة مسجلة للدولة معتمد على التراث، مما يؤدي إلى إزالة

الوصم المرتبط بالهوية الوطنية الرومانية، وفي الوقت نفسه يخلق نقاش حول الدولة، وتمثيل مرئي مثالي للدولة. ودراسة (Andrey, Glukhov عام 2017) التي أوضحت ان تحليل السياق لرسائل المهاجرين في شبكة التواصل الاجتماعي فوتناكي يوضح اتجاهي العزل العرقي والاهتمام بالأصولية الإسلامية، والعدوان على القيم الغربية ونمط معيشتهم، ومن ناحية أخرى، العلمانية والتحرر الجنسي والاستيعاب الاستهلاكي من المجتمع الروسي المضيف الحديث المنشئ، خاصة الوسائط المتعددة للمضمون مثل (استخدام النص، الرسومات، الصور، الفيديو) اتاح التفاعل والمشاركة الفعالة والمنكاملة الأكثر تأثيراً للمستخدمين للتعبير عن الهوية الوطنية.

أما دراسة (خالد لقمان، 2018)، فقد جاءت نتائجها محايدة، حيث أثبتت أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور فاعل في تشكيل الهوية الوطنية للشباب السوداني سلبيًا وإيجابيًا عبر بناء قابلية للتغيير وتقبل الآخر وتحفيز البحث عن الذات والهوية، وان حجم ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للشباب السوداني سلبيًا وإيجابيًا.

2- أما المحور الثاني من الدراسات، فقد تضمنت الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في إطار ربط علاقتها بكل من الهوية الوطنية والهوية الثقافية، حيث هناك عديد من الدراسات التي ربطت وسائل الإعلام الرقمي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي بكل من الهوية الوطنية والثقافية معاً، إلى جانب مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة العربية لدى مختلف فئات الجمهور بشكل عام والشباب والمراهقين والأطفال بشكل خاص، باعتبار اللغة أحد المكونات الرئيسية للهوية الوطنية والثقافية، هذا بالإضافة إلى الدراسات التي ربطت وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارهما أحد أدوات العولمة وتأثيرهما على الهوية الوطنية والثقافية معاً. وتشمل هذه الدراسات كل من دراسة (حورية بولعويدات، 2016)⁽²²⁾، و(عبد السلام عوامرة 2020)⁽²³⁾، و(عادل رفعت عبد الحكيم، 2019)⁽²⁴⁾، و(نبيلة جعفري، 2017)⁽²⁵⁾، و(دينا عرابي، 2019)⁽²⁶⁾، و(لينده العابد، 2018)⁽²⁷⁾، و(Yau-ni Wan، Jenny، 2018)⁽²⁸⁾، و(Suman&Vardham, Bobby، 2014)⁽²⁹⁾، و(أحمد خميس خليل، 2019)⁽³⁰⁾، و(أمل محمد نبيل، 2019)⁽³¹⁾، و(Bassant Attia، 2018)⁽³²⁾، و(الاء الغامدي، 2018)، و(محمد العجمي، 2020)⁽³³⁾، و(سمير بارة، 2018)⁽³⁴⁾، و(ميادة محمود مهنا، 2013)⁽³⁵⁾، و(علاء المليجي، 2019)⁽³⁶⁾، و(إيمان محمد عز العرب، 2017)⁽³⁷⁾، و(Basmah, Al-saleem، 2011)⁽³⁸⁾، و(داليا أشرف، 2017)⁽³⁹⁾، و(Sedigheh, Babran، 2008)، و(ميلاد نضرة، 2017)⁽⁴⁰⁾، و(محمد الهواري، 2013)⁽⁴¹⁾، و(لعور عاشور ورقية معافة، 2017)⁽⁴²⁾، و(طيفور مصطفى، 2016)⁽⁴³⁾.

اهتمت بعض هذه الدراسات بالبحث في تأثير شبكات التواصل على الهوية الثقافية والوطنية، مثل دراسة (عبد السلام عوامرة، 2020) التي استهدفت توضيح اثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية لدى طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، وقياس الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية باختلاف (الجنس، المستوى الدراسي، السنة الدراسية، درجة المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي). ودراسة (حورية بولعويدات،

2016) التي ناقشت الارتباط البنوي بين شبكة الانترنت والهوية، حيث قامت وسائل الإعلام الجديد بكفاءة عالية بتشكيل اوإعادة تشكيل الهوية بأبعادها المختلفة الشخصية والوطنية والثقافية. وكذلك **دراسة (عادل رفعت عبد الحكيم، 2019) التي** اهتمت بتفسير طرق استهلاك وإنتاج وتفاعل الشباب المصري للثقافة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونقد أنماط هذا التفاعل مع تلك الشبكات، ودراسة تأثيراتها على الهوية الثقافية عبر أبعاد محددة البعد المعيارى، البعد المعرفى، البعد المادى. إلى جانب دراسة **(نبيلة جعفري، 2017) التي** سعت للتعرف على انعكاسات استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعى فيسبوك على معالم هويته الثقافية.

في ذات السياق، اهتمت **دراسة (دينا عرابي، 2019) بتوضيح** العلاقة بين استخدام الانستجرام والأبعاد الثقافية للشباب المصري، والكشف عن الأسباب الكامنة وراء استخدام الشباب للإنستجرام وتطبيقاته المختلفة، ومدى تفضيل الشباب لمتابعة بعض الشخصيات أو المؤثرين عبر هذا التطبيق. كما حرصت **دراسة (أمل محمد نبيل، 2019) على** تحليل التأثيرات الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعى على شبكة القيم الحاكمة للهوية الثقافية، واعتمدت في استكشاف هذه العلاقة على تحليل مستويات استخدام عينة من طلاب جامعة القاهرة. وكذلك اهتمت **دراسة (الاء الغامدي، 2018)⁽⁴⁴⁾ بتحديد** واقع دور شبكات التواصل الاجتماعى في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية فى مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

حول التأثيرات الثقافية لاستخدام شبكات التواصل، **هدفت دراسة (محمد العجمى، 2020) إلى** الكشف عن مدى تغلغل وسائل التواصل الاجتماعى في المجتمع الكويتى، وانعكاسات هذا التغلغل على المستوى الثقافى والسياسى والاجتماعى من الناحتين السلبية والإيجابية. كما اهتمت **دراسة (سمير بارة، 2018) "بالإجابة عن** التساؤل التالي: إلى أي مدى تساهم شبكات التواصل الاجتماعى في بناء هوية وطنية عربية في ظل ميلاد الهوية العالمية الافتراضية؟. وكذلك دراسة **(بسنت عطية، 2018) التي** اهتمت بالبحث في تأثيرات شبكات التواصل على الشباب المصري. وكذلك **دراسة (لينده العابد، 2018)⁽⁴⁵⁾ التي** تناولت الكشف عن معنى العالم الافتراضى، والمواطنة الافتراضية والمواطن الافتراضى، وتشكيل الهوية الرقمية، وتفكك مقولات المكان والزمان والجغرافيا للبحث في مواصفات الهوية الرقمية في العالم الافتراضى، والانفتاح على ثقافات متعددة جاذبة لتشكيل إنسان كوني. دراسة **Yau-ni (Wan, Jenny، 2018) التي** سعت الدراسة للكشف عن الأدوار الثقافية لمواقع التواصل الاجتماعى. ودراسة **(Kasturi, Suman&Vardham, Bobby، 2014) التي** بحثت في دور شبكات التواصل في تبادل المعلومات وتشكيل الآراء وربط الأفراد عبر الثقافات، وتحقيق المشاركة والتواصل. إلى جانب دراسة **(أحمد خميس خليل، 2019) التي** تناولت استخدام الشباب العراقى لمواقع شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرها على هويتهم.

فيما يتعلق **بالمداخل النظرية** التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، فتتحدد في نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية معالجة المعلومات. وحول المناهج والأدوات البحثية المستخدمة، فتتحدد في المنهج الوصفى التحليلي وأداة الاستبيان وأداة مجموعات النقاش المركزة. وشملت عيناتها الميدانية طلبة الجامعات والشباب المصري والهندي والأوروبى. **توصلت هذه الدراسات إلى مجموعة مختلفة من النتائج؛** فأكدت التأثيرات الثقافية لشبكات التواصل على مختلف المستويات وفي مختلف المجتمعات، حيث أثبتت دراسة **(حورية**

بولعويادات، 2016) أن العالم بات هو الوطن الجامع الذي يشكل المرجع الجديد للهوية ويشكل الثقافة العالمية المحدد الأساسي للهوية الثقافية. كما أكدت دراسة (عبد السلام عوامرة، 2020) وجود درجة تأثير مرتفعة لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية الأردنية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث ترسخ شبكات التواصل الاجتماعي وتعمق مفاهيم الوحدة الوطنية، ودورها في زيادة المعرفة لدى طلبة الدراسات العليا بمجريات الأحداث الوطنية، وتطويرها لطرق جديدة للحوار الوطني بين طلبة الجامعات الأردنية، إلا أنها في نفس الوقت تسهم في إضعاف درجة الانتماء والولاء للوطن، وترسخ القيم الفردية مقابل العطاء والبذل الوطني، والطائفية في المجتمع الأردني، وتبني مفاهيم وطنية جديدة بعيدة عن الهوية الوطنية. وأضافت وجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية تبعاً لدرجة المتابعة. وفيما يتعلق بالتأثيرات السلبية على الهوية الثقافية، أثبتت وجود درجة تأثير مرتفعة لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية الأردنية من وجهة نظر عينة الدراسة يوجد نشر قيم الثقافة الغربية على حساب قيم الثقافة العربية الإسلامية، وسيادة الهوية الثقافية العالمية على حساب الهوية الأردنية الوطنية، وتغليب المصلحة الفردية على المصلحة الوطنية العامة، وطمس معالم الهوية العربية الإسلامية، ومن أهم الإيجابيات تحقيق التنوع الثقافي.

تتفق معها دراسة (عادل رفعت عبد الحكيم، 2019) التي أكدت ان الهوية الثقافية للشباب المصري حدثت بها تحولات جذرية جعلتها أقرب إلى النقيض من الهوية الحقيقية الأصلية والمتوارثة لدى الشباب المصري، وان الشباب أصبح أكثر ميلاً للاستهلاك والتفاعل مع كل ما هو جديد بغض النظر عن مدى مطابقته أو توافقه مع القيم العربية والمصرية المتوارثة والتعاليم الدينية سواء الإسلامية أو المسيحية، مع سطوة القيم العولمية على عادات الشباب المصري في التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي. وكذلك دراسة (نبيلة جعفري، 2017) التي أكدت تصدر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، وأن أغلب الشباب عينة الدراسة يفضلون اللهجة العامية في موقع فيسبوك، ويفضلون كتابتها بحروف أجنبية أكثر من الكتابة بالعامية بحروف عربية، وتحددت محددات الهوية الثقافية لديهم في الإسلام أولاً، الجزائر ثانياً، اللغة العربية ثالثاً.

إلى جانب دراسة (أحمد خميس خليل، 2019) التي توصلت لعدد من النتائج أهمها كثافة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك، والواتس اب، وتوتير، وأن أهم دوافع التعرض تتحدد في الحصول على المعلومات، والترفيه، وشبكات التواصل الاجتماعي تهدد الهوية ويكمن الخطر في بعدهم عن القيم الاجتماعية والدينية، والاعتزاز النفسي والأفكار الهدامة، وأوصت الدراسة للتغلب على الجوانب السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الهوية اقترح الخبراء تعزيز دور المسؤولين في رفع الوعي لسوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتطوير عديد من الآليات لتعزيز استخدام اللغة العربية. تتفق هذه النتائج السلبية مع ما أكدته أيضاً دراسة (أمل محمد نبيل، 2019) التي أثبتت أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي تقع في فئة كثيفي الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، وبلغت نسبة استخدام الفيسبوك 62%، ويمثل دافع التحاور مع الآخرين (الشات) الدافع الأهم لاستخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يعني ان لهذه المواقع دور مهم في فتح نوافذ الحوار بين الشباب المصري وشباب العالم والتأثير على شبكة القيم الحاكمة للهوية الثقافية المحلية، وتمثل مقاطع الفيديو الشكل المفضل لدى الشباب عينة الدراسة لتبادل

المعلومات يليه المعلومات النصية المكتوبة، كما أن الشباب يميل إلى قوالب المعلومات التي لا تتطلب جهد كبير في فهم واستيعاب محتواها، ويعد التماثل في اللغة الشرط الأهم للدخول في حوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويميل الشباب عينة الدراسة بالنسبة الأكبر إلى اختيار الأشخاص المحليين عند التماثل حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، وكذلك الأشخاص الذين ينتمون إلى نفس شبكة القيم على المستوى الإقليمي، وأن الشباب عينة الدراسة يعتمد على مبدأ القرب المحلي والإقليمي عند الدخول في حوار حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، كما رأت النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة أن الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى نقل قيم ذات طبيعة إيجابية وأخرى ذات طبيعة سلبية، وتمثل القيم السلبية ذات التأثير الأعلى على الهوية الثقافية في التفكير في الهجرة، وتقليد الآخر والتحلل الأخلاقي، والتعالي على الواقع المحلي وضعف الانتماء.

في ذات السياق أشارت دراسة (سمير بارة، 2018) إلى ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية، حيث أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى، فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام، كما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وبناء الهوية العربية من الناحية الإيجابية من خلال تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي لدى المواطن، وتؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة والانتماء التي تعتبر من أهم مقومات الهوية الوطنية العربية وذلك من خلال ترسيخ القيم والعادات الإيجابية التي تسهم في تقدم ثقافة المجتمع العربي، مع تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة عن تاريخهم وحضارتهم وانتمائهم العربي، وتأكيد أهمية الولاء والانتماء والوطنية، واحترام الآخر، وتكوين الشخصية الوطنية والدعوة إلى التمسك بالانتماء والهوية الوطنية والعربية، واحترام التعددية السياسية والاجتماعية والفكرية كعامل قوة يضمن وحدة وتماسك المجتمع العربي، وتشجيع الحوار بين الثقافات والحضارات الهادف لنشر الثقافة والقيم الوطنية العربية. كما تتجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو اتجاه ترهل الهوية العربية وتأزمها - أكثر من بناءها - خاصة بعد الحالة التي آلت إليها مجتمعات الربيع العربي، من عدم استقرار وحروب أهلية وتمرد.

أما دراسة (دينا عرابي، 2019م)، فقد أكدت وجود مجموعة من النتائج الإيجابية السلبية لشبكات التواصل على الهوية الثقافية موضحة أن نسبة استخدام العينة محل الدراسة للانستجرام بلغت 97%، وأن استخدام الشباب المصري للانستجرام يؤثر في سماتهم وخصائصهم الثقافية، حيث وافقت نسبة 69% أن الانستجرام يغير ويطور الأشكال الثقافية ويعمل على دمج الحضارة ويجعلها حديثة، ووافق 58% على أن مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الحضارة المحلية والوطنية والإقليمية. وجاءت دراسة **(Bassant Attia، 2018)** لتؤكد أن الفيسبوك لا يعتبر مصدرًا موثوقًا للمعلومات وأنه مجرد وسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي وقضاء الوقت، وأكد أغلبية أفراد العينة أن اللغة أهم مكون للهوية الثقافية، واتفقت عينة الدراسة في تفضيل استخدام اللغة العربية في كتاباتهم على الفيسبوك، وأن الفيسبوك ليس له تأثير سلبي على الهوية الثقافية للشباب المصري، وأن شباب مصر في المحافظات الحضرية والريفية يستخدمون الفيسبوك بوعي وانتقائية مما يرسخ فكرة الجمهور النشط.

تختلف مع النتائج السابقة دراسة (الاء الغامدي، 2018) التي أوضحت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية بدرجة متوسطة، وتدعيم الانتماء للوطن وان كل نجاح للوطن هونجاح لابنائهم، وان مضمون هذه الشبكات يعزز قيم المواطن الصالح، كما تؤثر هذه الشبكات على الهوية اللغوية لعينة الدراسة حيث ترفع شبكات التواصل الاجتماعي من شأن اللغة الإنجليزية باعتبارها أحد أهم متطلبات العصر، وتساعد في استبدال اللغة العربية باللغات العامية. وتتسق مع هذه النتيجة دراسة **(محمد العجمي، 2020)** في تأكيدها ان وسائل التواصل الاجتماعي صارت مكونا رئيسيا من مكونات البناء الثقافي والتقني للمجتمع الكويتي، ورأت نسبة 64% من أفراد العينة ان شبكات التواصل الاجتماعي تدعم الانتماء للوطن والدين، كما وافقت نسبة 75.5% من عينة الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي تمكن الفكر الغربي من السعي إلى هدم الثقافة العربية، ونشر أفكار التفرقة بين أصحاب الديانات المختلفة، وأصحاب الدين الواحد بمذاهبه، وأشار 81.2% انها تجعل الشباب يشعرون ان الدول الغربية أفضل المجتمعات، كما أكدت نسبة 77,5% أنها تؤدي لرفض الشباب لواقع مجتمعاتهم.

بالنسبة للدراسات التي اهتمت بالبحث في تأثير الإعلام الرقمي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي على اللغة العربية باعتبارها مكونا رئيسيا للهوية الوطنية والثقافية، فقد اهتمت دراسة **(ميادة محمود مهنا، 2013)** بالتعرف على لغة الإعلام الجديد. كما استهدفت دراسة **(علاء المليجي، 2019)** التعرف على أثر ممارسة التهجين اللغوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية لطلاب المرحلة الثانوية. وجاءت دراسة **(إيمان محمد عز العرب، 2017)** للبحث في العلاقة بين المجتمع الشبكي وأزمة الهوية.

في ذات السياق، حرصت دراسة **(Basmah, Al-saleem، 2011)** على البحث في كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في شبكة الفيسبوك على هوية ولغة الشباب في الأردن. كما اهتمت دراسة **(داليا أشرف، 2017)** برصد وتحليل التفاعلية والهوية الثقافية لدى الشباب المصري.

حول الأطر النظرية التي قامت هذه الدراسات بتوظيفها، فتحدد في نظريات الشبكات الاجتماعية، والمجال العام في السياق الافتراضي، ونظرية التفاعلية الرمزية. وتحدد المناهج والأدوات البحثية في المنهج الوصفي، وأداة الاستبيان، وكانت العينات الميدانية متمثلة في الطلاب والشباب.

فيما يتعلق بالنتائج التي تم التوصل إليها، فقد أكدت الدراسات التأثيرات السلبية لشبكات التواصل على اللغة العربية، حيث أثبتت دراسة **(ميادة محمود مهنا، 2013)** ان لغة شبكات التواصل الاجتماعي تضعف الحاسة اللغوية لدى مستخدميها، وتمارس وسائل الإعلام الجديد دورًا مهمًا في التأثير على اللغة العربية لدى الشباب، وأوصت بضرورة نشر المواقع الإلكترونية الخاصة باللغة العربية وتشجيع الشباب على الرجوع إليها والبحث فيها، وتوسيع نطاق خدماتها على شبكات التواصل الاجتماعي، وضرورة انتشار المواقع الإلكترونية الخاصة باللغة العربية. تتفق معها دراسة **(علاء المليجي، 2019)** التي أكدت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية، وان نمط التهجين اللغوي المفضل للتهجين بلجهة الشباب (الروشنة) يليه نمط التهجين باللغة الأجنبية، ثم التهجين باللغات العربية.

كذلك دراسة **(إيمان محمد عز العرب، 2017)** التي أوضحت أن اللغة العامية بحروف أجنبية كانت في الترتيب الأول بين اللغة التي يستخدمها أفراد العينة في الفيسبوك بنسبة 41.8%، مما يشكل تهديدا

للغة وترسيخ لغة غربية بين جيل الانترنت الصاعد، وضياح أهم محدد للهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية، الهوية الافتراضية في العالم الافتراضي لا يحددها حدود جغرافية أو تضبطها منظومة قيمية فهي فضاء مفتوح لا محدود لمواطنين كونييين من مختلف الأعراق والأجناس والخلفيات الثقافية، وعليه فهوية كل مواطن تندرج من هويته الوطنية لتمتد إلى أبعاد عالمية، وتتربع شبكة الفيسبوك على عرش الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها أفراد العينة. وتؤكد ذلك أيضاً دراسة (Basmah, Al-saleem عام 2011) التي أوضحت أن اللغة الإنجليزية هي اللغة السائدة، وأن الشكل المكتوب المستخدم قليلاً من اللغة العربية الأردنية بحروف لاتينية، كما أكدت عينة الدراسة ان استخدامهم للغة الانجليزية لا يعني اعتناق الثقافة الغربية أو التخلي عن الهوية الأردنية. إلى جانب دراسة (داليا أشرف، 2017) التي أشارت إلى الاهتمام باللغة الأجنبية على حساب اللغة العربية.

أما بالنسبة للدراسات التي ربطت وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي كأحد أدوات العولمة بتأثيرهم على الهوية الوطنية والهوية الثقافية؛ فقد استهدفت دراسة (Sedigheh, Babran، 2008) التركيز على العولمة الثقافية، ودور وسائل الإعلام في أزمة الهوية الناتجة عن هذه العملية. كما اهتمت دراسة (ميلاد نصره، 2017) البحث في مدى تأثير الثقافة العربية بعديد من التغيرات نتيجة للثقافة الغربية. هذا إلى جانب دراسة (محمد الهواري، 2013) التي تناولت ظاهرة العولمة باعتبارها ظاهرة افرزتها ثورة الاتصالات وتقنية المعلومات في ظل النظام العالمي الجديد. كما اهتمت دراسة (لعور عاشور ورقية معاقة، 2017) بدراسة سيكولوجية تشتت الهوية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة الثقافية، وكذلك دراسة (طيفور مصطفى، بوعلامة العربي، 2016) التي بحثت في تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة.

توصلت هذه الدراسات إلى مجموعة متشابهة من النتائج؛ حيث أكدت دراسة (Sedigheh, Babran، 2008) أن المجتمعات التي ليس لديها أساليب جديدة للاتصال وتبادل المعلومات، هناك ضرر أكيد سيلحق ولا تستطيع المنافسة مع الأساليب الجديدة للاتصال وتبادل المعلومات، والتي بدورها ستظهر نتائجها بهويتها، ومع هيمنة الثقافة السائدة سيحدث اضطرابات في نظم القيم، والتي بدورها ستظهر نتائجها في أزمة الهوية في الدول النامية، ولذلك في الدول النامية يجب التوصل لأساليب لحل المشكلة ليس فقط الحفاظ على هويتهم وحمايتهم، ولكن توفير وسائل الاندماج في عملية العولمة، والطريقة الأكثر فعالية للحفاظ على الهوية الثقافية للدول الاستخدام الرشيد لتقنيات الاتصالات السلكية واللاسلكية الجديدة، ووجود خطة تعايش سلمية مع الثقافات والأعراق والدول الأخرى، والحفاظ على الهوية الوطنية، واهتمام عديد من دول الجنوب بتعزيز هويتها الوطنية، وتعزيز دورها في عولمة الإعلام والتكنولوجيا، وإن وسائل الإعلام المحلية الوطنية لا تستطيع تحقيق أهدافها في الحفاظ على الهوية الوطنية ما لم يتمكنوا من الحفاظ على هوية الجمهور التقليدية والقدرة على جذب جمهور جدد، وتحقيق هذا الهدف من خلال إبراز مزايا ثقافتهم الوطنية، ومن أكثر الوسائل تأثيراً في الحفاظ وحماية الهوية الوطنية هوانشاء وسائط خاصة لمجموعات وجماهير محدودة، وتعزيز الإعلام البديل للاستفادة من أحدث التقنيات.

كذلك نبهت دراسة (ميلاد نصره، 2017) إلى ضرورة صياغة ثقافة عالمية لها قيم ومعايير وسلوكيات تتناقض مع خصوصية المجتمعات العربية وهويتها، بهدف إلغاء الدول الوطنية والشخصية والهوية الثقافية والترويج لثقافة العولمة وتذويب الانتماء إلى الهوية الوطنية. وتتفق معها دراسة (محمد الهواري، 2013) التي أكدت ضرورة اهتمام المفكرين بظاهرة العولمة وما يترتب عليها من أثر على الهوية الثقافية والثقافة القومية، والذات الوطنية، والمعتقدات الدينية. كذلك نبهت دراسة (لعور عاشور

ورقية معاقة، 2017) إلى معاناة الشباب العربي من صعوبة التكيف النفسي والاجتماعي، وعدم الالتزام بمعتقدات وقيم المجتمع وعاداته وتقاليده نتيجة تأثير ثقافات دخيلة تصدرها الفيسبوك وتوتير، فيعيش الشباب العربي في بلدانهم بينما عقولهم تفكر فيما وراء البحار وراء أفكار وميول وعادات متناقضة تشتت أفكارهم. وأشارت دراسة (طيفور مصطفى، 2016) إلى ضرورة حماية الهوية الوطنية الثقافية في عصر العولمة، وصعوبة محاصرة الغزو الثقافي الناتج عن البث التلفزيوني وشبكات التواصل الاجتماعي.

3- فيما يتعلق بالمحور الثالث، فقد تضمن مجموعة الدراسات التي أجريت على المغتربين المصريين والجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية في إطار علاقتهم بوسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، وتضمنت الدراسات في هذا المحور الدراسات الخاصة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في الامداد بالمعلومات وتشكيل الاتجاهات، واستخدامات المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة لندرة وقلة الدراسات العلمية التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية والجاليات المصرية في الخارج. وشملت دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري وآخرين، 2014)⁽⁴⁶⁾، و(هويدا محمد الدر، 2016)⁽⁴⁷⁾، ودراسة (Maison, Al.sebaei، 2013)⁽⁴⁸⁾، و(سعدية فوزي خليف، 2011)⁽⁴⁹⁾ و(رباب الجمال، 2012)⁽⁵⁰⁾ و(سيد الجعفري، 2012)⁽⁵¹⁾، و(فاتن عبد الرحمن، 2015)⁽⁵²⁾ و(حمزة محمد سعد، 2016)⁽⁵³⁾، و(إيمان السيد جمعة رمضان، 2016)⁽⁵⁴⁾، و(رشا عبد الرحيم، وانجى حلمى محمود، 2017)⁽⁵⁵⁾.

اهتمت هذه الدراسات بالتركيز على المغتربين، حيث تناولت دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري وآخرين، 2014) تحديد العلاقة بين استخدام المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي وانتمائهم لوطنهم الأم مصر. وكذلك دراسة (هويدا محمد الدر، 2016)⁽⁵⁶⁾ التي اهتمت بالتعرف على معدلات اعتماد المصريين المغتربين في المملكة العربية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيرات هذا الاعتماد، إلى جانب محاولة التعرف على اتجاهاتهم نحو الآثار الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

في ذات السياق، اهتمت دراسة (Maison, Al.sebaei, 2011)⁽⁵⁷⁾ بالتعرف على كيفية استخدام المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الاجتماعية أثناء ثورة يناير 2011م. وتتفق معها في نفس الهدف دراسة (رباب الجمال، 2012) التي تحدد الهدف الرئيسي لها في التعرف على دور المواقع الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين المغتربين نحو الأحداث السياسية في مصر.

جاءت دراسة (سعدية فوزي خليف، 2011) للبحث في مضمون عينة من موقعي العربية نت والجزيرة نت، بالإضافة إلى اجراء دراسة ميدانية على عينة من المصريين المغتربين في دولتي ألمانيا والنمسا. واستهدفت (دراسة سيد الجعفري، 2012) التعرف على استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية 2012.

أما دراسة (فاتن عبد الرحمن، 2015) فقد اهتمت بالتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المصريين المغتربين نحو الأحداث الإرهابية في مصر عام 2015م. وجاء الهدف الرئيسي لدراسة (حمزة محمد سعد، 2016) للتعرف على

مدى استخدام الجالية المصرية بالامارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات خلال أزمة جزيرتي تيران وصنافير.

إلى جانب ما سبق، سعت دراسة (إيمان السيد جمعة رمضان، 2016) للتعرف على الدور الذى تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك واليوتيوب وتوتير في زيادة الوعي السياسي بالأحداث الجارية والقضايا المطروحة على الساحة السياسية لدى عينة من المغتربين المصريين في السعودية والامارات والكويت. وحرصت دراسة (رشا عبد الرحيم، وانجي حلمي محمود، 2017) على الإجابة عن تساؤل رئيسي هو "ما فعالية الحملات الإعلامية في حشد الرأي العام بشأن المشاركة المجتمعية لدى المصريين المقيمين والمغتربين؟".

حول الأطر النظرية التي استخدمتها هذه الدراسات، فهي نظريات التماس المعلومات، والاعتماد على وسائل الإعلام، والمجال العام، والمسئولية الاجتماعية. وحول **المناهج والأدوات البحثية،** فتتحدد في منهج المسح وأداة الاستبيان وأداة المقابلة المتعمقة وبالنسبة لعيناتها، فقد شملت المصريين المغتربين في السعودية والكويت والإمارات والمصريين المغتربين في دولتي ألمانيا والنمسا. وشملت عيناتها التحليلية موقعي العربية نت والجزيرة نت. أكدت هذه الدراسات مجموعة كبيرة من **النتائج،** فأوضحت دراسة (فاتن عبد الرحمن الطنباري وآخرين، 2014) وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام المراهقين المصريين المغتربين في هذه الدول لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الانتماء لمصر. كما أكدت دراسة (هويدا محمد الدر، 2016) أن شبكة الفيسبوك احتلت الصدارة في الاستخدام من جانب أفراد العينة بنسبة 80%، كما أكدت ارتفاع معدلات استخدام المغتربون المصريون لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الاستخدام المرتفع 76%، وارتفاع معدلات اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتها 79%، وارتفاع نسبة التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة حيث ورد في الترتيب الأول بنسبة 61.5%، وأشارت إلى أن عينة الدراسة تستخدم كل أنماط التفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حيث ورد نمط إضافة يعجبي LIKE للمحتوى من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة 85.5%، تلا ذلك المداخلة من خلال التعليقات بنسبة 75%، ثم المشاركة بالصور بنسبة 57%، فالمشاركة بمقاطع الفيديو بنسبة 38.5%، وجاءت اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، وجاء دور شبكات التواصل الاجتماعي في تقليل الاحساس بالغربة والبعد عن الأهل والاصدقاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 84.7%، ثم توطيد العلاقات الاجتماعية القديمة في الترتيب الثاني بوزن نسبي 83.9%، ثم الوعي الاجتماعي في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ 81.2%، وفيما يتعلق بالاتجاهات السلبية جاءت دور الشبكات الاجتماعية في الترويج للشائعات في المجتمع في الترتيب الأول بوزن نسبي 85.5%.

تتسق مع النتائج السابقة ما أكدته دراسة (Alsebaei Maison، 2011) من ارتفاع نسبة استخدام المصريين المقيمين في السعودية لوسائل الإعلام الاجتماعية، واستخدام خدمة الشات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل والحفاظ على العلاقات القوية مع ذويهم بالوطن، وارتفاع نسبة الوعي السياسي والرغبة في المشاركة السياسية في قضايا الوطن. وكذلك دراسة (سعدية فوزي خليف، 2011) التي أكدت اهتمام المواقع الإخبارية بالقضايا السياسية وخاصة الموضوعات المرتبطة بثورة 25 يناير 2011م، مع ارتفاع نسبة اعتماد

المصريين المغتربين على المواقع الإخبارية باعتبارها مصدرا للمعلومات حيث بلغت نسبة الاهتمام للمشاركة في الانتخابات البرلمانية 69.3%. وهوما أكدته أيضا دراسة (رباب الجمال، 2012) التي أشارت إلى كثافة استخدام المصريين المغتربين للانترنت بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص لمتابعة الأحداث في مصر.

في ذات السياق، أثبتت نتائج دراسة (سيد الجعفري، 2012) ارتفاع نسبة استخدام عينة الدراسة للفيسبوك خلال فترة الانتخابات للحصول على الأخبار، ورفع نسبة الوعي السياسي لديهم، كما مارس الفيسبوك اثرا كبيرا على اختيار الناخبين للمرشحين في الانتخابات الرئاسية. كما اضافت دراسة (فاتن عبد الرحمن، 2015) ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة من المغتربين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي، وان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية لأفراد العينة، وتحدت التأثيرات المعرفية في التعرف على أحداث وقضايا جديدة، والتعرف على ما يحدث داخل مصر، وتكوين آراء عن القضايا والأحداث، وتضمنت التأثيرات الوجدانية تدعيم التواصل المعنوي مع الوطن، والاهتمام بشئون الوطن، والتأثيرات السلوكية المشاركة في كتابة الآراء حول الأحداث، والذهاب للدلاء بأصواتهم في انتخابات مجلس النواب.

