

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

د. بوسي فاروق محمود غندر*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلي التعرف علي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها، طُبقت الدراسة علي عينة قوامها (400) مبحوثاً، واستخدمت الدراسة الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة من شباب جامعتي (عين شمس، وأكاديمية الشروق)، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها:

- أن نسبة (49.2%) من أفراد العينة يتعرضون للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بشكل دائم.

- أن صفحة وزارة الصحة والسكان جاءت في المقدمة كأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين بوزن نسبي (29.4)، تلاها صفحة مجلس الوزراء بوزن نسبي (26)، وفي الترتيب الثالث جاءت صفحة وزارة التعليم العالي بوزن نسبي (22.4)، وفي الترتيب الرابع جاءت صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بوزن نسبي (22.1).

- جاء مشروع تنمية محور قناة السويس في مقدمة أهم المشروعات القومية في مصر التي تابعها المبحوثين بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بنسبة (13.9%)، ثم مشروع التأمين الصحي الشامل في المرتبة الثانية بنسبة (12.6%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وتشكيل معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

الكلمات المفتاحية: مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية، مواقع التواصل الإجتماعي، المشروعات القومية، معارف وإتجاهات الشباب الجامعي.

* المدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد

The credibility of government ministerial pages on social networking sites as a source of news about national projects and their relationship to the formation of university youth's knowledge and attitudes towards them

Abstract:

The study aims to identify the credibility of the ministerial government pages on social networking sites (Facebook) as a source of news about national projects and their relationship to the formation of knowledge and attitudes of university youth towards them. The study was applied to a sample of (400) respondents, and the study used the questionnaire as a tool for data collection. The study used a sample survey method from the youth of my universities (Ain Shams and El-Shorouk Academy), and the study reached several results, the most important of which are

- That (49.2%) of the sample members are exposed to the government ministerial pages on Facebook on a permanent basis.
- The page of the Ministry of Health and Population came to the fore as the most pages followed by the respondents with a relative weight (29.4), followed by the Cabinet page with a relative weight (26), and in the third place the Ministry of Higher Education page came with a relative weight (22.4), and in the fourth order came the speaker's page Official Presidency of the Republic with a relative weight (22.1).
- The Suez Canal Corridor Development Project came at the forefront of the most important national projects in Egypt that the respondents followed up on the government ministerial pages on Facebook with a rate of (13.9%), then the comprehensive health insurance project ranked second with a rate of (12.6%).
- There are statistically significant differences in the level of credibility of the ministerial government pages on Facebook as a source of news according to gender, socio-economic level and type of education.
- There is a statistically significant relationship between the credibility of the ministerial government pages as a source of news on Facebook and the university youth's attitudes towards national projects.
- There is a statistically significant relationship between the credibility of the government ministerial pages as a source of news on Facebook and the university youth's knowledge of national projects.

Keywords: The credibility of government ministerial pages, social networking sites, national projects, youth's knowledge and attitudes.

مقدمة:

اجتاحت ثورة المعلومات وتكنولوجيا الإتصال كافة المجالات لتغير طرق الحصول علي المعلومات والإتصال بين الجميع، طال هذا التغيير الحياة الإجتماعية للأفراد، واستطاعت أن تغير طريقة التواصل بين الحكومات ومواطنيها علي نحو سهل علي الجهات الحكومية التواصل مع مواطنيها لتحقيق أهدافها، وكسب مزيد من ثقتهم، خاصة مع تزايد توقعات المواطنين بحكومات متفاعلة بإستخدام وسائل التواصل الإجتماعي التي تتيح تواصل أسهل وتفاعل أكبر.

لاشك أن وسائل التواصل الإجتماعي هي إحدى أهم أدوات تداول المعلومة والخبر بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم، فقد استطاعت أن تكسر إحتكار المؤسسات الإعلامية الرسمية للمادة الخبرية، وبذلك اتسعت دائرة التبادل الحر للمعلومات والأخبار المتداولة علي صفحات مواقع التواصل الإجتماعي وهذا ما أثبتته دراسة (هويدا عزوز 2020)⁽¹⁾.

وقد اتجهت المؤسسات الحكومية المصرية نحو وسائل التواصل الإجتماعي خاصة موقع الفيس بوك لتحقيق مزيد من التواصل مع قطاعات الجمهور المستهدف وللتعريف بالمؤسسة الحكومية، وأنشطتها المختلفة وأبرز إنجازاتها علي كافة الأصعدة وهذا ما أكدته دراسة (صفا عثمان 2019)⁽²⁾، وقامت كل الوزارات بتدشين صفحة رسمية لها علي الفيسبوك لتحقيق هذا الهدف، في حين أشارت صفحات أخرى إلى أن الهدف منها هو رصد مشكلات الجمهور ومحاولة تقديم حلول لها.

وتعد دراسة مصادقية الأخبار في الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، خاصة في ظل المنافسة الشديدة بين مختلف وسائل الإعلام، وطبيعة الأحداث التي تميز المرحلة، اللتين فرضتا سرعة في التغطية الإخبارية لم يعد معها ثمة وقت للتأكد من صحة المعلومات أو دقتها، الأمر الذي أثر علي مصادقية هذه المواقع، أو علي مستوي الإعتماد عليها وهذا ما أكدته دراسة (علي العلكاوي 2020)⁽³⁾.

وتعمل الصفحات الحكومية الوزارية علي توفير التغطية الإخبارية للأحداث حول المشروعات القومية المصرية بسرعة وفورية، كما أنها تحرص علي أن تصاحب الصورة الحدث وتقدم تفاصيل وتحليلات، كما تهدف إلي جذب المتلقي والإحتفاظ به حتي يظل متابعا لها علي مدار اليوم.

وتأتي المشروعات القومية علي قائمة الإنجازات في الفترة الحالية التي تمر بها مصر من أجل تكوين صورة إيجابية عن أداء الحكومة مروراً بتكوين إتجاهات نحو تلك المشروعات، ومن ثم تدعيم الولاء الوطني لدي الشباب، وإدراكاً من الباحثة لأهمية المادة الإخبارية بالصفحات الحكومية الوزارية باعتبارها جزءاً من حياة الناس، كما أنها أحد وسائل الإعلام التي يقبل عليها الكثير من الشباب الجامعي.

وعلي هذا فإن الدراسة الحالية تسعى للكشف عن مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

الدراسة الإستطلاعية

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية علي عينة مكونة من (40) مبحوثاً، وذلك لتحديد أكثر مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بالوزارات تفضيلاً لدي الشباب الجامعي (عينة الدراسة) ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21) سنة من الذكور والإناث، وأيضاً لتحديد أكثر الصفحات الحكومية للوزارات وأهم المشروعات القومية تفضيلاً لديهم، وقد خرجت نتائج الدراسة الإستطلاعية إلي أن أكثر مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بالوزارات المصرية تفضيلاً لدي الشباب الجامعي هو موقع الفيس بوك كأكثر المواقع تفضيلاً لدي الشباب عينة الدراسة، ثم جاء موقع تويتر في المرتبة الثانية، وأن أكثر الصفحات الوزارية تفضيلاً لدي الشباب الجامعي هي: صفحة وزارة الصحة والسكان، صفحة وزارة التعليم العالي، صفحة مجلس الوزراء، صفحة رئاسة الجمهورية، وأكثر المشروعات القومية تفضيلاً لديهم تمثلت في: مشروع تنمية محور قناة السويس، مشروع العاصمة الإدارية، مشروع التأمين الصحي الشامل، المشروع القومي للإسكان الإجتماعي، مشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية، مشروع المثلث الذهبي في جنوب مصر، مشروع شبكة الطرق القومية، مشروع تطوير وتوسعة شبكة مترو الأنفاق، المشروع القومي لتنمية الصعيد، مشروع تنمية وتطوير الساحل الشمالي الغربي، مشروع تطوير المناطق العشوائية، مشروعات الإستزراع السمكي، مشروع تنمية مليون ونصف المليون فدان، المشروع القومي لتنمية سيناء.

مشكلة الدراسة

تكيفاً مع مستحدثات العصر، تحرص كل الجهات الحكومية علي تطبيق التكنولوجيا في إبراز جهود قطاع العمل الحكومي، وفي توصيل مستجدات أنشطتها للمواطنين؛ إعتماً علي مواقع التواصل الإجتماعي.

في إطار سعي المؤسسات الرسمية وصانعي القرار السياسي إلي توظيف مواقع التواصل الإجتماعي (كالفيس بوك، تويتر، توتيوب، إنستجرام وغيرها) في التواصل مع الشباب الجامعي المصري باعتبارها من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في إستيفاء الأخبار، وفي إطار زيادة نسبة متابعي تلك الصفحات، وهذا ما أثبتته دراسة (فاطمة سعود 2020)⁽⁴⁾.

لاحظت الباحثة تنوع في تناول تلك الصفحات للمشروعات القومية، إلا أن مستويات ثقة الجمهور في مصادقية المضامين بتلك الصفحات تتفاوت من شخص لآخر، ولعل هذه الفروق قد تكون ناتجة عن مستويات التعرض المختلفة والتي بدورها من الممكن أن تؤثر علي إتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك المضامين.

وفي ضوء إستعراض نتائج الدراسة الإستطلاعية التي عرضتها الباحثة في مقدمة الدراسة، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الكشف عن مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي (الفييس بوك) كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل إتجاهات ومعارف الشباب الجامعي نحوها.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلي الكشف عن مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وينبثق من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية وهي:

- 1-الكشف عن معدل تعرض المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك.
- 2-إيضاح أكثر الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفييس بوك التي يحرص المبحوثين علي متابعتها.
- 3-إبراز دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية علي الفييس بوك.
- 4-الكشف عن التأثيرات المترتبة علي متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفييس بوك.
- 5-التعرف علي مدي ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك من أخبار ومعلومات.
- 6-الكشف عن العوامل التي تحدد ثقة المبحوثين في الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك.
- 7-إيضاح مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك كمصدر للأخبار لدي الشباب الجامعي.
- 8-التعرف عن أهم المشروعات القومية المصرية التي يتابعها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك.
- 9-إيضاح أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية في تنمية معارف المبحوثين عن المشروعات القومية.
- 10-التعرف علي إتجاهات المبحوثين نحو تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفييس بوك.

تساؤلات وفروض الدراسة

أولاً: تساؤلات الدراسة

- ما مدي مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وينبثق من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية وهي:

- 1- ما معدل تعرض الباحثين للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك؟ أي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك التي يحرص الباحثين علي متابعتها؟
- 2- ما دوافع تعرض الباحثين للصفحات الحكومية الوزارية علي الفيس بوك؟
- 3- ما التأثيرات المترتبة علي متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك؟
- 4- إلي أي مدي يثق الباحثين فيما تقدمه الصفحات الحكومية الرسمية بموقع الفيس بوك من أخبار ومعلومات؟
- 5- ما العوامل التي تحدد ثقة الباحثين في الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك؟
- 6- كيف يقيم الباحثين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار؟
- 7- ما مستوي مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار؟
- 8- ما أهم المشروعات القومية المصرية التي يتابعها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك؟
- 10- ما أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية في تنمية معارف الباحثين عن المشروعات القومية؟
- 11- ما إتجاهات الشباب الجامعي نحو تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك؟

ثانياً: فروض الدراسة

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وثقتهم بها.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار وبين تقييمهم لمصادقيتها.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.
- 5- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها.
- 6- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها.
- 7- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.
- 8- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

أهمية الدراسة

- 1- تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تهتم بمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية، حيث تعتبر المصادقية متطلب أساسي للعمل الإعلامي الذي يقدم الحقيقة دون تزييف، وإمكانية وضع مقياس للمصادقية يمكن الإحتكام إليه لمعرفة مستوي المصادقية بالصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي (الفيس بوك).
- 2- تكتسب الدراسة أهميتها في ظل التزايد للصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي ومتابعيها، وتعدد إهتماماتهم، وعرض أنشطتهم وإعلام الجمهور بها، الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث.
- 3- إلقاء الضوء فيما تقدمه الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي من معلومات عن طبيعة المشروعات القومية المصرية ومدي معرفة الشباب الجامعي بها، ومن خلال ذلك تحقيق درجة من الثقة والمصادقية بين الشباب والمواقع التي تعرض تلك المشروعات.
- 4- تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال تناولها إعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية التي لها حسابات موثقة علي مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك"، لمعرفة مدي استخدامها لموقع الفيس بوك من أجل نشر الأخبار والمعلومات

المتعلقة بالمشروعات القومية وتحقيق التفاعل مع الجمهور من خلال أحدث وسائل التواصل وأكثرها إنتشاراً وتفاعلية.

5- مواكبة التيارات والإتجاهات البحثية التي بدأت تهتم بدراسة المصادقية في مختلف دول العالم، كمتغير متعدد الأبعاد، والمتغير الأبرز في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور وإتجاهاته وسلوكياته.

6- إختبار فروض نظرية الإعتماد في مجال مواقع التواصل الإجتماعي، والخروج بنتائج عملية عن طريق تطبيق المنهج العلمي أثناء إختبار هذه النظرية.

دراسات سابقة

استطلعت الباحثة العديد من الدراسات في مجال هذه الدراسة المعنية بكيفية استخدام الصفحات الحكومية الوزارية لمواقع التواصل الإجتماعي وتحديداً الفيس بوك كمصدر للأخبار عن المشروعات القومية وتداولها وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وقياس مستوي مصادقيتها لديهم، وقد تم تقسيم محاور الدراسات السابقة إلي محورين: **المحور الأول:** دراسات تتعلق بمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي، **المحور الثاني:** دراسات تتعلق بتناول مواقع التواصل الإجتماعي للمشروعات القومية المصرية.