أما دراسة (حمزة محمد سعد، 2016) فقد أثبتت أن أهم ثلاثة مصادر اعتمد عليها أفراد العينة للحصول على المعلومات أثناء أزمة جزيرتي تيران وصنافير هي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 67.6%، وجاء في الترتيب الثاني المواقع الإخبارية الالكترونية بنسبة 41.4%، وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الفضائية الإخبارية الفضائية بنسبة 35.7%، وكانت درجة ثقة الباحثين في المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي مرتفعة. ومن أهم أسباب اعتماد افراد العينة محل الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي التغطية السريعة للأخبار وتقديم الموضوع بلغة سهلة وبسيطة، والمتابعة المستمرة للحدث وتغطية كل ما هو جديد ومرتب بالحدث بنسبة 55.7%. ويتفق مع ذلك أيضا ما أثبتته دراسة (إيمان السيد جمعة رمضان، 2016) من تصدر الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة بنسبة 98.4%، كما جاءت اللهجة العامية في مقدمة اللغات التي تستخدمها عينة الدراسة في تصفح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 73.8%، فاللغة العربية الفصحى 51.8%، واللغة الإنجليزية بنسبة 49.8%، وكانت أهم دوافع متابعة عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي التعرف على الأوضاع في المجتمع الخارجي، وعلاقات مصر بباقي الدول، اتاحة معلومات مختلفة عن وسائل الإعلام التقليدية.

وجاءت نتائج دراسة (رشا عبد الرحيم، وانجي حلمي محمود، 2017) لتدعم نفس النتائج السابقة حيث أكدت ارتفاع نسبة مشاهدة الحملات الإعلامية حيث بلغت 84.5%، وتأثير متغير الإقامة على مشاهدة الحملات الإعلامية، وعلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصالح المصريين المقيمين في مصر مما يدل على ارتفاع احساس المقيمين بالآخرين لأنهم يعيشون تلك الحالات.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من العرض السابق للتراث العلمي العربي والأجنبي اتفاق هذه الدراسات في بعض الجوانب واختلافها في جوانب أخرى، وتوضح الباحثة فيما يلي جوانب التشابه والاختلاف:

1- تناولت عدد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية العلاقة بين دور الإعلام الرقمي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في دعم أو تهديد الهوية الوطنية من خلال إجراء الدراسات الميدانية على الجمهور المحلي المقيم داخل الدولة، بالتركيز على فئة الشباب بشكل عام وطلاب الجامعات بشكل خاص، وقلة الدراسات التي ركزت على فئة الأطفال والمراهقين.

- 2- أجريت أغلب الدراسات العربية على مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني وقيم المواطنة بالاعتماد على الدراسات ميدانية، في حين ركزت الدراسات الأجنبية على العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية اعتمادا على بحوث تحليلية كيفية تتناول كيفية التعبير عن الهوية الوطنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- اعتمدت أغلب الدراسات العربية في قياس تفاعل الجمهور مع وسيلة الإعلام الشبكي على الدراسات الميدانية، في حين ركزت الدراسات الأجنبية على قياس التفاعل في الوسيلة ذاتها.
- 4- تنوعت الأطر النظرية والمداخل المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة العربية والأجنبية وتضمنت نظريات الغرس الثقافي، الاعتماد على وسائل الإعلام، الاستخدامات والاشباع، النظرية الانتقائية، ونظرية المجال العام، ونظرية معالجة المعلومات، والتفاعلية الرمزية والشبكات الاجتماعية، مدخل تحليل الخطاب، ومدخل الحداثة، والتحليل الدلالي.
- 5- ربطت عديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية الهوية الوطنية بالهوية الثقافية في إطار مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عليهما.
- 6- أشارت بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى ظاهرة العولمة وعلاقتها بتهديد شبكات التواصل الاجتماعي للهوية الوطنية والثقافية لمختلف دول العالم.
- 7- ندرت الدراسات العربية التي ربطت بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية والمصريين المغتربين في الدول العربية والأجنبية.

الاستفادة من الدراسات السابقة

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في عدة جوانب، تتضح فيما يلي:

- 1- اتضح من الدراسات السابقة العلمية العربية والأجنبية ندرة الدراسات التحليلية والكيفية التي تناولت الهوية الوطنية في الإعلام الشبكي ومن هنا ركزت هذه الدراسة على كيفية تناول الخطاب المنتج لشبكات التواصل الاجتماعي للهوية الوطنية المصرية.
- 2- قلة الدراسات التي تناولت علاقة الجاليات المصرية وبنائهم بوسائل الإعلام الشبكي مما حفز الباحثة للتركيز على تفاعل الجمهور المستهدف من مبادرة "اتكلم عربي" عبر الإعلام الشبكي، والذي ركز على فئة الأطفال والمراهقين بالإضافة لفئة الشباب.
- 3- اعتمدت عديد من الدراسات العلمية السابقة على قياس تفاعل الجمهور مع شبكات التواصل الاجتماعي حول الهوية الوطنية ميدانياً مما دفع الباحثة لقياس تفاعل الجمهور مع شبكات التواصل الاجتماعي في الوسيلة ذاتها، والتي تعد التفاعلية من أهم مميزاتها.
- 4- اهتمام بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية بأثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية ولغة الجمهور بشكل عام وفئة المراهقين والشباب بشكل خاص، باعتبار اللغة أهم مكون من مكونات الهوية الوطنية والثقافية، مما وجه الباحثة للتركيز على آليات تعزيز اللغة العربية والحفاظ عليها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية من خلال الصفحة الرسمية لمبادرة "اتكلم عربي" على الفيسبوك.
- 5- الاتجاه نحو الجمع بين أدوات التحليل الكيفي والكمي لمضمون صفحة الفيسبوك الخاصة بمبادرة "اتكلم عربي"، من خلال الاعتماد على منهج الاتنوجرافيا الافتراضية.
- 6- أسهم تناول التحليل النقدي للدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها وتساولاتها.

ثانياً - المشكلة البحثية

تحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في إثارة تساؤل رئيسي كيف يعزز الخطاب المنتج لشبكة الفيسبوك - باعتبارها أهم أدوات الإعلام الشبكي والأكثرهم استخدامًا وانتشارًا - الهوية الوطنية لدي أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وذلك من خلال صفحة المبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" على الفيسبوك، والموجهة للجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية، وقياس مدى تفاعلهم مع رسائل المبادرة عبر الوسيلة التفاعلية الفيسبوك.

ثالثاً - أهمية الدراسة

تتحدد أهمية الدراسة على النحو التالي:

- 1- أشارت دراسة R.S. Zaharna عام 2017م⁽⁵⁸⁾ بضرورة توسيع الجهات الدبلوماسية لعدسة رؤيتها ومفرداتها واستخدام أدوات الإعلام الرقمي الجديد وشبكاتته لممارسة الدبلوماسية، وان هذه الوسائط الرقمية أداة جديدة جذابة لإعلام الجمهور وإشراكه والتأثير عليه، وتعد هيكلاً أكثر اغراء لتداول المعلومات والوصول إلى الجمهور، مع عدم اعتناق لغة عاطفية مبالغ فيها، من هنا تبرز أهمية المبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها المبادرة الأولى من نوعها التي اعتمدت فيها وزارة الدولة للهجرة وشئون المصريين في الخارج على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية لتعليم أبنائهم من الجيل الثاني والثالث التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية كأداة للتواصل ودعم الهوية الوطنية بمختلف عناصرها لديهم.
- 2- تزايد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وشبكة الفيسبوك بشكل خاص، وزيادة استخدامها بين مختلف فئات الجمهور المصري الداخلي والخارجي.
- 3- توجه الدولة بمختلف مؤسساتها للاستفادة من وسائل الإعلام الرقمي الجديد، وشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أدوات لبناء الدولة لا لهدمها وزعزعة استقرارها.
- 4- أهمية الهوية الوطنية وقيمة الانتماء الوطني في نهضة وبناء المجتمعات والدول وتحقيق الاستقرار وتفاذي عديد من التحديات التي تعتبر عقبات في مسيرة التقدم والتنمية.
- 5- ندرة الدراسات العربية التي تناولت علاقة المغتربين بوسائل الإعلام الرقمي الجديد، والدراسات التي تربط بين المصريين المغتربين والهوية الوطنية والإعلام الشبكي.
- 6- أهمية الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية باعتبارهم سفراء مصر بهذه الدول، وقد يمثلوا قادة رأي في مجتمعاتهم، وجماعات ضغط، وقوي اقتصادية وسياسية لوطنهم الأم مصر بالخارج.
- 7- أهمية الفئة العمرية المستهدفة من مبادرة "اتكلم عربي"، وهم فئة الأطفال والمراهقين والشباب، وهي فئات مهمة ومحورية في حياة المجتمعات المختلفة.
- 8- أهمية فئة المواطنين المصريين المغتربين في الدول الأجنبية والعربية بين فئات الجمهور المصري، وارتباطها بظاهرة الانتماء المزدوج، مما يجعلها سلاح ذو حدين قد يتم استغلالهم من قبل الدول التي اكتسبوا جنسياتها باعتبارهم مواطنيها ضد وطنهم الأم مما قد يشكل خطر على الأمن القومي المصري، ومن ناحية أخرى هم أحد أدوات القوى الناعمة لوطنهم الأم مصر في هذه الدول التي ولدوا ونشأوا بها واكتسبوا جنسيتها، مما يبرز أهمية تواصل مصر المستمر معهم باعتبارهم مواطنين مصريين لهم كافة حقوق المواطنة وواجباتها، والسعي لتوعيتهم ومعرفتهم بكل ما يدور على أرض الوطن، ودعم انتمائهم لمصر ولهويتهم الوطنية والعربية.

رابعاً – أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في كيفية تناول الخطاب المنتج لشبكة الفيسبوك للهوية الوطنية، بالتطبيق على الصفحة الرسمية للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي"، ومدى تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية معها. ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية منها:

1- كيفية تناول مبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك للهوية الوطنية مضموناً وقالباً.
2- تحديد آليات المبادرة في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية.

3- قياس مدى تفاعل جمهور الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع صفحة المبادرة عبر الفيسبوك.

4- تحليل تناول وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية لمبادرة "اتكلم عربي" ودورها في تعزيز الهوية الوطنية كما عرضت على الصفحة الرسمية للمبادرة.

5- عرض تقييم الخبراء والمهنيين وآراء النخبة لأهمية المبادرة عبر شبكة الفيسبوك، ودورها في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية كما عرضت على الصفحة الرسمية للمبادرة.

خامساً – الإطار النظري للدراسة: نظرية ثراء الوسيلة – (Media Richness Theory)

وضع ريتشارد دافت (Richard Daft)، وروبرت لينجل (Robert Lengel) نظرية ثراء الوسيلة عام 1984م، واعتمدت على نظرية معالجة المعلومات، وتم تطويرها بعد ذلك بواسطة لينجل وريتشارد ووترايفون عام 1987م⁽⁵⁹⁾، وتركز النظرية على الأشكال التفاعلية للاتصال بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبلي للرسالة، ومن هنا تعد الوسيلة الإعلامية التي توفر رجوع الصدي هي الأكثر ثراء⁽⁶⁰⁾، ولذلك تساعد في قياس التفاعلية، لتحقيق أكثر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور⁽⁶¹⁾

وتؤكد النظرية ان اكتساب المعلومات يتأثر بمدى التوافق بين إمكانيات الوسيلة والمضمون المقدم بها، فوسائل الإعلام التي لديها القدرة على نقل الصوت والصورة والفيديو والوسائط المتعددة هي الأكثر ثراء⁽⁶²⁾، إلى جانب تنوع اللغة بين الرموز اللفظية والرموز غير اللفظية⁽⁶³⁾.

وتأخذ الوسائط الإعلامية التي تعتمد على استخدام التقنيات الإلكترونية مكانها بين الاتصال المباشر المواجهي، ووسائل الاتصال الورقية، اعتماداً على قدراتها على حمل الاشارات غير اللفظية وسرعة نقل رجوع الصدي ونقل السمات الشخصية للمرسل بوضوح إلى جانب دعمها استخدام لغة مبسطة.

وتبلورت النظرية حول فرضية رئيسية تحدد في ثراء وسائل الإعلام، حيث تمتلك وسائل الاتصال المختلفة درجات مختلفة من صفة الثراء مما يجعلها أكثر أو أقل قنوات فعالة للمعرفة والمعلومات⁽⁶⁴⁾. وتتخلص فروض النظرية فيما يلي:

1- تمتلك وسائل الإعلام التكنولوجية قدر كبير من البيانات والمعلومات، وتتميز بتنوع المضمون المقدم من خلالها، بالإضافة إلى توافر رجوع الصدي والاشارات مما يزيد من ثراء الوسيلة، وامتلاك الوسيلة لأدوات تتيح لمستقبل الرسالة ان يرسل تعليقاته ورد فعله للمرسل من أهم عوامل ثراء الوسيلة والوصول إلى الوضوح في استقبال الرسالة بشكل صحيح ودقيق.

2- ترتب وسائل الإعلام وفقاً لدرجة الثراء الإعلامي من الأعلى إلى الأقل، فالوسائط الأكثر ثراء تؤدي أداء أفضل للرسائل الغامضة، في حين تؤدي الوسائط الأقل ثراء إلى أداء أفضل للمهام الأقل غموضاً، وذلك وفقاً لأربعة معايير رئيسية سرعة رد الفعل، القدرة على نقل الرسائل المتنوعة باستخدام أساليب تقنية حديثة مثل الوسائط المتعددة، قدرة الوسيلة على جذب التركيز الشخصي للمستخدم، استخدام اللغة الطبيعية البسيطة⁽⁶⁵⁾. وهناك أربعة عوامل تؤثر على الوسائط الأكثر ثراء وهي التغذية الراجعة الفورية، نقل اشارات متعددة، تنوع اللغة، وقدرة وسائل الإعلام على جذب التركيز الشخصي⁽⁶⁶⁾ ومن هنا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل إعلامية ثرية لاملاكها قدراً كبيراً من المعلومات، وتنوع المضمون، وسرعة رد الفعل، وقدرة على نقل الاشارات المختلفة بأساليب تكنولوجية وتقنية جديدة، وجذب التركيز الشخصي للجمهور على الوسيلة واستخدام اللغة البسيطة⁽⁶⁷⁾.

الاستفادة من الإطار النظري في الدراسة

في إطار إطلاع الباحثة على عديد من نظريات الاتصال الخاصة بوسائل الإعلام الرقمية الجديدة، ووفقاً لأهداف البحث وتساؤلاته، اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، حيث استفادت الباحثة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في تحديد العناصر التي تجعل وسيلة الإعلام أكثر ثراء وذات قدرة عالية على نقل رسائل أكثر غموضاً والتباساً، وهذا يتناسب مع المضمون المقدم عبر صفحة مبادرة "اتكلم عربي" على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، حيث عرضت هذه الصفحة عديد من الرسائل الاتصالية ذات أهداف محددة وأشكال وقوالب متنوعة، وهي رسائل موجهة للجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وتحديداً الجيل الثاني والثالث من أبناء المغتربين المصريين، في إطار سعي الدولة ووزارة الهجرة وشئون المصريين في الخارج لتحقيق أهداف المبادرة في تعليم أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية التحدث باللغة العربية، وتحفزهم ممارسة الحوار باللهجة المصرية باعتبارها المكون الرئيسي للهوية الوطنية المصرية وأداة التواصل لمعرفة التاريخ المصري وعادات وتقاليد المجتمع المصري، واكتساب المعلومات عما يحدث في مصر من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وتاريخية وسياحية، وذلك بالاعتماد على ثراء وسيلة الإعلام الشبكي الفيسبوك وما يتوفر لها من معايير تحقيق ثراء الوسيلة التي تتضمن التغذية الراجعة الفورية والتفاعلية، ونقل الاشارات والرسائل المتنوعة باستخدام أساليب تكنولوجية حديثة، وقدرة شبكة الفيسبوك باعتبارها أحد أهم وسائل الإعلام الشبكي على جذب التركيز الشخصي للمستخدمين وأعضاء صفحة المبادرة، والاعتماد على اللغة العربية العامية واللهجة المصرية كلغة طبيعية بسيطة.

سادساً – تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلات رئيسية يتفرع منها أسئلة فرعية:

- أ- كيف تناول خطاب مبادرة إتكلم عربي علي شبكة الفيسبوك الهوية الوطنية مضمونا وقالبا؟
- 1- ما التوصيف الشكلي لمبادرة "اتكلم عربي" عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟
- 2- ما هي الموضوعات التي تناولها الخطاب المنتج للمبادرة وعلاقته بتعزيز الهوية الوطنية لدي أبناء الجاليات المصرية؟
- 3- ما أهداف الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة "اتكلم عربي" عبر شبكة الفيسبوك؟

- 4- ما أهم استمالات الاقناع المستخدمة في رسائل الخطاب المنتج للمبادرة الموجهة لأبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية عبر شبكة الفيسبوك؟
- 5- من الشخصية التي تقدم رسائل الخطاب المنتج للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك؟
- 6- ما اللغة المكتوب بها رسائل الخطاب المنتج للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك؟
- 7- ما مدي وجود هاشتاج داخل الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة إتكم عربي عبر شبكة الفيسبوك؟

8- ما أشكال وقوالب رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك؟
ب- كيف يتفاعل أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية مع رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على شبكة الفيسبوك؟

- 1- ما أنماط تفاعل أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية مع رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك؟
- 2- ما اللغة المستخدمة لدى المتفاعلين من الجاليات المصرية وأبنائهم في كتابة التعليقات على الرسائل الاتصالية لخطاب المبادرة؟
- 3- ما اتجاهات مضمون تعليقات المتفاعلين من الجاليات المصرية وأبنائهم مع رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي؟
- 4- ما مدى تفاعل أدمن/القائم بالاتصال لمبادرة اتكلم عربي مع المتفاعلين من الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية؟
- ج- كيف عرضت الصفحة الرسمية لمبادرة اتكلم عربي تقييم الخبراء والمهنيين وآراء النخبة لدور المبادرة وخطابها المنتج عبر شبكة الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية؟
- د- كيف عرضت الصفحة الرسمية لمبادرة اتكلم عربي على الفيسبوك تناول وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية لدور المبادرة وخطابها المنتج عبر الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية؟

سابعاً - الإطار المنهجي للدراسة

1- نوع الدراسة

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة تحديداً دقيقاً واكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وهي دراسة كيفية تعتمد على مؤشرات كمية تهدف لبحث كيفية تناول الإعلام الشبكي متمثلاً في الخطاب المنتج عبر شبكة الفيسبوك للهوية الوطنية، وآليات تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، ورصد وملاحظة مدى تفاعل المستخدمين من الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول الأجنبية والعربية مع الرسائل الاتصالية لصفحة المبادرة الرئاسية الرسمية "اتكلم عربي" عبر صفحة الفيسبوك.

2- منهج الدراسة

أفرزت الرؤية النشطة لمستخدمي الإنترنت، منهج الإثنوجرافيا الافتراضية أو الرقمية (Virtual or Digital Ethnography)، وهو البحث الوصفي لثقافة الجماعات الإنسانية وأنماط تفاعلهم مع وسائل الإعلام الرقمي، حيث حلت دراسة المجتمعات الافتراضية محل المجتمعات الواقعية، وحل فضاء الإنترنت محل الجغرافيا، وأصبحت الكلمة والصوت والصورة المنتجة بواسطة البشر بديلاً عن البشر⁽⁶⁸⁾.

تهتم الإثنوجرافيا الافتراضية بدراسة أنماط تفاعل المستخدمين في سياقاتها المختلفة لوصف ثقافة الجماعة وتفاعلاتها، والاهتمام برسائل المتفاعلين التي تعكس هويتهم⁽⁶⁹⁾، وتحليل كافة النصوص والصور والمواد المرئية

والأشكال الحركية، وتحليل لغة الجسد ونبرة الصوت وتعبيرات الوجه والتي تعبر عن تمثيل الذات والهوية⁽⁷⁰⁾، هذا بالإضافة لتحليل كيفية استخدام المشاركين لكاميرات الفيديو والويب أن وجدت في التفاعل مع الآخرين. وتعد الملاحظة بالمشاركة أحد الأدوات المستخدمة في إطار الإثنوجرافيا الافتراضية لتوصيف وتحليل وتفسير أنماط تفاعل الأعضاء على موقع الدراسة⁽⁷¹⁾، وتنتج الإثنوجرافيا الرقمية ما لم تنتج أنماط البحوث التقليدية حيث يتمكن الإثنوجرافيون من إثبات مصداقيتهم في دراسة التفاعلات الإلكترونية بواسطة التسجيل في الموقع، ورصد وتسجيل الملاحظات عبر الوسائل المختلفة للإعلام الرقمي⁽⁷²⁾.

ووصفت منهجيات البحث الكيفي للبيئة الإلكترونية الافتراضية بالأساليب داخل سياق منهجي أوسع للإثنوجرافيا الإلكترونية الافتراضية التي تشمل مداخيل لإجراء الدراسات الإثنوجرافية للمجتمعات والجماعات الإلكترونية، حيث تستخدم الإثنوجرافيا الاتصالية عددًا من الأساليب تتضمن تحليل الخطاب، والمقابلات والملاحظة بغير المشاركة، والملاحظة بالمشاركة في كل من الساحات الواقعية والافتراضية، وتحليل النصوص الإلكترونية⁽⁷³⁾.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

في سياق الدراسة الحالية، يتكون مجتمع الدراسة من صفحة مبادرة اتكلم عربي على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي تضمنت الفيسبوك وانستجرام وتويتر واليوتيوب وتيك توك، وفقا لعلم الباحثة وإطلاعها وبحثها تعد هذه المبادرة الوحيدة من نوعها التي تسعى لربط الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية بوطنهم الأم مصر بشكل عام، وأبناء الجاليات المصرية من الجيل الثاني والثالث بشكل خاص وذلك من خلال الاعتماد على الآباء والأمهات من الجاليات المصرية في مختلف دول العالم، وتعتمد على تعليم أبناء الجاليات المصرية المقيمين في الدول الأجنبية بشكل خاص التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية باعتبارها أداة التواصل والتعرف على التاريخ والعادات والتقاليد والقيم والثقافة المصرية، بالإضافة إلى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية، ومدى تفاعل الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية الافتراضيين مع المبادرة ورسائلها، حيث ارتبط استخدام الإثنوجرافيا بصفحات شبكة الفيسبوك كأحد أشكال الشبكات الاجتماعية التي تبحث في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية. وتتمتع الصفحة بعرض كافة الرسائل المتعلقة بالهوية الوطنية المصرية بمختلف عناصرها.

ومن خلال معايشة الباحثة لصفحة الفيسبوك منذ انشائها في 13 أكتوبر 2020م وحتى 30 أبريل 2012م، لمدة سنة شهور، ورصد وتحليل كافة الرسائل المنشورة على الصفحة بمختلف قوالبها وأشكالها كمًا وكيفيًا، وتحديد ومتابعة الأعضاء المتواجدين على الصفحة ومدى تفاعلهم مع الصفحة ورسائلها، وذلك من خلال زيارة صفحاتهم الشخصية، وتحديد أماكن أقامتهم وجنسياتهم ونشاطاتهم من خلال المعلومات المتاحة على الصفحة الشخصية للأعضاء، حيث اتضح أن معظم الأعضاء من المصريين المتواجدين في الدول الأجنبية والعربية، وان تزايدت نسبة المصريين المتواجدين في الدول الأجنبية عن نظرائهم من الدول العربية، وتحليل مدى تفاعل الأعضاء من الجاليات المصرية في دول العالم من خلال تحليل رسائلهم ورصد تفاعلاتهم مع رسائل الصفحة، هذا إلى جانب فريق العمل الخاص بالصفحة والمؤسسات المشتركة مع الصفحة لتحقيق أهداف المبادرة، ومدى تفاعلهم مع الأعضاء المستهدفين من صفحة المبادرة.

تم اختيار الصفحة الرسمية لمبادرة اتكلم عربي على شبكة الفيسبوك وذلك لعدة أسباب:

- تعد صفحة المبادرة على الفيسبوك هي الأكثر متابعة بين الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية حيث بلغ عدد المتابعين لها 75.784 الف متابع، والمسجلين إعجاب بالصفحة 73.287 ألف، في حين بلغ عدد المتابعين على الانستجرام 1985 متابع، وعلى تويتر 100 متابع، واليوتيوب 431 مشترك، وتم إطلاق المبادرة على التيك توك 18 ديسمبر 2020م، وذلك وفقا لرصد على شبكات التواصل الاجتماعي لمبادرة اتكلم عربي.

- تتميز شبكة الفيسبوك بعدد من الخصائص الهيكلية التي تجعلها تجمع بين كافة مزايا شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الانستجرام وتويتر ويوتيوب وتيك توك، حيث يمكن عرض كافة أشكال وقوالب الرسائل عبر شبكة الفيسبوك، والتي تتضمن رسائل نصية طويلة وقصيرة، ومقاطع فيديو، وصور، والبث المباشر، وروابط لمختلف الوسائل، والهاشتاج على نقيض شبكة الانستجرام التي تقتصر على الصور ومقاطع الفيديو، وشبكة تويتر التي تتميز بالرسائل النصية القصيرة والهاشتاج، واليوتيوب التي يقتصر على عرض مقاطع الفيديو، وكذلك منصة التيك توك.

- تتيح شبكة الفيسبوك مساحة كبيرة لتفاعل الأعضاء المشاركين في الصفحات مع رسائلها ومضمونها، تفاعل تزامني في نفس وقت بث الرسالة، وتفاعل لاتزامني لاحق لبث الرسالة، وتتضمن أساليب التفاعل ابداء الإعجاب بمختلف المشاعر (Emoji) الخاصة بها، وكذلك كتابة التعليقات، ومشاركة الرسائل، والمشاهدة، وارسال البريد الإلكتروني، والرسائل عبر الماسنجر، وإمكانية ارسال ومشاركة الاعضاء لمقاطع الفيديو.

وتم استخدام أسلوب المسح الشامل لتحليل خطاب الهوية الوطنية المنتج عبر صفحة المبادرة على شبكة الفيسبوك، ودوره في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، ومدى تفاعلهم مع المبادرة ورسائلها، وتضمنت الفترة الزمنية مدة ستة شهور بداية من انطلاق المبادرة في أكتوبر 2020م وحتى 30 أبريل 2021م، وبلغ عدد المنشورات النصية والمرئية 210 منشور.

4- زمن وطرق وأدوات الدراسة الإثنوجرافية

تم توصيف صفحة الفيسبوك للمبادرة "اتكلم عربي"، في سياق الإثنوجرافيا الافتراضية، من خلال الملاحظة بدون المشاركة، ثم الملاحظة بالمشاركة، حيث تم التدوين اليومي لكل المنشورات الخاصة بالصفحة، ورصد كافة مظاهر التفاعل الإنساني التي تم ملاحظتها على الصفحة. وقد تمت الدراسة على ثلاث مراحل بعد أن سجلت الباحثة إعجابها ومتابعتها للصفحة:

- ارتبطت المرحلة الأولى بالملاحظة المبدئية للمنتدى في شهر أكتوبر 2020م للتعرف بصورة عامة على الصفحة، ورسالتها، ونظمها، وخصائص المتابعين والمعجبين بالصفحة، ومواقعها على شبكات التواصل الاجتماعي ومدى التفاعل مع هذه المواقع.

- اتسمت المرحلة الثانية بالملاحظة دون المشاركة من قبل الباحثة للصفحة ونشاطها ومدى تفاعل المستخدمين، من حيث نمط التفاعل، وطبيعة الرسائل المطروحة، وكيفية عرضها لعناصر ومكونات الهوية الوطنية المصرية، والقوالب والأشكال التي عرضت من خلالها هذه الرسائل على الصفحة، ورصد الآليات المستخدمة لتحقيق أهداف المبادرة المذكورة في رسالتها على الصفحة، وثقافة المستخدمين وأنماط تفاعلهم مع الصفحة بمختلف أنشطتها وفعاليتها،

وكيفية استقبال الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية لرسائل المبادرة على الصفحة، وتعزيزهم لتحقيق أهداف المبادرة في دعم الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها لديهم ولدي أبنائهم من الجيل الثاني والثالث، وثقافة المستخدمين وتفاعلهم وتعاملاتهم عبر صفحة المبادرة من خلال كتابة التعليقات وابداء الإعجاب ومشاهدة المواد المرئية التي يتم بثها على الصفحة، ومتابعة بث كافة الأحداث الخاصة بمصر على الصفحة، ومشاركة الجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم الأجنبية والعربية في المعسكرات الافتراضية التي تعقدها المبادرة عبر صفحة الفيسبوك بالاعتماد على تطبيق الزووم وبثها مباشرة.

- أما المرحلة الثالثة والأخيرة، فقد اعتمدت على الملاحظة بالمشاركة، وفقاً لأخلاقيات البحث الانتوجرافي والنتوجرافي الافتراضي ارسلت الباحثة لرسالة لأدمن صفحة المبادرة تحديداً في تاريخ 16 مارس 2021م بإجرائها لدراسة علمية على صفحة المبادرة على الفيسبوك، وتحليل خطاب الهوية الوطنية المنتج عبر صفحة المبادرة، ودوره في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجاليات المصرية وأبنائهم من الجيل الثاني والثالث في الدول الأجنبية والعربية، ورصد مدى تفاعلهم مع صفحة المبادرة وأنشطتها، وأنماط هذا التفاعل، وتم مشاهدة الرسالة دون الرد عليها، كما شاركت الباحثة بكتابة التعليقات على بعض رسائل المبادرة على صفحة الفيسبوك، وابدئ بعض أعضاء الصفحة الإعجاب بها من خلال الايموشن الخاصة بالفيسبوك، وذلك في إطار الإجراءات المسموح بها على صفحة المبادرة على الفيسبوك. وتشير الباحثة إلى عدم قدرتها على الإلتزام الدقيق بهذا التقسيم الجامد، حيث أحالتها بعض المشاركات لفترات سابقة أو لاحقة لمرحلة الدراسة الحالية⁽⁷⁴⁾.

ثامناً - إجراءات الصدق والثبات للدراسة

تم عرض صحيفة التحليل الانتوجرافي لخطاب الهوية الوطنية المنتج عبر الصفحة الرسمية لمبادرة "اتكلم عربي" على شبكة الفيسبوك على مجموعة من المحكمين من الأساتذة والخبراء المتخصصين في مناهج البحث والإعلام⁽⁷⁵⁾، للتأكد من صدق الأداة في قياس ما أعدت لقياسه بالفعل، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيهات بعضهم. اعتمد البحث بشكل أساسي على دراسة كيفية تعتمد على مؤشرات كمية، في إطار ذلك قامت الباحثة بإجراء ثبات فئات التحليل الكمي مع اثنين من المحللين⁽⁷⁶⁾ بعد شرح صحيفة التحليل الانتوجرافي لخطاب الهوية الوطنية المنتج عبر صفحة المبادرة على الفيسبوك لهما وتزويدهما بقائمة التعريفات الخاصة بفئات التحليل. وتم إجراء الثبات على 21 بوست بنسبة 10% من إجمالي مجتمع الدراسة البالغ 210 بوست، وذلك بهدف معرفة مدى وضوح وثبات التساؤلات، وبلغت قيمة الوسيط 82%؛ مما يؤكد ثبات الصحيفة وصلاحيته للتطبيق وتعميم النتائج.

تاسعاً - تفسير ومناقشة النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية الكيفية

أ- كيفية تناول الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك للهوية الوطنية مضموناً وقالباً، ومدى فاعلية توظيف الخصائص الهيكلية للفيسبوك كوسيلة إعلامية لتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية

يعتمد إجابة هذا التساؤل الرئيسي على عدة أسئلة فرعية تتناول مضمون الرسائل الاتصالية للمبادرة عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والموضوعات التي تطرحها، وتحديد أهداف الرسائل الاتصالية على الصفحة، واستمالات الاقناع المستخدمة في هذه الرسائل، واللغة المكتوب بها الرسائل، والقوالب التي اعتمدت عليها لتوصيل الرسائل إلى أبناء الجاليات

المصرية بالدول العربية والأجنبية، والشخصيات التي ترسل الرسائل، ومدى وجود هاشتاغ داخل الرسائل، واسم المبادرة وكيفية التعبير عنه. واعتماد شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الخصائص الهيكلية الخاص بها والتي تضمن التفاعلية، والقدرة على نقل رسائل متنوعة بأساليب تكنولوجية حديثة، وقدرة الوسيلة على نقل رسائل متنوعة بأساليب تكنولوجية حديثة، إلى جانب قدرتها على جذب التركيز الشخصي للجمهور المستهدف، واستخدام لغة بسيطة وطبيعية، وذلك لتحقيق فاعلية وصول هذه الرسائل إلى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها ومكوناتها لديهم.

1-التوصيف الشكلي لمبادرة اتكلم عربي

نشأ حساب مبادرة "أتكلم عربي" على الفيسبوك في 13 أكتوبر 2020م، وهي مبادرة أطلقتها وزارة الدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج، وتحظى برعاية السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي رئيس الجمهورية، وهي أحد المبادرات القومية التي تستهدف ربط أبناء المصريين بالخارج بوطنهم وتعليم اللغة العربية، والحفاظ على الهوية الوطنية وتعريف أبناء الجيل الثاني والثالث من أبناء المصريين في الدول الأجنبية والعربية بالتراث والعادات والتقاليد المصرية. وتنوعت حسابات المبادرة على شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر وانستجرام وتيك توك، وحظيت بتفاعل عالي مع الجمهور المستهدف، وصرحت بذلك السفيرة نبيلة مكرم وزيرة الهجرة في أحد الندوات الخاصة بالمبادرة وبثت عبر صفحة الفيسبوك "مبادرة وطنية خالصة مليئة بالمحبة، لما اشتغلنا فيها لقينا كل العناصر الوطنية المحبة للدولة بتتجمع في هذه المبادرة، الدولة بتقابل حروب وتحديات كثيرة، والحروب مبقتش دلوقتي أسلحة ودبديات حرب ثقافية وحرب سياحية وحرب اشاعات، المبادرة ديه جزء من خط الدفاع عن الدولة اللي من ضمن الحروب اللي بتقابلها حرب طمس الهوية علشان كده ان احنا مصريين وبتكلم عربي ده بيبقي خط دفاع عن الدولة وعن هويتنا المصرية"، "المبادرة ديه زي ما بقولكم عاملة زي مغناطيس والقي فريق الأحلام اللي حس ان هذه المهمة مهمة وطنية قبل اي حاجة، ودية اللي خلني نوصل فوق المليون"، "مبادرة اتكلم عربي مش بس علشان لغتك لا علشان كمان تعيش تاريخك وتعيش تراثك، مبادرة تزرع الوطن في قلوب الصغيرين والكبار في كل مكان في العالم"، وأصدرت المبادرة بالتعاون مع نهضة مصر و google play تطبيق تفاعلي لتعلم اللغة العربية والتعريف بالهوية المصرية عبر الموبايل.

وتحددت أهداف المبادرة وفقاً لعدد من الرسائل النصية المعروضة على الصفحة الرسمية لها في تعليم ابناء الجيل الثاني والثالث من المصريين المغتربين في الدول الأجنبية والعربية التحدث باللغة العربية، واللهجة المصرية، وتعليمهم القيم والثقافة المصرية، وتسليمهم مفاتيح الهوية الوطنية المصرية من لغة وحضارة وثقافة بأسلوب سهل ومناسب لكل الأعمار، هذا بالإضافة إلى تنمية المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة)، وتعزيز الهوية الوطنية لدى الأجيال الناشئة من المصريين بالخارج، وتحقيق الكفاءة الاتصالية، وإكساب المتعلمين القدرة على الاتصال بالأهل والأصدقاء في مصر وخارج مصر.



(شكل رقم 1) أهداف وحسابات مبادرة إتكلّم عربي عبر الصفحة الرسمية على الفيسبوك وعقب تبني الرئيس السيسي في 26 نوفمبر 2020م مبادرة "إتكلّم مصري" لتصبح رسمياً مبادرة رئاسية بأسم "إتكلّم عربي"، كلف الرئيس السيسي وزارة الهجرة بالعمل على البث المباشر للأحداث المصرية المهمة سياسية، رياضية، ثقافية، فنية، والعمل على زيادة الترابط بين الأبناء المصريين في مختلف الدول، والقدرة على بث المعلومات الصحيحة الخاصة بالشأن المصري، والتذكير والتعريف بالمناسبات الوطنية والدينية وتوقيتاتها، والاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لإتاحة الفرصة للشباب والأطفال بالخارج اكتشاف وطنهم الأم مصر والتحديات التي تواجهها، باعتبار أبناء الجيلين الثاني والثالث هم سفراء مصر في الخارج، وأهمية أن يكونوا على دارية كاملة بما يحدث في وطنهم الأم، بعيداً عن المعلومات المغلوطة المتداولة في الإعلام الخارجي، والحفاظ على الهوية والثقافة العربية والمصرية، وقبول الآخر، ومواجهة حرب طمس الهوية التي يتعرضوا لها في الخارج، وترسيخ الهوية العربية والمصرية في نفوسهم.

وتطرح المبادرة محتوى تفاعلي بسيط بما يتناسب مع الفئة العمرية المستهدفة شكلاً ومضموناً، لأبناء الجيل الثاني والثالث من المصريين المقيمين في دول العالم، اعتماداً على نشر الكلمات العربية الشائعة، وتعليم أحرف اللغة العربية وكذلك عمليات الدمج بين هذه الأحرف كي تصل إلى مرحلة تكوين الكلمة، من خلال أنشطة تفاعلية للأطفال يشارك فيها كل أفراد الأسرة، وتضمن قصص وأغاني وفيديوهات تلائم كل المستويات.

وفي بداية المبادرة عبر شبكة الفيسبوك تبنت أغنية "الأرض بنتكلم عربي" غناء سيد مكاي، وتألّف الشاعر فؤاد حداد، وهي أغنية ظهرت عقب نكسة 1967م في إطار المجهود الحربي للدفاع عن مصر، وتضمنت كلماتها "مطولش معك الإله الأرض بنتكلم عربي احنا مبنعرفش نحزن مبنعرفش نتكس احنا ناس مبنعرفش الإله، احنا بنعرف بس نكمل ونطلع لأدام"، وفي 27 فبراير 2021م أعلن عبر صفحة المبادرة على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك عن الأغنية الرسمية للمبادرة "إتكلّم عربي" بصوت كارول سماحة وتألّف مدحت العدل وتلحين وتوزيع ميشيل فاضل، والتي يضيف تعاونهما بصدد الأغنية الرسمية للمبادرة بعداً قومياً وعربياً مهماً للمبادرة، ويمتد بها إلى أفاق إقليمية أوسع تؤكد على رسائل الهوية وربط المصريين المقيمين في الخارج بجذورهم وترسخ دور مصر القومي والعربي.

وعبرت كلمات أغنية المبادرة عن معاني الوطن ومكونات الهوية الوطنية المصرية التي تتضمن اللغة والتاريخ والأرض والعائلة والعادات والتقاليد، وأهمية ربط الجمهور المستهدف بهذه المعاني حيث تضمنت "الكلام مش الحروف دا عيون مليانه شوف لغة بلادك يعني ذاتك

تحرك من أي خوف اتعلم واتكلم عربي هنا أهلك حضنك وأمانك فاتحين أحضانهم بالعربي يقولوا لك بيتك ومكانك، في بلاد ثانية جميلة أكيد أتربيت وكبرت هناك لكن الشمعة اللي حتقيد وحتفضل في الشدة معك، ناسك اللي بيخافوا عليك ويحاربوا الأهوال علشانك، الجسر اللي ما بينا الكلمة والكلمة دي الدفا والنور تعرف لغتي وتكلمني تلغي المسافات والسور، لما تشوف النيل بعينك الفرحة تلون أحزانك، اتعلم واتكلم عربي".

ودُعمت هذه الكلمات التي تعبر تعبيرًا واضحًا عن معنى الوطن وعناصر الهوية الوطنية ومكونات الشخصية المصرية الأطر البصرية للأغنية والتي احتوت على عديد من الرموز المرئية اللفظية وغير اللفظية التي تعبر عن كلمات ومعاني أغنية المبادرة مثل الأماكن التي تضمنت المدارس المصرية، خان الخليلي، البرج، الاهرامات أبو الهول، وقلعة قايتباي، ومحافظات الأقصر وأسوان والاسكندرية، وفنات الشعب المصري الصعيدي الفلاح، ورحلات وزيرة الهجرة مع الشباب والأطفال المصريين المغتربين في بلاد العالم عند زيارة مصر في عديد من المناطق الأثرية، والرموز الايقونية مثل علم مصر، والخريطة، والأرض، والأهل، وشنطة السفر، وشخصيات المصرية على طوابع بريد مثل الشيخ محمد متولى الشعراوي، السيدة مريم العذراء، أم كلثوم، عبد الحليم حافظ، وعبد الرحمن الابنودي، وعباس العقاد، وخطأ كتابة اللغة العربية بأسلوب (الفراكتو عرب) كتابة العربي بحروف وأرقام لاتينية، وعلامة لاغيه عليه، (Zamel eih2)، وتصحيحها باللغة العربية العامية واللهجة المصرية (عامل أيه؟)، بالإضافة إلى استخدام رموز ورسوم فرعونية، ويعرض الشكل التالي الأطر البصرية للأغنية، ودورها في تدعيم الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية.

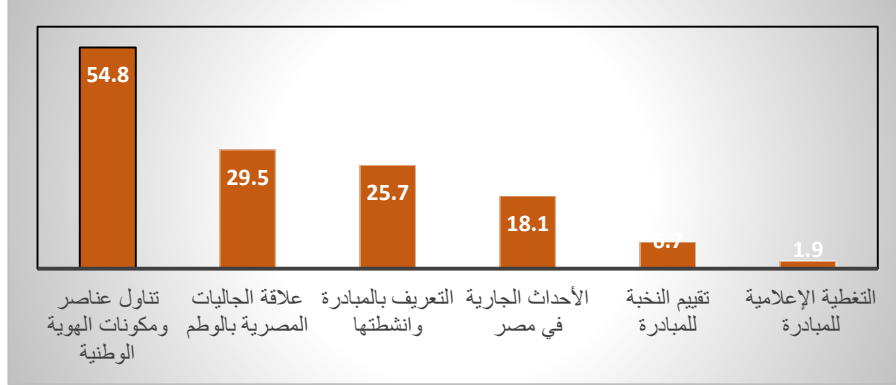


(شكل رقم 2) الأطر البصرية لأغنية المبادرة "اتعلم واتكلم عربي" شعار المبادرة

وفيما يتعلق بفكرة شعار المبادرة وفقا لما صرح به د. أشرف رضا مصمم الشعار على الصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك، انه راعى في التصميم كل الأنماط والرموز المستوحاه من الهوية البصرية المصرية المحلية بشكلها المجرد، ومن بينها الزخارف النوبية وبعض رموز الحضارة الفرعونية مع التأكيد على الألوان المصرية الخالصة، واستخدام نمط حديث تكتب به كلمة "إنكلم مصري" ليصبح مناسبًا لطبيعة المبادرة والفئة العمرية التي تستهدفها.



(شكل رقم 3) شعار مبادرة إنكلم عربي عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك
2- موضوعات الخطاب المنتج لمبادرة إنكلم عربي عبر الفيسبوك وعلاقته بتعزيز الهوية الوطنية.



(شكل رقم 4) موضوعات الخطاب المنتج لمبادرة إنكلم عربي عبر الفيسبوك وعلاقته بتعزيز الهوية الوطنية

وفقا للشكل السابق، يتضح أن الرسائل الاتصالية لخطاب المبادرة عبر الفيسبوك ركزت على تناول عناصر ومكونات الهوية الوطنية المصرية بنسبة 54.8%، وفي الترتيب الثاني بفارق نسبي بلغ 25.3% علاقة الجاليات المصرية بوطنهم الأم مصر بنسبة بلغت 29.5%، فالتعريف بالمبادرة وأهدافها وأنشطتها في الترتيب الثالث بنسبة 25.7%، كما عرضت وفقاً لأهداف المبادرة الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والرياضية التي تحدث في مصر بنسبة 18.1%.

وتناول الخطاب المنتج للمبادرة عبر الصفحة الرسمية على شبكة الفيسبوك مكونات الهوية الوطنية المصرية في مقدمتها التاريخ واللغة والعادات والتقاليد، والقيم والثقافة والدين، وذلك من خلال مجموعة من الرسائل بعنوانين محددة يسبقها علامة الهاشتاج، والتي تعد من أهم الخصائص الهيكلية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتضمنت # أنا مصري، # أعرف بلدك، # اعرف تاريخ بلدك، # اتعلم عربي، والتعرف على الأحداث السياسية والاقتصادية والتاريخية والاجتماعية والفنية التي تقع في مصر بواسطة عديد من الرسائل الموجهة عبر # يحصل في مصر، وفيما يلي عرض نماذج من هذه الرسائل الاتصالية التي حثت على تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية:

أنا مصري

ركزت الرسائل الاتصالية في # أنا مصري على دعم الوحدة الوطنية في مصر باعتبار الشعب المصري مسيحين ومسلمين نسيج واحد متكامل، وبالتالي تعريف هويتنا "أنا مصري" لا "أنا مسلم" ولا "أنا مسيحي"، وتضمنت عديد من الموضوعات الخاصة بالاحتفالات الدينية لدى مسيحي ومسلمي مصر، وكيفية الاحتفال المشترك بينهم بكافة المناسبات الدينية المصرية المسيحية والإسلامية باعتبارهم مصريين، دون تعريف هويتهم وذاتهم بالدين.



➤ **عيد الغطاس وسر القلقاس:** احتفال الكنسية القبطية في مصر والعالم بعيد الغطاس المجيد، وبعض طقوس الاحتفال الخاصة بهذا العيد ترجع إلى ما قبل ظهور المسيحية تحديداً في عيد التحول إلى الشتاء لدى الفراعنة الذين كانوا يغطسون في مياه النيل محتقلين بحرث الأرض ونثر البذور، واحتفظ الأقباط بالتقويم القبطي وبأسماء الشهور الفرعونية، ومازالت الكنسية القبطية تستخدم التقويم القبطي في كل طقوسها وأعيادها، ولأن

كنسيتنا وطنية احتفظت باسم الكنسية القبطية الأرثوذكسية وبعقريّة مصرية وحافظت على ربط المصري بين أعياده ومناسباته وبعض الأكلات التي أعطاهها معاني ورموز لها علاقة بالعيد ففي الغطاس، يأكل المصريون "القلقاس والقصب" لأنهم وجدوا أنه في طقس المعمودية "الغطاس" تغطس الأطفال حديثي الولادة في المياه ثلاث مرات، الولد عند عمر 40 يوماً، والبنت عند 80 يوماً، والقلقاس من الدرنيات التي تغمر بالمياه بالكامل عند زراعتها رمزاً للمعمودية التي تغمر مياهها المعمد بالكامل، كما أن القلقاس قلبه أبيض رمز لحالة النقاء والطهر التي يصبح عليها الإنسان بعد المعمودية، والمعمودية نفسها ترمز للولادة الجديدة والتخلص من خطايا الماضي، والقصب هو أبيض القلب حلوا المذاق إذا عصر مثلاً لما يجب أن يكون عليه المسيحي إذا تعرض للألم، وله قشره صلبة ترمز لتحمل المشقات بصلاية وجلد، ويتجاوز هذا الاحتفال الطقسي الحدود الدينية ليصبح احتفالاً مصرياً قومياً.

➤ **إطلاق مبادرة أهل رمضان من قلب مطرانية السيدة العذراء** كلنا واحد رمضان كريم بمدينة 6 أكتوبر، تهنئة ولاد مصر بالخارج بحلول شهر رمضان الكريم، بهجة رمضان في مصر غير أي مكان في الدنيا من حى شبرا أهلنا الطيبين علقوا الزينة واشتروا الفوانيس رمضان كريم على كل المصريين.

➤ **احتفال رمضان،** احنا المصريين طول عمرنا أيد واحدة وبنشارك بعض في كل المناسبات، زى ما احتفلنا كلنا بـ"أحد السعف"، راهبات مدرسة "يوسف الظهور" بحى العباسية في القاهرة يشجعوا ولادنا على عبادات شهر رمضان الكريم من صوم وصلاة، وعادات وتقاليد فرحة الفانوس والزينة، وذلك من خلال عرض مقطع فيديو يتضمن "المديرة: بنعمل ايه في شهر رمضان الأطفال بتصوم وزينة وحاجات حلوة طيب انتم في شهر رمضان ميتقدروش تصوموا انتم لسه صغيرين صح والا لا؟، الطلاب: صح، المديرة: بس تقدرنا تعملوا حاجة ثانية، ايه الحاجة الثانية اللي تقدرنا تعملوها تقدرنا تصلوا تعرفوا تصلوا والا متعرفوش، الطلاب: نعرف، المديرة: تقولوا لبابا ولماما احنا دلوقتى في شهر رمضان لازم نصلى بابا هيعلمك وماما هتعلمك ازاي تصلى، الطلاب: أنا يعرف أصلى، مديرة المدرسة: برافو عليكى وحاجة تاني نعملها، الطلاب: نقرا قرآن، مديرة المدرسة: حاجة ثانية نقدر نعملها نعمل خير

يعني ايه نعمل خير، يعني في ناس معندهاش لباس معندهاش أكل واحنا عندنا اكل كثير ولبس كثير وفلوس كثير نفكر في الناس الفقراء دول صح والا مش صح، الطلاب: صح، مديرة المدرسة: يبقي اللي تقدرنا تعملوه حاجتين ان احنا نصلي ونساعد الناس، وهنا ممكن نساعد أصحابنا ازاى، برافو عليكي لما حد يقع نجرى نشيله ونساعده، لما حد يطلب مننا مساعدة نقوله حاضر، برافو عليكي، واحدة عندها شنطة ثقيلة جدا ممكن اساعدها والا مش ممكن اساعدها، لما تروحوا تقولهم sister سعاد بتقولكم كل سنة وانتم طيبين علشان حلول شهر رمضان المبارك هتتسوا والامش هتتسوا، مش هتتسوا طبعاً علشان انتم شاطرين او كيه كل سنة وانتم طيبين يا حلوين".



(شكل رقم 5) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لكيفية الاحتفال بـرمضان في مصر

بيحصل في مصر

هدفت المبادرة إلي جعل المصريين المغتربين في دول العالم على علم ودارية بما يحدث في مصر وداخل الأراضي المصرية في إطار ربطهم بوطنهم الأم مصر، وغرس الهوية الوطنية في نفوسهم ومواجهة حرب طمس الهوية التي يتعرضون لها، ومحاربة المعلومات المغلوطة عن وطنهم في وسائل الإعلام الخارجية، وتوافقاً مع ذلك عرض الخطاب المنتج لصفحة المبادرة على شبكة الفيسبوك عديد من الرسائل بعنوان # بيحصل في مصر تحقيقاً لهذا الهدف في إطار دور الإعلام الشبكي بشكل عام وشبكة الفيسبوك بشكل خاص في غرس الهوية الوطنية لدي الجمهور المستهدف من المبادرة، وتناولت الأحداث السياسية والاقتصادية والتاريخية والفنية والاجتماعية التي تحدث في مصر بمختلف القوالب والأشكال التي تبيثها وتثري بها شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك كوسيلة إعلامية ما بين النصوص المكتوبة والصور الثابتة وإضافة الروابط والبث الحي للأحداث، وبث مقاطع الفيديو، وعرض الأغاني الوطنية، وفيما يلي نماذج من أبرز ما تضمنته وعرضته صفحة المبادرة من الأحداث التي تقع في مصر خلال فترة الدراسة:

- تصنيف وكالة بلومبرج الاقتصادية لمصر ضمن أقوى 10 اقتصاديات على مستوى العالم بسبب درجات النمو الثابتة التي حققها اقتصادنا بالرغم من أزمة كورونا التي تأثرت بها أغلب دول العالم.

- الاحتفال باليوم العالمي للغة العربية عرضت صفحة الفيسبوك في إطار دورها لتعزيز الهوية الوطنية عديد من البوستات المتنوعة بين النصوص المكتوبة، والصور، والفيديوهات المسجلة لإبراز احتفال اليونسكو باليوم العالمي للغة العربية، لتوضيح أهميتها وضرورة تعلم الأطفال المصريين المغتربين في الدول الأجنبية التحدث باللغة العربية، ففي هذا اليوم قررت الجمعية

العامة للأمم المتحدة عام 1973م ان تكون اللغة العربية لغة رسمية سادسة في المنظمة، فاللغة العربية يتحدث بها يوميا ما يزيد على 400 مليون نسمة من سكان العالم.

-فعاليات الدورة الـ42 من مهرجان القاهرة السينمائي الدولي في الأوبرا المصرية، ومستمر لـ10 ديسمبر، المهرجان يعرض 84 فيلم من كل دول العالم منهم 10 أفلام مصرية، وخلال حفل الافتتاح كرمت إدارة المهرجان السينارست والكاتب المصري الكبير وحيد حامد وإهدته جائزة "الهرم الذهبي التقديري" تقديراً لمسيرته المهنية التي امتدت على مدار 50 سنة قدم فيها أكثر من 40 فيلم وحوالي 30 مسلسل.



-افتتحت مصر خلال الست سنين اللي فاتوا 21 جامعة جديدة ما بين خاصة وحكومية وأهلية في مختلف أنحاء مصر، وكان آخرهم جامعة شرم الشيخ اللي أصدر الرئيس عبد الفتاح السيسي قرار بإنشائها، وتضم عدد كبير من الكليات منها الصيدلة وطب الأسنان والسياحة والفنادق وكلية الدراسات العليا.

-احتفال القاهرة بعيد تأسيسها الألف وخمسين بالتزامن مع اختيار اليونسكو لها كعاصمة للثقافة والحضارة لسنة

2020م، بإصدار عدد من العملات التذكارية اللي بتحمل صور لمجموعة من أهم الآثار الإسلامية منها الجامع الأزهر وجامع الأقمر وفيه الإمام الشافعي وجامع السلطان حسن وجامع محمد علي، وتعتبر مدينة القاهرة واحدة من أبرز المدن التراثية القديمة على مستوى العالم المسجلة على قائمة التراث العالمي بسبب آثارها المعمارية والفنية الجميلة والفريدة من نوعها.

-استقبال حديقة الحيوان بالجيزة 3 زرافات جديدة، وتم تجهيز بيت جديد لهم على مساحة 2 فدان، تم استيرادها من جنوب أفريقيا، وعمل الفحوصات الطبية لهم قبل نقلهم من مطار القاهرة لحديقة الحيوان في الجيزة، والتي تعد واحدة من أكبر وأعرق حدائق الحيوان في إفريقيا، افتتحها الخديوي محمد توفيق ابن الخديوي إسماعيل عام 1891م، وعلى مدار تاريخها حافظت على مكانتها كأفضل أماكن الفسح والخروجات للأسرة المصرية.

- تزيين شوارع القاهرة بشجرة الكريسماس وأهم الأماكن بالقاهرة بأشجار الكريسماس والزينة المبهجة لاستقبال السنة الجديدة، والاحتفال بأعياد الميلاد المجيدة.



(شكل رقم 6) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك للأحداث التي تقع في مصر



- دقت أجراس الكنائس الأرثوذكسية لتعلن ذكرى ميلاد السيد المسيح يترأس البابا تواضروس الثاني، بابا الإسكندرية بطريرك الكرازة المرقسية، قداس عيد الميلاد بدير الأنبا بيشوي بالمقر البابوي بكنيسة التجلي بوادي النطرون، بدون حضور شعبي بسبب ظروف جائحة كورونا وحفاظاً على التباعد الاجتماعي، تم افتتاح كنيسة التجلي، في أوائل عام 2016م، ويغلب عليها اللون الأبيض لأنها تمثل الأبدية، ويبلغ ارتفاع الكنيسة 18 متراً، والهيكل شبه جبل التجلي، والمقر البابوي الذي به الكنيسة على شكل حمامة طائرة لها جناحين عبارة عن قاعتين إحداهما للمجمع المقدس والأخرى للاحتفالات ومباني سكنية على الجانبين.

- عرض رابط فيديو لتطوير وإعادة تشغيل نافورة النيل بألوانها وجمالها في القاهرة مع رسالة نصية "شوفوا بلدكم حلوة أدأيه وبتطور أزاى".

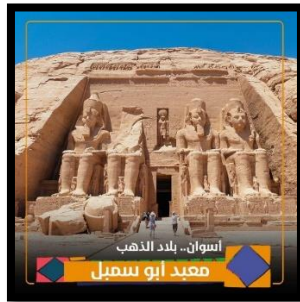
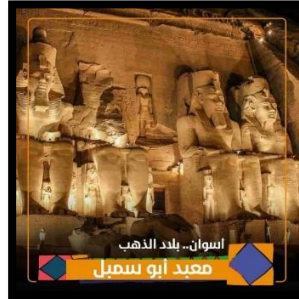
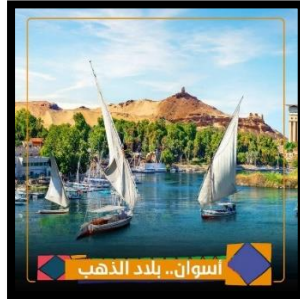
- تهنئة الرئيس المصري للشعب المصري بمناسبة ذكرى العاشر من رمضان (نصر أكتوبر) ويقدم التحية للشهداء الذين حققوا هذا النصر العظيم، والتي تعكس عبقرية العسكرية المصرية في استرداد الأرض وقهر المستحيل، وتحية احترام والتقدير لشهداء الواجب الذين حققوا هذا النصر العظيم، واستلهم روح الاصرار على صون كرامة الوطن، والاستعداد الدائم والقوي لتقديم أسى معاني الولاء والانتماء والتضحية لكسب اى معركة في الحياة. تحيا مصر.

أعرف بلدك

في إطار سلسلة أعرف بلدك وجه الدعوة لأبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية بزيارة عديد من الأماكن والمحافظات في مصر اثناء إجازتهم عبر رسالة نصية تتضمن "في إجازتك الملى جايه زيارة أسوان لازم تكون في الخطة عشان تكشفوا جمالها بنفسكم"، وتضمن الخطاب المنتج للمبادرة توجيه عديد من الرسائل الاتصالية لتعريف أبناء الجاليات المصرية بمصر ومحافظاتها وأكلاتها وشخصياتها، ومن نماذج هذه الرسائل:

- أسوان.. بلاد الذهب: "أهلها وجوها بيخلوا الناس تيجي تزورها من كل مكان، لأنها مدينة التاريخ والجمال والطبيعة، من جزيرة معبد فيله لأبوسمبل لنهر النيل والسد العالي، وأحلى جولة وقت العصري في أحضان طبيعتها الساحرة وعظمة أجدادنا وفخرنا بحضارة صنعوها من الألف السنين" خلال الأسبوع هنقول لكم معلومات كثيرة عن أسوان علشان تشوفوها بعيون مصرية وتعرفوا أكثر عن جمالها وحلاوة أهلها.

- معبد أبوسمبل: واحد من أجمل وأعظم المعالم الأثرية في أسوان، اتبني سنة 2400 قبل الميلاد وجواه تماثيل ضخمة علشان تيبث الرعب في قلوب أعداء مصر الفرعونية، ويرجع اهمية المعبد لارتباطه بظاهرة تعامد الشمس على وجه تمثال الملك رمسيس اللى بتحصل مرتين في السنة وبيجيلها مخصوص زوار من كل بلاد العالم، عشان يشكل إعجاز حقيقي أمام زوار المعبد.



(شكل رقم 7) نماذج صور المباراة المعروضة على صفحة الفيسبوك لمحافظة أسوان

- **معبد فيله:** واحد من أكثر الإعجازات الفرعونية في التصميم والبناء حيث يتميز بموقع خلاب وسط النيل، بناه الملك بطليموس الثاني، شارك عدد كبير من الملوك البطالمة في بنائه، اكتسب المعبد في كل القرون مكانة خاصة في العبادات، اشتهر بأهم قصص وأساطير الحب والوفاء في العصور القديمة وهي قصة حب إيزيس وازوريس، من أهم المزارات السياحية التي اناس بتزورها في أسوان، ويرجع اسم "فيله" إلى اللغة الإغريقية والتي تعني "الحبيبة أو الحبيبات"، أما الاسم المصري والقبطي هو "بيلاك" ويعني الحد أو النهاية لأنها كانت آخر حدود مصر في الجنوب، انتقل المعبد سنة 1972م بالكامل من جزيرة فيله إلى جزيرة أجليكا القريبة منها بعد بناء السد العالي للخوف عليه من الغرق.

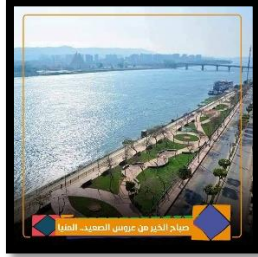
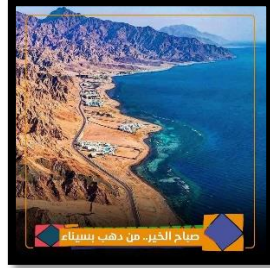
- **ذكرى إنشاء جامعة القاهرة:** ثاني أقدم الجامعات المصرية والرابعة عربياً، تخرج منها رؤساء وعلماء حصلوا على جائزة نوبل، تأسست في زمن الاستعمار، حاربت من أجل التعليم والتنوير، وهي أحد أهم منارات العلم في مصر والوطن العربي لما تحتويه من أساتذة ومقننات كمكثبتها التي تحوى العديد من كتب التراث الثقافي، جامعة القاهرة تأسست على يد زعماء الحركة الوطنية مثل مصطفى كامل وسعد زغلول ومحمد عبده، وتغيرت مسمياتها من الجامعة المصرية الأهلية مروراً بجامعة فؤاد الأول وصولاً إلى جامعة القاهرة التي نعرفها الآن، وتحضن الجامعة حالياً 21 كلية و4 معاهد و3 مركز دراسات.

- **تعامد الشمس على قدس الأقداس بمعبد الكرنك:** في 21 ديسمبر من كل عام يبدأ في مصر ومعه بتعامد الشمس على مقصورة "قدس الأقداس" الإله آمون بمعبد الكرنك، وهي ظاهرة فريدة تعكس عظمة الحضارة الفرعونية القديمة، وتجذب السياح من كل العالم والمصريين لزيارة الأقصر، ومتابعة تلك الظاهرة الفريدة، وتعتبر مقصورة "قدس الأقداس" أهم أجزاء المعبد، وهي "مقصورة المعبود" وقتها كان يقدم الملك القرابين للآلهة، وتم رصد ظاهرة تعامد الشمس على المعبد للمرة الأولى عام 2012م، بتعامد الشمس على قدس أقداس الإله آمون في ذكرى يوم ميلاده يوم 21 ديسمبر من كل عام.



(شكل رقم 8) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لسلسلة # أعرف بلدك
- وعرض صور لعدد من الأماكن والمحافظات المصرية في إطار صباح الخير من مصر، مثل شارع عماد الدين بالقاهرة جمال لا يوصف، صباح الخير من #الأقصر، صباح الخير من #دهب #سيناء،

صباح الخير من سيوه، صباح الخير من محطة الرمل الإسكندرية، صباح الخير من عروس الصعيد..
ألمنيا، صباح الخير من الواحات البحرية



(شكل رقم 9) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لمحافظة وأماكن مصرية
اعرف تاريخ بلدك

اعتمد الخطاب المنتج للمبادرة على صفحة المبادرة على الفيسبوك على جذب انتباه أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية لمعرفة التاريخ المصري من خلال بث عديد من رسائل التنوية عن حدث نقل المومياوات بداية من 2 ديسمبر 2020م، وحتى البث المباشر للحدث 3 أبريل 2021م، الموكب الذهبي لـ 22 مومياء ملكية تجوب شوارع القاهرة العريقة من المتحف المصري في التحرير إلى المتحف القومي للحضارة المصرية، وعرض هذا الحدث بعنوان # أعرف تاريخ بلدك عبر قوالب متنوعة للرسائل الاتصالية على صفحة المبادرة تضمنت النصوص المكتوبة المصاحبة لصورة فوتوغرافية، وعديد من مقاطع الفيديو، والتنويهات المرئية الوطنية، إلى جانب البث المباشر للحدث والأفلام التسجيلية التي تتضمنها، وأغنية محمد منير "أنا مصر اللي من غير ميزان الدنيا دي يختل"، وفي إطار أهداف المبادرة واعتماداً على ثراء مزايا شبكة الفيسبوك باعتبارها أهم وسائل الإعلام الشبكي تم ربط تلك الأحداث والمعسكر الافتراضي أونلاين عبر تطبيق الزوم لأبناء الجالية المصرية في ولاية

نيوجيرسي في الولايات المتحدة الأمريكية لدعم الهوية الوطنية لديهم، وتعرفهم بمكون أساسي من مكونات الهوية الوطنية هو تاريخ بلدهم حيث تم عرض معلومات ثرية ووافيه عن المومياءات الفرعونية، وعن المتحف المصري بميدان التحرير، ومتحف الحضارة القومية بالفسطاط والتاريخ المصري.