المحور الأول: دراسات تتعلق بمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي:

هدفت دراسة (رشا سمير 2022)⁽⁵⁾ إلي التعرف علي تفاعل الجمهور المصري مع الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان خلال أزمة جائحة كورونا ومتحوراتها، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بأسلوبه التحليلي، حيث قامت بتحليل (416) منشور نشرتها وزارة الصحة والسكان، وتبين نتائج الدراسة تقديم صفحة وزارة الصحة والسكان توعية حول فيروس كورونا ومتحوراته، كما أظهرت نتائج الدراسة تفاعل كبير مع منشورات وزارة الصحة والسكان.

وسعت دراسة (أسماء يحيي 2021)⁽⁶⁾ إلي التعرف علي مدي مصادقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في معالجة القضايا الجارية، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في (400) مبحوث من طلاب الجامعات المصرية، واعتمدت الدراسة علي استمارة تحليل المضمون والإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن أهم العناصر المكونة لمصادقية البرامج الحوارية في القنوات الفضائية من وجهة نظر المبحوثين فكانت "الحرية" في الصدارة بنسبة (65%)، ثم "الموضوعية" بنسبة (50%)، يلي ذلك "الحياد" بنسبة (47%) ثم "الأمانة" بنسبة (42%).

وسعت دراسة (أميرة محمد 2021)⁽⁷⁾ إلي التعرف علي الدور الذي تقوم به الصفحات الرسمية للوزارات والهيئات ووسائل الإعلام علي مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل معارف وإتجاهات طالبات جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل برؤية 2030، طبقت الدراسة

علي عينة عمدية بلغ قوامها (300) مبحوثاً من متابعي الحسابات الرسمية للوزارات والهيئات الحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، واستخدمت الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي إرتفاع معدل مساهمة الصفحات الرسمية علي مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي المعرفي بالرؤية المستقبلية.

وهدفت دراسة (رباب شاهين 2020)⁽⁸⁾ إلي رصد وتحليل الأثر الذي تتركه شبكات التواصل الإجتماعي علي إتجاهات الشباب المصري نحو القضايا القومية، وقد اعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني بإستخدام نظرية المجال العام، وتوصلت الدراسة إلي أن المدة الزمنية التي يستغرقها المبحوثون في متابعة شبكات التواصل الإجتماعي يومياً (أكثر من ثلاث ساعات) ثم من ساعة لساعتين ثم أقل من ساعة، وأن أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الإجتماعي جاء لمعرفة الأخبار والمعلومات في المقام الأول.

وسعت دراسة (دينا منصور 2020)⁽⁹⁾ إلي التعرف علي مدي مصادقية المواقع الإلكترونية للفتوات الفضائية الإخبارية واعتماد الشباب العربي عليها في الحصول علي المعلومات السياسية، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وطُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (400) مبحوثاً، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون والإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من ذوي الإدراك "المرتفع" لمصادقية المواقع الإلكترونية للفتوات الفضائية الإخبارية حيث بلغت نسبتهم (53.8%) من إجمالي عينة الدراسة.

وهدفت دراسة (علي العلكاوي 2020)⁽¹⁰⁾ إلي الكشف عن المعايير المهنية لحدود مصادقية الفيس بوك، وبيان التحديات التي تواجه المستخدمين في تحقيق مصادقية الفيس بوك، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واتبعت الدراسة منهج المسح، وطُبقت الدراسة علي عينة قوامها (82) مبحوثاً من مستخدمي الفيس بوك، واستخدمت الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت إلي أن الصفحات الرسمية هي أكثر الصفحات التي تتمتع بالمصادقية كونها تابعة لجهات ومؤسسات حكومية موثوق بها.

وهدفت دراسة (نوره المرزوقي 2020)⁽¹¹⁾ إلي التعرف علي درجة مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الإعتماد عليها كما تراها النخبة السعودية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وطُبقت الدراسة علي عينة قوامها (102) مبحوثاً من جمهور النخبة الأكاديمية السعودية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون والإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض النخبة السعودية للمواقع الصحفية الإلكترونية وعينة الدراسة ودرجة مصادقيتها.

وسعت دراسة (هويدا عزوز 2020)⁽¹²⁾ إلي رصد وقياس وتحليل العلاقة بين مستوي إعتماد الجمهور علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت علي منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلي البحوث الوصفية، أجريت الدراسة علي عينة عمدية من مستخدمي صفحات المؤسسات

الحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي من الجمهور المصري قوامها (250) مبحوثاً، وتوصلت إلي أن أهم الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية التي يتابعها الجمهور هي الصفحة الرسمية للمتحدثين الرسميين، يليها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة.

وهدفت دراسة (إيمان فتحي، ضحي عصام 2019) (13) إلي التعرف علي المعالجة الإعلامية للصفحات الرسمية للمركز الوطني للقياس والتقويم عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وكشفت الدراسة أن الصور هي أكثر الوسائط استخداماً وذلك بنسبة 36.8%، كذلك تنوع الموضوعات المقدمة من خلال الصفحات الرسمية للمركز خلال فترة التحليل.

وسعت دراسة (صفا عثمان 2019) (14) إلي التعرف علي أوجه وكثافة تفاعل الجمهور مع الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المصرية المتاحة إلكترونياً عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت علي منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وطُبقت علي عينة قوامها (250) مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات متابعة الصفحات الرسمية والحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي ومدى مصادقية الجمهور لما تنشره الصفحات من معلومات وقت الأزمات.

وهدفت دراسة (فلاح الدهمشي 2019) (15) إلي التعرف علي إدراك الشباب السعودي لمصادقية مواقع المؤسسات عبر شبكات التواصل الإجتماعي كبيئة إتصالية جديدة، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت علي منهج المسح، واستخدمت الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي أن نسبة (47.5%) يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي أكثر من 5 ساعات، كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً إلي أن إتجاه الشباب نحو مصادقية المؤسسات التي تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي يتسم بالإيجابية.

كما سعت دراسة (هبة فريد 2019) (16) إلي التعرف علي مدى توظيف الفيس بوك كأداة إتصال حديثة في عرض معلومات الجمهور المستهدف عن الخدمات الحكومية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، وطُبقت الدراسة علي عينة قوامها (15) صفحة، وتوصلت الدراسة إلي ضعف توظيف الفيس بوك كأداة إتصال حديثة في عرض معلومات تتعلق بالخدمات، كما أظهرت الدراسة أيضاً ضعف توظيف الإتصال الثنائي الإتجاه وإستراتيجية الحوار في التواصل مع الجمهور المستهدف في مقابل الإعتماد علي الإستراتيجية الإعلامية بصورة أكبر.

كما هدفت دراسة (Enrique bonson 2019) (17) إلي التعرف علي المضمون الكمي والكيفي للمنشورات التي تم نشرها علي تويتر، وتوصلت الدراسة إلي أن أغلب المضامين التي نشرتها الصفحات محل الدراسة تنتمي للموضوعات الثقافية، في حين أن أكثر المضامين شعبية هي الموضوعات الرياضية، تليها الموضوعات البيئية، كما كشفت الدراسة أيضاً أن المنشورات التي تحتوي علي صور أو مقاطع فيديو هي التي تماشت مع تفضيلات المستخدمين من المواطنين.

وكشفت دراسة (محمود جمال 2018)⁽¹⁸⁾ عن إتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية نحو مصادقية المواقع الإلكترونية الشيعية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح، وطبقت الدراسة علي عينة قوامها (205) مبحوث من النخبة، واستخدمت أداة الإستبيان لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين للمواقع الإلكترونية الشيعية ومصادقية الرسالة الإعلامية المقدمة علي هذه المواقع.

وهدفت دراسة (هشام رشدي 2018)⁽¹⁹⁾ إلي التعرف علي مصادقية التناول الإعلامي لقضايا الفساد الإداري عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاه الجمهور نحو أداء الحكومة، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمدت الدراسة علي الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها (900) مبحوثاً من محافظة المنوفية والقاهرة والمنيا، وتوصلت الدراسة إلي أنه كلما زادت ثقة الجمهور بصدق وموضوعية الصحف الإلكترونية في تناولها لقضايا الفساد الإداري تزداد درجة التعرض لمثل هذه المضامين ومن ثم تؤثر علي اتجاهاتهم الإيجابية نحو أداء الحكومة.

ورصدت دراسة (مريم عادل 2017)⁽²⁰⁾ مدي المصادقية التي تحظي بها معالجة مواقع الصحف الإلكترونية المصرية القومية والخاصة لأخبار الأحداث الإرهابية في مصر لدي عينة من الجمهور المصري، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية والتي اعتمدت علي منهج المسح والمقارن، وطبقت الدراسة علي عينة قوامها (400) مبحوث، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون والإستبيان الإلكتروني، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أهم العناصر التي تزيد من درجة ثقة (عينة الدراسة) في أخبار الأحداث الإرهابية بمواقع الصحف الإلكترونية تمثلت في التحديث الفوري للتفاصيل الدقيقة من وسائل الإعلام ووكالات الأنباء.

وسعت دراسة (إبراهيم المرسي 2016)⁽²¹⁾ إلي التعرف علي درجة مصادقية المواقع الإخبارية لدي النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح بالعينة، وطبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (147) مبحوثاً من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية، وتم استخدام صحيفة الإستقصاء بالبريد الإلكتروني، وتوصلت نتائج الدراسة إلي توافر مؤشرات معايير المصادقية كما تراها النخبة الأكاديمية في المواقع الإخبارية وجاءت في المقدمة الفورية في نقل الحدث.

ورصدت دراسة (وفاء عبد الخالق 2016)⁽²²⁾ المتغيرات التي تؤثر علي إدراك الجمهور لمصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهجين هما دراسة الحالة والمسح، واستخدمت الدراسة أداة الإستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، وطبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (400) مبحوث، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن (62.7%) من العينة مستوي مصادقيتهم لهذه المواقع متوسطة، و(31.8%) مستوي مصادقيتهم مرتفعة، وهناك (5.5%) مستوي مصادقيتهم منخفضة.

وعنيت دراسة (23) **(baozhou lu 2016)** إلي التعرف علي مستوي الأداء الإعلامي للحكومة الصينية والإدارات التي تتبعها ودرجة التفاعل التي حققتها في التواصل مع مواطنيها، وقد أسفرت هذه الدراسة عن أن استخدام الحكومة الصينية لمواقع التواصل الإجتماعي في تحقيق التفاعل مع المواطنين، لم يرق إلي مستوي التفاعل المطلوب الأمر الذي يشير إلي محدودية الإستفادة من إمكانيات مواقع التواصل الإجتماعي، كما أظهرت الدراسة إرتفاع تصورات المواطنين نحو الأداء الحكومي علي مواقع التواصل الإجتماعي.

ورصدت دراسة (محمد زين 2015) (24) مصداقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الإلتزام الوطني لدي الجمهور، واستخدمت الدراسة منهج المسح، واعتمدت الدراسة علي الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة علي عينة عشوائية غير منتظمة قوامها (400) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس الإلتزام الوطني تبعاً لإختلاف مستويات التعرض المختلفة لموضوعات قناة السويس عبر المواقع الإخبارية.

وسعت دراسة (سماح الشهاوي 2014) (25) إلي التعرف علي تقييم الشباب المصري لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بإستخدام الشباب لها، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح، وطُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (200) من الشباب المصري، واستخدمت أداة الإستبيان، وتوصلت الدراسة إلي تقييم المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية المصرية حيث جاءت الصحف الإلكترونية التي تتسم بمصداقية متوسطة في الترتيب الأول بنسبة (58%) وهذا يدل علي إرتفاع ثقة المبحوثين في الصحف الإلكترونية.

ورصدت دراسة (مهيتاب الرفاعي 2014) (26) رؤية النخبة المصرية لمصداقية شبكة الإنترنت والعوامل المؤثرة عليها، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي منهج المسح، وطُبقت الدراسة علي عينة قوامها (200) مبحوث، واعتمدت الدراسة علي أدوات تحليل المضمون والإستقصاء والمقابلة المقننة لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن حدود إدراك النخبة المصرية لمستوي مصداقية شبكة الإنترنت كان الأعلى مصداقية بين وسائل الإعلام الأخرى بنسبة (50.5%)، يليها الصحف المطبوعة في المركز الثاني بنسبة (41.5%) من حيث درجة المصداقية.

كما هدفت دراسة (Carolyn kim 2014) (27) إلي التعرف علي تأثير التكتيكات التي توظفها المؤسسة عبر الإعلام الإجتماعي علي مصداقيتها لدي الجمهور، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن الصدق والخبرة والتفاعل الشخصي أبعاد مهمة لمصداقية المؤسسة التي تتفاعل من خلال الإعلام الإجتماعي، كما وجدت أن الأدوات التي تعتمد علي الصورة والفيديو تنتج أقوى جمهور يتخذ قرارات بناء علي تفاعله.

وهدفت دراسة (مني هاشم 2012) (28) إلي التعرف علي مدي المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة الإلكترونية بأبعادها المختلفة، وطُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (400) من مستخدمي المواقع الإلكترونية، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن إلتزام الصحافة بأخلاقيات المهنة وسمعتها يؤثر علي ثقة الجمهور بنسبة (58%)، وتمثلت أهم عوامل مصداقية المواقع

الإلكترونية في التحديث المستمر والسرعة والفورية في نقل الخبر، ووجود الفيديو والصور الخاصة بالخبر.

وسعت دراسة (Ann Williams 2012)⁽²⁹⁾ إلى التعرف علي إدراك الجمهور لمصادقية الأخبار المقدمة عبر وسائل الإعلام التقليدية وعبر المواقع الإلكترونية، وأجريت الدراسة علي عينة قوامها (400) مبحوث، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن المبحوثين أشاروا بأن الأخبار المقدمة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية أكثر مصادقية من الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية، وأن هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين كثافة المشاهدة من ناحية ومصادقية الوسيلة الإعلامية، ومصادقية القائم بالإتصال من ناحية أخرى.