تم البث المباشر للحدث بكافة ما يتضمنه من تفاصيل، وبث البروم الخاص بالحدث والذي قدمه الفنانين حسين فهمي وأسر ياسين وأمنية خليل، والفيلم التسجيلي الذي عرضه الفنان خالد النبوي، **ومن أهم الأطروحات الموجهة في هذه الأفلام افتتاح المتحف المصري في ميدان التحرير سنة 1902م، وحتى اليوم واعتباره واحد من أهم وأشهر المتاحف في العالم، ويضم أكثر من 100 ألف قطعة أثرية تحكي تاريخ الحضارة المصرية العظيمة الذي امتدت لآلاف السنين، وزيارة الناس من جميع أنحاء العالم لأكثر من 100 عام لمعرفة حكاية حضارة علمت البشرية معنى التمدن في العلوم والفنون والهندسة والطب والفن، وتقديم الحضارة المصرية للبشرية أول نموذج حي لدولة قوية أساسها العلم والإيمان، إيمان المصريين القدماء بالروح وخلودها وحياتها الأبدية بعد الموت، وحفر وتزيين مقابرهم، وفنون التحنيط وحفظ المومياءات، ومع ظهور علم المصريات وأعمال بعثات الحفريات العلمية في مواقع الآثار تم اكتشاف الآف المومياءات دون سر التحنيط الذي بقي لغز حتى الآن، ومن نماذج رسائل الخطاب المنتج للمبادرة عبر الفيسبوك:**

- "ابهار مصر للعالم من جديد بحدث مذهل بكل المقاييس 22 مومياء لأعظم ملوك وملكات مصر تم تجهيزهم لرحلة اسطورية لينطلقوا من المتحف المصري في التحرير إلى المتحف القومي للحضارة المصرية بالفسطاط، وتعد مومياء الملك سقن رع أقدم المومياءات في الموكب، الملك سقن رع بدأ حرب التحرير ضد الهكسوس وابنه الملك أحمس طرد الهكسوس، ثم سرد حكاية وتاريخ كل مومياء في الموكب، مع التأكيد على بقاء المتحف المصري في مكانه الايقوني مفتوح للزوار من جميع أنحاء العالم، ويعد المتحف القومي للحضارة المصرية في الفسطاط واحد من أكبر متاحف الحضارة في العالم وفريد من نوعه في أفريقيا والشرق الأوسط، مركز حضارى ثقافي ترفيهي تعليمي متكامل يضم قاعات عديدة مجهزة بأحدث وسائل العرض التكنولوجية مأمّنه بالكامل، صرح عملاق يحكى تاريخ واحدة من أعظم الحضارات البشرية من عصور ما قبل التاريخ والعصر الحديث، ويعد هذا المتحف بتصميمه المعماري وتجهيزاته وكل ما يمثله من حداثة وتطور في طرق العرض وتأمين وتنظيف وطرق العناية بالقطع الأثرية قطعة عرض بتكامل الحكاية، وقاعة عرض المومياءات من أهم قاعات المتحف القاعة مصممه أن الزائر يحس كأنه واقف في وادي الملوك بالأقصر بالطب، يقول للعالم كله مصر هي أصل الحضارة مصر ام الدنيا، الرحلة الذهبية للمومياءات حدث نادر يحصل مرة واحدة في العمر حدث تاريخي يحصل على أرض مصر، مصر العظيم تاريخها، صاحبة أعظم حضارة عرفت البشرية بتهدى رحلة المومياءات الملكية لكل الحضارية الانسانية".



(شكل رقم 10) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لموكب نقل المومياوات الملكية
#الأكلات المصرية

اعتمد الخطاب المنتج للمبادرة على شبكة الفيسبوك على بث رسائل اتصالية خاصة بالأكلات المصرية، وجذب انتباه أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية لتعريفهم بأهم الأكلات المصرية ومكوناتها، ومن أهم نماذج هذه الرسائل:

- العيش الشمسي من المخبوزات المصرية الأصلية في محافظات الصعيد، بترجع أصوله للحضارة الفرعونية، بيتعمل من دقيق القمح الكامل، ويتم عجنه بالماء والخميرة وتشكيله في أقراص، ويترك تحت أشعة الشمس في أطباق من الفخار والورق عشان يتخمر بالكامل، وبعدين بيستوى في فرن بلدي صغير، ولما بيستوى بتأكل أطعم وأذ عيش بلدي في صعيد مصر.

-أكلة المدينة: من أشهر الأكلات الحلوة اللذيذة في أسوان خاصة في فصل الشتاء، واللى بيتعمل من العيش الشمسي اللى بيضاف إليه الدقيق المعجون باللبن والملح والكمون أو الحلبة وتعتبر مصدر طاقة ودفا كبير لكل اللي بيحبوها.



(شكل رقم 11) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لبعض الأكلات المصرية
شخصيات من مصر

تضمنت الرسائل الاتصالية لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك عرض نماذج لشخصيات مصرية لتعريف أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية بالشخصيات المؤثرة في المجتمع المصري على مر العصور، ومن نماذج هذه الرسائل:



➤ **عباس العقاد:** واحد من أهم شخصيات القرن العشرين، ابن محافظة أسوان اتولد عام 1889م، لم يدرس سوى المرحلة الابتدائية فقط، لأن موارد أسرته كانت محدودة، ولكن ذكاء العقاد الحاد وصبره على التعلم والمعرفة خلوه يكون صاحب ثقافة واسعة ويكون علم من أعلام القرن الماضي، أسس مع إبراهيم المازني وعبد الرحمن شكرى "مدرسة الديوان"، ألف العقاد أكثر من 100 كتاب أشهرها "العبريات" واتعين عضوفي مجمع اللغة العربية، ولأنه قدم الكثير للبلد أطلقت الدولة المصرية اسمه على واحد من أهم شوارع القاهرة وهو عباس العقاد في مدينة نصر وتوفي في مارس 1962م.

اتعلم عربي

اهتم الخطاب المنتج للمبادرة عبر صفحاتها على الفيسبوك بتعليم أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية بشكل خاص اللغة العربية، وذلك من خلال عرض عديد من الرسائل النصية لتعلم حروف اللغة العربية، وكيفية دمجها لتكوين كلمات عربية، هذا بالإضافة لجذب انتباه وتركيز أبناء الجاليات المصرية لتعلم اللغة العربية من خلال عرض مشاهد كوميدية من الأفلام والمسلسلات المصرية تتعلق باللغة العربية الفصحى والعامية وكيفية نطقها وتعلمها والتفريق بين حروفها واستخدامها حيث عرض مشاهد من فيلم "مطب صناعي"، "السفيرة عزيزة"، فيلم "إسماعيل يس في الأسطول"، ومسلسل "نيللي وشيريهان"، ومن نماذج هذه الرسائل:

- **للتفريق بين الهاء والتاء المربوطة:** أضف (ي) للكلمة وأنطقها لونها نطقها تاء أكتبها تاء، لو نطقها هاء أكتبها هاء، مثال: مدينة + ي = مدينتي هنا نطقها تاء، إذا مدينة بالتاء المربوطة، مياه + ي = مياهي هنا نطقها هاء، إذا مياه بالهاء.

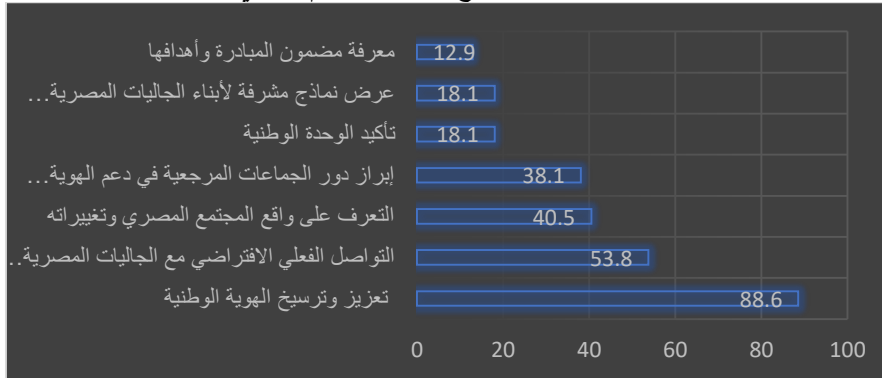
- **التفريق بين الألف المقصورة والياء الشامية في نهاية الأسم:** الألف المقصورة (ى) تسمى مجازاً ياء دون نقطتين، والياء الشامية تسمى ياء بنقطتين (ي)، للتفريق انطق الكلمة ولاحظ نفسك إن فتحت فمك وأنت تنطق، فهي ألف مقصورة، وإن كسرت فمك وأنت تنطق فهي ياء شامية، مثال: إلى، على، منى، ندى أنت هنا تفتح فمك مع نهاية الحرف إذا هي ألف مقصورة (ى) أي ياء بدون نقطتين، ذكي، وطني، نبي، علمي أما لدى نطق هذه الكلمات، فأنت تكسر فمك، فهي إذا تنتهي بياء شامية، أي ياء تحتها نقطتان.

- **التفريق بين التاء المفتوحة (ت) والتاء المربوطة (ة):** كل ما عليك فعله أن تضع سكوناً على الحرف الأخير في الكلمة، ثم تنطق الحرف إن نطقته تاء صريحة واضحة فهوتاء مفتوحة (ت)، وإن نطقته هاء (ه) فهوتاء مربوطة، مثال بنت، مدينة لو وضعت سكوناً على كلمة بنت ونطقها، ستنطقها تاء صريحة واضحة لا لبس فيها إذا بنت تكتب بتاء مفتوحة، لو وضعت سكوناً على تاء كلمة مدينة ونطقها، ستنطقها هاء صريحة واضحة لا لبس فيها، إذا مدينة تكتب بتاء مربوطة.



(شكل رقم 12) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك لسلسلة #اتعلم عربي مما سبق عرضه، يتضح موضوعات الرسائل الاتصالية لمبادرة اتكلم عربي ودورها في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وذلك بالاعتماد على إمكانات شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك كوسيلة إعلامية وعرض عديد من الرسائل الاتصالية بمختلف القوالب المكتوبة والمرئية في جذب انتباههم وتركيزهم لتعزيز الهوية الوطنية بمكوناتها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وفي مقدمتها تعلم اللغة العربية واكتساب مهارات التحدث باللهجة المصرية.

3- أهداف الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك



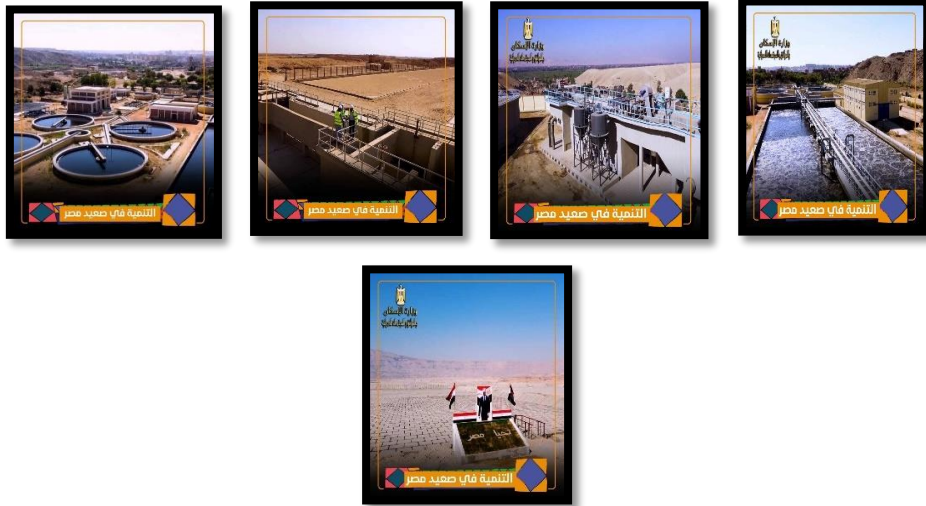
(شكل رقم 13) أهداف الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك يتضح من الشكل السابق تنوع أهداف الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك، وتوافقاً مع الرسائل التي عرضت في الفئة السابقة جاء هدف تعزيز وترسيخ الهوية الوطنية في الترتيب الأول بنسبة 88.6%، حيث هدفت أغلب هذه الرسائل بمختلف أشكالها وقوالبها بدعم الهوية الوطنية المصرية بمختلف مكوناتها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وجاء في الترتيب الثاني التواصل الفعلي مع الجاليات المصرية وأبنائهم بنسبة 53.8% وذلك من خلال مختلف الرسائل الاتصالية للمبادرة، والتي حرصت على التواصل الفعلي مع الجمهور المستهدف من خلال عديد من الأنشطة مثل إقامة المعسكرات الافتراضية أونلاين عبر تطبيق الزوم والتفاعل الافتراضي مع أبناء الجاليات المصرية في عديد من دول العالم العربية والأجنبية، وفي الترتيب الثالث هدفت الرسائل الاتصالية للمبادرة بنسبة 40.5% إلى تعريف أبناء الجاليات المصرية بالخارج بواقع المجتمع المصري والتغييرات والتطورات التي تحدث فيه على كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتاريخية.

وتساوى هدفى التأكيد على الوحدة الوطنية، وعرض نماذج مشرفة لأبناء الجاليات المصرية في دول العالم في الترتيب الرابع بنسبة 18.1% لكل منهما على حدة، وفي الترتيب الأخير جاء هدف التعريف بالمبادرة وأهدافها بنسبة 12.9%، ويتفق ذلك مع سعى المبادرة عبر أنشطتها على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك على أولوية تعزيز الهوية الوطنية المصرية لدى أبناء الجيلين الثاني والثالث المصريين في مختلف دول العالم، ومن نماذج هذه الرسائل:

– هدفت عديد من الرسائل الاتصالية للمبادرة تعزيز وترسيخ الهوية الوطنية المصرية بمختلف مكوناتها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية مثل "هويتنا المصرية ملك لنا ولولادنا جيل بعد جيل، مصر حضارة 7 الاف سنة عرفنا تفاصيلها من على جدران المعابد وتوابيت أجدادنا، ما فيش حاجة تخلينا منسلمش مصريتنا من جيل لجيل ونفضل مهما رحنا وبعدهنا مصريين من الدرجة الأولى، مبادرة "إتكلم مصري هنسلم بيها لولادنا في الغربية مفاتيح هويتنا المصرية من لغة وحضارة وثقافة بطريقة بسيطة وسهلة وتناسب كل الأعمار".

– والتأكيد على أن الحفاظ على الهوية الوطنية المصرية يبدأ من الحفاظ على اللغة، وضرورة تمسك المصريين في الخارج بالتحدث مع أبنائهم باللغة العربية لترسيخ الهوية المصرية من خلال تعليم اللغة "اللغة مش مجرد كلام، اللغة هي الطريقة اللي بتتواصل بيها مع بعض وبنعبر بها عن نفسنا، اللغة هي بداية الطريق علشان نشكل مجتمع وبنبي ثقافة وحضارة، علشان كدة مبادرة إتكلم مصري مهمة للحفاظ على هويتنا في قلوب ولادنا".

– ومن أهم نماذج الرسائل الاتصالية التي هدفت لتعريف أبناء الجاليات المصرية في دول العالم واقع المجتمع المصري، وما يحدث فيه من تطورات وتغييرات وتنمية، "النتمية مبقنتش مجرد شعارات بنسمعها ده واقع بنعيشه على الأرض في ظل المشروعات القومية الحالية اللي بتوجه فيها الدولة كل طاقتها للتنمية وتطوير الصعيد، دي مجموعة صور لمحطات مياة وصرف صحي بتتنفذ في محافظات الصعيد.. تحيا مصر".



(شكل رقم 14) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك للتنمية في الصعيد مصر

- استمرار محافظة القاهرة في الجهود للتطوير وتحقيق الرفاهية للمواطنين والقضاء على العشوائيات، الانتهاء من تسكين 963 أسرة من عزبة الهجانة في شقق كاملة التشطيبات والآثاث والأجهزة الكهربائية وكافة احتياجاتهم بمدينة أهالينا، وتم إزالة 438 منزل مقام بطريقة غير آمنة بالقرب من خطوط الكهرباء الهوائية لأنه يمثل خطورة على حياة السكان.



(شكل رقم 15) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك للعشوائيات ومدينة أهالينا -اختيار مؤسسة (MEED) العالمية مشروعات قومية أشرفت على تنفيذها الهيئة الهندسية للقوات المسلحة بالتعاون مع مجموعة من الشركات المصرية كأفضل المشروعات المنفذة بالشرق الأوسط مشروع أنفاق قناة السويس بالإسماعيلية حصل على لقب مشروع العام، ومشروع كوبري روض الفرج وحقل ظهر فازوا بجائزتين ضمن أفضل سبعة مشروعات في الشرق الأوسط.



(شكل رقم 16) نماذج صور المبادرة المعروضة على صفحة الفيسبوك للمشروعات القومية الفائزة

- عرض من خلال صفحة مبادرة "اتكلم عربي" عديد من الأحداث المهمة في مصر، وتوظيفها في إطار دعم الانتماء والولاء لدى أبناء الجاليات المصرية المغتربين في دول العالم، لتعزيز وترسيخ الهوية الوطنية وجعلهم أكثر دارية بما يحدث في وطنهم الأم، وتم عرض هذه الأحداث بتقنيات وأشكال مختلفة تضمنت روابط الأفلام التسجيلية والبرث المباشر للأحداث ونصوص مكتوبة مصاحبة لروابط من صفحات شبكات تواصل اجتماعية لمواقع مؤسسات حكومية رسمية لمشاهدة ومتابعة هذه الأحداث وما تبثه من رسائل مهمة تبعث مشاعر الوطنية وتدعم الانتماء والولاء لدى أعضاء صفحة المبادرة، ومن أهم الأحداث التي عرضتها المبادرة الاحتفال بيوم الشهيد المصري يوم 9 مارس 2021م، والاحتفال بيوم المرأة والأم المثالية 21 مارس 2021م، وعرض عديد من نماذج التضحية في سبيل الوطن، ونهضة المرأة المصرية وتطورها وتوليها عديد من المناصب في الدولة، وارتفاع نسبة تمثيلها في مجلسي الشعب والشوري، كما عرض من خلال الصفحة الفيلم التسجيلي الوثائقي "كنوز" والتي عرض مشروعات التنمية في مصر.

-وتنوعت الرسائل الاتصالية لخطاب المبادرة المنتج عبر الفيسبوك، والتي هدفت لإبراز دور الجماعات المرجعية الرسمية وغير الرسمية في دعم الهوية الوطنية المصرية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وتضمنت إبراز دور الأسرة باعتبارها الجماعة المرجعية غير الرسمية الأولى والأهم لتحقيق هذا الهدف، وغير عن ذلك بمختلف أشكال وقوالب الرسائل الاتصالية التي عرضت دور الوالدين في تعليم أبنائهم اللغة العربية وممارسة التحدث باللهجة المصرية، وتعريفهم بأبنائهم تاريخ مصر، وعادات وتقاليد وقيم وثقافة المجتمع المصري، هذا إلى جانب إبراز دور الجماعات المرجعية الرسمية والتي تضمنت رسائل وتفاعل المسؤولين الدبلوماسيين والسياسيين في مقدمتهم وزيرة الدولة للهجرة وشؤون المصريين في الخارج، والسفراء والقناصل المصريين في مختلف دول العالم، مع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية وتعليمهم اللغة العربية، وممارسة التحدث بها، وتعريفهم بعادات وتقاليد وقيم المجتمع المصري وهويته الثقافية، وأهم المناسبات الدينية والتاريخية والاجتماعية فيه وذلك عبر عديد من رسائل النصية المكتوبة على صفحة المبادرة على الفيسبوك، ومن خلال التفاعل الافتراضي معهم عبر عقد معسكرات افتراضية اعتماداً على تطبيق الزوم، وبثها على الصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك، وأفلام الرسوم المتحركة التي تحاكي وتعايش حياة أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، هذا بالإضافة إلى إرسال أبناء الجاليات المصرية لصفحة المبادرة مقاطع فيديو مسجلة لهم وهم يحاولون ممارسة التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية، ويغننون النشيد الوطني وأغاني وطنية، ويتحدثون لأهاليهم في مصر ويتفاعلون معهم، ويتنافسون في محاولة التحدث باللغة العربية، ومحاولات الأباء والأمهات في تعليمهم الحديث باللهجة المصرية.

- ومن نماذج الرسائل الاتصالية التي هدفت التأكيد على أطروحة الوحدة الوطنية من خلال مقطع فيديو مشترك عبر الهاتف بين الداعية مصطفى حسنى، والنائبة دينا عبد الكريم في إطار احتفال مسيحين مصر بعيد 6-7 يناير 2021م، وإبراز مشاعر الحب والود بينهما، حيث يدور الحوار على عمل يجمعهما واعتذار دينا عنه للاحتفال بالعيد، ومعايدة مصطفى حسنى لها ولأسرتها ولجميع المصريين، وإصراره على انجاز العمل لضرورته في إطار المبادرة، فتوجه له دينا عبد الكريم دعوة لتناول فطار العيد معها ومع أسرتها في صباح العيد ويرحب بذلك جداً، وفي لقطة مرئية تنادي دينا عبد الله على اولادها لتخبرهم بمنتهي السعادة والتقدير بخبر تناول مصطفى حسنى الفطار معهم في صباح يوم العيد، هي ديه حكاية دينا ومصطفى بالعربي كده كل سنة وأحنا طيبين، مما يبرز الوحدة بين الشعب المصري في إطار تعريف الهوية # أنا مصري وإن الشعب المصري نسيج واحد مسلم ومسيحي هو مصري.

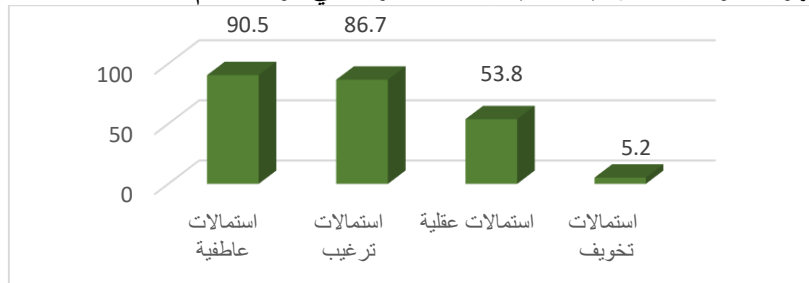


-أحد السعف وكيفية احتفال المصريين به، يحتفل المسيحيون الشرقيون بأحد الشعانين أو أحد السعف Palm Sunday الأحد السابع من الصوم الكبير والأخير قبل عيد الفصح أو القيامة، وشعانين من الكلمة العبرانية "شيعا نان" التي تحولت إلى شعانين ومعناها "يارب خلصنا" وهي الكلمة التي صرخ بها الشعب في استقبال السيد المسيح اثناء دخوله أورشليم، ويسمى الأسبوع الذي يبدأ به بأسبوع الشعانين وأسبوع الآلام وهو يوم

ذكرى دخول السيد المسيح إلى بيت المقدس واستقبله الشعب احسن استقبال فارشا بناية وأغصان الأشجار والنخيل وترمز أغصان النخيل أوالسعف إلى النصر، واستقبلوا السيد المسيح كمنتصر في الحرب، ويتفنن مسيحيومصر في عمل الحلى والأعمال الفنية من سعف النخيل في هذا اليوم، ومن المدهش أن نجد أن أجدادنا المصريين استخدموا سعف النخيل استخدامات عديدة.

– ومن أهم الرسائل الاتصالية التي هدفت لتقديم نماذج مشرفة لأبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، فوز الطفل المصري زين الحمصاني ببطولة سباق السيارات بدبي، فوز الطفل ميسرة مقلد بشخصية العام 2020م في النمسا، وإجراء شابه مصرية أيفي بباوي في بريطانيا دراسة علمية عن المرأة في الشرق الأوسط ومصر.

4- استمالات الإقناع المستخدمة في الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك لتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في دول العالم



(شكل رقم 17) استمالات الإقناع المستخدمة في الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك نستنتج من الشكل السابق تنوع الاستمالات المستخدمة في الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على صفحة الفيسبوك لتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، واستخدمت الاستمالات العاطفية بنسبة 90.5% من إجمالي الرسائل الاتصالية التي بلغت 210 رسالة، تلاها استمالات الترغيب بنسبة 86.7%، في حين بلغت نسبة الاستمالات العقلية 53.8%، وانخفضت نسبة استمالات التخويف حيث بلغت نسبتها 5.2%.

ويتفق ذلك مع طبيعة المبادرة وأهدافها، والفئة العمرية للجمهور المستهدف منها، حيث تضمنت أغلب الرسائل الاتصالية بمختلف قواها استمالات عاطفية واستمالات ترغيب لجذب انتباه وتركيز أبناء الجاليات المصرية في الخارج، ودعم انتمائهم لوطنهم الأم مصر، وتحفيزهم للتعرف على هويتهم الوطنية وعاداتهم وتقاليدهم وقيم وثقافة المجتمع المصري، ودفعهم للتمسك بلغتهم العربية وانتمائهم لبلدهم، وترغيبهم في معرفة واقع المجتمع المصري ومتابعة التطورات التي تحدث في مصر والتغييرات والتنمية في كافة الأصعدة والمجالات لبناء مصر الحديثة والجمهورية الجديدة، والحفاظ على أمن مصر، كما عرضت عديد من الرسائل الاتصالية استمالات عقلية تحتوى على مقولات وحجج منطقية ودلائل وبراهين، وتدعيم الرسائل بإحصائيات ودراسات علمية، في حين اقتصر استمالات التخويف على تعرض أبناء الجاليات المصرية في دول العالم لحروب طمس الهوية، والخوف من فقدان هويتهم الوطنية المصرية ولغتهم وبالتالي انتمائهم لوطنهم، ومن نماذج الرسائل الاتصالية التي تضمنت استمالات عاطفية وترغيب وعقلية وتخويف:

– السفيرة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين في الخارج بثت مقطع فيديو عبر صفحة المبادرة على الفيسبوك "إذاعة جمهورية مصر العربية من القاهرة تقدم تحيا جمهورية مصر العربية تعرف تقول ورايا تحيا مصر، تعرف تقول ورايا كلمة ضمير، تعرف تقول ورايا كلمة بحبك، تعرف تقول ورايا ظريف وعظيم".

– رسالة الطفل المصري ميسرة مقلد أثناء تكريم مصر له لحصوله على شخصية العام في النمسا "مصر في دمي ولن أنساها أبدا، الناس هنا أحسن ناس، هنا تاريخ وحضارة غير موجودة في أي مكان في العالم".

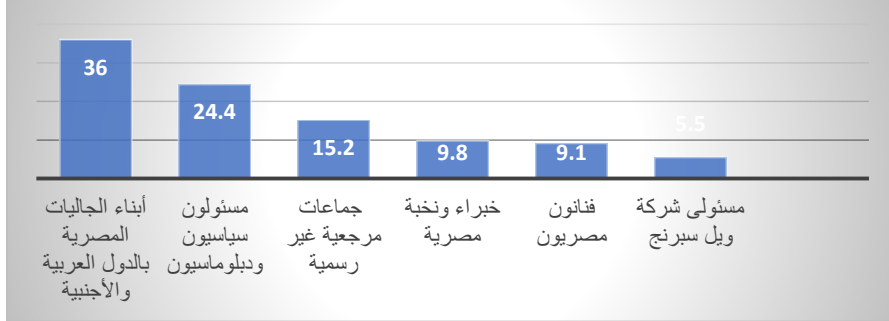
– رسالة الداعية مصطفى حسني عبر تنوية فيديو وطني على الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيسبوك "قالك لو أتكلت أوبعت رسالة بالعربي تبقي بيئة وده وهم كبير لكن للأسف بعضنا صدق أنه حقيقة ماشي اتكلم براحتك بأى لغة ده لسانك لكن هقولك كمصري أنا هعمل أيه لو كنت مكانك هقولك لو احتاجتني أنا في ظهرك يا أخوى بدل I will be right there وهقولك رقبتي سداده بدل I can share، عمرك شفت ألماني مبيعرفش ايش لايتش أو أمريكاني بدل sorry يقولك معلش ولا فرنساوي يقولك صباح الفل بدل bonjour ولا الانجليزي يقولك يقيناً هيقول I am sure، مفيش شعب كبير بيفرط في لسانه، بيشوف إن لغته الأم هي أصله وشخصية وعنوانه".

– رسالة نصية مكتوبة عبر صفحة المبادرة على الفيسبوك "تجهيزات واستعدادات ميدان التحرير لاستقبال ملوك وملكات مصر القديمة في موكب ملكي عظيم هيبهر العالم كله، هنجيبلكم كل التفاصيل قريب وهنتابع الحدث الكبير لحظة بلحظة، مصر هتاخذ العالم في رحلة عبر الزمن في موكب مهيب هينقل 22 ملك وملكة فرعونية على عربات ملكية من المتحف المصري ليصل إلى مقرها الأخير في المتحف القومي للحضارة المصرية بمنطقة عين الصيرة، دامت مصر مهد للحضارة، ومنازة للتاريخ القديم والحديث".

– رسالة نصية مصاحبة لأغنية على الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيسبوك "العاصمة الإدارية الجديدة حلم على أرض الواقع، شوف حلاوة وروعة تصميم الحي الحكومي، عرضت نص مكتوب مع أغنية تعبر عن الوقت الصعب الذي مرت به مصر خلال السنين الماضية، وادعاء سقوط مصر وعدم قدرتها على النهوض مرة أخرى، ولكن مصر خالفت كل تلك التوقعات بواسطة ابنائها المصريين الذين لا يعرفون معنى الفشل "لكن على مين المصري ميعرفش يعنى ايه فشل لو حط حلمه قصاد عينه اعتبره حصل واديك انت شوفت بقنا فين".

– السفيرة إيناس مكي رئيس بعثة الجامعة العربية في روما "الحقيقة بالصدفة لقيت السكرتيرة جنبي وهي مصرية، لقيتها تقدرنا تقولوا عليها اتجمدت اتخشبت ثم بكت فقولتها ليه بتبكي؟ قالت لي بنتكلم عني، أنا مبعرفش أقول لعيالي "انتم وحشتوني" "ربنا يبارك فيكم" "الهي يجعلكم سندی"، ولادى مش فهمني مش عارفين انا بقول أيه أنا غلطت أنا ولادى طلعا مبتكلموش عربي ولادى بيتكلموا إيطالي وإنجليزي فتمنعت مشاعري توصل لهم، ولما بكلمهم عن مصر بيعرفوا مصر من الانترنت".

5- الشخصية التي تقدم رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على شبكة الفيسبوك



(شكل رقم 18) الشخصية التي تقدم رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك

تنوعت الشخصيات التي قدمت الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على صفحة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وجاءت في مقدمتها أبناء الجاليات المصرية بالدول العربية والأجنبية بنسبة 36%، والمسئولون السياسيون والدبلوماسيون بنسبة 24.4%، وبلغت نسبة الشخصيات التي تمثل جماعات مرجعية غير رسمية 15.2% وتضمنت الأب والأم والعائلة والأصدقاء، وبلغت نسبة الخبراء والنخبة المصرية 9.8% وذلك في إطار تقييمهم للمبادرة ودورها وأهميتها في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء المصريين في دول العالم، في حين جاءت نسبة الفنانين المصريين 9.1% وتمثلت في مشاهد الأفلام والمسلسلات التي تم بثها عبر الصفحة، والفنانون الذين قدموا أغنية المبادرة، وبلغ نسبة مسئولى شركة ويل سبرنج (Wellspring) 5.5%، وهم المسئولين عن تنفيذ المعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزووم التي أجرتها وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج لأبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية.

وقدمت هذه الشخصيات عديد من الرسائل التي تحت الجمهور المستهدف من المبادرة على التحدث باللغة العربية والأعتراف بها، واعتبار اللغة هي الذات، وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها لديهم، وتنوعت قوالب وأشكال هذه الرسائل في إطار الاستفادة من ثراء شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك كوسيلة إعلامية، حيث قدمت رسائل نصية مصاحبة لصور ثابتة، ومقاطع فيديو مسجلة، وتنويهات مرئية وطنية، وروابط وأغاني وإعلانات، ومن أهم نماذج هذه الرسائل الاتصالية:

- بثت السفارة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين في الخارج "اتكلم عربي مش مهم انت فين ولا مهم انت مع مين خلى الأرض تتكلم عربي" "العربية هويتنا دائماً ياصباح الخير ياللى معنا إذاعة جمهورية مصر العربية من القاهرة الأرض بتتكلم عربي ورد وشوق الفرع اللي يهل لفرق لأجل الجذر يشم الضوء الأرض بتتكلم عربي العربية هويتى دائماً". وعرضت الأطر البصرية للفيديو النيل، الكنائس والجوامع المصرية، النيل، القلعة، مسجد محمد على، المصحف، صفحات القرآن الكريم، الانجيل، صورة سيد درويش، وكتابة باللغة الإنجليزية ولغة عربية عامية بحروف وأرقام إنجليزية

I will arrive today, ana raga3 elna7ard .

- رسالة د.زاهي حواس للمصريين المقيمين في الخارج من قلب منطقة آثار سقارة في إطار الاحتفال باليوم العالمي للغة العربية "ده رسالة مني لكل مصري سيدة، طفل، رجل ببعيش خارج مصر، في كل بلاد الدنيا، الرسالة ده أنا بكلمك من منطقة آثار سقارة اللي فيها الهرم المدرج اللي بناه امحوتب، أول مهندس في التاريخ يبني عمود من الحجر وسقف من الحجر، وبكلمكم من الحفائر بتاعتي أنا بحفر في منطقة سقارة جنب هرم سيتي طلعتنا 50 تابوت جوه مواميات شئ عظيم جدا يخلي كل واحد فيكم يفخر بمصر، وتعرفوا ان احنا حكمنا الدنيا، لكن أهم حاجة ان لازم تعترز بنفسك تعترز بمصريتك، تعترز باللغة العربية، بكرة اليوم العالمي للاحتفال باللغة العربية علشان العالم كله بيحب اللغة العربية".

- سما رامي أيقونة تغير المناهج المصرية: "اتكلم عربي مبادرة سيادة السفارة نبيلة مكرم وكلنا نفتخر ان احنا نتكلم عربي نتكلم أيه؟ نتكلم عربي".

- شريف سبعاوي عضو برلمان اونتاريو في كندا ونائب وزير السياحة والرياضية والتراث لمقاطعة اونتاريو "اتكلم عربي مبادرة رائعة من وزيرة الهجرة السفارة نبيلة مكرم برعاية السيد الرئيس، بتمني ان كل المصريين في الخارج يركزوا شويه في أن ولادنا يتكلموا عربي، لازم يتكلموا عربي، اللغة العربية بتاعتنا هي وسيلة نقل حضارتنا وتراثنا وفننا المصري الجميل".

- الداعية مصطفى حسني "أتكلم بلغات العالم ولف وسافر واكتشف بس لسانك يفضل عربي وإياك تكسف إتكلم إنجليزي وفرنساوي ولاتيني وألماني بس مصر أم الدنيا بتنادي علي قلبك وبتقولك أنا لغتي العربية أوعاك تنساني"، وتم ترجمة ذلك في الأطر البصرية المصاحبة للرسالة النصية، والتي تضمنت مونتاج تقاطعي في عقد مقارنة بين الثقافة المصرية والثقافة الغربية لقطات لشابه ماسكة موبايل أبل بتكتب رسالة وجنبها مج، مجموعة شباب في مصر، أم وابنها الصغير يساعدها في حمل طلبات المنزل، مترووناس بتساعد بعض في مصر.

- سفير النمسا في مصر عُقد حوار مع السفير في المركز الثقافي النمساوي بطرح 25 سؤال والإجابة عليهم بما يسمح ذلك بعرض مهاراته الاتصالية وتمكنه من اللغة العربية وتحديثه بطلاقة كأنه مصري ابا عن جد، وتشجيعه لنادى الزمالك وحبه لمصر والاعراب عن سببه حبه لمصر "الحمد لله كله تمام، والذي كان دبلوماسي نمساوي في الستينات فتربيت في مصر، وحب أصيف في العجمي، خفة الدم السمة المشتركة بين النمسا والمصريين، بفضل شرب الشاي وشيشه في القهوة، اكثر جانب ممتع له في عمله الدبلوماسي المساهمة في التقارب بين النمسا ومصر، أهم مهارة في الدبلوماسي الناجح يقدر يحط نفسه مكان الآخر، يحب يأخذ قهوة مع طه حسين، يفضل عمله سفير النمسا في مصر عن وزير خارجية في النمسا، كلمته المفضله بالعربي معلش".

- رسالة وزيرة الهجرة لأبناء المصريين بالخارج من قلب حي الجمالية الأثري "حي الجمالية بالتأكيد روح الزمن الجميل مع الحديث النهاردة بنشوف مصر الجديدة وتراثنا وهويتنا المصرية، المصريين في الخارج بيحبوا بلدهم محدش يقدر يشكك في وطنيتهم، انما لما يرجعوا كمان في هذه المناطق الجميلة بدعوكل المصريين في الخارج المتواجدين في مصر واللى هيجوا بعد كده لازم تزوروا تراثكم ول لازم تشوفوا احياكم الجميلة بالتأكيد أنه روح التاريخ لما

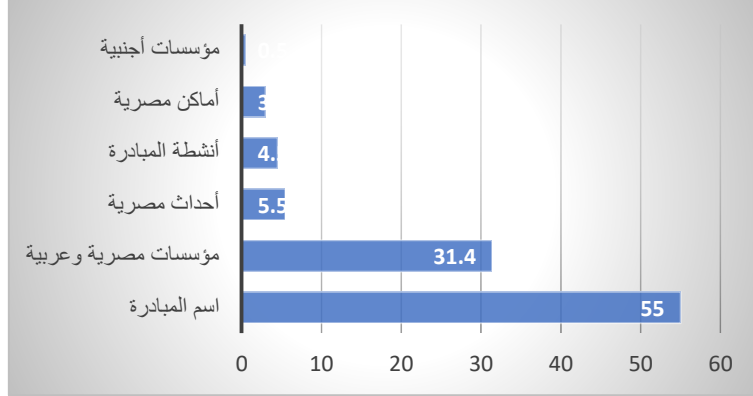
بيظهر من هذه المنطقة ده بيدينا دفعة قوية والحقيقة الصناعات بتاعتنا وصناعة التراث والحرف اليدوية ده كلها بتعكس هويتنا المصرية".

6- لغة الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك



(شكل رقم 19) لغة الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك وفقا للشكل السابق، استخدمت الرسائل الاتصالية النصية والمنطوقة والمرئية للمبادرة على الفيسبوك اللغة العربية العامية بنسبة 70%، واللغة العربية العامية مع لغة أجنبية بنسبة 22%، في حين بلغت نسبة اللغة العربية الفصحى 8%، ويتفق ذلك مع أهداف المبادرة في استخدام لغة سهلة بسيطة لإمكانية التواصل مع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية وتشجيعهم على التحدث باللغة العربية، حيث فسر مسؤولي المبادرة ان الاعتماد على استخدام اللغة العربية العامية لسهولة التعامل بها مع أبناء الجاليات المصرية لاستيعابها وإمكانية تعلمها، وذلك لاتقانهم لغات أجنبية تعد هي اللغات الأولى في الدول الأجنبية المقيمين فيها لجذب انتباههم وتركيزهم وتحفيزهم على تعلم اللغة العربية واكتساب مفرداتها، كما استخدمت اللغة العربية العامية مصاحبة للغات أجنبية تضمنت الإنجليزية والفرنسية والإيطالية والإلمانية والبولندية والاسترالية وذلك لإمكانية التواصل مع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والذي يتحدثون بهذه اللغات باعتبارها اللغة الأولى بالنسبة لهم، وتحقيق سهولة الاتصال معهم والتمكن من فهمهم للرسائل الاتصالية وأهدافها دون لبس أو تشويش على المعاني المراد توصيلها إليهم، وجذب انتباههم وتركيزهم لتعلم اللغة العربية وإمكانية تكوين كلمات وجمل واكتساب مهارات التحدث والكتابة وفقا لأهداف المبادرة، وفيما يتعلق باللغة العربية الفصحى والتي انخفضت نسبتها فاقترحت على الأخبار التي وردت على صفحة المبادرة، والتغطية الإعلامية للمبادرة وأنشطتها، وتقييم الخبراء والنخبة للمبادرة وأنشطتها وأهمية دورها في تعزيز الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية.

7-مدى وجود هاشتاج في الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك



(شكل رقم 20) مدى وجود هاشتاج في الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك الهاشتاج أى كلمة أو عبارة يسبقها رمز # لتمييز النص التالي لها، ويساهم ذلك في انتشار المعلومات بين أكبر عدد من المستخدمين، كما أنها وسيلة لتنظيم البحث في شبكات التواصل الاجتماعي ومن ضمنها الفيسبوك، ويستخدم لتصنيف الموضوعات، وتساعد على الوصول للكلمات الشائعة المستخدمة بهذه الطريقة لمحاولة ظهور النتائج الأولى عند البحث في جوجل، واستفادت المبادرة من الخصائص الهيكلية لشبكة التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية في استخدام الهاشتاج قبل كلمات محددة، جاءت في مقدمتها اسم المبادرة بنسبة 55%، كما وردت الهاشتاج قبل أسماء بعض المؤسسات المصرية والعربية بنسبة 31.4%، وسبقت بعض الأحداث السياسية والتاريخية والفنية والاجتماعية التي تحدثت في مصر بنسبة 5.5%، وبعض أنشطة المبادرة بنسبة 4.5%، ويتضح الفارق النسبي بين الفئات المذكورة توافقاً مع أهداف المبادرة وسعيها لجذب انتباه وتركيز أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية.

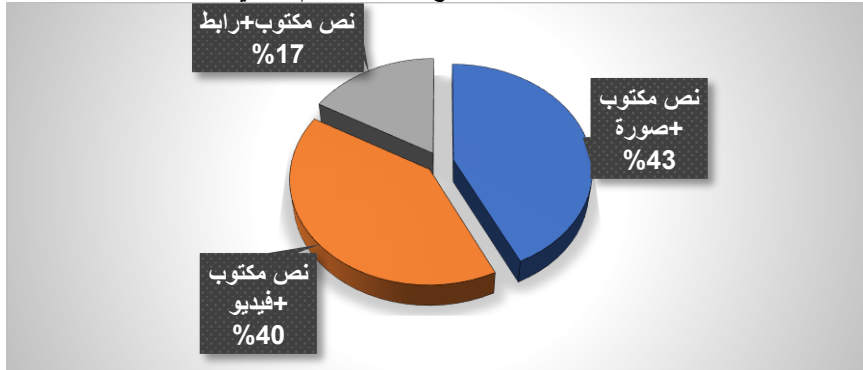
وتنوعت أسماء المبادرة وطريقة التعبير عنها بعد علامة الهاشتاج حيث كتبت بالعربي # **اتكلم عربي** 142 مرة، وباللغة العربية بحروف أجنبية **#Etkalem Arabi** 85 مرة، و# **اتكلم مصري** 40 مرة في حين كتبت باللغة العربية بحروف أجنبية **#Etkallem Masry** 38 مرة، و# **speak Arabic** 3 مرات، ويرجع الاختلاف في اسم المبادرة بين "اتكلم مصري" و"اتكلم عربي" إلى بداية وزارة الهجرة للمبادرة بمسمى "اتكلم مصري" وبعد تبني الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي للمبادرة تم تعديل الاسم "اتكلم عربي" لتدعيم الهوية العربية لمصر وإبرازها وتعزيزها لدى أبناء الجاليات المصرية في دول العالم، وإضافة بعد قومي للمبادرة، كما كتبت المبادرة باللغة العربية بالحروف الإنجليزية لسهولة التواصل مع أبناء الجاليات المصرية المستخدمين لصفحة المبادرة عبر شبكة الفيسبوك، وجذب انتباههم وتركيزهم للمبادرة لتعلم اللغة العربية، وذلك لأن اللغة العربية لا تعد اللغة الأولى لديهم خاصة في الدول الأجنبية، ولا يستطيعوا التحدث بها.

كما سبق الهاشتاج عديد من المؤسسات المصرية جاءت في مقدمتها وزارة الهجرة المصرية، وهى المسئولة عن المبادرة والصفحات الرسمية لها، والسعي لتحقيق أهدافها، وشركة # **ويل سبرنج** (wellspring) باعتبارها الشركة المسئولة عن عقد الأنشطة الخاصة بالمبادرة، والمعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم وبثها عبر الصفحة الرسمية للمبادرة على

الفيسبوك، والأكاديمية الوطنية للتدريب باعتبارها أحد المؤسسات التعليمية المهمة المسؤولة عن تعليم أبناء الجاليات المصرية في دول العالم اللغة العربية والتحدث بها، وإكسابهم مهارات التحدث والكتابة باللغة العربية من خلال تقديم الدورات التدريبية المتخصصة، و# البنك الأهلي المصري وهو واحد من أهم البنوك المدعمة للمبادرة كما وردت رسالة نصية تعرض معلومات وتاريخ البنك الأهلي المصري باعتباره أهم البنوك المصرية، و# دار نهضة مصر للنشر لتعاونها مع وزارة الهجرة في إصدار تطبيق تفاعلي على التليفون المحمول لتعليم أبناء الجاليات المصرية في دول العالم اللغة العربية ومهارات التحدث والكتابة بها من خلال وسيلة محمولة متواجدة معهم طوال الوقت، والمؤسسة العربية الوحيدة التي ذكرت خلال فترة إجراء الدراسة # جامعة الدول العربية.

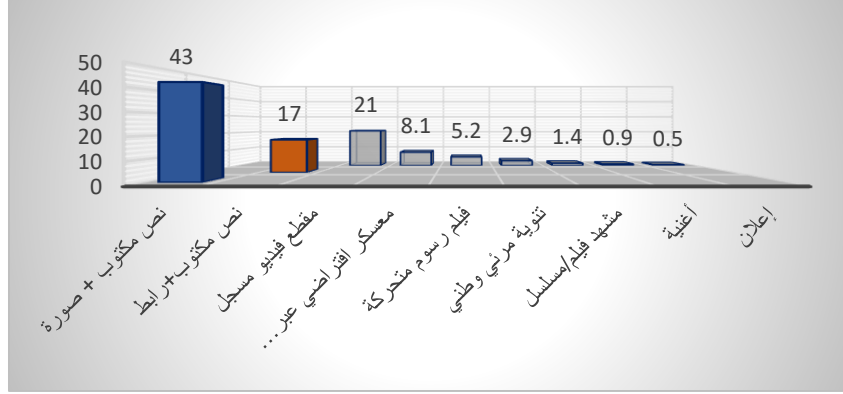
كما استخدم الهاشتاج قبل عديد من الأحداث السياسية والاقتصادية والتاريخية والاجتماعية والفنية التي وقعت في مصر، # بيحصل في مصر، وجاء في مقدمتها # موكب المومياوات الملكية باللغة العربية والأجنبية the pharaohs Golden parade #، واليوم العالمي للغة العربية، كما استخدم الهاشتاج قبل بعض أنشطة المبادرة والتي تضمنت # اعرف بلدك، # اتعلم عربي، # شخصيات من مصر، # اعرف تاريخ بلدك # شاركونا بصورة، كما سبقنا عديد من الأماكن والمحافظات المصرية، تضمنت # متحف الحضارة، # العين الساخنة، # مدينة الجلالة، # سيوه، # دهب، # سيناء، # الأقصر، # أسوان، # محطة الرمل الاسكندرية، # محافظة القاهرة، إلى جانب وضع الهاشتاج قبل مؤسسات أجنبية وهي مؤسسات فاعلة بالمشاركة مع وزارة الهجرة المصرية في أنشطة المبادرة وتضمنت #الأكاديمية الدولية للفنون بروما، و# الهيئة الكندية للتراث المصري، كما ذكرت # وكالة بلومبرج الاقتصادية والتي صنفت الاقتصاد المصري ضمن أقوى 10 دول على مستوى العالم خلال جائحة كورونا.

8-قوالب وأشكال الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك



(شكل رقم 21) قوالب وأشكال الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك يتضح من الشكل السابق أن أشكال وقوالب الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك تحددت في نصوص مكتوبة يصاحبها صور ثابتة بنسبة 43%، ونصوص مكتوبة يصاحبها فيديو بنسبة 40%، هذا إلى جانب نصوص مكتوبة يصاحبها رابط بنسبة 17%، مما يبرز ثراء شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك كوسيلة إعلامية واعتمادها على أشكال وقوالب مختلفة

ومتنوعة، وإمكانية الاستعانة بكافة الأشكال المكتوبة والمرئية والتي تثري دور المبادرة في تحقيق أهدافها وتحقيق الانتشار الواسع والوصول لكافة أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية.



(شكل رقم 22) قوالب وأشكال الرسائل الاتصالية للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر الفيسبوك جاءت الرسائل النصية المصاحبة لصور ثابتة في الترتيب الأول بين كافة الأشكال الثلاثة السابقة، وقد عرض عديد من هذه النماذج في فئات سابقة من الدراسة، هذا إلى جانب الرسائل النصية التي يصاحبها روابط، والتي تضمنت روابط مواقع إلكترونية، ومواقع مؤسسات فاعلة في المبادرة، وروابط أخبار خاصة بالمبادرة، هذا بالإضافة إلى روابط أفلام وثائقية مرتبطة بعديد من المناسبات المصرية مثل يوم الشهيد، يوم المرأة وتكريم الأم المثالية، وروابط فيلم كنوز الذي يعرض مشاريع التنمية في مصر وخاصة في الصعيد، هذا إلى جانب رابط أغنية محمد منير "أنا مصر اللي من غير ميزان الدنيا ديه يختل"، وعديد من الروابط التي تتضمن تفاصيل أكثر على أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية وتاريخية وفنية حدثت في مصر والتي عرضت عبر روابط القنوات التلفزيونية عبر شبكة الفيسبوك.

وتضمنت الرسائل المرئية عديد من الأشكال جاء في مقدمتها مقاطع الفيديو المسجلة بنسبة 43%، والمعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم بنسبة 21%، وأفلام رسوم متحركة بنسبة 5.1%، والترويهات المرئية الوطنية بنسبة 2.9%، ومن أكثر الأشكال التي حققت تفاعل كبير من جانب الجمهور المستهدف للمبادرة، معسكرات الزوم الافتراضية، وأفلام الرسوم المتحركة، لتوفيرها عديد من أساليب التعليم التفاعلي مع أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية لتعلم اللغة العربية وممارستها، وربطهم بواقع المجتمع المصري وما يجري به من أحداث وتغييرات ومشاريع تنمية، وتعزيز الهوية الوطنية لديهم بمختلف مكوناتها اللغة، والتاريخ، والعادات والتقاليد والقيم والثقافة المصرية، ودعم انتمائهم لوطنهم الأم مصر، في إطار الاستفادة من خصائص هذه القوالب التي اعتمدت على المقابلة الحية الافتراضية بين وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين في الخارج، والهيئة الدبلوماسية للدول الأجنبية والعربية التي عقدت فيها المعسكرات، والجاليات المصرية وأبنائهم في الدول، وذلك عبر المعسكرات الافتراضية اونلاين عبر تطبيق الزوم، وسلسلة فيلم الرسوم المتحركة التي اعتمد على محاكاة نمط حياة طفل من أطفال الجاليات المصرية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفيما يلي عرض لكل منهما

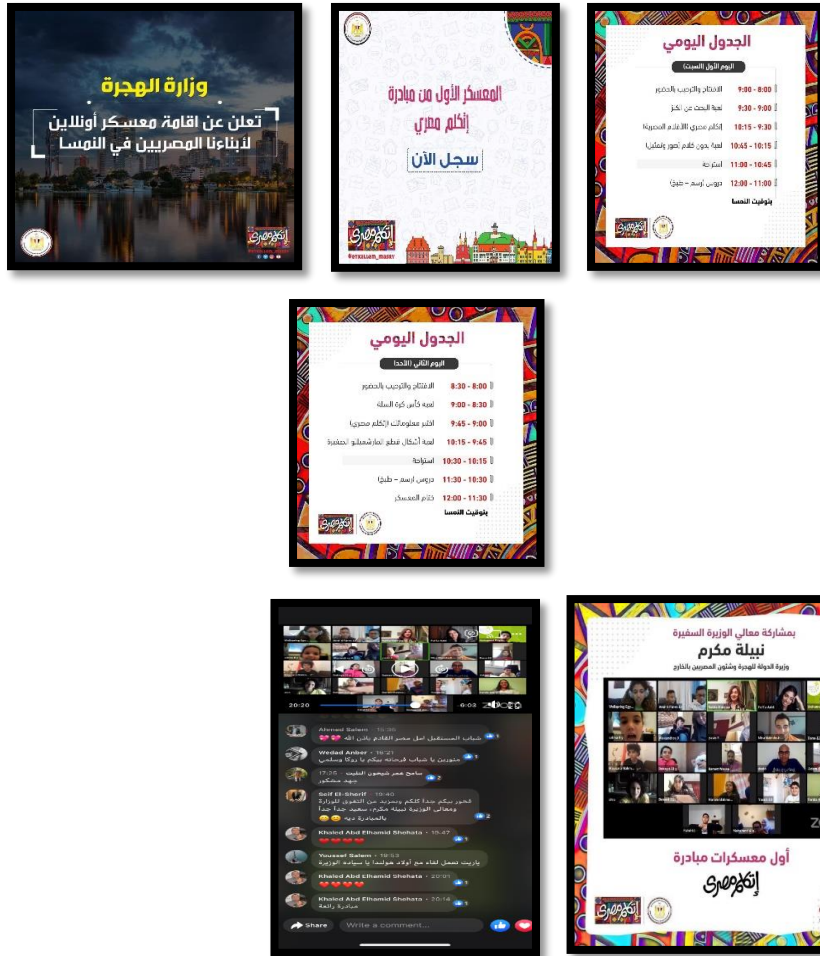
-أفلام الرسوم المتحركة

استفادت المبادرة من ثراء شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك باعتبارها أحد أهم وسائل الإعلام الاجتماعي في سلسلة أفلام الرسوم المتحركة كأحد أهم القوالب والأشكال التي تحظى بمشاهدة عالية وانتشار واسع وتأثير مباشر لدى مستخدمي الصفحة من الجمهور المستهدف من الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية، واعتمدت على أسلوب المحاكاة والملاحظة في دعم وتعزيز الهوية الوطنية بمكوناتها المختلفة لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، بطل الفيلم كريم شريف المصري طفل مولود في الولايات المتحدة الأمريكية ويعيش فيها ومغترب عن وطنه الأم مصر، ويتحدث اللغة العربية واللهجة المصرية بصعوبة ولا يعرف الكثير عن مصر، وهوبذلك يماثل حالة كل أبن من أبناء الجاليات المصرية المستهدفة للمبادرة، وعرض خلال فترة الدراسة عشرة حلقات إجمالي مدتها الزمنية 47 دقيقة و35 ثانية، بداية من 5 نوفمبر 2020م وحتى 4 يناير 2021م، وتبدأ حكاية كريم المقيم في واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية بذهابه للسفارة المصرية للاحتفال باليوم الوطني المصري والذي يوافق 23 يوليو، واعتمد الفيلم على عديد من الأفكار والموضوعات التي تدعم الهوية المصرية الوطنية وتبرز عناصرها ومكوناتها، وتغرس الانتماء لدى أبناء المصريين المغتربين في دول العالم ومن أهم هذه الأفكار:

- اعتمدت فكرة الفيلم على محاكاة قصة ابن من أبناء الجيل الثاني والثالث للجاليات المصرية في الولايات المتحدة الأمريكية، وبطل الفيلم كريم شريف المصري هو مصري مقيم في واشنطن بدأ بحضور اليوم الوطني المصري مع والدة في السفارة المصرية وبدأ يتعرف على وطنه وهويته الوطنية، **كريم المصري** "عرفت موقع مصر والظروف الاقتصادية، اتعلمت كمان معلومات كثيرة عن بلدى وازاي مصر بتقهر جغرافية المكان والظروف الاقتصادية الصعبة اللي العالم عيشها".
- استخدم الفيلم عديد من أساليب **التعلم الاجتماعي** أهمها المحاكاة والملاحظة والتجربة والسؤال والإجابة والأشكال والرسوم التوضيحية، وكتابة الكلمات الصعبة وشرح معانيها وعرض صور توضيحية مصاحبة للحوار، واسلوب التكرار والإعادة في التعليم واكتساب المعرفة، وعرض ما تم تعلمه واكتسابه من معلومات في نهاية كل حلقة من مسلسل الكارتون، **كريم المصري** "انا وزمايلي كنا متعودين كل مرة نقول الكلمات اللي عايزين نفتكرها"، "بكتب الكلمات الجديدة اللي بتعلمها على الموبايل".
- توظيف وإيضاح دور **الجماعات المرجعية غير الرسمية** محددة في الآباء والأمهات والعائلة والأهل والأصدقاء، **والجماعات المرجعية الرسمية** مثل وزارة الهجرة والسفارات والقائمين بالعمل فيها في دعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الأبناء وتعريفهم بعناصرها المختلفة، وتعليمهم اللغة العربية واللهجة المصرية، والعادات والتقاليد، والقيم والدين والثقافة المصرية، وبت روح الانتماء في نفوسهم، **السفير المصري في واشنطن** "دائماً بنسعد بوجود أبناء الجالية وسعيد جدا بوجود الشباب معنا في الاحتفال الوطنى، مصر مهتمة جدا بربط كل أبنائها في الخارج بوطنهم الأم ويسعدنى أعرفكم بملتى بتعمله وزارة الهجرة اسمه منندى الجيل الثاني والثالث، واللى فيه بنزور أماكن كثير بتظهر جمال بلدنا وكمان بنتكلم مصري وبندعوكل الشباب يسجلوا حضور"، **الأب شريف المصري** "مش قولتلك مصر مبتناساش ولادها".

- إبراز دور الجماعات المرجعية الرسمية وغير الرسمية في توعية أبناء الجيل الثاني والثالث في دول العالم بتحري الدقة والتأكد من الأخبار والمعلومات التي تنشر عن وطنهم الأم مصر، ومواجهة وتصحيح المعلومات المغلوطة عن مصر، الأب شريف المصري "انا عارف إن هنا في أمريكا ممكن اسمع حاجات عن مصر وهى فيها مش حقيقي زى مثلا صور نمطية عن مصر والعرب تعميم يعنى والأخبار في الإعلام غير صحيحة"، الأبن كريم المصري "فهمت دلوقتي أنا درست في المدرسة عن السلام مع إسرائيل لكن سمعت حكاية ثانية"، الأب "علشان كده لازم تتحرى الحقيقة بنفسك يعنى تبحث وتدور بنفسك متصدقش كل اللي بيتقالك على أنه حقيقة"، "اتعلمت حاجات كثير جدا من برنامج وزارة الهجرة عرفت عن بلدى أكثر وازاي اقدر أرد على الإشاعات اللي بيسمعها في الخارج، أعرف بنفسى الحقيقة من مصدرها لازم يكون في تواصل مع بلدى ووزارة الهجرة".
- إطلاع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية عن كل الأحداث السياسية والاقتصادية والتاريخية والاجتماعية والرياضية التي تحدث في مصر، والتطورات والتغييرات والتنمية التي تحدث في مصر في كافة المجالات وعلى كل المستويات، والسعى للجمهورية الجديدة، والمشروعات الجديدة والتنمية، وجعلهم على دارية بواقع المجتمع المصري على كافة المستويات والمجالات، كريم المصري "مصر اتغيرت عن آخر مره جت فيها الطريق مش زحمة زى كل مرة بيجى فيها مصر، وزمان مكش الوقت مهم في مصر"، "الدولة شقت الجبال علشان تعمل طرق توفر الأمن والسلامة للمواطنين زى طريق الجلالة وعملت منتجع هناك في تجمعات سكانية وجامعة ومشاريع استثمارية، وطرق وكباري والانفاق اللي في طول مصر وعرضها في كل مكان في مصر"، "الجدة" مصر بتغيير وهتتغير للأحسن ان شاء الله".
- أبرز الفيلم التاريخ كأحد أهم مكونات الهوية الوطنية المصرية وتعريف الجمهور المستهدف بأهم أحداث التاريخ المصري، والتي تضمنت يوم 23 يوليو باعتباره من أهم الأيام التاريخية في حياة المصريين وقيام الضباط الأحرار عام 1952م بثورة وتحول مصر من الحكم الملكي للحكم الجمهوري، حرب الاستنزاف وحرب أكتوبر 1973م، ومعاهدة السلام. شريف المصري "انا سمعت عن 6 أكتوبر وأعرف أن مصر حربت إسرائيل"، "البرنامج كان في زيارات للأهرام والمتحف المصري علشان نرتبط بأجدادنا الفراعنة ونعرف ازاي عملوا العلم والعالم متحير فيه لغاية دلوقتي في فهمه، بناء الاهرامات وأبوالهول والتحنيط، والتصميمات الهندسية للمعابد، والتصميمات المعمارية في مصر القديمة المساجد والكنائس والمعابد والمباني اللي حولين خان الخليلي".
- التأكيد على أهمية اللغة العربية واللهجة المصرية كأداة تواصل أساسية لمعرفة الوطن والتاريخ والتواصل مع الأهل والأصدقاء والتعبير عن الهوية والحفاظ عليها، والتأكيد على أهمية الاستمرار في الحديث باللغة العربية، كريم المصري "ازاي uncle,grandma اقصدى تيته وعمى، بابا وتيته دائما كانوا يقولوا اتكلم مصري"، "المهم أنك تفضل تتكلم عربي".

النمسا بالتعاون مع الطفل المصري "ميسرة محمود مقلد" المقيم بالنمسا والحاصل منها على جائزة شخصية العام لسنة 2020م. وبداية الإعلان عبر مختلف حسابات المبادرة على شبكات التواصل الاجتماعي لدعوة أبناء المصريين المقيمين بدولة النمسا، والذين تتراوح أعمارهم بين 6 و14 سنة للانضمام إلى أول معسكر أونلاين لتحفيزهم على التحدث باللغة العربية وباللهجة المصرية.

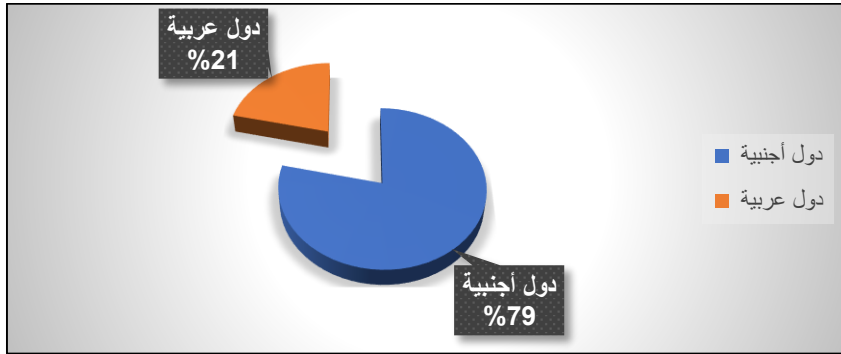


(شكل رقم 24) نماذج للمعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم أحد قوالب الخطاب المنتج

لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك

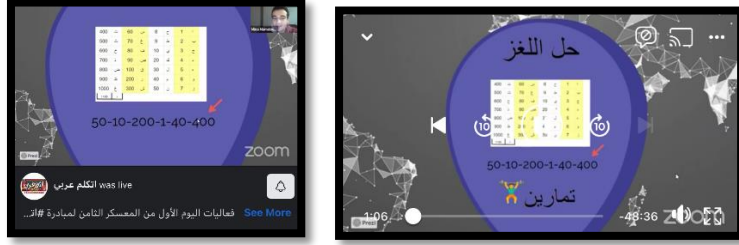
وظفت الخصائص الهيكلية لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك باعتبارها أهم وسائل الإعلام الاجتماعية في دعم وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف عاصرها لدى أبناء المصريين المغتربين في دول العالم الأجنبية والعربية، واعتمدت على الأساليب التكنولوجية والتقنية الحديثة في التواصل مع الجمهور المستهدف عبر شبكة الفيسبوك بمختلف إمكاناتها وثراء الوسيلة التي تجمع بين الصوت والصورة المرئية والكتابة النصية والتفاعل المباشر بين القائمين بالاتصال

والجمهور المستهدف عبر الواقع الافتراضي. وعقد 14 معكسر أونلاين في مختلف دول العالم، بنسبة 79% في دول أجنبية و21% في دول عربية، وتضمنت الدول الأجنبية النمسا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية والمانيا والسويد والمملكة المتحدة واستراليا وفرنسا وبلجيكا وإيطاليا وبولندا، والدول العربية الامارات والسعودية والكويت والبحرين. ويلاحظ الفارق النسبي بين الدول الأجنبية والعربية، وقد يرجع ذلك لطبيعة الدول الأجنبية والاختلاف الكبير بينها وبين هوية الدولة المصرية بمكوناتها المختلفة من ثقافة وعادات وتقاليدهم ولغة، مما يزيد الاحساس بالغربة والاعتراب لدى المصريين المقيمين في هذه الدول، وتعرضهم بنسبة أعلى لخطر حروب طمس الهوية وتشوية صورة وطنهم الأم في هذه الدول، في حين هناك تشابه كبير بين الدول العربية ومصر في مكونات الهوية الوطنية والعربية والتي تتفق في عديد من عناصرها مثل اللغة والقيم والعادات والتقاليد والهوية الثقافية، وقد يكون نسبة الجاليات المصرية في الدول الأجنبية أكبر من الدول العربية، واتفق ذلك مع أهداف المبادرة التي تسعى لتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء المصريين المغتربين ومواجهة حروب طمس الهوية التي يتعرضون لها في الدول الأجنبية بشكل أساسي وبنسبة أعلى بكثير من الدول العربية.



(شكل رقم 25) الدول التي أجريت فيها المعسكرات الافتراضية أونلاين عبر تطبيق الزوم لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك

وتحددت مصادر التعلم الاجتماعي في التفاعل المباشر بين الأشخاص في الواقع الافتراضي، وآليات التعلم في التفاعلية التبادلية والعمليات الإبداعية والعمليات المعرفية، وعبرت عن مراحل التعلم الاجتماعي بالانتباه والاهتمام والاحتفاظ والإنتاج والاداء والتحفيز والدواع، وتمثلت نواتج التعلم عبر المعسكر أونلاين عبر تعليم استجابات جديدة والتحرير والتسهيل، حيث تقوم فكرة المعسكر الافتراضي أونلاين عبر البث المباشر على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وعبر رابط تطبيق الزوم، ويقام المعسكر على مدار يومين يمارس فيه الأطفال عديد من الأنشطة والألعاب المرتبطة بتعلمهم وممارستهم للغة العربية والتحدث بها، وألعاب خاصة بأكسابهم المعلومات والمعرفة عن التاريخ المصري وعن الأحداث التي تقع في مصر، إلى جانب معلومات عن الأفلام والفن المصري، مثل لعبة فك اللغز وهي عبارة عن أكواد وأرقام مقابل لها حروف ابجدية عربية يحاول الطفل فك اللغز من خلال تركيب الحروف المقابلة للأرقام بجانب بعضها وتكوين كلمة عربية ونطقها، كما طبق التعلم بالتجربة من خلال عمل الأطفال لعديد من الأكلات المصرية مع الفريق القائم بالاتصال وتنفيذ خطواتها معا وممارسة التحدث والتفاعل معا باللغة العربية ومن أهم الأكلات المصرية الذي قام بتجربتها الأطفال الحواشي المصري.