وأوضحت دراسة (وليد النجار 2011)⁽³⁰⁾ درجة مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الإعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، واستخدمت أداة الإستبيان، وطُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (300) من جمهور الصفوة الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلي أن من أهم العوامل التي تؤثر علي ثقة ومصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية كانت شهرة الموقع الصحفي الإلكتروني، ثم الموضوعية والحيادية.

المحور الثاني: دراسات تتعلق بتناول مواقع التواصل الإجتماعي للمشروعات القومية المصرية:

سعت دراسة (إنجي بركة 2022)⁽³¹⁾ إلى رصد مدى اعتماد وتعرض الجمهور للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للمشروعات القومية، ومدى رضاهم عن هذه التغطية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت علي منهج المسح بالعينة، ووظفت أداة الاستبيان بالتطبيق علي عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث، وكشفت نتائج الدراسة عن معنوية الإرتباط بين معدل تعرض الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتغطية التلفزيونية للمشروعات القومية وتطوراتها وكل من دوافعهم الطقوسية والنفعية لهذا التعرض.

واهتمت دراسة (نرمين عجوة 2021)⁽³²⁾ برصد إستراتيجيات الإتصال الحكومي التي تستخدمها المؤسسات الحكومية في التسويق للمشروعات القومية عبر صفحاتها علي فيس بوك وعلاقتها بمعارف وإتجاهات الجمهور نحوها، واعتمدت الدراسة علي نموذج رولر لإستراتيجيات الإتصال الموقفية، ونظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام؛ من خلال دراسة تحليلية للصفحات الحكومية، ودراسة ميدانية علي عينة قوامها (308) مبحوثاً، وخلصت الدراسة أن ثلاثة أرباع المنشورات التي تناولت المشروعات القومية قد استخدمت إستراتيجية الإعلام، واتسمت بأنها ذات طابع رسمي وطويلة المدي، واستخدمت إستراتيجية الإقناع بصورة محدودة لشرح أهمية المشروعات القومية.

وسعت دراسة (إيمان سيد 2019)⁽³³⁾ إلى التعرف علي طبيعة الدور الذي تساهم به البرامج الحوارية التي تتناول المشروعات القومية في تشكيل الصورة الذهنية للأداء الحكومي لدي الجمهور المصري، وتتنمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، واتبعت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الدراسة إستمارة الإستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، وطُبقت علي

عينة عشوائية قوامها 300 مبحوثاً، وأظهرت الدراسة أن القضايا السياسية هي محور الإهتمام الرئيسي بالنسبة لهم، كما ركزت البرامج الحوارية علي القرارات التي اتخذتها الحكومة وقامت بتحليلها من خلال الخبراء والمحللين.

وهدفت دراسة (إيمان عبد الله 2019)⁽³⁴⁾ إلي التعرف علي التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب الجامعي نحوها، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي، وطُبقت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها (400) طالب وطالبة، واستخدمت الدراسة إستمارة تحليل المضمون والإستبيان كأدوات جمع بيانات، وأظهرت الدراسة أن مشروع قناة السويس الجديدة جاء في مقدمة المشروعات القومية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها في البرامج الحوارية.

وسعت دراسة (عبد القادر محمد، إبراهيم محجوب 2019)⁽³⁵⁾ إلي التعرف علي دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة وعي المواطن بالمشروعات القومية بمصر وأثره علي رضائه عن الأداء الحكومي، وطُبقت الدراسة علي عينة عشوائية بسيطة قوامها (384) مبحوث، واستخدمت الدراسة أداة الإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي وجود تأثير معنوي لمواقع التواصل الإجتماعي في وعي المواطن بالمشروعات الكبرى حيث اتضح أن مواقع التواصل الإجتماعي تفسر (23.7%) من التباين المفسر في وعي المواطن بالمشروعات الكبرى.

وهدفت دراسة (سحر غريب 2018)⁽³⁶⁾ إلي التعرف علي دور المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية في تشكيل معارف الجمهور وإتجاهاتهم نحو هذه المشروعات، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح والمنهج المقارن، واستخدمت إستمارة تحليل المضمون والإستبيان كأدوات جمع البيانات، وطُبقت عينة الدراسة من عينة عمدية قوامها (420) مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلي أن مشروع تنمية محور قناة السويس جاء في المرتبة الأولى من حيث حجم تغطية المشروعات القومية، تلاه مشروع الإسكان الإجتماعي ثم استصلاح المليون فدان، ثم مشروع العاصمة الإدارية الجديدة.

وسعت دراسة مروي عبد اللطيف (2018)⁽³⁷⁾ إلي التعرف علي درجة مصداقية برامج الفضائيات المصرية في تغطية المشروعات القومية وعلاقتها بتعزيز الإلتزام والطموح لدي شباب الجامعات، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي، وطُبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (400) مبحوثاً من شباب الجامعات، واستخدمت الدراسة أداة الإستبيان، واقترحت الدراسة ضرورة إلقاء الضوء إلي أهمية الدقة والصدق في نقل المعلومات بالصوت والصورة من جانب القنوات الفضائية عن المشروعات القومية.

وسعت دراسة (أمنية عبد الرحمن، مني جابر 2017)⁽³⁸⁾ إلي التعرف علي دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل إتجاهات الجمهور المصري نحو المشروعات القومية المصرية الجديدة، واعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي، وطُبقت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها (400) مبحوثاً من الجمهور العام، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون والإستبيان كأدوات جمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن أهم

الصحف الإلكترونية التي يستقي المبحوثين منها المعلومات عن المشروعات القومية هي مواقع الصحف الخاصة بنسبة (48.5%)، يليها مواقع الصحف القومية بنسبة (32.8%).

وهدفت دراسة (محمود عبد الحليم 2017)⁽³⁹⁾ إلى التعرف علي إتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وطُبقت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها (600) مبحوثاً من الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة علي أداة الإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي إرتفاع درجة تلبية القنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية لإحتياجات الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول المشروعات القومية.

وسعت دراسة (علاء مرتضي 2015)⁽⁴⁰⁾ إلي التعرف علي كيفية تناول البرامج التلفزيونية في التلفزيون المصري لموضوعات دعم المشروعات القومية، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية وسائل الإبراز التي استخدمتها قنوات التلفزيون المصري في عرض المشروعات القومية حيث جاءت شخصيات الخبراء أو الباحثين في المرتبة الأولى بنسبة (72%)، يعقبها شخصيات تنفيذية في المرتبة الثانية بنسبة (17%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الشخصيات الحزبية بنسبة (11%).

التعليق علي الدراسات السابقة

- اعتمدت معظم الدراسات التي تناولت المصادقية علي أداتي تحليل المضمون والإستبيان كدراسة كل من (أسماء يحيي 2021)، (دينا منصور 2020)، (نورة المرزوقي 2020).

- ونجد أن معظم الدراسات التي تناولت الصفحات الحكومية اعتمدت علي الإستبيان كأداة لجمع البيانات كدراسة كل من (أميرة محمد 2021)، (فلاح الدهمسي 2019)، بينما بعض الدراسات اعتمدت علي الإستبيان وتحليل المضمون كدراسة (صفا عثمان 2019)، في حين اكتفت دراسات أخرى بتحليل المضمون فقط كدراسة هبه فريد (2019).

- اتفقت العديد من الدراسات السابقة علي أن مشروع قناة السويس جاء كأهم المشروعات القومية من وجهة نظر الشباب كدراسة كل من (سحر غريب 2018)، (محمود عبد الحليم 2017)، (محمد زين 2015).

- أغلب الدراسات استخدمت المنهج الوصفي كدراسة كل من (أميرة محمد 2021)، (دينا منصور 2020)، (علي العلكاوي 2020)، (نوره المرزوقي 2020)، (هويدا عزوز 2020)، (صفا عثمان 2019)، (فلاح الدهمسي 2019)، (هشام رشدي 2018)، (مريم عادل 2017)، (إبراهيم المرسي 2016)، (وفاء عبد الخالق 2016)، (علاء مرتضي 2015)، (مهيتاب الرفاعي 2014).

- ركزت الدراسات التي اهتمت بمصادقية مواقع التواصل الإجتماعي أن هناك أبعاداً أخرى للمصادقية بخلاف الأبعاد التقليدية المتمثلة في الخبرة والدقة وعدم التحيز كدراسة

- (Carolyne kim 2014)، وتتمثل تلك الأبعاد الجديدة في التفاعل والشفافية والحالية
والسرعة في تغطية الأحداث والقضايا علي رأس أبعاد المصادقية التي تتميز شبكة
الإنترنت لدي الجمهور كدراسة (إبراهيم المرسي 2016).
- تتأثر مصادقية الموقع الإلكتروني بشكل كبير بشخصية مالكها، وأن هذه المصادقية يتم تعزيزها
عندما يكون بمقدور الجمهور تقييم ونقد الوسيلة الإعلامية كدراسة (صفا عثمان 2019).
- تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدي فئات الشباب في التعرف علي الأخبار،
ومتابعة الأحداث مقارنة بوسائل الإتصال الحديثة الأخرى كدراسة (هبة فريد 2019).
- ومن جانب آخر عُرفت الدراسات مفهوم المصادقية واتفقت علي أنه يشمل الصدق والثقة
والحيادية والموضوعية والعدالة كدراسة كل من (وليد النجار 2011، Carolyne kim 2014).
- هناك بحوث عن المصادقية ركزت فقط علي القائم بالإتصال وبحوث أخرى ركزت علي
الوسيلة والرسالة.
- اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية،
فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة ومجتمع وفئة الدراسة للمبجوثين كدراسة كل
من (هويدا عزوز 2020)، (أميرة محمد 2019)، (سماح الشهاوي 2018).
- ركزت الدراسات التي اعتمدت علي نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام علي دراسة بعض
تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الجوانب المعرفية والإداركية والسلوكية كجزء من
خصائص الوسيلة في التوعية بالآزمات.

أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق، وبلورة الخطة
المنهجية للدراسة، والتعرف علي المناهج والأدوات المستخدمة، والإختيار الأمثل لمنهج وأداة
الدراسة، واستفادت الباحثة كذلك من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة
بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، كما استفادت منها الباحثة في إعداد الإستبيان وتقسيمه.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة علي التراث العلمي الخاص بدراسات مصادقية وسائل الإعلام كمدخل
نظري يسهم بشكل كبير في تحديد الفروض والمتغيرات حيث تعمل وسائل الإعلام في إطار
منظومة متكاملة ترتبط بالمجتمع التي تعمل به.

المصادقية: تعتبر المصادقية في الوقت الراهن سمة مهمة للغاية لأي وسيلة إعلامية، وعاملاً
مهماً لإختيار المحتوى الإعلامي في وقت تعددت فيه وسائل الإعلام التقليدية والحديثة،
وأصبحت المعلومات تتدفق ليلاً نهاراً، فنظراً إلي أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأول
لإستقاء المعلومات؛ حيث يعتمد عليها أفراد الجمهور لتكوين آرائه ووجهات نظره حول العديد

من الأحداث والموضوعات، فإن مصداقية تلك الوسائل الإعلامية لدى هؤلاء الأفراد سترتبط إيجابياً بالتالي مع إنتقائهم لوسيلة إعلامية دون أخرى، كما ستزيد من فاعلية ونجاح وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد، بل وتشكيل وصياغة الواقع الاجتماعي.⁽⁴¹⁾

ويمكن أن نتحدث عن المصداقية من حيث توافرها في (المصدر "القائم بالاتصال" والوسيلة والرسالة) وهي العناصر التي تتكون منها العملية الإتصالية، ومتى توفرت المصداقية في هذه العناصر كان الإعلام المقدم هادفاً ناجحاً، يراعي أخلاقيات المجتمع وأيديولوجيته العقائدية والفكرية قائماً بدوره في عمليات التنمية علي إختلاف مجالاتها الاجتماعية والثقافية والإقتصادية والسياسية وغيرها.

وتعتبر المصداقية مكوناً أساسياً لنجاح عملية الإتصال، كما أنها أحد المعايير المهمة المميزة بين وسيلة وأخرى، وهي مهمة سواء بالنسبة للقائم بالاتصال أو الجمهور المستقبل للرسالة، وتبرز أهمية المصداقية في أنها تجعل الرسالة أكثر إقناعاً، كما أنها تعد عاملاً أساسياً في تحديد العلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية.⁽⁴²⁾

فمفاهيم الموضوعية والإنصاف والعدالة والشمولية والتوازن تتخذ أشكالاً جديدة في هذه البيئة الإلكترونية تجعل من الصعب تحقيقها بشكل حرفي، نظراً لغزارة المعلومات والأخبار وثراء الوسيلة، وتعدد المصادر وتباين مصداقيتها، فضلاً عن عدم القدرة علي تقصي مصداقية المواقع، وتباين المعايير التي يمكن الإستناد إليها في الحكم علي مصداقية المادة الإعلامية، واختلاف طرق التثبت من مصادر المعلومات في بيئة متداخلة يصعب فيها التأكد من الهوية الحقيقية للمصادر، مع قلة الوقت المتوفر لفحص ومراجعة المعلومات وتقليد المواقع الإلكترونية لبعضها البعض، ونشرها لبعض الأخبار بدون التأكد من مصداقيتها اعتماداً علي توافرها في مواقع أخرى.⁽⁴³⁾

وعليه فإن مفهوم المصداقية في المجال الإعلامي يشير إلي الأدلة التي تثبت صدق الخبر والموضوع والرأي وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مدي مصداقية المادة الإعلامية.⁽⁴⁴⁾

وقد أشارت معظم البحوث إلي درجة الإرتباط العالية والوثيقة بين صدق المصدر والثقة من جانب الجمهور، ودرجة التصديق التي تلقاها أي الرسالة الإتصالية التي يقدمها المصدر، وإن الجمهور يأخذ المعلومات بغض النظر عن مصداقيتها ومن ثم يتحقق منها بالإستناد إلي (هل المصدر منخفض المصداقية أو معتدل المصداقية أو علي المصداقية في هذه المعلومات والتغطية)، وبعدها يحكم علي مصداقية المعلومة أو المصدر، وهناك مجموعة من عناصر التصديق التي حددها مجموعة من الباحثين كما يلي:⁽⁴⁵⁾

- الخبرة والكفاءة للمصدر (يمكن ملاحظتها من مضمون الرسالة).
- الثقة في المصدر (تقديم الحجج والنية والأهداف من الرسالة).
- الأمانة والطمأنينة (تأتي من المتابعة للمصدر إنسان أمين وصادق وودود ونزيه).