(شكل رقم 26) نموذج لعبة حل اللغز لتعليم أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية اللغة العربية

هذا إلى جانب مقابلة الوزيرة نبيلة مكرم لهم ولآبائهم والتفاعل المباشر بينهم على صفحة الفيسبوك للمبادرة وعبر تطبيق الزوم، واستخدمت الوزيرة باعتبارها القائم بالاتصال في العملية الاتصالية عديد من أساليب التعليم المباشر لتعليم الأطفال التحدث باللغة العربية وحروف الإبجدية العربية وكيفية تكوين كلمة وجملة، والسؤال عن الأكلات المصرية، والأماكن الأثرية والسياحية ومحافظات مصر، والاعتماد على المحاكاة والملاحظة المباشرة والمشاركة والتحفيز للتفاعل في العملية الاتصالية والتعلم، وحرصها على مناداة كل طفل باسمه، ومشاهدتها لهم وهم يمارسون الرياضية والألعاب في المعسكر، واثارة التساؤلات والاستماع لإجابات الأطفال ومحاولتهم التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية، واختبار معلوماتهم عن مصر، وإضافة المعلومات الجديدة إليهم عما يحدث في بلدهم من تطورات وتغييرات، وفي عديد من المعسكرات واجه بعض الأطفال صعوبة في التحدث باللغة العربية وهنا برز دور الجماعات المرجعية غير الرسمية مثل الوالدين، والرسمية مثل الوزيرة نبيلة مكرم في حثهم على المشاركة والتفاعل والترجمة باللغة التي يتحدثها الأطفال، ثم معاودة السفيرة وإصرارها على تحدثهم باللغة العربية وتكرار الطفل لما تقوله باللغة العربية، وتميزت بتركيزها الشديد مع كل طفل من الأطفال المشاركين في المعسكر وتحفزها لهم على المشاركة والتفاعل والحديث باللغة العربية وممارستها، ومكافأتها لهم بالتصقيف والتفاعل والإشادة والإبراز لهم في إطار التفاعل الجماعي والجماهيري في المعسكر، وتشجيعهم على حضور المعسكرات الحقيقية التي تقيمها الوزارة في شرم الشيخ بعد انتهاء جائحة كوفيد 19، كما حرصت السفيرة نبيلة مكرم على التواصل مع آباء وأمهات الأطفال الحاضرين معهم المعسكر ولكن خلف الكاميرات وحثهم وتحفزهم على تعليم أبنائهم اللغة العربية والتحدث بها، وزرع الوطن في قلوبهم والحفاظ على هويتهم الوطنية، وفي معسكر النمسا قالت الوزيرة "انا مبسوسة جدا بكم انكم شجعتم ولادكم يشتركوا في المعسكر، وبشكركم انكم ربتم فيهم الطابع المصري يعني أنا وانا بتكلم معهم وهما في النمسا بجد برافو عليكم انكم محافظين على العربي بتاعهم"، "ميسرة انا فخورة بك جدا جدا مستنياك تنزل مصر ولوتعرف تجيب كل العيال ده معك هنعمل حاجات حلوة جدا جدا في مصر مع بعض ونشوف حاجات أجمل وأجمل احنا هنا في مصر بنحبكم كلكم وان شاء المعسكر ده هيبقي احسن واحسن بكم، انا عايزة كل واحد فيكم يكتب على السوشيال ميديا Social Media بتاعته على صفحته على انستجرام الفيسبوك يكتب هو عرف أيه وتعلم أيه علشان أنتم أول ناس انتم لازم تبقوا فخورين انتم أول معسكر اتكلم مصري فأنتم لازم تكونوا فخورين جدا وتشجعوا كل الولاد في كل انحاء العالم ان هما يشاركوا في المعسكر ده المرة اللي جايه أنا بحبكم كلكم مبسوسة بكم كلكم فخورة بكم كلكم وميسرة مبسوسة جدا من العلم المصري".

وبداية من المعسكر السابع في دولة البحرين حرصت الوزيرة نبيلة مكرم على حضور السفراء والقناصل المصريين في هذه الدول معها ومع أبناء الجاليات المصرية المعسكر أونلاين والتواصل والتفاعل المباشر معهم، في إطار تدعيم دور الجماعات المرجعية المصرية الرسمية في تعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها لدى الجمهور المستهدف من المبادرة. وتضمنت هذه المعسكرات عديد من الأطروحات اللفظية التي تدعم الهوية الوطنية والثقافية واللغوية لدى أبناء الجاليات المصرية في هذه الدول، وتعريفهم بما يحدث في وطنهم الأم، وتحديد صورة المصريين وصفاتهم، وسمات صورة مصر الدولة والجمهورية الجديدة في إطار ربطهم بهويتهم الوطنية ودعم انتمائهم بوطنهم، ومن أهم هذه الأطروحات:

- **تشجيع الأطفال التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية**، ودعم اتقانهم للغات الأجنبية الأخرى، أنا مصري يعنى بتكلم عربي، وغناء بعض الأطفال في المعسكرات للنشيد الوطني المصري باللغة العربية، وحث الآباء والأمهات على تحفيز أبنائهم على ممارسة التحدث باللغة العربية واللهجة المصرية في المنزل لدعم اللغة عند الأبناء والتي تعد وسيلة دعم وتعزيز الهوية الوطنية لديهم، وأداة التواصل والتعرف على قيم وثقافة وعادات وتقاليد وتاريخ بلدهم ووطنهم الأم، "المعسكرات دية بنتكلم على لغتنا وهويتنا المصرية او identity ازاى نحافظ على هويتنا الوطنية جوه قلوبنا".
- **التأكيد على رسالة المعسكرات أونلاين اهتمام مصر بأبنائها في جميع انحاء العالم واصرارها التواصل معهم**، "مصر مبتسيش ولادها بس النهاردة مبتسيش ولادها الصغيرين هي مبتساش ولادها الكبار انما كمان ولادها الصغيرين النهاردة مهم جدا جدا اني اتكلم معكم ونقولهم ازاى انتم وحشين مصر اوى اوى، وكمان علشان كوفيد 19 ان احنا من خلال الزوم بننتدى نشوفكم ونتكلم معكم ونظمن عليكم وانتم كما تظمنوا علينا وتمنوا على بلدكم القوية بلدكم الجامدة بلدكم اللي هي بالرغم من كل حاجة مازالت مستمرة وواقفة على رجلها".
- **الاعتماد على أسلوب المحاكاة في تقديم الطفل "ميسرة محمود مقلد" الحائز على جائزة شخصية العام 2020م في النمسا وتكريمه من الرئيس النمساوي لقيام ميسرة بمبادرة في النمسا لمساعدة وتلبية احتياجات كبار السن أثناء جائحة كوفيد 19**، وتكريم السفيرة نبيلة مكرم له أمام الأطفال كمنهج يحتذى به للمصريين في الخارج، وتدعمه في إطار ما قام به واعتباره سفير لمصر في النمسا، واعتباره سفير مبادرة "إنكلم عربي" وحضوره جميع المعسكرات التي عقدت في الدول الأجنبية والعربية باعتباره قدوة للأطفال المصريين المغتربين في هذه الدول، بالإضافة إلى عرض نماذج متفوقة من أبناء المصريين المغتربين في الدول الأجنبية والعربية في الدراسة وفي الرياضة وتكريمهم وتحفيزهم باعتبارهم نماذج مشرفة لمصر في هذه الدول، وسفراء مصر في الخارج.
- **تعريف الأطفال المصريين المغتربين بمهام وزير الدولة للهجرة وشنون المصريين بالخارج**، ودورها في التواصل مع المصريين في الخارج ودعم القيادة السياسية لهذه المهام، لتعريفهم ببلدهم، ودعم مصر لهم، وحل مشكلاتهم في الخارج، وتلبية طلباتهم واحتياجاتهم، وتقدير النماذج المصرية المشرفة في الخارج، ودعمها لمساعدة وطنهم وبلدهم.
- **دعم انتماء أبناء الجاليات المصرية في الخارج لمصر**، وتعزيز شعورهم بالفخر أنهم مصريين وانتمائهم لمصر والتي تعد من أكبر دول العالم، وموقع مصر على الخريطة واعتبار مصر قلب العالم، وأن مصر تطل على البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر، والنيل شريان الحياة في مصر، وتمتع مصر بمناخ جميل ومعتدل.

- إبراز المكان والأرض باعتبارهم أحد أهم مكونات الهوية الوطنية المصرية عبر طرح سؤال عن عدد مرات زيارتهم لمصر وأماكن أقامتهم في مصر، وأكثر الأماكن المحبوبة لديهم والتي تحددت في الأهرامات القاهرة وشرم الشيخ والغردقة والاسكندرية وبورسعيد والفيوم ودمنهور والعين السخنة.
- إبراز التاريخ المصري وأهميته بمراحله المختلفة في العالم، واعتباره أحد أهم مكونات الشخصية المصرية والهوية الوطنية المصرية، القنصل العام المصري بإيطاليا "نتكلم عربي ونتعرف على تاريخ مصر العظيمة وحضارتها"، "مصر تاريخ عظيم وأثارنا في كل حته في العالم"، القنصل العام المصري في إيطاليا "فرصة جميلة نتعرف على تاريخ مصر العظيم وحضارتها"، السفير المصري بإيطاليا هشام بدر "أجدادنا الفراعنة كان لهم حاجة بالنسبة لهم لما يعملوا حاجة يعملوها بشكل perfect يحطوا كل الجهد فيها علشان تطلع ممتازة، ده أهم رسالة بالنسبة لنا، علشان كده كانوا بيهتموا أهم حاجة التعليم والعلم والعلوم، وكانوا بينجحوا في الطب والهندسة والفنون والعمارة وكانوا بيحبوا يسجلوا الابداعات ده بعد ما يتعلموا اوبعد ما يعملوا كل حاجة كويس كان بيحبوا يسجلوها في صفحات التاريخ وعلى جدران المعابد، وكانوا بيدرس باللغة العربية في بعض الجامعات الإيطالية المرموقة ودلوقتي العالم كله يستخدم الأرقام العربية ده كلهم أصلا جايه من الأرقام العربية"، الوزيرة نبيلة مكرم "برافومينا برفودكتور نجيب قنواى Egyptian professor هو دكتور مصري في استراليا وانا لما جت لكم استراليا على فكرة أقابلته وهو أول واحد دخل Egyptology في جامعة ماكواري في سيدنى".
- التأكيد على وحدة العرق والجنس المصري باعتباره أحد أهم عناصر الهوية الوطنية المصري، وأن المصريين حاجة واحدة وشعب واحد ونسيج واحد، "عندنا الكنسية والجامع، كلنا حاجة واحدة عارفين يعني ايه حاجة واحدة، كلنا الشعب المصري حاجة واحدة، شعب واحد مبيفرقش بين بعض، ممكن يبقى عندنا شوية مشاكل زى ما كل بلاد العالم عندها مشاكل انما في مصر كلنا واقفين جنب بعض علشان اى حد بيحاول ان هو يدخل بينا مش هيحصل له كويس كلنا بنحلم بلدنا"، "الرئيس عبد الفتاح السيسي لما جى وحكم مصر او كيه قرب كل الناس مع بعض وقال مفيش فرق مفيش حاجة اسمها مسلم ومسيحي، مفيش حاجة اسمر وابيض، مفيش حاجة راجل وست، حتى اللى عندهم special needs الرئيس بتاعنا قال لهم تعالوا بقي انا هكرمكم، بقنا نشوف دلوقتي حاجات جميلة جدا في مصر مكناش بنشوفها قبل كده علشان كده كثير بيحاولوا ان هما يحاربوا مصر".
- أهمية الثقافة المصرية واللغة العربية والفن والأدب المصري ودوره في النهوض بالحضارة على المستوى المحلى والإقليمي والدولي، السفير المصري بإيطاليا هشام بدر "انا عابزة أقولكم لما بنتكلم على اتكلم عربي متنساش ان اللغة العربية ديه مش بس بيتكلمها 100 مليون مصري و300 مليون عربي، لكن مصر طول حياتها مشهورة بالأفلام والمسرحيات وكتب الأدب والثقافة المصرية في العالم العربي واللى سهلت التواصل بين كل العالم العربي، وبردوبأوروبا"، السفير حاتم تاج الدين سفير مصر في بولندا "المعسكر اسهام واضح في ربط أولادنا في بولندا بالثقافة المصرية ودورها على

المستوى الإقليمي والدولي وتحفيزهم على التحدث باللغة العربية، يهمنى سريعا ان اقول ان اللغة العربية أهميتها ايه ان الأمم المتحدة نفسها معتبرها من ست لغات رسمية وكل وثائق واجتماعات الأمم المتحدة بتترجم للغة العربية، ديه بيبين أهميتها وعدد سكان العالم اللي بيتكلموا بها بيخلى الكل يهتم بها، وكمان بيتم الاحتفال بيوم 18 ديسمبر كل عام باليوم العالمي للغة العربية ده بيبين اد ايه الأهمية اللي بتلقها هذه اللغة، طبعا يبقى أولى ان احنا نهتم بها ونعززها لأبنائنا في الخارج"، وفي إطار طرح الوزيرة نبيلة مكرم سؤال على أبناء الجالية المصرية في استراليا عن اللغة الثالثة في استراليا "اللغة العربية اللغة الثالثة اللي بيتكلموا بها في استراليا طيب احنا المصريين في استراليا مش هنتكلم العربي بتاعنا".

- بث القيم المصرية مثل التعاون ومساعدة الآخرين وتدعيم صورة المصري الجدع والشهم الذي يحب مساعدة الغير ويحب الخير للجميع من خلال إبراز أفعال المصريين في دول العالم، وسمات المصريين الجدعنة والشهامة والشجاعة والكرم وخفة الدم، وتقديم الأطفال في مختلف المعسكرات نماذج مساعداتهم للآخرين بداية من أسرهم والجيران والأصدقاء والغرباء في الدول المقيمين فيها باعتبارهم مصريين وسفراء مصر في الخارج مما يعكس ويدعم الصورة الإيجابية للشعب المصري، "يحبوا مساعدة الغير وارتبوا على الجدعنة وعمل الخير لناس مختلفة، وانهم نموذج مشرف للمصريين في الخارج وترفعوا رأسها".

- التأكيد على العائلة وأهميتها، الأهل الموجودين في مصر أهل أبناء مصر المغتربين في دول العالم الأجنبية والعربية، واعتبار الأهل مكون أساسي من مكونات الشخصية المصرية والهوية الوطنية، وفي إطار طرح سؤال لأطفال المعسكر الخامس أونلاين في المانيا والسويد "ايه أكثر حاجة وحشكم في مصر" أجاب الأطفال "تيتة وجدو"، "كلكم بتقولوا تيتة وجدو، انا عايزة اتكلم بقي طالما كلكم جيتم سيرة تيتة وجدوانا لازم اتكلم على تيتة وجدولأن تيتة وجدودول احنا بنتكلم على المصرية اوى زى بيت تيتة وبيت جدو هوده المكان اللي بيلمنا كلنا واللى بيحضنا كلنا، واللى بنسمع منه حكايات صح والا لا، مين يقولى الوقت اللي بتقضوه مع تيتة وجدو في مصر بيحكوا حكايات ازاي عن البلد والاقارب وعن التاريخ مين بيسمع من تيتة وجدو حكايات علشان كده لما بنتجوا مصر بيبقي في حاجات حلوة ان انت تروح بيت تيتة القديم وبيت جدو القديم وتسمع منهم حكايات الحاجات المصرية ديه ممكن متلاقوهاش في اي حته ثانية"، "انا بحب مصر لأن أهلى هناك".

- إبراز العادات والتقاليد المصرية باعتبارها أحد أهم مكونات وعناصر الهوية الوطنية المصرية، وضرورة الالتزام بها، الوزيرة نبيلة مكرم "احنا عندنا التقاليد المصرية واحترام الكبير وازاي ان احنا لازم بر الوالدين وان احنا نودهم ونسمع كلامهم ونهتم بهم ونسمع كلامهم وعلى طول نسأل عليهم"، "احنا بنتكلم عربي ولكن احنا بنعرف بلدنا وبنعرف أكلاتنا وبنعرف عاداتنا وبنعرف تقاليدنا احنا مش بس بنتكلم عربي احنا بنعيش مصري"، "نتكلم بمبادئنا وتقاليدنا وعاداتنا وكل الحاجة الحلوة اللي بتورى ان احنا مصريين"، "أكثر حاجة بحبها في مصر كل يوم مناسبة الاجتماعيات يعنى بقي في كده جوحلودفي"، الوزيرة نبيلة مكرم في المعسكر الثالث عشر لأبناء

الجاليات المصرية في كاليفورنيا والتي صادف يوم 20 مارس 2021م، وفي إطار احتفالهم بعيد الأم يوم 7 مايو أكدت على ضرورة ربطهم بالعادات والتقاليد المصرية ومن ضمنها الاحتفال بعيد الأم المصرية "ايه رأيكم نحتفل بعيد الأم المصرية بكره ايه رأيكم يعنى هنعيده تانى وهنحتفل بماما تاتى بعيد الأم المصرية بكره فلازم بكره نحتفل به عايزاكم تقولوا شكرا يا ماما لأن ماما هي اللي أخذت بالها منا واحنا في بلد ثانية خالص صح والا لا وهي اللي ربيتنا وهي اللي علمتنا وهي اللي بتخاف علينا".

- طرح سؤال عن أكثر الأكلات المصرية التي يحبها أبناء الجيل الثاني والثالث للجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، ومدى معرفتهم بهذه الأكلات ومكوناتها وكيفية إعدادها وممارسة إعداد وتجهيز بعض هذه الأكلات في المعسكرات أونلاين، وتضمنت الملوخية والكشري والمحشي والفول والفلفل والكفتة والكباب ورق العنب والحووشي والفتة والبيض بالبطرمة والكنافة.

- ربط الرموز بالهوية الوطنية المصرية وحث أبناء المصريين المغتربين في دول العالم الأجنبية والعربية على عرض ما لديهم في المنازل يعبر عن مصر، وتأكيد وجود مصر في بيوتنا وفي قلوب أبنائها، وارتداء ملابس مصرية فرعونية أوزى الفلاح المصري، الصعيدي المصري، البدوالمصري، "أنا مبسوطه أن كلكم معكم حاجات من البيت بتفكركم ببلدكم وده حاجة مهمة جدا ودائما نفتكر حتى لو احنا بعاد عن مصر دائما نفتكر ان احنا بلدنا مصر وان احنا هويتنا مصر، لازم دائما تحطوا مصر في قلبكم، وان احنا مصريين وبعدين بقنا كنديين نمساويين أمريكيين مصر بلد كبيرة وبلد جميلة بلد بضمنا كلنا، كل الناس في مصر مستنيكم انكم تيجوا".

- التأكيد على الهوية القومية العربية لمصر لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، حيث أبرزت الجماعات المرجعية الرسمية محددة في السفراء والقناصل أعضاء فريق القائم بالاتصال للمبادرة، هشام بدر سفير مصر في إيطاليا "اتكلم عربي لأبنائنا المصريين في الخارج المره ديه في إيطاليا لربط النشأ بالخارج بالوطن الأم وتعريفهم بالحضارة العربية والمصرية، والتمسك بهويتهم ولغتهم، لازم الشباب يعرفوا الاسهام اد ايه قامت الحضارة المصرية والحضارة العربية بدور كبير في تاريخ الحضارة، لازم نكون فخورين بالحضارة المصرية والعربية، وان تعرفوا ان الحضارة الاوروبية اللي أصل النهضة قامت في اوربا كلها على ثمار الحضارة العربية".

- تعرف أبناء الجاليات المصرية بالرئيس المصري والقيادة السياسية المصرية، والنهوض بالمرأة المصرية وتطور دورها في المجتمع على كافة المستويات السياسية والقانونية والاجتماعية، الوزيرة نبيلة مكرم "ايفي عملت دراسة بتكلم عن women in the middle east واتكلمت mainly عن الست المصرية في الشرق الأوسط، البلد بتتطور وعندنا مدن جديدة وتعليم وصحة وحاجات كثيرة، لكن مصر منسيش سناتها سناتها الجدعان كل ست بقت لها مكانه في مصر زي ما قولت عندنا 8 وزيرات في مصر، وكمان عندنا نائبات في البرلمان المصري دلوقتى مصر بتبص على الست المصرية انها ست تقدر ان هي جدعة تتحمل المسؤولية، بكلم البنات لازم كل واحدة فيكم

لازم تكون فخورة ان هي مصرية لأنه المرأة المصرية دلوقتي في كل حته مش بس في مصر انما في كل انحاء العالم احنا فخورين بها لأن هي نموذج للسنتات اللي قدروا ان هما يبقوا في مراكز حلوة اوى تقدر ان هي تفيد البلد "

- معرفة الأحداث السياسية والاقتصادية والتاريخية والرياضية والفنية التي تقع في مصر في إطار ربطهم ببلدهم ووطنهم الأم وإطلاعهم على كافة الأحداث والشئون الجارية في مصر مثل الانتخابات البرلمانية وحق المصريين داخل مصر وخارجها كمواطنين في التصويت والتعبير عن آرائهم واختيار من يمثلهم في البرلمان، ودور الجماعات المرجعية غير الرسمية في ذلك والتي تحدد في دور الآباء والأمهات في تعريف أولادهم وأطفالهم المصريين في الخارج بما يحدث داخل وطنهم، الاحتفال بيوم الشهيد، والاحتفال بعيد الشرطة المصرية، والاحتفال بالمرأة المصرية والأم المثالية، وفي يوم 3 أبريل 2021م عقد المعسكر الرابع عشر أونلاين مع أبناء الجاليات المصرية في نيوجيرسي بالولايات المتحدة الأمريكية ومشاركتهم البث الحي لحفل المومياوات الملكية.

- إطلاع الأطفال المصريين المغتربين في دول العالم على الإنجازات والتغيرات والتطورات التي تحدث في مصر من انشاء شبكة الطرق والكباري الجديدة، وطريق الجلالة، ومشروع القطار السريع لربط العلمين بالعين السخنة، ومشروع قناة السويس، الجامعات الجديدة في شرم الشيخ وبورسعيد والجلالة، والعاصمة الإدارية، والمدن الجديدة العلمين والمنصورة الجديدة، وتوفير حياة كريمة للمصريين ونقل المواطنين المصريين من العشوائيات لمدن جديدة ومساكن تليق بهم وتوفير لهم حياة كريمة " الرئيس عبد الفتاح السيسي رئيس مصر هو دلوقتي اللي بيحافظ على مصر ويخلي كل الناس تشتغل، بتشوفوا حاجات جديدة بتحصل في البلد غير اى وقت ثاني عندنا طرق جديدة عندنا شوارع جديدة عندنا أماكن جديدة وبنساعد كمان الناس البسيطة اللي هي كانت عايشة في أماكن مش كويسة دلوقتي بقينا نعمل لهم شقق وحاجات جميلة جدا يقدروا يعيشوا فيها".

- تعرف أبناء مصر المغتربين في دول العالم بالجيش المصري والشرطة المصرية ودورهم في الحفاظ على الأمن الداخلي والخارجي لمصر، وحماية الشعب المصري من المخاطر الداخلية والخارجية، والتنوية عن حضور أولاد الشهداء معهم في المعسكرات الحقيقية التي تعقد على أرض الواقع في شرم الشيخ، وتعرفهم بالشهداء ودورهم في حماية مصر والحفاظ على سينا من الارهابين والعمليات الإرهابية، وإبراز تضحياتهم بأرواحهم في سبيل وطنهم مصر، هذا إلى جانب عرض أغنية أولاد الشهداء في الاحتفال بيوم الشهيد في المعسكر الحادي عشر والذي اقيم في دولة إيطاليا، والحوار حول مسلسل الاختيار، الوزيرة نبيلة مكرم "الشهيد هو العسكري او الضابط الجيش أو الشرطة اوحتى مدني يعني انسان لا جيش ولا شرطة علشان حصل terrorist attack هو passed away فأحنا بنقول عليه شهيد شهيد ضحى بحياته علشان يدافع عن بلدنا، احنا عندنا soldiers في شمال سينا الشباب دول من الجنود بتوعنا واقفين على territorial بتاعة البلد علشان يحموا بلدنا من اي terrorist attack واقفين مش خايفين من الضلمة ومش همهم اليرد واقفين كل واحد بالسلاح بتاعة علشان يحمى بلدك علشان انت وانتى وانتم قاعدين بره انتم مطمئنين ان بلدكم متحافظ عليها من ضباط مصر"، "في مسلسل الاختيار احنا شوفنا أبطالنا الكرم الشجعان الجدعان الشهامة الشجاعة كل اللي انتم قولتوه ده موجود عندنا في جيشنا اللي بيحافظ على بلدنا، والجيش المصري ده جزء من الشعب المصري".

- الإقتداء بالشخصيات المصرية المشهورة على مستوى العالم وتكريمها عالميا وإقليميا ومحليا، واعتبارهم صورة مشرفة لمصر في دول العالم، ومدى حبهم لمصر واحساسهم بالفخر لكونهم مصريين مثل مجدى يعقوب، أحمد زويل، فاروق الباز، بيج رامي، محمد صلاح، "محمد صلاح موجود في مصر اليومين دول علشان مصر هتلعب ماتشين، وتكرم من اتحاد الكرة اتكرم علشان هوكل الناس بتحبه في كل العالم وعامل صورة حلوة اوى لمصر وده نفسي كل واحد فيكم لما يكبر يقوم بالدور بتاعة ناحية مصر ويعرف الناس بمصر بطريقة حلوة اوى"، "محمد صلاح: فخور ببلدى حصولها عاى شرف تنظيم كأس العالم لكرة اليد... أثق في تنظيم مشرف كعادتنا واتمنى كل التوفيق لمنتخبنا الوطني".
- إبراز دور الجماعات المرجعية الرسمية في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، السفير ياسر شعبان سفير مصر في البحرين "ارتباطنا ببلدنا هو ده أكبر إنجاز، احنا مهتمين ببلدنا وان احنا حريصين على التواجد في اي دعوة من الجهات المصرية، حرص أولياء الأمور كثر الف خيرهم يعنى السيدات والسادة اولياء الأمور لا يقل في تقديري عن حرص الأولاد والبنات، العدد اللي موجود معنا حاليا يعنى عدد كافي ومرضي جدا على الأقل كل واحد من الـ 50 واحد اللي موجودين هيروح المعسكرات تاسنة اللي جاية وان شاء الله تكون في القاهرة على الأقل يكونوا 150".
- السفير طارق يوسف سفير مصر في انجلترا "السفراء الصغيرين بتوع مصر في الخارج بحكم كلكم وربط ابناء وطننا الحبيب مع وطننا الحبيب، واللى هما في المستقبل هيكونوا سفراء لمصر وهيكون لهم الدور ما يسمى بالقوى الناعمة لمصر soft power لأن من خلال ادائكم الشباب الصغير في المجالات اللي انتم ان شاء الله هتتجوا فيها وهتكونوا نماذج مشرفة جدا هيسألوا أصله منين ده مصر ده مصري".
- إبراز دور الجماعات المرجعية غير الرسمية في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، والده نور أحد أبناء المصريين المغتربين "بنحاول معها هي بتفهم لكن مش بتتكلم عربي" نبيلة مكرم "نور انت فهمتى لما انا بتكلم دلوقتى احنا من النهاردة من بعد المعسكر ده هنبتدي to force ourselves ان احنا نتكلم عربي بسيط it was a deal ماشي خلاص او كيه بيبقي نور وعدت ياماما ان هي من النهاردة هتحاول تقول صباح الخير بالعربي اوحتى تقول انا عايزة أكل هتقول فين أختي، وابتعوا لي اقولوا لي علشان انا هتابع نور".
- حث الجماعات المرجعية الرسمية لفريق القائم بالاتصال للمبادرة أبناء الجيل الثاني والثالث للجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية على مشاركة وكتابة كل ما هو إيجابي ومشرف للوطن الأم مصر على حساباتهم الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك الانستجرام توتير، الأستاذ ماجد فوزى "محمد صلاح بيقول انه فخور ببلده أنها تنظم بطولة العالم لليد وانه فخور ببلده أنها تنظم كأس العالم لكرة اليد وواثق في مصر اوى وتمنى التوفيق لمنتخب مصر، هو عايش بره مصر وهو مشهور مجرد أنه عمل البوست ده 318 الف واحد عملوا اعجاب، والناس كثيرة علقته حوالى 300 الف واحد وعملوا مشاركة للبوست، ده اللي احنا نقدر نعمله أن احنا نعمل مشاركة

كل حاجة حلوة بتحصل في مصر ونقدر نبقى السفراء بتوع مصر"، الوزيرة نبيلة مكرم "ممكن اطلب منكم طلب انا عايزاكم من هنا لحد لغاية لما تيجوا لنا مصر عايزة كل واحد على السوشيال ميديا بتاعته على انستجرام على توتير على الفيسبوك تحطوا صورة حلوة عن مصر، نتكلم نحط بوست جميل عن مصر".

- وفيما يتعلق بالأطر البصرية للصورة المرئية تضمنت عديد من الرموز الأيقونية الدالة على مصر والتي تحددت في القرآن الكريم، العلم المصري، الصليب، الديكورات والتماثيل الفرعونية، المسلة، ورق البردي، ارتداء بعض الأولاد ملابس فرعونية، وتيشرات مكتوب عليها اسم مصر، الطربوش، طوابع مصرية، وفئات نقدية مصرية، أعمال يدوية مصرية، نحاس مصري، فانوس، زينة رمضان، كككه، جواز السفر المصري، وفريق العمل المسئول عن المعسكرات وبواسطة بث المعسكر عبر صفحة المبادرة على الفيسبوك نقل حى لشرم الشيخ والغردقة والنيل وميدان التحرير ومشاهدة الأطفال لهذه الأماكن والتفاعل معها من خلال (الله حلواوي - جميل جدا - الجوعندكم حلواوي احنا عندنا تلج).

وعبر الآباء والأمهات - بشكل مباشر في نهاية كل معسكر من المعسكرات 14 في دول العالم من خلال الحديث مع فريق العمل بقيادة وزيرة الهجرة عبر تطبيق زووم - عن مدى تقديرهم لفكرة المعسكرات أونلاين والجهد المبذول مع أبنائهم للتحدث باللغة العربية واللهجة المصرية، ومعرفة المعلومات عما يحدث في مصر، وتجربة الأكلات المصرية، وتعرفهم على محافظات مصر وما يحدث من تغييرات وانجازات وتطورات في إطار الجمهورية الجديدة، ومن نماذج ردود الأفعال التزامنية لأولياء الأمور (أنا مبسوطة جدا هي very good idea الصراحة الولاد انبسطوا احنا كمان as parents انبسطنا معهم، احنا فخورين جدا أولا ان احنا مصريين ثانيا احنا عندنا بلدنا جميلة حلوة جدا ثالثا عندنا وزيرة ووزارة رائعة زيكم وعندنا team هايل جدا، طبعا مش عايزين ده يبقى آخر مرة عايزين كذا مرة، كان نفسنا يبقي في فرصة للولاد اللي عابشين بره لما يجوا في الصيف مصر يزورها لوينقع نعمل رحلات للأولاد دول يعنى نعرفهم على معالم مصر وكده هينبسطوا أوى".

ب- أنماط تفاعل أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية مع رسائل خطاب الهوية الوطنية المنتج لمبادرة تكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك

تتيح شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك باعتبارها أحد أهم وسائل الإعلام الشبكي خاصية تفاعل المستخدمين مع مضمون وقوالب الرسائل التي تبث عبر صفحاته المختلفة، وتنقسم التفاعلية في شبكة الفيسبوك إلى تفاعل تزامني وهورد الفعل في نفس وقت بث الرسائل، والتفاعلية اللاتزامنية وهورد الفعل بعد فترة من بث الرسائل، وتنوعت أساليب رسائل المبادرة لدعوة الجاليات المصرية وأبنائها في الدول العربية والأجنبية للتفاعل والمشاركة والاستجابة مع المبادرة، حيث وجهت المبادرة عبر صفحة الفيسبوك عديد من الرسائل النصية المباشرة ذات القوالب المتنوعة، والتي تتضمن معلومات عن عناصر الهوية الوطنية المصرية، وتحت الأعضاء المستخدمين من الجمهور المستهدف للتفاعل معهم، وفيما يلي عرض نماذج لدعوة المبادرة للجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم للتفاعل:

– أهرامات الجيزة أحد عجائب الدنيا، شهد عليها التاريخ من 4500 سنة، اهم مميزاتها عروض الصوت والضوء المبهرة، والذي تحكي بأكثر من 10 لغات قصص خوفو وخفرع ومنقرع، ومعجزة بناء الأهرامات بترجعنا لآلاف السنين ورا علشان نكتشف عظمة أجدادنا المصريين، تشهد المنطقة عمليات تطوير ضخمة كونها منطقة جذب سياحي بيزورها عدد كبير من السياح يوميا، لو عندكم صورة حلوة في ألبوم ذكرياتكم وانتوا بتزوروا الأهرامات شاركونا بيها في التعليقات واحولنا عن ذكرياتكم هناك واية أكثر حاجة عجبتمكم #شاركونا بصورة

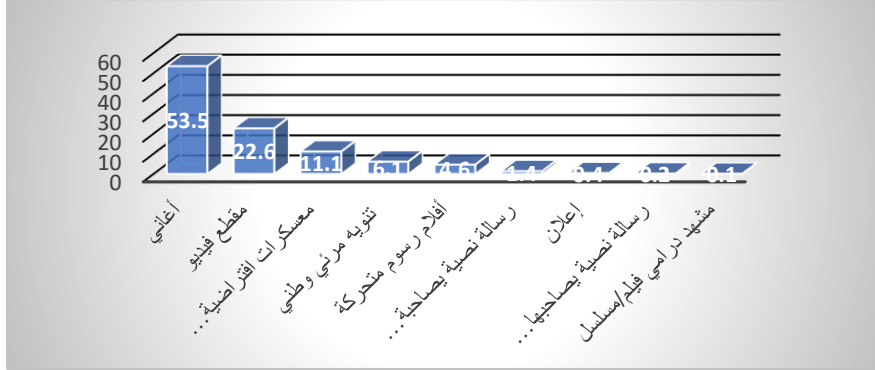
– دعت المبادرة عبر صفحتها على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك الأطفال المصريين المقيمين في مختلف دول العالم بالتفاعل والمشاركة باستخدام إطار "اتكلم عربي" الدعائي على صورهم الشخصية على الفيسبوك تديماً للمبادرة والحفاظ على الهوية العربية والمصرية. دعوة المصريين في الخارج وأبنائهم كافة إلى المشاركة على منصة "تيك توك" وإرسال فيديوهات داعمة للمبادرة من أجل نشرها عبر المنصة، واستخدام هاشتاج #إتكلم عربي، ووصلت المشاركة على تطبيق "تيك توك" "TikTok" إلى 188.5 مليون مشاهدة. توجيه الدعوة للجمهور المستهدف شاركوا معنا على هاشتاج #إتكلم عربي بفديوهات لأولادكم وهم بيتكلموا عربي، أوبيغنوا بلادي بلادي، وهما بيقولوا تحيا جمهورية مصر العربية، أوحتى بيقولوا جزء من فيلم عربي بيحبوه المساحة مفتوحة نسمعهم ونخلي العالم يتكلم عربي.

– دعوة لكل المصريين في الخارج من سن 6-18 سنة وموجودين في مصر حالياً شارك معنا في التصوير مع شخصيات عامة ونجوم كثير علشان مبادرة اتكلم عربي ابعت لنا الاسم والسن وبلد الإقامة ورقم التليفون على الايميل، وفريق العمل هيكلمك ويطلب منك فيديو صغير وانت بتتكلم فيه بالعربي قبل ما نحدد ميعاد التصوير.



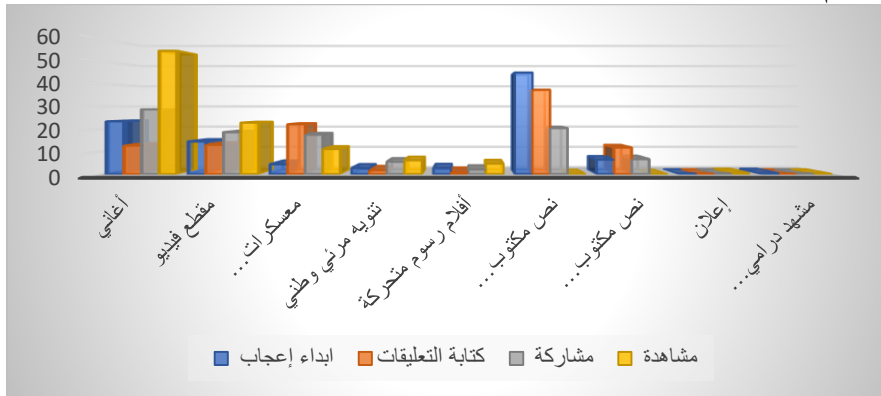
(شكل رقم 27) نماذج رسائل الدعوة للتفاعل للخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك

1-أنماط تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك



(شكل رقم 28) كثافة تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع رسائل الخطاب المنتج للمبادرة

تعددت أشكال وقوالب رسائل مبادرة اتكلم عربي الموجهة لأبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وجاءت أعلى نسبة للتفاعل مع الأغاني بنسبة 53.5% وأهمها أغنية المبادرة "اتعلم واتكلم عربي" حيث بلغت نسبة مشاهدتها 430.000 ألف مشاهدة، و1180 مشاركة عبر صفحات الفيسبوك الخاصة بالجاليات المصرية وأبنائهم في دول العالم، و4900 ابداء إعجاب، وفي الترتيب الثاني جاءت مقاطع الفيديو بنسبة 22.6%، وفي الترتيب الثالث جاءت المعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم بنسبة 11.1%، كما بلغت نسبة التفاعل مع فيلم الرسوم المتحركة 4.6%.

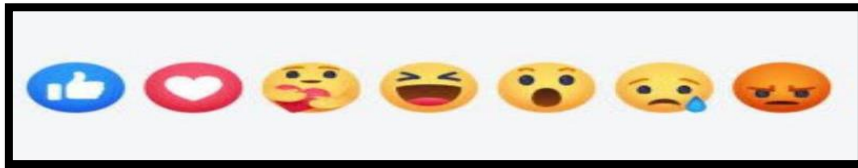


(شكل رقم 29) أنماط تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع رسائل الخطاب المنتج للمبادرة

تنوعت أنماط تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع مختلف أشكال وقوالب رسائل المبادرة، وعلى الرغم من ارتفاع نسبة الرسائل النصية المصاحبة لصورة ثابتة جاء التفاعل عبر المشاهدة مع الرسائل النصية المصاحبة لمادة مرئية متاحة للمشاهدة في الترتيب الأول بنسبة 96.6%، ويتناسب ذلك مع نسبة الرسائل المرئية الموجهة عبر صفحة المبادرة على الفيسبوك وتنوع قوالبها ما بين الأغاني ومقاطع الفيديو، والمعسكرات

الافتراضية عبر تطبيق الزوم، والتنويهات المرئية الوطنية، وأفلام الرسوم المتحركة، والإعلان والمشاهد من الأفلام والمسلسلات العربية المصرية، وما تضمنه من وسائل جذب للجمهور المستهدف ومخاطبتها لحاستي السمع والبصر والتي يكتسب من خلالها الإنسان 95% من المعلومات والمعرفة.

وتضمنت أنماط التفاعل ابداء الإعجابات بالرسائل (Reactions) عبر التعبيرات العاطفية المرتبطة بشبكة الفيسبوك (Emoji)، حيث بلغت نسبة ابداء الحب لرسائل المبادرة بمختلف أشكالها (Like) بنسبة 65.3%، وابداء الإعجاب (Love) بنسبة 31.7%، وابداء الاهتمام (Care) بنسبة 2.1%، في حين انخفضت بشدة نسبة ابداء الضحك (Haha)، وابداء الغضب (Angry)، وابداء الدهشة (Wow)، وابداء الحزن (Sad)، وارتبط ابداء الضحك بمشاهد الأفلام والمسلسلات الدرامية التي عرضتها الصفحة والمرتبطة أغلبها بمواقف كوميدية خاصة بتعلم اللغة العربية، كما ارتبط التعبير عن الغضب بتغيير أسم المبادرة من "اتكلم مصري" إلى "اتكلم عربي" حيث اعترض بعض أعضاء الصفحة من الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية على تغيير أسم المبادرة، كما تفاعل أعضاء الصفحة بإبداء الغضب ردًا على رسالة نصية مصاحبة لصور ثابتة تعلن عن غناء كارول سماحة لأغنية المبادرة حيث اعترض البعض على أنها فنانة لبنانية، وأن أغنية المبادرة يجب أن يغنيها فنان/فنانة مصرية توافقًا مع استهداف المبادرة لأبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وكذلك تفاعل بعض أعضاء الصفحة من الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية بالغضب أحيانًا والحزن أحيانًا لعدم قدرتهم على الالتحاق والمشاركة لأبنائهم في المعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم والتي تبث عبر صفحة الفيسبوك الرسمية للمبادرة، وارتبط تفاعل الدهشة ببعض المعلومات الجديدة التي أكتسبها بعض أفراد الجاليات المصرية في تعليم الفرق بين حروف اللغة العربية، وبعض المعلومات الخاصة بالمناسبات والأعياد المصرية مثل عيد الغطاس والاحتفال بالأحد السعف ورمضان، هذا إلى جانب ابداء تعبير الدهشة على وحدة المسيحيين والمسلمين المصريين في الاحتفال بأعيادهم ومناسباتهم الدينية المختلفة معًا باعتبارهم نسيج واحد لوطن واحد، وكذلك مشاهدة عديد من الأحداث السياسية والاجتماعية والتاريخية والفنية والاقتصادية الخاصة بمصر مثل احتفال نقل الموميאות المصرية، والاحتفال بيوم الشهيد، والاحتفال بالمرأة المصرية والأم المثالية، وإدراج الاقتصاد المصري ضمن اقوى 10 اقتصاد دول العالم وفقًا لتصنيف وكالة بلومبرج أثناء جائحة كورونا.



(شكل رقم 30) نماذج التعبيرات العاطفية المرتبطة بالتفاعل مع رسائل الخطاب المنتج للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك

وتوافقت أنماط تفاعل الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية إلى حد كبير مع رسائل المبادرة عبر صفحة الفيسبوك وفقًا لنسبة هذه الرسائل واختلاف قواها وتكرارها، وخصائص هذه القوالب واستفادتها من الخصائص الهيكلية لشبكة الفيسبوك في إبراز الجوانب المرئية

والبث الحي للمعسكرات الافتراضية مع أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية عبر تطبيق الزوم، ومقاطع الفيديو، والتنويهات المرئية الوطنية، واتاحة التفاعلية التزامية مع هذه الرسائل بمختلف أشكالها.

وحظيت رسائل المبادرة بكافة أشكال التفاعل التزامني والتي بدت جليه في البث المباشر للمعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم وحوار السفارة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج بشكل مباشر مع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وممارسة الحديث معهم باللغة العربية بتواجد أولياء أمورهم، وفي حالة تعذر بعض الأطفال التحدث باللغة العربية تمارس الوزيرة وفريق العمل العديد من الأنشطة والتدريبات التي تتسم بالمتابعة الدورية مع لتعلمهم التحدث باللغة العربية باللهجة المصرية، هذا بالإضافة إلى التعليقات وابداء الإعجاب والمشاركة والمشاهدة، والتفاعل اللاتزامني عبر ارسال البريد الإلكتروني، وارسال مقاطع الفيديو لأبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية وهم يتحدثون اللغة العربية، ويرددون النشيد الوطني المصري مما يبرز فاعلية المبادرة عبر شبكة الفيسبوك في توصيل الرسائل للجمهور المستهدف، وفاعلية دورها في دعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وتحقيق أهداف المبادرة بكفاءة عالية، هذا بالإضافة إلى تفاعل المستخدمين لصفحة المبادرة وأعضائها من الجاليات المصرية في مختلف الدول العربية والأجنبية مع بعضهم البعض عبر ابداء التعبيرات العاطفية بالإعجاب والحب على تعليقاتهم وتفاعلهم مع رسائل المبادرة، والرد على التعليقات في إطار تفاعلي بينهم، وذكر اسماء محددة لبعض المصريين المغتربين في الخارج لتعريفهم بالمبادرة، وحثهم على مشاركة أبنائهم فيها من خلال خاصة ذكر الاسم (@mention name)، وفيما يلي عرض نماذج لتفاعل أبناء الجاليات المصرية مع المبادرة عبر شبكة الفيسبوك خلال معسكرات الزوم الافتراضية، ومحاولة تقليدهم مشاهد من الأفلام المصرية، وارسال مقاطع فيديو مسجلة لهم بمفردهم أو بمصاحبة أحد والديهم من الجاليات المصرية وهم يعلمهم التحدث باللغة العربية:

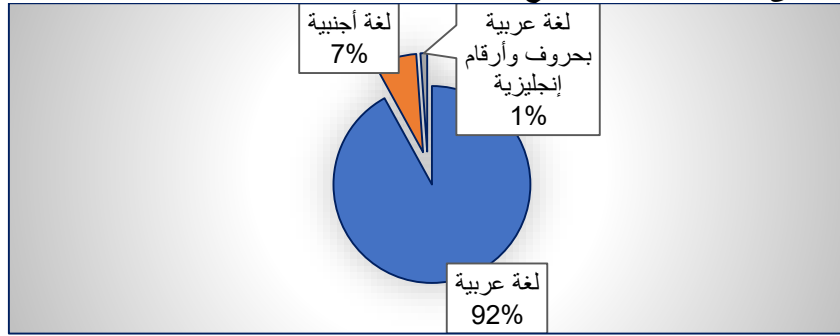
- ارسل الأطفال المصريين المقيمين في كندا في 30 نوفمبر 2020، عقب المعسكر أونلاين الذي عقد لهم عبر تطبيق الزوم على مدار يومين وبحضور السفارة نبيلة مكرم، فيديو يعرض ردود افعالهم على المعسكر وتفاعلهم معه، والتعبير عن مدى انبساطهم وفرحتهم، وأجمعهم على أن "الحواشي المصري مفيش زيه"، و"أنهم كلهم من هنا ورايح هينكلموا مصري"، "اتكلم مصري في البيت"، "هزور مصر في الصيف"، "عملت حواوشي واتعلمت عربي"، "الالعاب حلوة اوى".

- في 14 ديسمبر 2020م أرسل طفل مصري مقيم في ألمانيا فيديو لصفحة المبادرة عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك يعبر فيها عن زعله لعدم حضور المعسكر أونلاين الذي عقد عبر تطبيق الزوم للمصريين المقيمين في ألمانيا من 6-14 سنة، قائلاً "ازيك يا ميس نبيلة أنا عجبنتي المسدج بتاعتك اوي، زعلان أني محضرتش ال meeting بس المرة اللي جايه ان شاء الله نحضرها meeting باي باي".

- مؤمن جعفر من نيوزيلنده "hey guys my name" هو مرحبا أنا اسمي مؤمن وانا عندي 6 years old، بكرة انا أتكلم عربي كثير ومش هتكلم إنجلش، علشان بكرة تشم تشمش..

- 18 ديسمبر يوم العالمي Arabic language، بكرة أنا عايز كل أصحابي اللي يعرف عربي واللى مش عارف عربي يتكلم عربي كثير بكرة علشان نكون معلمين "see you"
- ساندرا من كندا " أنا ساندرا، وأنا مولودة في كندا، لكن انا بتكلم مصري لبلب علشان انا مصرية، وانت كمان أتكلم عربي".
- انا اسمي زين الحمصاني "أنا عربي بتاعي نص نص بس أنا هحاول اتكلم عربي علشان انا بحب بلدي مصر مع السلامة".
- مشاركة أولادنا المصريين المقيمين في الخارج لمبادرتنا الرئاسية #اتكلم عربي " أنا من مصر الجديدة وبتكلم عربي - أنا من شبرا وبتكلم عربي - مصر أم الدنيا انا بتكلم عربي - انا مولودة هنا في كندا ولكن اتربيت في بيت مصري حبيبت في مصر ولغة مصر انا بتكلم عربي - ازيك انا من اسكندرية انا بتكلم عربي - انا من القاهرة وبتكلم عربي - انا مصري بحب ازور مصر اتكلم عربي - أنا مصرية وبحب اتكلم مصري - فخورة أني مصرية وبتكلم عربي - بحب مصر وبتكلم عربي - انا اسمي ميا انا بحب ازور مصر واتكلم عربي - انا فخورة بمصر وبتكلم عربي... إتكلم عربي " كلام الأطفال مصاحب له أغنية فيها حاجة حلوة.
- تفاعل الأطفال المصريين المغتربين في الدول الأجنبية مع مبادرة اتكلم عربي بارسال فيديوهم ينشدون بكلمات من النشيد الوطني "انا مريم مصراوي أنا أعيش في أمريكا أنا 10 سنة، أنا جوني مصراوي أنا أعيش في أمريكا أنا 7 سنة، أنا وجوني هنقول لكم National anthem بلادي بلادي لك حبي وفوادي تحيا جمهورية مصر العربية تحيا جمهورية مصر العربية شكرا سلام".
- ميا هاني وكراس هاني وهم ينشدون أغنية وطنية "م اوم اتبقي ايه ماما اب اتبقي ايه بابا... ماما بابا وطنى علمي حرية قومية سلام امان جندي بلدى شجاع".
- وفي إطار التفاعلية التى تتيحها شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك عرضت صفحة المبادرة في أحد البوستات الخاصة بها مشهد من فيلم "مطب صناعي" للفنان أحمد حلمى وهو يردد "أرنبنا في منور أنور"، وفي إطار التفاعل اللاتزامني ارسل أحد الأطفال المصريين المقيمين في الولايات المتحدة الأمريكية فيديو وهو ينطق الجملة التى قالها الفنان أحمد حلمي في مشهد الفيلم بمساعدة والدته علشان يقولكم إنه بيعرف يتكلم عربي "ازيك أنا جوني أنا في أمريكا وأنا أعرف أتكلم عربي النهاردة أنا أقول الوالدة: أرنبنا في منور أنور وأرنب أنور في منورنا... جوني: أرنبنا في منور أنور وأرنب أنور في منورنا باي شكرًا".
- مقطع فيديو يعرض الأب وابنه في إطار محاولة الأب تعليم ابنه التحدث باللغة العربية على النحو التالي " الأب: أهلا الأبن: أهلا الأب: رمضان الأبن: je ne parle الأب: say أهلا الأبن: أهلا الأب: رمضان الأبن: رمضان" الابن يحمل فانوس رمضان.
- مقطع فيديو يعرض الأب وابنه في إطار محاولة الأب تعليم ابنه التحدث باللغة العربية على النحو التالي "الأب: انا اسمى لورانس هابي بلال فهمى انا أحب اتكلم مصري انا

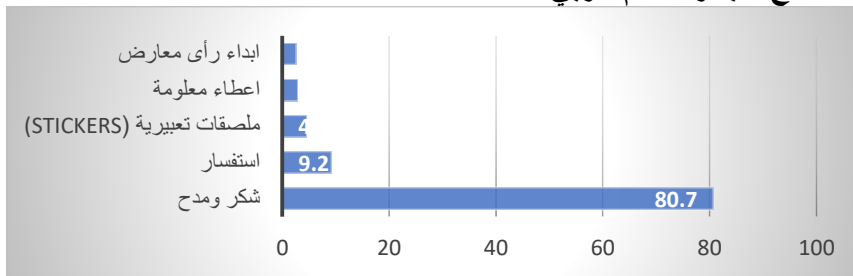
فرعون صغير انا عايز اروح Egypt اشوف جدوتيته I love you all انا احبكم سلام عليكم الابن يكرر جملة جملة ورا والده".
2- اللغة المستخدمة لدي الجاليات المصرية وأبنائها في الدول العربية والأجنبية في كتابة التعليقات على رسائل الخطاب المنتج للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك.



(شكل رقم 31) اللغة المستخدمة لدي الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية في كتابة التعليقات على رسائل الخطاب المنتج للمبادرة

ينتضح من الشكل السابق اعتماد الجاليات المصرية وأبنائها في الدول العربية والأجنبية على كتابة تعليقاتهم باللغة العربية بنسبة 92% على رسائل مبادرة اتكلم عربي الموجهة إليهم عبر شبكة الفيسبوك، في حين انخفضت نسبة الكتابة باللغات الأجنبية حيث بلغت 7%، وكذلك الكتابة بلغة عربية بحروف وأرقام إنجليزية بنسبة 1%، ويتفق ذلك مع أهداف المبادرة التي تسعى لممارسة الحوار مع الجاليات المصرية بشكل عام وأبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية بشكل خاص باللغة العربية باعتبارها أحد أهم مكونات وعناصر الهوية الوطنية والأداة الرئيسية في التواصل ومعرفة العادات والتقاليد والقيم المصرية، والتاريخ والتراث المصري، وما يحدث في مصر على مستوى كافة الميادين والمجالات، وقد يرجع ذلك أيضا إلى تفاعل أولياء الأمور من الآباء والأمهات بكتابة التعليقات على الرسائل النصية للمبادرة عبر شبكة الفيسبوك بمختلف أشكالها.

3- مضمون تعليقات الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية على رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي



(شكل رقم 32) مضمون تعليقات الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية على رسائل الخطاب المنتج للمبادرة

نستخلص من الشكل السابق، أن أغلب تعليقات الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية على رسائل المبادرة على صفحة الفيسبوك تضمنت الشكر والمدح بنسبة 80.7%، ثم بفارق

نسبي كبير بلغ 71.5% عبرت التعليقات عن الاستفسار بنسبة 9.2%، وفي الترتيب الثالث جاء الملصقات التعبيرية (Stickers) بنسبة 4.6%، ويؤكد ذلك فاعلية المبادرة ومدى التفاعل الإيجابي لأعضاء الصفحة من الجاليات المصرية وابنائهم في مختلف دول العالم العربية والأجنبية.

ومن نماذج التعليقات التي تضمنت الشكر والمدح من الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية:

- "لا يمكننا أن نشكركم بما فيه الكفاية على العمل الرائع لقد كان معسكرًا رائعًا وتتطلع ابنتي إلى المعسكر التالي وإلى زيارتها القادمة إلى مصر"، "شكرا معالي الوزيرة على عملك الرائع، وكذلك فريق wellspring على هذه المبادرة المتميزة وشكرا جزيلا على المعسكر الرائع "تكلّم مصري" من مصرنا الحبيبة، كل أسرة هنا سعيدة للغاية تحيا مصر بكل أبنائها"، "شكرا جزيلاً على المعسكر الرائع، حتى ابني البالغ من العمر 14 عامًا، والذي عادة ما يشعر أنه أكبر من أن يستمتع بتلك الأشياء، استمتع حقا بالمعسكر، متشوقة جدًا لمقابلتكم شخصيًا هذا الصيف (أم ديبغوويلا)"، "شكرا معالي الوزيرة على هذه المبادرة المتميزة، وشكرا جزيلاً على العمل والفريق الرائع من wellspring، بداية رائعة ونتطلع إلى التواجد فعليًا في مصر الحبيبة، وأن يستمتع أطفالنا بجذورهم ووطنهم"، "روعه تحيا مصر"، "رائع جدًا"، "روعه شكرا وياريت يكون في فيديوهات كثير شباب حقيقيين دمهم خفيف زي كل المصريين"، "فيديوهات قصيرة تعرف ولادنا آثار بلدنا وجمال بلدنا، شكرا جدا على جهودكم دائما مصر عظيمة بكم"، "مبادرة رائعة وجهد مشكور"، "تحياتي فكرة بسيطة ومحققه الهدف"، "فكرة جميلة وحلوة أوى، برافو"، "أغنية جميلة جدا ونحن جميعا نفتخر باللغة العربية"، "مبادرة جميلة جدا لتأصيل وإعادة الذاتية الثقافية للشباب العربي".
- **ومن نماذج التعليقات التي تضمنت استفسار** "الفيديوهات بس كده هنعنبره للمقيمين في أمريكا فقط في مصريين في المانيا كمان أول مرة أعرف ان بيبقي في حفلة في 23 يوليو في السفارة هل ده في أمريكا بس والا في زيتها في ألمانيا"، وكذلك عديد من الاستفسارات الخاصة بالمعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزوم وكيفية التسجيل فيها ومدى إقامتها في دول أخرى "ياريت نعمل لقاء مع أولاد هولندا"، "في سن معين للأطفال.. يعنى بدأ من كام سنة ينفع الطفل يستفيد بالمبادرة ديه"، "امتى هيتعمل في فرنسا كمان"، "هل ممكن اشترك بثلاث أطفال الاستمارة فيها مكان لطفلين فقط"، "ياترى متى سنكون معسكرات لأولادنا في أمريكا"، "المعسكر بيبكون مكانه فين في الكويت؟".
- **ومن نماذج التعليقات التي تضمنت إعطاء معلومة** "العربية لغة جميلة جدا وفيها مجمع لغات العالم ففي الإيطالية ألفاظ عربية وكذلك الأسبانية كمان الانجليزية ومع هذا كله لغتنا العربية هي أغنى لغات العالم لأن فيها معاني كثيرة وأفعال كثيرة وتزيد عن لغات العالم في النحو"، "وفي حاجة ثانية ننون الكلمة وننطق لو اتنونت تبقي تاء معرفناش ننونها تبقي هاء"، "ممكن نقول المعلومة بطريقة ثانية (ى) دى اسمها الألف المقصورة أو الألف اللينة مثل هدى، منى، العظمى، الصغرى، (ي) بنقطتين من تحت هي دي الياء في نهاية الكلمة.. مثل علي، شكري، يجري، يقضي".

-ومن نماذج التعليقات التي تضمنت ابداء رأى معارض عند تغير اسم المبادرة من "اتكلم مصري" إلى "اتكلم عربي"، وعند الإعلان عن غناء الفنانة كارول سماحة لأغنية المبادرة : "خسارة كنت فاكتر تتكلم مصري تقصد اللهجة المصرية لكن اتكلم عربي بالنسبة لأبنائنا بالخارج معناه احنا بنضحك عليهم اتكلم مصري أفضل بكثير من اتكلم عربي"، "بالنسبة لأولادنا مطلوب اللهجة المصرية وليس مطلوب اللغة العربية"، "معلش بس الأغنية بالعامية المصرية مش باللغة العربية"، "علموهم تاريخنا ولغتنا الأصلية مش لغة العرب احنا مش عرب احنا مصريين"، "عندنا مصريات من الاوبرا كانت تغنى أقوى وأفضل عموماً تحيا مصر والأمة العربية وعاشت لغة القرآن الكريم"، "الأفضل تجيبوا مغنية مصرية".
ونتخلص من الأمثلة السابقة التي عرضت نماذج من مضمون تعليقات الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، أن اتجاهات التعليقات وردت إيجابية بنسبة 85.4%، واتجاهات محايدة بنسبة 12%، في حين انخفضت نسبة اتجاهات التعليقات السلبية حيث بلغت 2.6%، كما ورد نسبة 97.6% من مضمون هذه التعليقات ذات ارتباط مباشر بالمبادرة وأهدافها، مما يبرز التفاعل الإيجابي للجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية مع المبادرة وفعاليتها في تحقيق أهدافها، ووصول رسائل المبادرة بمختلف قواها إلى الجمهور المستهدف، وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها وعناصرها لدى أبناء الجاليات المصرية في مختلف دول العالم بفاعلية وبمساعدة الجاليات المصرية أنفسهم في ذلك.

4- تفاعل الأدمن المسئولين عن مبادرة اتكلم عربي مع أعضاء الصفحة من الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية

تحدد تفاعل الأدمن المسئولين عن مبادرة اتكلم عربي في مستويين المستوى الأول مرتبط بالتفاعل التزامني المعتمد على رد الفعل في الوقت نفسه وكان أبرز هذه الردود في المعسكرات الافتراضية عبر تطبيق الزووم والتي تبث مباشرة عبر صفحة الفيسبوك حيث كان المعسكر يجري على مدار يومين وفقاً لجدول زمني محدد تم نشره على الصفحة، وكان التفاعل هنا مباشر بين طرفي عملية الاتصال من خلال التحوار وممارسة الأنشطة المختلفة، وعلى المستوى الثاني المرتبط بالرد على تساؤلات واستفسارات أعضاء الصفحة من الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وتنوعت هذه الردود ما بين اعطاء المعلومات، والإجابة على الاستفسارات وفي بعض الأوقات تصحيح معلومات، والمجاملة، وكان التفاعل أقوى في المعسكرات الافتراضية لما تبيحه من اتصال وحديث مباشر وسرعة رد الفعل في الوقت نفسه، في حين كانت الردود على التعليقات الخاصة بأعضاء الصفحة محدد في حالة الاستفسار أو اعطاء معلومات أورد على مجاملة.

ومن نماذج إجابات الأدمن على تعليقات أعضاء الصفحة من الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية "المعسكر هيكون أونلاين ومخصص لأولادنا في ألمانيا والسويد"، "تقدرى حضرتك تعرفي خطوات التسجيل والاشتراك من خلال البوست ده <https://www.facebook.com/etkalem.arabi>"، "معسكراتنا مخصصة لأولادنا من سن 6 إلى 14 سنة"، "معسكرات اتكلم عربي هي معسكرات أونلاين لأولادنا المصريين المقيمين في الخارج من سن 6 إلى 14 سنة، وبهدف لتعريف أبنائنا في الخارج بالتراث والقيم والعادات وتعزيز الهوية المصرية من خلال بعض الأنشطة التثقيفية والترفيهية"، "أهلا

بحضرتك، تقدر تتابع صفحاتنا باستمرار وإن شاء الله نعلن قريباً عن معسكرات جديدة من معسكرات اتكلم عربي في أوروبا.. سعداء بمتابعة حضرتك"، "المعسكر أونلاين يافندم"، "سيتم الإعلان عن الجدول في وقت لاحق"، "أهلاً يا فندم، كل التفاصيل موجودة في استمارة التسجيل"، "أهلاً يا أستاذة نهى، قريب إن شاء الله.. وهنعلن هنا على الصفحة"، "أهلاً يا فندم، يسعدنا متابعة حضرتك لفعاليات اتكلم عربي باستمرار، ومعسكراتنا متاحة فقط لأولادنا في الخارج"، "المعسكر سيكون أونلاين من خلال تطبيق زووم نظراً لإجراءات التباعد الاجتماعي المفروضة حفاظاً على صحة وسلامة الأطفال المشاركين"، "أهلاً يافندم، برجاء ملء البيانات المطلوبة في استمارة التسجيل الضغط على إرسال، وسيتم المتابعة مع حضرتك"، "أهلاً يا أستاذة رانيا، كل المطلوب من حضرتك فقط الضغط على رابط استمارة التسجيل وملء البيانات المطلوبة فقط لا غير، لوفي أي مشاكل بتواجه حضرتك ممكن تبعتلينا رسالة خاصة وهنساعد حضرتك"، "أهلاً يا فندم، بنعلن عن معسكرات اتكلم عربي على صفحة المبادرة هنا يافندم، تابعينا باستمرار واشتركي لأولاد في أقرب معسكر خاص بالدولة اللي حضرتك مقيمة فيها".

ومن نماذج ردود الأدمن على تعليقات الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية بإضافة وتصحيح معلومات، والمجاملة "لماذا سُميت الياء الشامية بهذا الاسم؟ تمييزاً لها عن الياء المصرية التي تُكتب دون نقطتين، لم يكن حرف الياء المنقوطة موجوداً في المطابع القديمة، ومن اهتم به وأدخله في اللغة، المطابع الشامية التي أضافته إلى الكتب التي كانت تطبعها، تمييزاً له عن الألف المقصورة (ى) وتقليل اللبس في المعاني، فسُميت الياء الشامية لهذا، الشوام اليوم والعرب عموماً يحرصون على كتابة الياء المنقوطة، عكس أغلب المصريين الذين لا يفرقون بين (ى) و(ي)"، "منى" تُكتب بألف مقصورة في نهايتها (ى) وليس ألفاً ممدودة (ا)، لماذا؟ لأن (منى) اسم يتكون من ثلاثة حروف، والألف الأخيرة فيه أصلها ياء، وكى نعرف أصل الألف الأخيرة، نأتي بالمتنى من الكلمة: منى = مُنيان، فنجد أن الألف أصلها ياء، إذاً نكتبها ألفاً مقصورة"، "أهلاً بحضرتك يا أستاذ رمزي، سعداء جداً بمتابعة حضرتك لصفحة المبادرة يافندم"، "سعداء بمتابعة حضرتك يافندم"، "تحياتنا لأمير يا فندم..".

ج- تقييم الخبراء والنخبة لدور مبادرة "اتكلم عربي" في ترسيخ الهوية المصرية لدى أبناء الجاليات المصرية بالخارج كما عرضها الخطاب المنتج للمبادرة على صفحة الفيسبوك أطلقت مبادرة "اتكلم عربي" وفقاً لأهداف محددة، وتستهدف أبناء الجاليات المصرية من أبناء الجيل الثاني والثالث في الدول الأجنبية والعربية، وأعلنت المبادرة عبر صفحتها على الفيسبوك استعانتها بالخبراء والمتخصصين لوضع خطة المبادرة "مبادرة إتكلم مصري اتعملت علشان ولادنا فى الخارج، عشان كده استعنا بخبراء متخصصين من العلماء المصريين فى الخارج للمشاركة فى وضع خطة المبادرة ومراحلها المختلفة، لأنهم أكثر الأشخاص فهم ومعرفة باحتياجات أولادنا الصغار للتعرف على لهجتنا المصرية وثقافتنا وكمنا قيمنا المجتمعية"، وفي الوقت نفسه نشرت صفحة المبادرة عبر الفيسبوك آراء وتقييمات بعض الخبراء والنخبة المصرية من الكتاب والفنانيين والدبلوماسيين للمبادرة وأهميتها في تعزيز الهوية الوطنية بمختلف مكوناتها وفي مقدمتها اللغة لدى أبناء الجاليات المصرية في مختلف دول العالم، ومن أهم هذه التقييمات والآراء ما يلي:

"تنبثق المبادرة من أهمية الحفاظ على اللغة والهوية، وتحتاج لتضافر كل الروافد الحقيقية بين الثقافة والإعلام، وتكاتف كل الجهات المعنية للحفاظ على هوية المصريين في الخارج، وذلك من خلال الحفاظ على لغتهم الأصلية، حيث تتجاوز المبادرة ربط المصري ببلده إلى ربطه بلغته العربية، والدعوة للحديث بها لاعتبارها الذات والعروبة والمصرية وكل حاجة عن تاريخنا، فاللغة العربية هي الوعاء المادي للهوية الثقافية، والوسيلة الوحيدة لربط المصريين بالخارج فالطفل يظل مغترباً حتى يتعلم لغة وطنه، واللغة الأجنبية تعد إضافة للشخصية ولكن يجب الا تفقد هويتك ولغتك وان تعيش بالمصري كل عاداتنا وتقاليدنا، وترسيخ مفهوم الهوية المصرية في نفوس أبناء المصريين حول العالم ونشر الوعي والثقافي القومي واتاحة الفرصة لهم لاكتشاف وطنهم الأم مصر".