- مؤهلات المصدر (مدرب-متمرس-ماهر-عليم).
- الديناميكية.

الصفحات الحكومية الوزارية: فقد أفادت الحكومات والمسئولون الحكوميون من منصات التواصل الإجتماعي لتوصيل خدمات أفضل للمواطنين ولخلق سياسات مفتوحة معهم حيث يساعد التحول للحكومة الإلكترونية علي تحقيق المشاركة والتكامل بين الحكومة والمواطنين، كما أنها تساعد علي التخلص من البيروقراطية الحكومية، حيث أنها تحدث تحولاً في المنظمات الحكومية لتصبح منظمات ديناميكية وفاعلة وأكثر كفاءة وغير بيروقراطية في تعاملها مع المواطنين.⁽⁴⁶⁾

وتتمثل مزايا استخدام المؤسسات الحكومية لمواقع التواصل الإجتماعي في تحقيق الإتصال الخارجي مع الجمهور فيما يلي:⁽⁴⁷⁾

(1) الشفافية Transparency: عبر توصيل وإتاحة المعلومات للمواطنين عما تفعله الحكومة من أنشطة وتحققه من إنجازات، أي أنها أسهمت في سرعة نشر أخبار المؤسسات وإنجازاتها.

(2) المشاركة Participation: عبر إتاحة الفرص للمواطنين بالمشاركة في صنع السياسات وطرح وجهات نظرهم وقياس ردود الأفعال، أي أنها أسهمت في دعم مصداقيتها وكسب تأييد الجمهور لها.

(3) التعاون Collaboration: إتاحة فرص جديدة للتعاون مع المواطنين وطرح الفرص لتبادل الأفكار الإبداعية والآراء بين الحكومة وأصحاب المصالح أي أنها أتاحت مساحة للحوار والتفاعل مع الجمهور.

نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام media dependency

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام 1976 بأن إعتماد الفرد علي المعلومات المستفاد من وسائل الإعلام محددة يتم لتحقيق أهداف محددة، لذا يُعد من أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع جمهور وسائل الإعلام، حيث تُعد درجة إعتماد أفراد الجمهور علي وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية علي المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، إنطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتترابط وتتفاعل سوياً، ومن بينها وسائل الإعلام التي تربط الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الإجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة.

وبالتطبيق علي الدراسة الحالية فهي تحاول التعرف علي إعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية، وتحديد موقع الفيس بوك وعلاقتها بتشكيل معارفهم وإتجاهاتهم نحوها، ومستوي مصداقية تلك المواقع لديهم.

وتقوم النظرية علي مجموعة من الإفتراضات علي النحو التالي:

- الإعتقاد علي الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تليها لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوي مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى، بمعنى آخر فكلما زاد إعتقاد الفرد علي وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد وبل المجتمع ككل.

-درجة الإستقرار أو التغيير الإجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد إعتقاد الأفراد علي وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم وإتخاذ قرارات جديدة، بينما يقل الإعتقاد في حالات الإستقرار الإجتماعي⁽⁴⁸⁾

تأثيرات إعتقاد الأفراد علي وسائل الإعلام:

- التأثيرات المعرفية cognitive effect

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التي تؤثر علي السلوك بشكل صريح وواضح، وتتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها علي تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الإتجاهات، وفي تحديد وترتيب إهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلي التأثير علي نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

- التأثيرات الوجدانية Affective effect

هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية، وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر علي مشاعر الأفراد وإستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والإغتراب.

- التأثيرات السلوكية Behavioral effect

فالتغيير في الإتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وقد حصر ميلفن ديفلير وركينش الأثار السلوكية لإعتقاد الفرد علي وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول.⁽⁴⁹⁾

ووظفت الباحثة هذه النظرية لمناسبتها للمشكلة البحثية، ولأهدافها، وتساؤلاتها، كما اعتمدت علي إفتراضاتها في صياغة فروض الدراسة وفي تفسير ما توصلت إليه من نتائج.

مصطلحات الدراسة

المصادقية: تعد المصادقية واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الإتصالية، وقد اختلفت رؤي الباحثين حول مفهومها فيري البعض منهم أنها (تعني الثقة بالوسيلة أو إمكانية

الإعتماد عليها، وآخرين يرون أنها تعني إحترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، وآخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة، لذا فإن المصادقية عند البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة.⁽⁵⁰⁾

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية إجرائياً: الدرجة التي عندها يحكم مستخدموا الشبكة المهتمون بموضوعات معينة علي المعلومات الموجودة علي الإنترنت والخاصة بهذه الموضوعات علي أنها تتسم بالصدق والأمانة وعدم التحيز.

الصفحات الحكومية الوزارية إجرائياً: هي الصفحات التابعة للوزارات المصرية علي مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك)، وتشمل (صفحة وزارة الصحة، صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، صفحة رئاسة الجمهورية).

المشروعات القومية إجرائياً: الخطوات والإجراءات المدروسة التي تقوم بها الدولة بإستخدام كافة الموارد المتاحة لتنفيذ بعض الأفكار التنموية التي تعود بالنفع لأبناء المجتمع، مع تحسين مستوى الخدمة للمواطن، ومن هذه المشروعات مشروع تنمية محور قناة السويس، مشروع العاصمة الإدارية، مشروع التأمين الصحي الشامل، المشروع القومي للإسكان الإجتماعي، وغيرها من المشروعات.

درجة الإعتماد إجرائياً: يقصد بها درجة استخدام الشباب الجامعي للصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي(الفايس بوك) في الحصول علي المعلومات والأخبار حول المشروعات القومية، وتقاس الدرجة بالنسب المئوية، وتم تحديد الدرجات بثلاثة هي: المرتفع، المتوسط، المنخفض، وتستمد الدراسة إطارها النظري من نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام.

الشباب الجامعي إجرائياً: المقصود به في الدراسة شباب الجامعات المصرية من الفرقة الأولى إلي الرابعة في المرحلة العمرية من 18 إلي 21 وهي الفترة التي يسعي فيها الشاب لرسم مستقبله والتطلع لحياة أفضل.

نوع ومنهج الدراسة

تُعد هذه من الدراسات الوصفية (**Descriptive study**) التي تعتمد علي المنهج المسحي بإعتباره من أنسب المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، حيث يقوم علي وصف الحقائق بإتباع المنهج العلمي وعرض الظاهرة أو الموضوع المعني بالبحث بأسلوب علمي دقيق، وذلك من خلال مسح عينة من الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (18-21) عاماً من (الذكور والإناث) للتعرف علي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها، وقد اعتمدت الدراسة علي مدخل الإعتماد علي وسائل الإعلام.

مجتمع الدراسة: يتمثل في الشباب الجامعي من الفرق المختلفة بجامعة عين شمس ممثلة للجامعات الحكومية، وأكاديمية الشروق ممثلة للجامعات الخاصة.

وبناءً على نتائج الدراسة الإستطلاعية فقد تم إختيار الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك كأكثر الصفحات تفضيلاً لدي الشباب الجامعي وذلك لما يمثله موقع الفيس بوك من أهمية كبيرة من بين مواقع التواصل الإجتماعي في توصيل خدمات أفضل للمواطنين ولخلق سياسات مفتوحة معهم، وفي إتاحة الفرصة للحكومات من أجل التعرف علي حاجات المواطنين ورصد إتجاهاتهم نحو أداء الحكومة وقياس آرائهم نحو جودة الخدمات العامة المقدمة من مختلف المؤسسات الحكومية وهذا ما أثبتته دراسة كل من (فاطمة سعود 2020)، (سماح محمدي 2019)⁽⁵¹⁾، (صفا عثمان 2019)، (هبة فريد 2019)، (سالي ماهر)⁽⁵²⁾، وأن أكثر الصفحات الحكومية الوزارية تفضيلاً لدي الشباب الجامعي هي صفحة وزارة الصحة، صفحة وزارة التعليم العالي، صفحة مجلس الوزراء، صفحة رئاسة الجمهورية، وأكثر المشروعات القومية تفضيلاً لديهم تمثل في مشروع تنمية محور قناة السويس، وهذا ما أثبتته دراسة كل من (إنجي بركة 2022)، (سحر غريب 2018)، (محمود عبد الحليم 2017)، (محمد زين 2015)، ثم مشروع العاصمة الإدارية، ومشروع التأمين الصحي الشامل، ثم المشروع القومي للإسكان الإجتماعي، ومشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية، ثم مشروع المثلث الذهبي في جنوب مصر، ومشروع شبكة الطرق القومية، مشروع تطوير وتوسعة شبكة مترو الأنفاق، ثم المشروع القومي لتنمية الصعيد، ومشروع تنمية وتطوير الساحل الشمالي الغربي، ومشروع تطوير المناطق العشوائية، مشروعات الإستزراع السمكي، ثم مشروع تنمية مليون ونصف المليون فدان، وأخيراً المشروع القومي لتنمية سيناء.

عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) طالب وطالبة من الطلاب المقيدين بكليات جامعة (جامعة عين شمس، وأكاديمية الشروق)، من طلاب الفرق الأربعة، ممن تراوح أعمارهم بين (18-21) عاماً (بواقع 200 مفردة) بجامعة عين شمس، و(200) مفردة بأكاديمية الشروق، وقد تم تحديد إختيارهم بأسلوب العينة العشوائية لتمثيل كافة متغيرات الدراسة.

وقد استبعدت الباحثة (22) استمارة نظراً لعدم استخدامهم ومتابعتهم لمواقع التواصل الإجتماعي، أو أن الإستجابات غير مكتملة، أو لعدم مصادقية إستماراتهم بعد إجراء المراجعة، ولذلك تكونت عينة الدراسة الأساسية من (378) طالب وطالبة، من جامعتين مصرية بواقع (189) طالب وطالبة لكل جامعة.

حدود الدراسة

الحدود المكانية والبشرية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في جامعات (عين شمس، أكاديمية الشروق)، وتتمثل الحدود البشرية في عينة من الشباب الجامعي بتلك الجامعات.

الحدود الزمنية: أجريت الدراسة خلال الفترة من شهر أكتوبر حتي نوفمبر 2021.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة علي دراسة مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي (الفيس بوك) كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل إتجاهات ومعارف الشباب الجامعي نحوها.

أدوات جمع البيانات

تم استخدام الإستبيان للعيينة محل الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها وذلك للتعرف علي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار عن المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

اعتمدت الدراسة علي عدة مقاييس وتمثلت في (مقياس الدوافع (النفعية والطقوسية)- (مقياس التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية)- (مقياس تقييم مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار)- (مقياس مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الإجتماعي علي موقع الفيس بوك بأبعاده الثلاثة: الرسالة، الوسيلة، القائم بالإتصال)- (مقياس معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية)- (مقياس إتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية).

وهذه المقاييس تم وضع وزن نسبي يحتوي علي ثلاث درجات (موافق 3، محايد2، معارض1) ومقياس ما يعادلها في الإتجاه علي مقياس ليكرت الثلاثي.

إجراءات صدق وثبات الإستبيان

إختبار الصدق والثبات

تم تصميم إستمارة الإستبيان، ثم عرضها علي مجموعة من المحكمين من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، حيث أبدوا مجموعة من الملاحظات وتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً علي هذه الملاحظات طبقاً لرأي المحكمين، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

وقامت الباحثة بإجراء الثبات للإستمارة باستخدام **Test Re Test**، حيث تم إجراء إختبار قبلي علي عينة قوامها 40 مفردة تمثل (10%) من حجم العينة، وتم إجراء التعديلات، أما إجراء الثبات فتم إعادة الإختبار علي (10%) من المبحوثين، وتم إعادة ملء الإستمارات بعد أسبوعين من التطبيق الأول، وكان معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني، وتم حساب معامل الثبات عن طريق معامل ألفا كرونباخ (**coefficient cronbach's Alpha**)، وقد أظهر إختبار ألفا حصول فقرات الإستبيان علي معامل ثبات قيمته (91%)، وهو ما يدل علي وجود إتساق عال بين إجابات المبحوثين، ويوضح الجدول التالي تلك النتائج:

جدول رقم (1) يوضح قيمة معامل الارتباط ومستوي دلالته بين التطبيق الأول والثاني

لقياس ثبات الإستبيان

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوي الدلالة
التطبيق الأول	0.85	0.01
التطبيق الثاني		

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود إرتباط دال إحصائياً عند مستوي (0.01) بين التطبيق الأول والثاني وبلغ معامل الإرتباط بين التطبيقين (0.85)، وهو معامل إرتباط مرتفع، مما يشير إلي ثبات الإستبيان، وهي قيمة مرتفعة تدل علي ثبات الأداة.

إجراءات صدق وثبات المقاييس

إجراءات الثبات للمقاييس

قامت الباحثة بالتأكد بواسطة استخدام ألفا كرونباخ للمقاييس، وجاءت نتائج الثبات عالية لجميع المقاييس، مما يعني صحة استخدام المقاييس وتحقيقها لهدف الدراسة، وفقاً للآتي:

جدول رقم (2) يوضح درجة الألفا كرونباخ للمقاييس المختلفة

المقاييس	درجة الألفا كرونباخ
مقياس الدوافع (النفعية والطفوسية)	0.88
مقياس التأثيرات (المعرفية والسلوكية والوجدانية)	0.83
مقياس تقييم مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار	0.85
مقياس مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الإجتماعي علي موقع الفيس بوك بأبعاده الثلاثة (الرسالة، الوسيلة، القائم بالاتصال)	0.96
مقياس معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية	0.98
مقياس إتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية	0.98

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن المقاييس الفرعية المكونة للإستبيان تتمتع بمعاملات ثبات مرتفعة، وقد تراوحت معاملات الثبات للمقاييس الفرعية المكونة للإستبيان بين (0.83-0.98) وهذا دليل كاف علي أن المقاييس تتمتع بمعامل ثبات عالي.