(شكل رقم 33) نماذج من تقييم وآراء الخبراء والنخبة لدور مبادرة اتكلم عربي في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية

د- ردود أفعال وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية نحو دور مبادرة إتكلم عربي في تعزيز الهوية الوطنية المصرية

وفقا لما عرض على الصفحة الرسمية لمبادرة اتكلم عربي على الفيسبوك، تناولت عديد من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة المبادرة وأهدافها وفعاليتها ودورها في تعزيز الهوية

الوطنية بمختلف عناصرها ومكوناتها وفي مقدمتها اللغة العربية، وخلال فترة الدراسة والتي بدأت مع بداية إطلاق المبادرة عبر شبكة الفيسبوك في أكتوبر 2020م وحتى 30 أبريل 2021م تناولت ثلاث قنوات تليفزيونية محلية وعربية ودولية، وموقع إلكتروني المبادرة وأنشطتها وفعاليتها في تحقيق أهدافها، وفيما يلي عرض نماذج لما تم عرضه على الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيسبوك:

- عرض الحوار التليفزيوني لبرنامج "صباحك مصري" على قناة ام.بي.سي. مصر دعم الطفل المصري ميسرة مقلد المقيم في النمسا، والتي حصل منها على شخصية العام 2020م، لمبادرة إتكم عربي على مستوى العالم، وشكره للسفيرة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج على المعسكر الذي عقدته المبادرة اونلاين عبر تطبيق الزووم في للأطفال المصريين المقيمين في النمسا، ودعم وتشجيع المصريين المقيمين في النمسا لزيارة مصر، ومساعدة الدولة والوزيرة لهم لرؤية مصر كلها، ومعرفة ما يحدث في مصر من تغييرات وتنمية وتطورات، "وجه المذيع سؤال لميسرة قول لي يا ميسرة انت طول حياتك عايش في النمسا ما شاء الله بنتكلم عربي ومصري كويس اوى ازاى البيت نمو عندك فكرة اللغة؟! يعني بتيجي مصر كل سنة بس مش ده كفيك يخليك تتكلم بطلاقة عايزة اعرف ايه علاقتك باللغة العربية وازاي ممكن تنشر المبادرة اللي أطلقتها مصر واللي بتابعها سيادة السفيرة نبيلة مكرم؟، ميسرة: يعني أول حاجة احنا بنتكلم في البيت عربي بس، علشان انا بتكلم بره وفي المدرسة طول الوقت الماني، العربي بتاعي كان يعني، لما بدأت المبادرة كان عندي كام لقاء كده في مصر بس كان صعب بالنسبة لي علشان كنت بتكلم عربي مكسر خالص وكان صعب اتكلم ومفهمتش كثير، بس في 6 شهور دول أو أكثر معرفش اتعلمت مصري خالص وعربي علشان كده اتأسست شوية وخذ درس، بسافر كل سنة مصر علشان العائلة واحنا بنحب مصر، وفي المدرسة كل سنة في project عن مصر بعمل power point بوري كل حاجة عن مصر الحاجات بتاعة مصر مش بس الأهرام والنيل او كيه ناس كثير بيقول مصر اهرام ونيل بس في حاجات ثانية كثير جديدة في مصر".

- تناول البرنامج التليفزيوني "رأي عام" على قناة Ten في حلقة 2020/12/17 مبادرة اتكلم عربي مع السفيرة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج، من خلال إثارة عديد من التساؤلات حول بداية الفكرة والمستهدف منها، وفعاليات المبادرة، وحددت الوزيرة في إجاباتها حول المبادرة أن ضمن أولويات الوزارة وفقا لتعليمات القيادة السياسية ضرورة التواصل مع ابناء الجيل الثاني والثالث من المصريين في الخارج، "السفيرة نبيلة مكرم: "وزارة الهجرة تضع هذا الملف ضمن أولوياتها التواصل وفقا لتعليمات القيادة السياسية للوزارة التواصل مع المصريين في الخارج أبناء الجيل الثاني والثالث، عملنا فوق 20 برنامج مع أبناء الجيل الثاني والثالث للتعرف على تحديات الدولة المصرية، ومفهوم الأمن القومي المصري، اكتشفنا أن مشكلة اللغة الحقيقية أيضا لما كنت بسافر واقابل الجاليات كانت الأمهات بطلب حل مشكلة أن الأولاد ميعرفوش يتكلموا عربي، بالتأكيد الدولة بالعكس منفتحة على ثقافات أخرى معنديش أي مشكلة أن الولاد يتكلموا لغات أجنبية طالما بالتأكيد عايشين في ثقافات ومجتمعات غريبة ولكن أحنا بنطلب منهم أنهم مينسوش لغتهم ومينسوش هويتهم، مبادرة اتكلم مصري مبادرة وطنية

بتؤكد على الهوية المصرية على عاداتنا وتقاليدنا وعرضها على السيد رئيس الجمهورية وبرعاية كريمة حصلنا على هذه الرعاية لهذه المبادرة، الحقيقة ابتدينا على طول في التنفيذ خاصة وان زى ما حضرتك عارف يوم الجمعة 18 ديسمبر بكره بيحتفل اليونسكو والأمم المتحدة باليوم العالمي للغة العربية، أطلقنا امبارح هذه المبادرة، وطلبنا الحقيقة من المصريين في الخارج وأيضا في الداخل تغيير إطار صورة البروفائل لالفيستوك للمبادرة للتوعية بأهمية هذه المبادرة لتشجيع الأولاد وتشجيع الآباء لهم يشجعوا اولادهم يتكلموا باللغة العربية، ومن أول السنة ان شاء الله وزارة الهجرة بتقدم برامج للأولاد والشباب وأيضا لأولياء الأمور بتحدث عن اللغة، العادات والتقاليد، تتحدث عن القيم كل ده مكونات الشخصية المصرية"، "حضرتك الدولة المصرية تمر بتحديات كثيرة وحروب كثيرة، ولكن من ضمن هذه الحروب حرب **طمس الهوية**، بالتأكد أن اللغة عنصر أساسي في الهوية المصرية ولوانت عايز تفرغ شعب من هويته فانت بتركز على لغة هذا الشعب، بالتأكد احنا محتاجين نفخر بلغتنا العربية، بتقافتنا بهويتنا المصرية وبالتأكيد لابد ان احنا ننقل هذا الشعور وهذا الفخر لأبنائنا في الخارج".

"وأهم الفعاليات حضرتك عارف احنا كنا بنعمل معسكرات للأطفال قبل جائحة كورونا في شرم الشيخ وكان بيشارك هذه المعسكرات أبناء شهداءنا في شمال سيناء، كان معنا آخر مرة أبناء الشهيد منسي، طبعا في ظل جائحة كورونا مش قادرين نعمل هذه المعسكرات، بنعملها عبر تقنية زووم، عملنا معسكرات اتكلم عربي للأطفال مصريين في الخارج في كندا والولايات المتحدة الأمريكية والامارات العربية والسويد والنمسا وألمانيا هنستمر في هذه المعسكرات، الفنان محمد صبحي أعلن عن مشاركته في هذه المبادرة، وحضرتك عارف والسادة المشاهدين "يوميات ونيس" هذا المسلسل اللي كان بيبث عاداتنا وتقاليدنا، الفنان محمد صبحي هيكون هوالمشارك معنا في التحدث مع الأسر المصرية لتشجيعهم على الحديث مع اولادهم باللغة العربية وأيضا لتثبيت عاداتنا وتقاليدنا"، "الحقيقة المبادرة موجهة للمصريين في الخارج، انما اكتشفت الحاجة الماسة للداخل أيضا لأن عندنا مدارس دولية وجامعات دولية الاولاد عايشين على أرض الدولة ولكن في بوتقة منفصلين عن الدولة لغويًا وثقافيًا".

- **تناول تقرير بي بي سي نيوز عربي – B.B.C News** اطلاق مبادرة "إتكلم عربي" تزامناً مع الاحتفال باليوم العالمي للغة العربية، لتشجيع المصريين المغتربين على تعلم وممارسة اللغة العربية خاصة بين الأطفال والشباب وصرحت وزيرة الهجرة السفيرة نبيلة مكرم لبي بي سي إن "اللغة مكون أساسي من مكونات الهوية المصرية خاصة وأن مصر وكثير من الدول العربية تمر بحملة لطمس الهوية"، وأكدت الوزيرة "إن الوزارة حرصت على تسمية الحملة باللهجة المصرية بدلاً من اللغة العربية الفصحى كي تشجع ضعيفي العربية من المغتربين على الممارسة، نخاطب شرائح بعيدة كل البعد عن الدولة، نحاول أن نجذبهم باللهجة المصرية العامية للمبادرة كي يتفاعلوا معنا في المستقبل ويتعلقوا بتعليم اللغة العربية، وأكدت أن الحملة تستهدف جميع الشرائح المصرية المغتربة، ومن ضمنها من لا يتكلمون العربية إطلاقاً، وآخرين يستطيعون الكلام دون القراءة".



- تضمن موقع مصر اوي - Masry.com خبر تهنئة

السفيرة نبيلة مكرم وزيرة الهجرة وشؤون المصريين بالخارج، تهنيئ الطفل المصري زين الحمصاني بعد فوزه ببطولة سباق السيارات بدبي: عبرت الوزيرة عن سعادتها للتواصل مع أبناء المصريين بالخارج وتحفيزهم طوال الوقت لتحقيق نجاحات وبطولات خاصة مع اعتزازهم بوطنهم الأم وشعورهم الدائم أن ما يحققه بالخارج يشرف بلدهم، حيث يمثل ذلك أداة ربط حقيقة بهذه الأجيال الناشئة ووطنهم وعرس

معاني الوطنية وقيمة العمل والتضحية من أجله، وربطت السفيرة ما حققه الطفل زين الحمصاني ببطولة زين البطل المجند بالقوات المسلحة الذي يرقد في مستشفى المعادي العسكري منذ عامين نتيجة إصابته بطلقة في العمود الفقري خلال عمليات مكافحة الارهاب في شمال سيناء، أدت لشلل تام ورغم ذلك مبيتهم حتى مع معاناته وتضحيته وقال للوزيرة عندما زارته: لوقمت هرجع لمكاني وأجيب تاري وتار زملائي، ووعد الطفل زين الحمصاني وزيرة الهجرة بتحقيقه المركز الأول في نهائيات بطولة العالم للروتكس ماكس تشالنج الكبرى الحادية والعشرين التي ستقام بالبرتغال، ليهدي هذا الفوز للبطل المصري الذي قدم تضحيات كثيرة من أجل الحفاظ على بلده خلال قضاء الخدمة العسكرية، وكاد أن يفقد حياته في سبيل ذلك.

عاشراً - خلاصة الدراسة وأهم النتائج

تناولت الدراسة دور شبكة الفيسبوك، باعتبارها أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي والأكثرها استخداماً وانتشاراً، في تعزيز الهوية الوطنية المصرية بمختلف مكوناتها من لغة وتاريخ وثقافة وعادات وتقاليد وقيم المجتمع المصري، والدين لدى الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية، واعتمدت الدراسة في تحقيق ذلك على تقديم رؤية اتنوجرافية افتراضية للخطاب المنتج للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" عبر شبكة الفيسبوك، باعتبارها المبادرة الأولى من نوعها لمخاطبة أبناء الجيل الثاني والثالث من الجاليات المصرية في مختلف دول العالم، معتمدة في ذلك على شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمتها شبكة الفيسبوك، واعتمدت الباحثة على نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري للدراسة، وعلى إجراءات منهج الاتنوجرافيا الافتراضية، وبدأ الإطار الزمني للدراسة من أكتوبر 2020م وحتى 30 أبريل 2021م، منذ بداية إطلاق المبادرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحديداً الفيسبوك ولمدة ستة شهور في إطار المعايير الافتراضية للصفحة الرسمية للمبادرة ورصد وتحليل كافة أشكال الخطاب المنتج للهوية الوطنية، والتي تضمنت 210 رسالة، وملاحظة كافة أشكال التفاعل الافتراضي على الصفحة الرسمية للمبادرة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

1- تصدر موضوع "تناول عناصر ومكونات الهوية الوطنية المصرية" موضوعات الخطاب المنتج للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" على شبكة الفيسبوك بنسبة 54.8%، تليه علاقة الجاليات المصرية في مختلف دول العالم بمصر بنسبة 29.5%، فالتعريف بالمبادرة وأنشطتها بنسبة 25.7%.

- 2- تنوعت أهداف رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك، وجاء في مقدمتها تعزيز الهوية الوطنية المصرية بنسبة 88.6%، وفي الترتيب الثاني التواصل الفعلي الافتراضي مع الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية بنسبة 53.8%، وتعرف الجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم على واقع المجتمع المصري وتطورات بنسبة 40.5% في الترتيب الثالث، وإبراز دور الجماعات المرجعية في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية بنسبة 38.1%.
- 3- وردت الاستمالات العاطفية واستمالات الترغيب في مقدمة الاستمالات المستخدمة في رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على شبكة الفيسبوك بنسبة 90.5% و 86.7% على التوالي، بما يتوافق مع أهداف المبادرة وموضوعاتها، وسعيها لجذب انتباه وتركيز أبناء الجاليات المصرية في مختلف دول العالم العربية والأجنبية.
- 4- جاء أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية في الترتيب الأول بين الشخصيات التي قدمت رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي على شبكة الفيسبوك بنسبة 36%، مما يبرز مدى تفاعل أعضاء الصفحة والمستخدمين مع المبادرة وتحقيق أحد أهم أهدافها بفاعلية، وفي الترتيب الثاني المسؤولين الدبلوماسيين والساسيين بنسبة 24.4%، فالجماعات المرجعية غير الرسمية في الترتيب الثالث بنسبة 15.2%، والتي تضمنت الآباء والأمهات والعائلة والأصدقاء.
- 5- استخدمت رسائل الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك اللغة العربية العامية بنسبة 70%، واللغة العربية العامية مع لغات أجنبية بنسبة 22%، توافقا مع طبيعة المستخدمين والمتفاعلين مع المبادرة من الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وأبنائهم من الجيل الثاني والثالث والتي لا يتحدث معظمهم اللغة العربية كلغة أولى لإقامتهم في دول أجنبية تتحدث لغات أخرى.
- 6- استفادت المبادرة من الخصائص الهيكلية لشبكة الفيسبوك باعتبارها أحد أهم أدوات الإعلام الشبكي، والأكثر انتشارا واستخداما، في استخدام الهاشتاج، والاستفادة من كافة القوالب والأشكال النصية والمرئية في بث الرسائل الموجهة للجاليات المصرية وأبنائهم في الدول العربية والأجنبية، والتي تضمنت الرسائل النصية المصاحبة لصور بنسبة 43%، ورسائل نصية مصاحبة لمادة مرئية وفيديو بنسبة 40%، والرسائل النصية المصاحبة لروابط بنسبة 17%.
- 7- أثبتت فاعلية الصفحة الرسمية لمبادرة اتكلم عربي وخطابها المنتج على شبكة الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية المستخدمين لصفحة المبادرة، حيث تفاعلوا بشكل كثيف مع مختلف أشكال وقوالب رسائل الخطاب المنتج للمبادرة على الصفحة الرسمية عبر الفيسبوك بالأساليب التزامنية وغير التزامنية التي تميز شبكة الفيسبوك كوسيلة إعلامية رقمية، والتي تضمنت ابداء الإعجاب بالاعتماد على التعبيرات العاطفية (emoji) الخاصة بالفيسبوك، وكتابة التعليقات والتي وردت أغلب اتجاهاتها إيجابية، وارسال مقاطع الفيديو، وارسال البريد الإلكتروني للتفاعل مع المبادرة، وارتفاع نسبة مشاهدة الرسائل النصية المصاحبة لمواد مرئية، إلى جانب التفاعل التزامني للجاليات المصرية وأبنائهم في 16 دولة، بواقع 12

- 8- عرض الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك آراء وتقييم الخبراء والنخبة من الكتاب والفنانين والمتخصصين في المبادرة، والذين أكدوا أهمية المبادرة ودورها في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، والحفاظ على اللغة العربية باعتبارها مكون رئيسي للهوية الوطنية المصرية، وأداة التواصل والتعرف بالتاريخ والقيم والعادات والتقاليد وثقافة المجتمع المصري، والتي يعتبروا من أهم عناصر الهوية الوطنية المصرية بجانب اللغة.
- 9- عرض الخطاب المنتج لمبادرة اتكلم عربي عبر شبكة الفيسبوك التناول الإعلامي المحلي والإقليمي والدولي للمبادرة، والتي أبرز أهمية المبادرة وأهدافها وأنشطتها وفعاليتها، وفاعلية دورها في الوصول لأبناء الجاليات المصرية في مختلف الدول الأجنبية والعربية، وتعزيز الهوية الوطنية المصرية بمختلف مكوناتها لديهم، ومدى تفاعلهم مع المبادرة عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

احدى عشر – التوصيات

- 1- أهمية استخدام الدولة ومؤسساتها لوسائل الإعلام الرقمية بشكل عام، وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في تعزيز الهوية الوطنية والتواصل مع المصريين المغتربين في مختلف دول العالم الأجنبية والعربية بمختلف أجيالهم.
- 2- ضرورة تفاعل السياسيين والدبلوماسيين مع الجاليات المصرية وأبنائهم في الدول الأجنبية والعربية على المستوى الواقعي والمستوى الافتراضي، والتعرف على احتياجاتهم وربطهم بمصر الوطن الأم عبر إطلاعهم على كافة الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتاريخية والفنية والرياضية التي تقع في مصر.
- 3- تفعيل وتوسيع تناول وسائل الإعلام التقليدية ومواقعها على وسائل الإعلام الرقمية الجديدة لمبادرات مثل المبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" باعتبارها المبادرة الأولى من نوعها التي اهتمت بالتواصل مع أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، وتعليمهم اللغة العربية وضرورة تحديثهم باللهجة المصرية، وإطلاعهم على واقع المجتمع المصري وتطورات عبر شبكة الفيسبوك ومختلف شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- ضرورة التركيز على المداخل المنهجية الجديدة التي تتناول دراسة العالم الإلكتروني وكيفية التفاعل فيه مثل الانتوجرافيا الافتراضية، والنتنوجرافيا الافتراضية لتحليل سياق الخطاب المنتج لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- ضرورة التوجه لقياس مدى تفاعل المستخدمين مع المبادرات الرئاسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي الجديد في الوسيلة ذاتها، بما توفره من خصائص التفاعلية التزمنية واللاتزامنية لتحديد مدى نجاح هذه المبادرات في تحقيق أهدافها.

مراجع الدراسة

- [1] منصور سعيد المالكي وآخرون. "الدور التربوي للإعلام الجديد في غرس الهوية الوطنية لدى الطفل السعودي: دراسة تطبيقية على عينة من مسلسلات الرسوم المتحركة في موقع قناة SBC"، مجلة البحث العلمي في التربية، عدد 21، جزء 13، جامعة عين شمس، كلية البنات للاداب والعلوم والتربية، 2020م
- [2] رباب عبد الرحمن هاشم. "ادراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2020م
- [3] R. Mihai. "National identity in social network sites: a case study of a Romanian Facebook community", central European university, nationalism studies program, M.D, Budapest, Hungry, 2014.
- [4] R.S. Zaharna. "Emotion, Identity & Social Media: Developing a New Awareness, Lens & Vocabulary for Diplomacy, Working Paper Project "Diplomacy in the 21st Century" Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP)/ German Institute for International and Security Affairs, 2017.
- [5] C.M. Cheung & M.K.Lee. "A theoretical Model of international Social Action in online Social Networks", Decision Support Systems, Vol.49, 2010.
- [6] X.Zhang & .S.T.Tang. "Why and how facebook satisfied you: Collective, self-esteem, emotional openness, communication apprehension as Predictors of facebook uses and gratifications", paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, Boston, 2009.
- [7] L.O. Walz. "the relationship between collage students use of social networking sites and their sense of belonging", PHD, University of Hartford, west Hartford, 2008.
- [8] أميرة أحمد كوكش. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017م
- [9] حنان السعيدى وعائشة ضيف. "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي: موقع الفسيبوك نموذجًا"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير أكاديمي قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدى مرباح - ورقة 2015م.
- [10] إسلام جميل الظهر اوى. "الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفسيبوك من طلبة الجامعات"، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، 2014م.
- [11] مريم غزال ونور الهدي شعوبي. "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الليسانس الأكاديمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدى مرباح ورقله، 2014م.
- [12] أسماء الجبوشي مختار. "رؤية الشباب العربي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة والانتماء"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2، 2020م.
- [13] عبد الله عبد المحسن العساف. "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2، 2020م.
- [14] B.Gwen. "how facebook users select identity categories for self presentation", journal of multicultural discourses, 7:1 2012 available at : http://notre_site_tpe.e-monsite.com/pages/quelques-chiffres.html.
- [15] إبراهيم فلواز. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 3، عدد 6، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، معهد العلوم القانونية والإدارية، 2018م.

- [16] خالد لقمان. "اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو قضايا الهوية الوطنية: دراسة وصفية تحليلية في اتجاهات وسلوك الشباب السوداني المستخدمين لموقع Whatsapp"، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة ام درمان الإسلامية، السودان، 2018م.
- [17] Y. Ershova. "National identity in new media, a tomsk state university, 36, lonin Ave, Tomsk, Russia.procedia", Social behavioral sciences. 200, 2015, available online at www.sciencedirect.com.1877.0428, national research tomsk state university, science direct, the XXVI annual international Academic conference, language and culture.
- [18] A. Glukhov. "Construction of national identity through a social network: a case study of ethnic networks of immigrants to Russia from Central Asia". *AI& Society Journal of Knowledge, Culture and Communication*, Volume.32, Number 1 AI & Soc, 2017.
- [19] L.Jia& Y.Xin. "The internet as context: exploring its impacts on national identity in 36 countries", sage pub, 2019, available at: <http://www.doi.org>.
- [20] C. Jingxi & Z. Panyu& S. Yuanyuan &L. Zhenyi. "National identity construction by Chinese youth in Tiananmen Square: political pilgrimaging and geographic microblogging", *Chinese journal of communication*, Volume.14, number.1, 2020. Available at: <https://doi.org/10.1080/17544750.2020.1810088>, tandfonline.com
- [21] R.Mahmoudreza & M. Zeynab. "Examining the impact of social networks on national identity", *political science*, isfahan university, Department of Sociology, shiraz university, soft power studies, volume.7, Autumn&winter, 2017. available at: www.spba.ir/article_48696.html?lang=en
- [22] حورية بولعويديات. "مقاربة فكرية لثنائية الانترنت والهوية"، مجلة التراث، عدد 23، جامعة زيان عاشور بالجلقة، مخبر جمع دراسة وتحقيق مخطوطات المنطقة وغيرها، 2016م.
- [23] عبد السلام عوامرة. "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية"، مجلة العلوم السياسية والقانون، عدد 24 مجلد 4، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، أكتوبر 2020م.
- [24] عادل رفعت عبد الحكيم. "أنماط تفاعل الشباب المصري مع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهويتهم الثقافية: تحليل نقدي في ضوء مبادئ الحدثة الجديدة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18، عدد 1، 2019م.
- [25] نبيلة جعفري. "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري: شبكة فيسبوك نموذجاً"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 31 ديسمبر 2017م.
- [26] دينا عرابي. "العلاقة بين استخدام الانستجرام والأبعاد الثقافية للشباب في المجتمع المصري: دراسة مسحية في إطار نموذج هوفسند"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18، العدد 4، 2019م.
- [27] لنيده العابد. "الهوية الرقمية والمواطن الافتراضي في الفضاء السائبري"، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الخامس، ألمانيا، برلين، 2018م.
- [28] Y.N. W. Jenny. "Functions of frequently used back channels Corpus of intercultural conversation between Hangkong Chinese(HKC) and native english speakers (NES)", *Journal of intercultural Communication*, issue 46, 2018.
- [29] K. Suman & V. Bobby. "Social Media: Key issued and new challenges a study of Nalgonda district", *global Media Journal*, Indian edition, summer issue, Vol.5, no.1, 2014

- [30] K.A. khamis . “the impact of social media use on identity: a case study”, journal of Middle East public relations researches, Egyptian Committee for public relations, volume 23, 2019.
- [31] أمل محمد نبيل. "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال العابر للحدود وعلاقتها بالتحويلات في شبكة قيم الهوية الثقافية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 67، 2019م.
- [32] B.M. Attia. “Impact of facebook of Egyptian youth culture identity”, EJSRT, Volume 2018, issue15, 2018.
- [33] محمد ضيف محمد العجمي. "أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها الثقافية والسياسية والاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع الكويتي"، حوليات آداب عين شمس، مجلد 48، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2020م.
- [34] سمير بارة. "تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة بين البناء والترهل"، مجلة مقاربات، عدد 30، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية واستراتيجيات التواصل، 2018م.
- [35] ميادة محمود مهنا. "مخاطر اللغة ولغة الضاد وتحدي اللغة العربية والإعلام"، تنظيم الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين، فرع فلسطين، 2013م.
- [36] علاء أحمد محمد المليجي. "أثر ممارسة التهجين اللغوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية لدى طلاب المرحلة الثانوية"، مجلة كلية التربية، مجلد 30، عدد 118، كلية التربية، جامعة بنها، 2019م.
- [37] إيمان محمد عز العرب. "المجتمع الشبكي وأزمة الهوية: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي شبكة الفيسبوك"، مجلة كلية الآداب، عدد 48، جزء 5، كلية الآداب، جامعة بنها، 2017م.
- [38] A.S.Basmah. “Language and identity in social networking sites”, the world Islamic sciences and education university, Amman, Jordan, international journal of humanities and social science, volume.1, number 19, 2011.
- [39] داليا أشرف. "التفاعلية والهوية الثقافية لدى الشباب المصري: رؤية تحليلية"، Arab Media & Society، winter/spring ، issue23، 2017م.
- [40] ميلاد نصره. "إشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة"، تاريخ العلوم، المجلة العربية المتخصصة في تاريخ العلوم والدراسات والأبحاث السوسيوولوجية، عدد 21، 2017م.
- [41] محمد الهواري. "العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الإسلامية"، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، عدد 8، 2013م.
- [42] لعور عاشور، ورقية معاينة. "سيكولوجية تشتت الهوية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة الثقافية". آفاق للعلوم 4 (7)، 2017م، على الرابط: <https://www.asip.cerist.dz/enarticl/14596>
- [43] طيفور مصطفى، وبو علامة العربي "تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة: قراءة الواقع واستشراف المستقبل"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 7، 2016م.
- [44] الإلاء بنت علي بن محمد الغامدي. "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية لمدينة الرياض"، مجلة كلية التربية، مجلد 34 عدد 2، كلية التربية، جامعة أسيوط، 2018م.
- [45] لنيده العابد، مرجع سابق.
- [46] فائق عبد الرحمن الطنباري، ورحاب طلعت محمد، مؤمن جبر عبد الشافي. "الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويوتيوب"، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد 17، عدد 63، 2014م.
- [47] هويدا محمد رضا الدر. "اتجاهات المغتربين المصريين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد الخامس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016م.

- [48] M. Al.sebaei. "Egyptian Diasporas, social media and the 2011 egyptian revolution: how Egyptians living in Saudi Arabia used social media during the revolution", Grand Valley university, Masters thesis,2013, available at: <https://www.scholarworks.gvsu.edu>.
- [49] سعدية فوزي خليف. "دور المواقع الإخبارية في حصول الشباب المغتربين المصريين على المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير 2011م"، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2013م.
- [50] رباب الجمال. "دور المواقع الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر"، 2012م على الرابط: www.dalya6848.blogspot.com
- [51] سيد الجعفري. "استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية: الفسيبوك نموذجًا"، 2012م على الرابط: www.elshaab.org
- [52] فاتن عبد الرحمن. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الارهاب في مصر خلال عام 2015م: دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، عدد 17، الجمعية السعودية والاتصال، 2017م
- [53] حمزة محمد سعد، "اعتماد الجالية المصرية بالامارات على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن قضية جزيرتي نيران وصنافير"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 14-15، جامعة الأهرام الكندية، 2016م.
- [54] إيمان السيد جمعة رمضان. "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي نحو الأحداث الجارية لدى المغتربين بالدول العربية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد 5، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016م.
- [55] رشا عبد الرحيم، وانجي حلمي محمود. "اتجاهات المصريين المقيمين والمغتربين نحو فعالية الحملات الإعلامية في حشد الرأي العام بشأن المشاركة المجتمعية: حملات شهر رمضان نموذجًا"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 11، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017م.
- [56] هويدا محمد رضا الدر. مرجع سابق.
- [57] M. Al.sebaei. Op.cit.
- [58] R.S. Zaharna, Op.cit.
- [59] S. Ainin& H. Muzamil. Social Media: dynamism, issues and challenges. (Singapore: Partridge Publishing, 2014), P.123.
- [60] أولجا جوديس بيلي وآخرون. فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد صلاح. (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009م). ص 71.
- [61] عبد العزيز السيد، مرفت الطرابيشي. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006م). ص 219.
- [62] J.M.Badger& S.E.Kaminsky and T.S.Behrend. "Media richness and information acquisition in internet recruitment", journal of managerial psychology, volume.29, number.7, 2014.P.869.
- [63] D. Mandal& R. Mcqueen. "Extending media richness theory to explain social media adoption by microbusinesses", international technology, volume.14, issue.4, 2013. P.4 Available at www.researchgate.net.
- [64] K. Ned. "Media richness or media naturalness? The evolution of our biological communication apparatus and its influence on our behavior toward E-communication tools", IEEE transactions on professional communication, Volume 48, number 2, 2005, P.117.

- [65] D. Alan & K. Susan. "Testing media richness theory in the new media: the effects of cues, feedback, and task equivocality", information systems research, volume 9, number 3, 1998, P.259.
- [66] Y.Lai & Y.Chang. The study of media richness theory influencing individual's perception and behavior researcher, 2012, P.2-3.
- [67] معتصم بابكر مصطفى. ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام. (الخرطوم: مركز التنوير المعرفي، 2014م).
- [68] ثريا أحمد البدوي. الشبكات الاجتماعية وتعزيز مواطنة الأقليات النوبية في مصر: رؤية إثنوجرافية إفتراضية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 35 يناير – يونيو 2010، ص 9.
- [69] A. Campbell. "The search for authenticity: An exploration of an online skinhead newsgroup". Vol.8, 1, 2006, Available at: [http:// www.nms.sagepub.com](http://www.nms.sagepub.com)
- [70] R. H. Jones. "you show me yours, I will show you mine": The negotiation of shifts from textual to visual modes in computer- mediated interaction among gay men. Visual Communication. Vol. 4, 2005. Available at: <http://www.vcj.sagepub.com>.
- [71] A. C. Garcia and others. Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication", Journal of contemporary ethnographic. Vol. 38, N.1, 2009. Available at: <http:// www.nms.sagepub.com>.
- [72] ثريا أحمد البدوي، مرجع سابق، ص 9.
- [73] محمود زكي. "النتنوجرافيا Netnography مدخل جديد في التحليل الثقافي الكيفي للمجتمعات الإلكترونية"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، عدد 4، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، 2018م، ص 289-288.
- [74] اعتمدت الباحثة في كتابة هذه الإجراءات على دراسة ثريا أحمد البدوي. الشبكات الاجتماعية وتعزيز مواطنة الأقليات النوبية في مصر: رؤية إثنوجرافية إفتراضية، مرجع سابق.
- [75] تم إعدادها وتحكميها من جانب عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام: أ.د. هويدا مصطفى. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. أ.د. أماني فهمي. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام. جامعة القاهرة. أ.د. محمد رضا. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الآداب – قسم الإعلام. جامعة المنصورة. أ.د. ثريا البدوي. الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام – جامعة القاهرة. أ.د. نشوى عقل. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام. جامعة القاهرة. أ.م.د. أبناس عبد الحميد. الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان. جامعة الأهرام الكندية.
- [76] تم إجراء اختبار الثبات مع د. أنجي أبو العز، مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، وبلغت نسبته 82%.