إجراءات الصدق للمقاييس

جدول رقم (3) يوضح معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للإستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مقياس الدوافع (النفعية والطفوسية)	0.876**	دالة 0.01
مقياس التأثيرات (المعرفية والسلوكية والوجدانية)	0.670**	دالة 0.01
مقياس تقييم مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار	0.895**	دالة 0.01
مقياس مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الإجتماعي علي موقع الفيس بوك بأبعاده الثلاثة (الرسالة، الوسيلة، القائم بالاتصال)	0.902**	دالة 0.01
مقياس معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية	0.886**	دالة 0.01
مقياس إتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية	0.885**	دالة 0.01

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن المقاييس الفرعية المكونة للإستبيان تتمتع بمعاملات ارتباطية قوية ودالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01)، وقد تراوحت معاملات الارتباط

للمقاييس الفرعية المكونة للإستبيان بين (0.670-0.902) وهذا دليل كاف علي أن الإستبيان
يتمتع بمعامل صدق عالي.

المعالجات الإحصائية للبيانات

بعد الإنتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية، ثم إدخالها بعد ترميزها إلي الحاسب
الآلي، ثم القيام بمعالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصائية بإستخدام برنامج الحزمة
الإحصائية للعلوم الإجتماعية والمعروف بإسم spss، وذلك باللجوء إلي المعاملات
والإختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ثبات ألفا كرونباخ (**coefficient cronbach's Alpha**)، لحساب قيمة الثبات،
وللتأكد من صلاحية المقاييس.
- الوزن المرجح للبنود المقاسة علي مقياس ليكرت الثلاثي، والذي يحسب بضرب التكرارات
بوزن معين، تقرره الباحثة، ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول علي الأوزان
المرجحة، ثم تحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.
- إختبار كاي² لجداول الإقتران لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوي
الأسمي **nominal**.
- معامل إرتباط بيرسون (**person correlation coefficient**) لدراسة شدة وإتجاه
العلاقات الإرتباطية بين متغيرين، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل
من (0.33)، ومتوسطة ما بين (0.33-0.66)، وقوية إذا زات عن (0.66).
- إختبار (ت) للمجموعات المستقلة (**independent samples t.test**) لدراسة الدلالة
الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين في أحد متغيرات الفئة أو
النسبة (**Interval Or Ratio**).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (**one analysis of variance**) المعروف إختصاراً بإسم
(**ANOVA**) لدراسة لدلالة الإحصائية للفروق بين لمتوسطات الحسابية لأكثر من
مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (**Interval Or Ratio**).
- الإختبارات البعدية **Post hoc t.test** (شيفية) **scheffe** لمعرفة إتجاه الفروق ومصدر
التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت **ANOVA** وجود فروق دالة
إحصائياً بينها.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

يعرض هذا الجزء لنتائج إستمارة الإستبيان التي تم تطبيقها علي عينة نهائية من المبحوثين بلغت (400) من الشباب الجامعي من متابعي الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الإجتماعي (عينة الدراسة) علي الفيس بوك، وفيما يلي نعرض لهذه النتائج:

خصائص العينة

جدول رقم (4) يوضح خصائص العينة

(ن=400)		العينة	
ك	%	المتغيرات	
41	164	ذكور	النوع
59	236	إناث	
100	400	إجمالي	
14	57	منخفض	المستوي الإجتماعي الإقتصادي
66	263	متوسط	
20	80	مرتفع	
100	400	إجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت نسبة الإناث بنسبة (59%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت نسبة الذكور بنسبة (41%)، وجاء المستوي الإقتصادي الإجتماعي المتوسط بنسبة (66%)، بينما جاء المستوي المرتفع بنسبة (20%)، وأخيراً جاء المستوي المنخفض بنسبة (14%).

معدل تعرض المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

سعت الدراسة إلي قياس مستويات تعرض المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول رقم (5) يوضح معدل تعرض المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

مستوي الدلالة	قيمة كا ²	الإجمالي		الشروق		عين شمس		الجامعات معدل التعرض للصفحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	18.289	49.2	186	39.6	75	58.7	111	دائماً
		25.1	95	26	49	24.3	46	أحياناً
		25.7	97	34.4	65	17	32	لا
		100	378	100	189	100	189	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (49.2%) من أفراد العينة يتعرضون للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بشكل دائم، في حين إنخفضت نسبة من يتعرضون لتلك

الصفحات أحياناً لتصل إلي (25.1%) فقط من افراد العينة، وأخيراً أشار (25.7%) من أفراد العينة إلي أنهم لا يتعرضون لها.

وبحساب قيمة كا2 تساوي (18.289) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم (حكومي متمثل في عين شمس، وخاص متمثل في الشروق) ومعدل تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صفا عثمان2019)⁽⁵³⁾ والتي أظهرت أن ارتفاع معدل إهتمام عينة الدراسة بمتابعة الصفحات الرسمية والحكومية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سماح محمدي2019)⁽⁵⁴⁾ والتي توصلت إلي أن معدل التعرض المنخفض لدي المبحوثين لصفحات المتحدثين الرسميين علي الفيس بوك جاء في المرتبة الأولى.

تفضيلات المبحوثين للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على الفيس بوك محل الدراسة:

جدول رقم (6) يوضح الصفحات الحكومية الوزارية التي يحرص المبحوثين علي متابعتها

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	المتوسط الحسابي	أتابعها نادراً		أتابعها أحياناً		أتابعها بانتظام		الصفحة	
				%	ك	%	ك	%	ك		
1	29.4	650	2.31	17.4	49	33.8	95	48.8	137	صفحة وزارة الصحة والسكان	
2	26	574	2.04	29.9	84	35.9	101	34.2	96	صفحة مجلس الوزراء	
3	22.4	495	1.76	40.2	113	43.4	122	16.4	46	صفحة وزارة التعليم العالي	
4	22.1	489	1.74	40.6	114	44.8	126	14.6	41	صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية	
2208			مجموع الأوزان المرجحة				281		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن صفحة وزارة الصحة والسكان جاءت في المقدمة كأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين بوزن نسبي (29.4)، تلاها صفحة مجلس الوزراء بوزن نسبي (26)، وفي الترتيب الثالث جاءت صفحة وزارة التعليم العالي بوزن نسبي (22.4)، وفي الترتيب الرابع جاءت صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بوزن نسبي (22.1).

وتفسر الباحثة هذه النتيجة حيث جاء توقيت تطبيق الإستهيبان خلال الفترة من شهر أكتوبر وحتى نوفمبر 2021، أي في إطار ارتفاع معدلات الإهتمام بصفحة وزارة الصحة في ظل رغبة من المبحوثين في التعرف علي كل ما هو جديد حول أزمة كورونا.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة أسماء مسعد (2020)⁽⁵⁵⁾ والتي أظهرت أن صفحة وزارة الصحة والسكان أهم الصفحات التي حصلت علي إستجابة بين المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي.

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن دافع "الإعتماد علي هذه الصفحات الوزارية معرفة الأخبار وقت الأزمات" قد احتل المرتبة الأولى كأكثر الدوافع النفعية بمتوسط مرجح (2.69) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي، في حين جاء في الترتيب الثاني دافع "تساعدني علي متابعة الجديد من أنشطة وفعاليات الوزارات" بمتوسط مرجح (2.59) بإتجاه موافق، بينما جاء في الترتيب الثالث دافع " أن هذه الصفحات تراعي المصادقية في المعلومات المنشورة" بمتوسط مرجح (2.42) بإتجاه موافق، ثم جاء في الترتيب الرابع "تقديم معالجات متكاملة عن الأحداث" بمتوسط مرجح (2.31) بإتجاه محايد، تلاه دافع "الإهتمام باستخدام الأدلة كمقاطع الصور والفيديو" بمتوسط مرجح (2.24) بإتجاه محايد، وأخيراً " أن هذه الصفحات تساعدني علي تكوين إنطباع إيجابي عن الوزارات المصرية" كان أقل الدوافع بروزاً بين المبحوثين بمتوسط مرجح (2.22) بإتجاه محايد.

- وإجمالاً فقد جاءت الدوافع النفعية للتعرض للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في المقدمة بمتوسط مرجح (2.41)، بإتجاه عام (موافق).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (هبة أبو سريع 2019) (59) و (أميرة محمد 2018) (60) والتي أكدت علي أن تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة الرصيد الثقافي والمعرفي لدي عينة الدراسة والحصول علي الأخبار بشكل فوري سريع، ودراسة (منه الله مجدي 2018) (61) والتي أكدت نتائجها علي إرتفاع إعتماد الشباب الجامعي علي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية خاصة السياسية، ودراسة (الحسن علي 2011) (62) والتي كشفت بأن دوافع البحث عن المعلومات والتعرض لأكثر من مصدر للمعلومات بغية الإستفادة في مجال التعليم من أكثر الدوافع النفعية لإستخدام الإنترنت عموماً.

بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة كل من: (Davis and other 2016) (63) والتي أكدت علي فاعلية تأثير الإنفوجراف التفاعلي علي زيادة نسبة إدراك المستخدمين للمعلومات المقدمة، ودراسة (Hamblin 2012) (64) والتي أشارت إلي أن الإعلام الجديد أتاح الربط بين الصورة والنص والصوت بشكل فريد في ذات المادة الإعلامية الواحدة المنشورة عبر مختلف المواقع.

● **ثانياً: الدوافع الطقوسية:** وهي دوافع يعتاد الفرد علي ممارستها بشكل يومي، بهدف تمضية الوقت والتسلية والإسترخاء والإستمتاع وتحقيق المتعة والسعادة مما يحسن الحالة المزاجية للفرد، إلي جانب تفضيل الوسيلة، كما أن بعض الأفراد تعتاد علي متابعة الوسيلة هروباً من المشكلات أياً كانت طبيعتها، والتخلص من التوتر والقلق والملل كنوع من التفرغ العاطفي، والإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الإجتماعية مع الآخرين.

يتضح من بيانات الجدول السابق: "أن دافع "السماح بكتابة تعليقات للجمهور علي المنشورات" جاء كأكثر الدوافع الطقوسية لمتابعة المبحوثين الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك بمتوسط مرجح (2.41) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت

الثلاثي، وبرزت الفورية وسرعة التحديث في تقديم المعلومات علي الصفحات" في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح (2.34) بإتجاه موافق، بينما جاء دافع "التعود علي متابعتها" في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح (2.29) بإتجاه محايد، وفي الترتيب الرابع جاء دافع "الرد علي إستفسارات الجمهور" بمتوسط مرجح (2.27) بإتجاه محايد، وأخيراً كان أقل الدوافع ظهوراً بين المبحوثين "عمل إستطلاعات رأي للجمهور علي الصفحة" بمتوسط مرجح (1.61) بإتجاه معارض.

- وإجمالاً فقد جاءت الدوافع الطقوسية للتعرض للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في المقدمة بمتوسط مرجح (2.18)، بإتجاه عام يعادل (محايد) علي مقياس ليكرت الثلاثي.

- ونستنتج من ذلك بالنسبة لمقياس دوافع التعرض للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ككل فقد جاء بمتوسط مرجح (2.31) بإتجاه عام (محايد) علي مقياس ليكرت الثلاثي وهذا يعني أن دوافع تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للصفحات الحكومية الوزارية محايدة.

التأثيرات المترتبة علي متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك

جدول رقم (8) يوضح تأثيرات متابعة المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك

العبارات	موافق		محايد		معارض		م.و.ك	م.و.ك	م.و.ك
	ك	%	ك	%	ك	%			
التأثيرات المعرفية									
تساعدني علي الإمام ببرامج الحكومة المقدمة للمواطنين	147	52.3	102	36.3	32	11.4	2.40	0.68	موافق
تكسبني المعلومات التي تساعدني علي تكوين رأي عن أداء الوزارة	135	48.0	114	40.6	32	11.4	2.37	0.67	موافق
تزودني بالمعلومات عن أنشطة الوزارة الحكومية	120	42.7	127	45.2	34	12.1	2.30	0.67	محايد
تساعدني علي فهم أسباب إتخاذ القرارات الحكومية	110	39.1	121	43.1	50	17.8	2.21	0.73	محايد
التأثيرات الوجدانية									
الشعور بالرضا نحو أداء الوزارات الحكومية	160	56.9	91	32.4	30	10.7	2.46	0.68	موافق
تغيير إتجاهاتي السلبية نحو أداء بعض الوزارات الحكومية	136	48.4	99	35.2	46	16.4	2.32	0.73	محايد
تغيرت بعض معتقداتي نحو بعض الوزارات الحكومية بناء علي متابعتي للصفحة	31	11	112	39.9	138	49.1	1.61	0.68	معارض

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

التأثيرات السلوكية									
موافق	0.72	2.38	13.9	39	33.8	95	52.3	147	اناقش منشورات الصفحة مع الأصدقاء والأسرة
موافق	0.70	2.34	13.5	38	38.8	109	47.7	134	أحرص علي أن أكون إيجابي بالتفاعل مع منشورات صفحات الوزارات الحكومية
محايد	0.82	1.83	42.7	120	31	87	26.3	74	شاركت في أنشطة بعض الوزارات الحكومية بعد الإعلان عنها علي الصفحة
محايد	0.68	1.74	39.9	112	46.6	131	13.5	38	تطورت أساليب معاملاتي مع الخدمة الحكومية بناءً علي المنشورات المقدمة
محايد		2.18	المتوسط المرجح العام			281			الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أولاً: **التأثيرات المعرفية** لمتابعة المبحوثين للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية هي أنها "تساعدهم علي الإمام ببرامج الحكومة المقدمة للمواطنين" وذلك بمتوسط مرجح (2.40) بإتجاه موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي، تلاها "أنها تساعدهم علي تكوين رأي عن أداء الوزارة" في الترتيب الثاني وذلك بمتوسط مرجح (2.37) بإتجاه موافق، وفي الترتيب الثالث جاء "أنها تزودهم بالمعلومات عن أنشطة الوزارات الحكومية" وذلك بمتوسط مرجح (2.30) بإتجاه محايد، وأخيراً "أنها تساعدهم علي فهم أسباب إتخاذ القرارات الحكومية" وذلك بمتوسط مرجح (2.21) بإتجاه محايد، ويلاحظ إرتفاع التأثير المعرفي للصفحات الحكومية الوزارية عبر مواقع التواصل الإجتماعي وخصوصاً الفيس بوك.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (2018 Mohamed fadi elhadidi) (65) والتي أكدت علي أن موقع الفيس بوك هو الوسيط الأبرز لتلبية إحتياجات المستخدمين، ودراسة (David westerman and other 2014) (66) والتي أكدت علي أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات.

ثانياً: **التأثيرات الوجدانية**: وتمثلت أول التأثيرات الوجدانية لمتابعة المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية في "شعورهم بالرضا نحو أداء الوزارات الحكومية" بمتوسط مرجح (2.46) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي، تلاها في الترتيب الثاني "تغيير إتجاهاتهم السلبية نحو أداء بعض الوزارات الحكومية" بمتوسط مرجح (2.32) بإتجاه محايد، وفي الترتيب الثالث جاء "قدرة هذه الصفحات علي تغيير بعض معتقداتهم نحو الوزارات الحكومية" بمتوسط مرجح (1.61) بإتجاه معارض.

ثالثاً: **التأثيرات السلوكية**: وبالنسبة للتأثيرات السلوكية المترتبة علي متابعة المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك محل الدراسة فتمثلت في التأثيرات التالية: "مناقشة منشورات الصفحة مع الأصدقاء والأسرة" وجاءت في مقدمة التأثيرات بمتوسط مرجح (2.38) بإتجاه موافق، تلاه في الترتيب الثاني "التفاعل الإيجابي مع منشورات تلك الصفحات" بمتوسط مرجح (2.34) بإتجاه موافق، تلاه في الترتيب الثالث "مشاركة

المبجوثين في أنشطة بعض الوزارات الحكومية بعد الإعلان علي الصفحة" بمتوسط مرجح (1.83) بإتجاه محايد، وفي الترتيب الرابع " تطوير أساليب معاملاتهم مع الخدمة الحكومية بناءً علي المنشورات المقدمة علي الصفحات الحكومية الوزارية " بمتوسط مرجح (1.74) بإتجاه محايد.

وهذا ما يتفق مع ما أثبتته دراسة (بسمة علي 2017)⁽⁶⁷⁾ بخصوص فاعلية وسائل الإعلام الجديدة علي سلوك الجمهور.

إجمالاً فقد جاء الإتجاه العام لمقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للصفحات الحكومية الوزارية المصرية كمصدر للأخبار علي الشباب الجامعي عينة الدراسة إتجاه محايد.

مدي إعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار

جدول رقم (9) يوضح متوسطات مستويات إعتقاد الشباب الجامعي عينة الدراسة علي الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار

الترتيب	الدرجة	المتوسط	اعتمد عليها بدرجة منخفضة		اعتمد عليها بدرجة متوسطة		اعتمد عليها بدرجة كبيرة		الصفحة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.72	2.21	17.4	49	43.8	123	38.8	109	صفحة وزارة الصحة والسكان
2	0.81	2.06	29.9	84	33.8	95	36.3	102	صفحة مجلس الوزراء
3	0.84	1.90	40.2	113	29.2	82	30.6	86	صفحة وزارة التعليم العالي
4	0.82	1.88	40.6	114	31.3	88	28.1	79	صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية
			2.01		مجموع الأوزان المرجحة		281		الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: مستويات إعتقاد الشباب الجامعي عينة الدراسة علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار، حيث احتلت صفحة وزارة الصحة والسكان المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره (2.21)، يليها صفحة مجلس الوزراء المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قدره (2.06)، ثم صفحة وزارة التعليم العالي في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قدره (1.90)، وأخيراً صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بمتوسط مرجح قدره (1.88).

- وإجمالاً المتوسط المرجح العام لإعتقاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار قدره (2.01).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (فاطمة سعود 2020)⁽⁶⁸⁾ والتي كشفت أن مواقع التواصل الإجتماعي هي المصدر الرئيسي لتلقي الأخبار خلال أزمة كورونا، ودراسة (إسراء

عبد الشافي، حنفي حيدر، عبد المحسن حامد (2015)⁽⁶⁹⁾ والتي أثبتت أن الفيس بوك أكثر الشبكات الإجتماعية تفضيلاً كمصدر للأخبار بنسبة (76.75%).

بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Johnson & kaya 2015)⁽⁷⁰⁾ والتي أظهرت أن المدونات الإلكترونية تحتل المركز المرتبة الأولي بين وسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار.

وتفسر الباحثة أن نتيجة التحديث اليومي للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك أدت إلي كثرة الإعتماد عليها كصفحات رسمية وذلك لسرعة تحديث الأخبار أول بأول، ولطبيعة الموقع التقنية التي تسمح بمشاركة النصوص والصور والفيديو والروابط بكافة أشكالها، وأيضاً ازدياد أعداد المتابعين وتفاعلهم.

أسباب اعتماد المبحوثين علي الصفحات الحكومية الوزارية علي الفيس بوك كمصدراً للأخبار

جدول رقم (10) يوضح أسباب اعتماد المبحوثين علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك كمصدراً للأخبار (يمكن إختيار أكثر من بديل)

مستوي الدلالة	قيمة كا	ن=281		الشروق		عين شمس		الجامعات أسباب الإعتماد كمصدر للأخبار	
		الإجمالي	ك	%	ك	%	ك		
دالة	0.003	8.646	17.2	256	25.2	106	13.9	150	تنقل الأحداث بسرعة
دالة	0.000	30.871	15.5	232	20.5	86	13.8	148	تحديث الأخبار باستمرار
دالة	0.000	82.558	13.4	200	12.8	54	13.6	146	متنوعة في نقل كافة الأخبار
دالة	0.000	86.779	13.3	198	12.4	52	13.6	146	تنشر المحتوي بشكل جذاب
دالة	0.000	94.378	11.1	165	7.9	33	12.3	132	تزيد من تفاعلي مع الخبر
دالة	0.000	107.265	10.4	156	6.2	26	12.1	130	تنشر صور وفيديوهات حول الأخبار
دالة	0.000	110.203	10.3	153	5.7	24	12	129	تكلفتها قليلة
دالة	0.000	29.287	6.4	96	5	21	7	75	منتشرة علي نطاق واسع
غير دالة	0.447	0.577	2.4	36	4.3	18	1.7	18	أكثر دقة في نقل تفاصيل الأخبار من الوسائل الأخرى
			100	1492	100	420	100	1072	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أسباب إعتقاد المبحوثين علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك كمصدراً للأخبار تمثلت في سرعة نقلها للأحداث بنسبة (17.2%)، يليها تحديث الأخبار باستمرار بنسبة (15.5%)، ثم التنوع في نقل كافة الأخبار بنسبة (13.4%)، يليها نشر المحتوي بشكل جذاب بنسبة (13.3%)، ثم تزيد من تفاعلي مع الخبر بنسبة (11.1%)، ثم نشر صور وفيديوهات حول الأخبار بنسبة (10.4%)، ثم أن

تكلفتها قليلة بنسبة (10.3%)، ثم إنتشارها علي نطاق واسع بنسبة (6.4%)، بينما كانت النسبة الأقل لدقتها في نقل التفاصيل بنسبة (2.4%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (اسعيداني سلامي وعبد الله آل مرعي 2021)⁽⁷¹⁾ والتي أثبتت أن الصدق جاء في المرتبة الأولى لإعتماد الإعلاميين الجزائريين علي الشبكات الإجتماعية كمصدر إعلامي إخباري، ودراسة (إبراهيم المرسي 2016)⁽⁷²⁾ والتي توصلت أن الفورية ووجود تعليق علي الخبر من أهم مؤشرات المصادقية في المواقع الإخبارية، ودراسة (عبد الله الوزان 2015)⁽⁷³⁾ والتي أظهرت أن أهم أسباب اعتماد الشباب علي وسائل التواصل الإجتماعي لأنها سريعة في نقل الأخبار.

ويمكن أن تفسر تلك النتيجة بأن السرعة التي تنقل بها الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي الأخبار فور حدوثها، وأحياناً أثناء حدوثها هي التي أعطت القدرة لمواقع التواصل الإجتماعي لدخول مجال الأخبار بقوة ومناقسة الوسائل التقليدية فيه.

تفاعل الشباب الجامعي مع الأخبار المنشورة على الصفحات الحكومية الوزارية على موقع الفيس بوك

سعت الدراسة لقياس درجة وأشكال التفاعل مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية لمواقع التواصل الإجتماعي.

مقياس التفاعل وبقياس درجات التفاعل مع الصفحات الحكومية الوزارية محل الدراسة وما تقدمه من أخبار:

جدول رقم (11) يوضح معدل تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك

مستوي الدلالة	قيمة كا2	الإجمالي		الشروق		عين شمس		الجامعات معدل التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.703 غير دالة	0.705	37	104	37.1	46	37	58	دائماً
		54.8	154	53.2	66	56	88	أحياناً
		8.2	23	9.7	12	7	11	لا
		100	281	100	124	100	157	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن مستوي تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك حيث جاء التفاعل أحياناً مع الأخبار المنشورة علي هذه الصفحات في المقدمة لدي نسبة (54.8%) من إجمالي عينة الدراسة، تلاه التفاعل الدائم من قبل نسبة (37%) من عينة الدراسة، وأخيراً جاء التفاعل الضعيف أو النادر من قبل نسبة (8.2%) وذلك من إجمالي عينة الدراسة.

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

وبحساب قيمة كا2 تساوي (0.705) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي (0.05)، وهذا يعني عدم وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم (حكومي متمثل في عين شمس، وخاص متمثل في الشروق) ومعدل تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة علي الصفحات. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سماح محمدي 2019)⁽⁷⁴⁾ والتي توصلت إلي إنخفاض معدلات تفاعل المبحوثين مع منشورات الصفحة.

وباستعراض نتائج الدراسات حول معدل تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك

- أظهرت دراسة (صفا عثمان 2019)⁽⁷⁵⁾ أن نسبة 74% من أفراد العينة يتفاعل مع المنشورات المتوافرة علي الصفحات الحكومية، وتوصلت دراسة (وليد النجار 2011)⁽⁷⁶⁾ إلي أن التفاعلية من أكبر سمات التغطية الإعلامية التي ترفع من مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية.

طبيعة التفاعل أو المشاركة مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك

جدول رقم (12) يوضح طبيعة التفاعل أو المشاركة مع الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك (يمكن إختيار أكثر بديل)

مستوي الدلالة	قيمة كا2	ن=258		الشروق		عين شمس		الجامعات معدل تفاعل	
		الإجمالي		%	ك	%	ك		
		%	ك						
دالة	0.000	90.836	22.9	189	23.8	45	22.7	144	أسجل إعجابي بالأخبار المنشورة "Like"
دالة	0.000	100.784	21.4	176	19.1	36	22	140	أقوم بعمل مشاركة للأخبار المنشورة "Share"
دالة	0.000	94.509	19.7	162	15.9	30	20.8	132	أقوم بكتابة تعليق علي الأخبار المنشورة "Comment"
دالة	0.000	100.540	18.4	152	12.7	24	20.2	128	أقوم بعمل متابعة للصفحة "Follow"
دالة	0.000	8.503	9.2	76	11.1	21	8.7	55	دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة
غير دالة	0.526	0.403	5.6	46	11.1	21	3.9	25	أقوم بالرد علي تعليقات المتابعين "Replay"
غير دالة	0.275	1.191	2.8	23	6.3	12	1.7	11	إرسال رسالة للمسنول علي الصفحة "Admin"
			100	824	100	189	100	635	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: تنوع أشكال تفاعل عينة الدراسة مع منشورات الصفحات الحكومية الوزارية علي الفيس بوك، وجاء في مقدمتها حرص المبحوثين علي تسجيل الإعجاب بالأخبار المنشورة "like" بنسبة (22.9%)، وفي الترتيب الثاني جاء "عمل مشاركة للأخبار المنشورة "Share" وذلك بنسبة (21.4%)، تلاه "القيام بكتابة تعليق علي الأخبار المنشورة" "Comment" وذلك بنسبة (19.7%)، ثم جاء " القيام بعمل متابعة للصفحة "Follow" وذلك بنسبة (18.4%)، في حين إنخفضت أشكال التفاعل الأخرى مثل دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة، أو القيام بالرد علي تعليقات المتابعين "Replay"، وكان أقل تفاعل يقوم به الشباب المصري عينة الدراسة هو إرسال رسالة للمسئول علي الصفحة "Admin" وذلك بنسبة (2.8%) من إجمالي التكرارات.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من: (سهير عثمان 2015)⁽⁷⁷⁾ والتي توصلت إلي أن التواصل مع Admin الصفحة أكثر أشكال التفاعل، ودراسة (Carolyn kim 2014)⁽⁷⁸⁾ والتي وجدت أن الأدوات التي تعتمد علي الصورة والفيديو تنتج أقوى جمهور يتخذ قرارات بناء علي تفاعله.

وبإعادة قراءة إجابات عينة الدراسة يمكن أن نصنف أشكال التفاعل إلى نوعين، هما:

تفاعلات مع منشورات الصفحة: تمثلت في تسجيل الإعجاب بالمنشورات- مشاركة الأخبار المنشورة- كتابة تعليق على الأخبار المنشورة- الرد على تعليقات المتابعين.

تفاعلات مع الصفحة ككل: وتمثلت في متابعة الصفحة "Follow" – دعوة للأصدقاء لمتابعة الصفحة- إرسال رسالة للمسئول على الصفحة. "Admin"

وبشكل عام، كانت أشكال التفاعل مع الأخبار المنشورة أعلى من التفاعل مع الصفحة بين المبحوثين من الشباب المصري.

وترى الباحثة أن التفاعل مع الجمهور من خلال شبكات التواصل الاجتماعي يزيد من مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية، وهو ما يوضح أهمية البعد الإنساني في التفاعل مع الجمهور حتي في البيئة الرقمية التي تتطلب تفاعلات أشبه بالمحادثة وجهاً لوجه تنال تقدير الجمهور، وترجع الباحثة لإختلاف أدوات التفاعل إلي إختلاف طبيعة وخصائص المواقع التقنية وخاصة الفيس بوك وإتاحته العديد من الخدمات التفاعلية.

مدى ثقة المبحوثين فيما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات على موقع الفيس بوك

جدول رقم (13) يوضح مدى ثقة المبحوثين فيما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات

الترتيب	النسبة المئوية	النسبة المئوية	لا أثق فيها مطلقاً		أثق فيها بدرجة متوسطة		أثق فيها بدرجة كبيرة		الصفحة
			ك	%	ك	%	ك	%	
1	0.71	2.20	49	17.4	127	45.2	105	37.4	صفحة وزارة الصحة والسكان

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

2	0.81	2.05	29.9	84	34.9	98	35.2	99	صفحة مجلس الوزراء	
3	0.82	1.88	40.2	113	31.3	88	28.5	80	صفحة وزارة التعليم العالي	
4	0.80	1.85	40.6	114	33.8	95	25.6	72	صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية	
			1.99	المتوسط المرجح العام			281	الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: مستويات ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار، حيث احتلت صفحة وزارة الصحة والسكان المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره (2.20)، يليها صفحة مجلس الوزراء المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قدره (2.05)، ثم صفحة وزارة التعليم العالي في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قدره (1.88)، وأخيراً صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بمتوسط مرجح قدره (1.85).

- وإجمالاً المتوسط المرجح العام لإعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار قدره (1.99).

وباستعراض نتائج الدراسات حول مدى ثقة المبحوثين فيما تقدمه تلك الصفحات من أخبار ومعلومات نجد أن دراسة (أميرة سليمان 2019)⁽⁷⁹⁾ أثبتت أن نسبة (89.7%) من عينة الدراسة يتفوقوا في المعلومات المقدمة علي شبكات التواصل الإجتماعي إلي حد ما، بينما أشارت دراسة (رالا عبد الوهاب 2018)⁽⁸⁰⁾ إلي إرتفاع معدلات الثقة في صفحة المتحدث العسكري وما تقدمه من منشورات.

وتفسر الباحثة تلك النتيجة في أن الثقة في الوزارة تكون إحدي الأبعاد التي تسهم في إدراك الشباب الجامعي لتلك الصفحات الخاصة بها والتي تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي علي أنها صادقة.

العوامل التي تحدد ثقة المبحوثين في الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول رقم (14) يوضح العوامل التي تحدد ثقة المبحوثين في الصفحات الحكومية الوزارية (يمكن إختيار أكثر من بديل)

مستوي الدلالة	قيمة كا2	ن=281		الشروق		عين شمس		العوامل التي تحدد الثقة	
		الإجمالي							
		%	ك	%	ك	%	ك		
دالة	0.000	25.499	18.9	233	26.7	87	16.1	146	تحديث المستمر للأخبار باستمرار
دالة	0.000	76.403	16.3	202	17.2	56	16.1	146	اسم المسنول عن الصفحة أو شهرته وأهدافها

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

مصادقية وحيادية الصفحة في نشر أخبارها	145	15.9	51	15.7	196	15.9	86.171	0.000	دالة
درجة التفاعلية	144	15.8	42	12.9	186	15.1	103.605	0.000	دالة
كثرة عدد المتابعين للصفحة	130	14.3	26	8	156	12.6	107.265	0.000	دالة
إتاحة الحرية للجمهور للتعليق علي منشورات الصفحة	80	8.8	21	6.5	101	8.2	36.826	0.000	دالة
توصية أحد الأصدقاء بالصفحة	64	7	21	6.5	85	6.9	18.645	0.000	دالة
تضمين الصفحة للفيديوهات والصور	55	6	21	6.5	76	6.1	11.499	0.000	دالة
الإجمالي	910	100	325	100	1235	100			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أهم العوامل المؤثرة التي تحدد ثقة المبحوثين في الصفحات الحكومية الوزارية هي التحديث المستمر للأخبار بإستمرار حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (18.9%)، يليه ذكر اسم المسئول عن الصفحة أو شهرته وأهدافها بنسبة (16.3%)، ثم مصادقية وحيادية الصفحة في نشر أخبارها بنسبة (15.9%)، يليه درجة التفاعلية بنسبة (15.1%)، ثم كثرة عدد المتابعين للصفحة بنسبة (12.6%)، ثم إتاحة الحرية للجمهور للتعليق علي منشورات الصفحة بنسبة (8.2%)، ثم توصية أحد الأصدقاء بالصفحة بنسبة (6.9%)، وأخيراً تضمين الصفحة للفيديوهات والصور بنسبة (6.1%).

وبإستقراء نتائج الجدول السابق يتضح إرتفاع مستويات دلالة كا2 حيث جاءت جميع العبارات دالة عند مستوي (0.000)، مما يعني إتفاق الشباب علي العوامل التي تحدد ثقتهم في الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (عمرو عبد الحميد 2.16) (81) والتي أثبتت أن التحديث المستمر للأخبار السياسية جاء في المقدمة كأكثر العوامل المؤثرة في ثقة الجمهور بالمحتوي الإخباري علي صفحات التواصل الإجتماعي.

وختلفت هذه النتيجة مع دراسة (هويدا عزوز 2020) (82) والتي أظهرت أن أهم أسباب الثقة في المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا والمقدمة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي في أنها تساعدهم في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا بوزن نسبي (57.6).

علاقة الشباب الجامعي بالأخبار الذي تفتقد للمصداقية على الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول رقم (15) يوضح علاقة الشباب الجامعي بالأخبار الذي تفتقد للمصداقية على الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (يمكن إختيار أكثر من بديل)

مستوي الدلالة	قيمة كا	ن=281		الشروق		عين شمس		الجامعات الأخبار التي تفتقد المصداقية	
		الإجمالي		%	ك	%	ك		
		%	ك						
دالة	0.000	62.480	19.1	114	13.1	18	20.8	96	انقطع نهائياً عن تصفح الصفحة إذا اكتشفت عدم مصداقيتها
دالة	0.000	45.542	17.1	102	13.1	18	18.2	84	احذر الآخرين من معارفي وأصدقائي من تصديق هذه الصفحة
دالة	0.000	29.287	16.1	96	15.3	21	16.3	75	أشارك بالتعليق على اخبار الصفحة وأبرز عدم صحتها
دالة	0.000	25.771	13.4	80	10.2	14	14.3	66	أبحث عن مصادر إعلامية أخرى
دالة	0.000	14.658	12.5	75	14	19	12.1	56	استمر في متابعة الصفحة حتى لو أكتشفت ضعف مصداقيتها
دالة	0.000	13.380	10.0	60	10.2	14	10	46	إبلاغ إدارة مواقع التواصل الإجتماعي بانتهاك هذه الصفحة لسياسات عبر خاصة Report
غير دالة	0.875	0.025	8.5	51	16.1	22	6.3	29	أرسل إستفسار للقائمين على إدارة الصفحة حول مشكلات عدم تحري الدقة وغياب المصداقية لديهم
غير دالة	0.310	1.032	3.3	20	8	11	2	9	لا أقوم بشيء أو فعل محدد
			100	598	100	137	100	461	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء الإنقطاع نهائياً عن تصفح الصفحة إذا اكتشفت عدم مصداقيتها في المقدمة في علاقة الشباب الجامعي مع الأخبار التي تفتقد إلي المصداقية في الصدارة بنسبة (19.1%)، ثم تحذير الآخرين من معارفي وأصدقائي من تصديق أخبار تلك الصفحات بنسبة (17.1%)، ثم المشاركة بالتعليق على الأخبار بالصفحة لإظهار عدم صحتها بنسبة (16.1%)، ثم البحث عن مصادر إعلامية أخرى بنسبة (13.4%)، الإستمرار في المتابعة على الرغم من ضعف مصداقيتها بنسبة (12.5%)، ثم إبلاغ إدارة مواقع التواصل الإجتماعي بانتهاك هذه الصفحة لسياسات عبر خاصة Report بنسبة (10.0%)، ثم أرسل إستفسار للقائمين على إدارة الصفحة حول مشكلات عدم تحري الدقة وغياب المصداقية لديهم بنسبة (8.5%)، وأخيراً عدم القيام بفعل أي شيء أو فعل محدد بنسبة (3.3%).

تقييم المبحوثين لمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار
جدول رقم (16) يوضح تقييم المبحوثين لمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار

م	أبعاد المقياس	العبارة	موافق		محايد		معارض		م	الوجه	الوجه	الوجه	الوجه
			%	ك	%	ك	%	ك					
الموضوعية		تعرض الأخبار بموضوعية	39.9	112	35.9	101	24.2	68	6	0.79	2.16	محايد	1
		تنقل الخبر بإتصاف دون تغليب لوجهة نظر عن الأخرى	24.6	69	40.2	113	35.2	99	11	0.77	1.89	محايد	2
		تفصل رأي الصفحة وإتجاهها السياسي عن تغطية الأخبار	15.7	44	29.9	84	54.4	153	14	0.74	1.61	معارض	3
الدقة		دقيقة في ذكر الأرقام والتواريخ	47	132	35.2	99	17.8	50	2	0.75	2.29	محايد	4
		استخدام روابط وصور وفيديوهات متعددة لتوثيق الخبر	39.9	112	40.9	115	19.2	54	4	0.74	2.21	محايد	5
		تذكر كل أبعاد الخبر	32.4	91	35.9	101	31.7	89	9	0.80	2.01	محايد	6
الثقة		سريعة في نقل الخبر عن الوسائل الأخرى	40.6	114	36.3	102	23.1	65	5	0.78	2.17	محايد	7
		أثق بمتابعة الأخبار عليها	36.3	102	34.2	96	29.5	83	7	0.81	2.07	محايد	8
		تنقل الأخبار التي تهمني بالأساس	30.6	86	42	118	27.4	77	8	0.76	2.03	محايد	9

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

محاييد	1	0.73	2.32	16	45	35.6	100	48.4	136	أستطيع التفاعل من خلالها مع الأخبار	الكفاءة	10
محاييد	3	0.73	2.22	18.1	51	41.3	116	40.6	114	تحدث الأخبار باستمرار علي مدار اليوم	الكفاءة	11
محاييد	12	0.85	1.88	42.7	120	26.7	75	30.6	86	تقدم الأخبار بشكل أكثر جانبيه	الكفاءة	12
محاييد	8	0.78	2.03	32.4	91	38.4	108	29.2	82	سطحية في تناول الأخبار ولا تتناولها بعمق	عبارات سلبية	13
محاييد	10	0.80	2.00	32	90	36.3	102	31.7	89	تفتقر إلي الكفاءة والمهنية في نقلها للأخبار	عبارات سلبية	14
محاييد	13	0.74	1.73	17.8	50	37.7	106	44.5	125	تتحيز لرأي عن الآخر عند نقل الخبر	عبارات سلبية	15
محاييد		2.04		المتوسط العام للمقياس			281		الإجمالي			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكثر العبارات في بُعد الموضوعية جاءت عبارة "تعرض الأخبار بموضوعية" في الصدارة بمتوسط حسابي قدره (2.16) بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي، ثم عبارة "تنقل الخبر بإنصاف دون تغليب لوجهة نظر عن الأخرى" بمتوسط حسابي قدره (1.89) بإتجاه محايد، ثم عبارة "فصل رأي الصفحة وإتجاهها السياسي عن تغطية الأخبار" بمتوسط حسابي قدره (1.61) بإتجاه معارض.

- بينما جاءت أكثر العبارات في بُعد الدقة عبارة "دقيقة في ذكر الأرقام والتواريخ" بمتوسط حسابي قدره (2.29) بإتجاه محايد، ثم جاءت عبارة "تستخدم روابط وصور وفيديوهات متعددة لتوثيق الخبر" بمتوسط حسابي قدره (2.21) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تذكر كل أبعاد الخبر" بمتوسط حسابي قدره (2.01) بإتجاه محايد.

- وجاءت أكثر العبارات في بُعد الثقة عبارة سريعة في نقل الخبر عن الوسائل الأخرى بمتوسط حسابي قدره (2.17) بإتجاه محايد، ثم عبارة "أثق بمتابعة الأخبار عليها" بمتوسط حسابي قدره (2.07) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تنقل الأخبار التي تهمني بالأساس" بمتوسط حسابي قدره (2.03) بإتجاه محايد.

- بينما جاء أكثر العبارات في بُعد الكفاءة عبارة أستطيع التفاعل من خلالها مع الأخبار" بمتوسط حسابي قدره (2.32) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تحدث الأخبار باستمرار علي مدار

"اليوم" بمتوسط حسابي قدره (2.22) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تقدم الأخبار بشكل أكثر جاذبية" بمتوسط حسابي قدره (1.88) بإتجاه محايد.

- وأخيراً جاءت العبارات السلبية كما يلي: "سطحية في تناول الأخبار ولا تتناولها بعمق" بمتوسط حسابي قدره (2.03) بإتجاه محايد، ثم "تفتقر إلي الكفاءة والمهنية في نقلها للأخبار" بمتوسط حسابي قدره (2.00) بإتجاه محايد، ثم "تحتيز لرأي عن الآخر عند نقل الخبر" بمتوسط حسابي قدره (1.73) بإتجاه محايد.

وبذلك نجد تفوق بُعد الدقة في تقييم المبحوثين لمصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار علي باقي الأبعاد، يليه بُعد الكفاءة، ثم الثقة، وأخيراً جاء بُعد الموضوعية آخر الأبعاد في تقييمهم للمصداقية.

وإجمالاً المتوسط العام لمقياس تقييم المبحوثين لمصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار قدره (2.04) بإتجاه محايد.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (إسراء عبد الشافي، حنفي حيدر، عبد المحسن حامد 2015)⁽⁸³⁾ والتي أظهرت تفوق بُعد الكفاءة في تقييم المبحوثين لمصداقية الشبكات الإجتماعية علي باقي الأبعاد، يليه بُعد الدقة.

وباستعراض نتائج الدراسات حول تقييم المبحوثين لمصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار نجد أن: دراسة (عمرو عبد الحميد 2016)⁽⁸⁴⁾ أثبتت أن الفورية والسرعة في نقل الأحداث جاءت في المرتبة الأولى في تقييمات الجمهور عينة الدراسة لمدي الحرص علي معايير المصداقية، وتوصلت دراسة **westerman and other (2014)⁽⁸⁵⁾ إلي أن تحديث تغريدات الأخبار كان عاملاً مؤثراً في التقييم المرتفع لمصداقية المصدر علي صفحات موقع تويتر.**

وترى الباحثة أن أبعاد مصداقية وسائل الإعلام التقليدية "الثقة والخبرة والشخصية والصدق والموضوعية" لاتزال تلعب نفس الدور في بيئة شبكات التواصل الإجتماعي إلي جانب الأبعاد الجديدة التي تختص بها شبكات التواصل الإجتماعي.

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحوها

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار

توزيع المبحوثين من الشباب الجامعي وفقاً لمصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية

جدول رقم (17) يوضح مدي مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات التي تقيس مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	0.72	2.26	16.4	46	40.9	115	42.7	120	التوازن - الحياد- الوضوح- الشمول والدقة تؤثر علي مصداقية الصفحات الوزارية
محايد	0.70	2.21	16.4	46	45.9	129	37.7	106	يقدم في الرسالة الإعلامية امتدادات وروابط وتغيرات من خلال النصوص الفانقة
محايد	0.71	2.18	17.8	50	46.6	131	35.6	100	شمولية وعمق المعالجة الصحفية الإخبارية خاصة وقت الأزمات والطوارئ
محايد	0.75	2.17	21.4	60	40.2	113	38.4	108	تراعي الرسالة المقدمة المسؤولية الإجتماعية نحو الوطن والقارئ
محايد	0.72	2.16	19.6	55	45.2	127	35.2	99	وضع حدود بين الإساءة والنقد
محايد	0.74	2.13	34.9	98	43.4	122	21.7	61	لا أثق في كل ما يقدم من معلومات من خلال الصفحات الحكومية الوزارية
محايد	0.73	2.11	22.1	62	44.8	126	33.1	93	الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة تعزز مصداقيتها لدي القراء
محايد	0.78	2.03	32.4	91	38.4	108	29.2	82	سطحية المعالجة الإخبارية في وقت الأزمات والطوارئ.
محايد	0.79	1.98	32.4	91	37.4	105	30.2	85	تحقق الصفحات الوزارية تنوع في المحتوى بداخلها بما يزيد من تأثيرها.
محايد	0.81	1.86	41.3	116	31.7	89	27	76	إقتراب مضمون الرسالة من إهتمامات القراء
محايد		2.14	المتوسط العام للمقياس		281		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصداقية الرسالة المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "التوازن – الحياد- الوضوح- الشمول والدقة تؤثر علي مصداقية الصفحات الوزارية" في الصدارة بمتوسط حسابي قدره (2.26) بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي، ثم عبارة "يقدم في الرسالة الإعلامية امتدادات وروابط وتغيرات من خلال النصوص الفائقة بمتوسط حسابي قدره (2.21) بإتجاه محايد، ثم عبارة "شمولية وعمق المعالجة الصحفية الإخبارية خاصة وقت الأزمات والطوارئ" بمتوسط حسابي قدره (2.18) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تراعي الرسالة المقدمة المسؤولية الإجتماعية نحو الوطن والقارئ والطوارئ" بمتوسط حسابي قدره (2.17) بإتجاه محايد، ثم عبارة "وضع حدود بين الإساءة والنقد" بمتوسط حسابي قدره (2.16) بإتجاه محايد، ثم عبارة "لا أثق في كل ما يقدم من معلومات من خلال الصفحات الحكومية الوزارية" بمتوسط حسابي قدره (2.13) بإتجاه محايد، ثم عبارة "الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة تعزز مصداقيتها لدي القراء" بمتوسط حسابي قدره (2.11) بإتجاه محايد، ثم عبارة "سطحية المعالجة الإخبارية في وقت الأزمات والطوارئ" بمتوسط حسابي قدره (2.03) بإتجاه محايد، ثم عبارة "تحقق الصفحات الوزارية تنوع في المحتوى بداخلها بما يزيد من تأثيرها" بمتوسط حسابي قدره (1.98) بإتجاه محايد، وأخيراً عبارة "إقتراب مضمون الرسالة من إهتمامات القراء" بمتوسط حسابي قدره (1.86) بإتجاه محايد.

وتتنفق هذه النتيجة مع دراسة (نوره المرزوقي 2020)⁽⁸⁶⁾ والتي توصلت إلي المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة عبر المواقع الصحفية الإلكترونية حيث جاءت "أنها توفر الوضوح والتجديد وإدراك المعني المطلوب" بمتوسط حسابي (4.44).

بينما توصلت دراسة (Carolyn kim 2014)⁽⁸⁷⁾ إلي أن الصدق والخبرة والتفاعل الشخصي أبعاد مهمة لمصداقية المؤسسة التي تتفاعل من خلال الإعلام الإجتماعي.

توزيع المبحوثين من الشباب الجامعي وفقاً لمصداقية الوسيلة الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية

جدول رقم (18) يوضح مدي مصداقية الوسيلة الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية

الإتجاه	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات التي تقيس مصداقية الوسيلة الإعلامية
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	0.75	2.31	17.4	49	34.2	96	48.4	136	تقدم الصفحات الحكومية الوزارية الإحصائيات والرسوم التوضيحية التي تزيد من مصداقيتها
محايد	0.75	2.21	19.9	56	38.8	109	41.3	116	توظف الصفحات الحكومية الوزارية الوسائط المتعددة لتحقيق التفاعلية وزيادة مصداقيتها

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

محاييد	0.72	2.21	17.8	50	43.8	123	38.4	108	التحديث المستمر للأخبار داخل الموقع يزيد من تنوعها وتركيز القارئ عليها
محاييد	0.78	2.08	26.3	74	38.8	109	34.9	98	تقدم الصفحات الحكومية الوزارية صور حية من مواقع الأحداث من خلال مقاطع الفيديو
محاييد	0.72	2.05	29.2	82	36.3	102	34.5	97	تقدم الصفحات الحكومية الوزارية الحقائق بشكل مباشر
محاييد	0.64	2.04	18.5	103	59.1	166	22.4	63	الصفحات الحكومية الوزارية تتيح مساحة حرية التعبير عن الآراء بشكل يفوق الوسائل الأخرى
محاييد	0.81	1.96	34.5	97	34.9	98	30.6	86	تفصل الصفحات الحكومية الوزارية بين الآراء والحقائق
محاييد	0.81	1.95	35.6	100	34.2	96	30.2	85	تنفرد الصفحات الوزارية بعرض تفاصيل عن غيرها من الصفحات الأخرى
محاييد	0.85	1.88	42.7	120	26.7	75	30.6	86	يمكنك أن تعتمد عليها وحدها فقط في الحصول على الأخبار
محاييد	0.77	1.83	39.9	112	37.7	106	22.4	63	الشكل العام للصفحات الحكومية الوزارية يجعلها أكثر جاذبية ويزيد من مصداقيتها
محاييد	2.05	المتوسط العام للمقياس				281			الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصداقية الوسيلة المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "أنها تقدم الإحصائيات والرسوم التوضيحية التي تزيد من مصداقيتها" بمتوسط حسابي قدره (2.31) بإتجاه محاييد علي مقياس ليكرت الثلاثي، ثم جاءت عبارة كل من "أنها توظف الوسائط المتعددة لتحقيق التفاعلية وزيادة مصداقيتها" و"وأن التحديث المستمر للأخبار داخل الموقع يزيد من تنوعها وتركيز القارئ عليها" بمتوسط حسابي قدره (2.21) بإتجاه محاييد، ثم عبارة "أنها تقدم صور حية من مواقع الأحداث من خلال مقاطع الفيديو" بمتوسط حسابي قدره (2.08) بإتجاه محاييد، ثم عبارة " أنها تقدم الحقائق بشكل مباشر" بمتوسط حسابي قدره (2.05) بإتجاه محاييد، ثم عبارة " أنها تتيح مساحة حرية التعبير عن الآراء بشكل يفوق الوسائل الأخرى" بمتوسط حسابي قدره (2.04) بإتجاه محاييد، ثم عبارة "أنها تفصل بين

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

الآراء والحقائق" بمتوسط حسابي قدره (1.96) بإتجاه محايد، ثم جاءت عبارة "أنها تنفرد بعرض تفاصيل عن غيرها من الصفحات الأخرى" بمتوسط حسابي قدره (1.95) بإتجاه محايد، ثم عبارة "أننا يمكننا أن نعتمد عليها وحدها فقط في الحصول علي الأخبار" بمتوسط حسابي قدره (1.88) بإتجاه محايد، وأخيراً جاءت عبارة "أن الشكل العام للصفحات الحكومية الوزارية يجعلها أكثر جاذبية من مصداقيتها بمتوسط حسابي قدره (1.83) بإتجاه محايد.

توزيع المبحوثين من الشباب الجامعي وفقاً لمصادقية القائم بالاتصال (المصدر) المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية

جدول رقم (19) يوضح مدي مصادقية القائم بالاتصال (المصدر) في الصفحات الحكومية الوزارية

الاتجاه	المعيار القياسي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات التي تقيس مصادقية القائم بالاتصال (المصدر) في الصفحات الحكومية الوزارية
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.74	2.39	15.7	44	29.9	84	54.4	153	نوع ملكية الصفحات الحكومية الوزارية يؤثر علي القائم بالاتصال وينعكس علي مصادقية المضمون المقدم
محايد	0.69	2.31	13.2	37	42.3	119	44.5	125	مراعاته للموضوعية والحيادية في عرض الأحداث تزيد من مصداقيته
محايد	0.72	2.29	15.3	43	40.6	114	44.1	124	تفاعل القائم بالاتصال مع القراء يزيد من مصداقيته
محايد	0.71	2.29	15.3	43	39.9	112	44.8	126	مؤهلات القائم بالاتصال وخبرته وممارسته الصحفية تؤثر علي مصادقية الرسالة الإعلامية
محايد	0.78	2.19	22.8	64	34.9	98	42.3	119	إتجاهات القائم بالاتصال تؤثر علي مستوي مصادقية الرسالة
محايد	0.75	2.19	19.9	56	40.2	113	39.9	112	اعتماده علي وسائل إقناعية في تقديم الرسالة الإعلامية تزيد من مصداقيته لدي الجمهور
محايد	0.71	2.18	17.8	50	45.9	129	36.3	102	خبرة القائم بالاتصال وممارسته الصحفية تؤثر علي مصداقيته
محايد	0.73	2.16	20.3	57	43.8	123	35.9	101	إلمامه بالموضوع من كافة جوانبه تزيد من مصداقيته
محايد	0.77	2.14	23.5	66	38.8	109	37.7	106	جاذبية أسلوب القائم بالاتصال في الكتابة تؤثر بشكل كبير علي إدراك مصداقيته
محايد	0.77	2.14	23.5	66	38.8	109	37.7	106	كلما زادت شهرة القائم بالاتصال زادت مصادقية
محايد		2.23	المتوسط العام للمقياس		281		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصداقية القائم بالإتصال(المصدر) المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "نوع ملكية الصفحات الحكومية الوزارية يؤثر علي القائم بالإتصال وينعكس علي مصداقية المضمون المقدم" بمتوسط حسابي قدره (2.39) بإتجاه موافق، ثم عبارة "مراعاته للموضوعية والحيادية في عرض الأحداث تزيد من مصداقيته" بمتوسط حسابي قدره (2.31) بإتجاه محايد، ثم عبارة كل من "تفاعل القائم بالإتصال مع القراء يزيد من مصداقيته"، و"مؤهلات القائم بالإتصال وخبرته وممارسته الصحفية تؤثر علي مصداقية الرسالة الإعلامية" بمتوسط حسابي قدره (2.29) بإتجاه محايد، ثم جاءت عبارة كل من "إتجاهات القائم بالإتصال تؤثر علي مستوي مصداقية الرسالة"، و"اعتماده علي وسائل إقناعية في تقديم الرسالة الإعلامية تزيد من مصداقيته لدي الجمهور" بمتوسط حسابي قدره (2.19) بإتجاه محايد، ثم جاءت عبارة "خبرة القائم بالإتصال وممارسته الصحفية تؤثر علي مصداقيته" بمتوسط حسابي قدره (2.18) بإتجاه محايد، ثم عبارة "إلمامه بالموضوع من كافة جوانبه تزيد من مصداقيته" بمتوسط حسابي قدره (2.16) بإتجاه محايد، وأخيراً جاءت عبارة كل من "جاذبية أسلوب القائم بالإتصال في الكتابة تؤثر بشكل كبير علي إدراك مصداقيته"، و"كلما زادت شهرة القائم بالإتصال زادت مصداقية" بمتوسط حسابي قدره (2.14) بإتجاه محايد.

الدرجة الكلية لمقياس مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية

جدول رقم (20) يوضح الدرجة الكلية لمقياس مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بأبعاده الثلاثة (الرسالة، الوسيلة، القائم بالإتصال)

أبعاد المقياس	المتوسط المرجح	الإنحراف المعياري	الإتجاه العام
البعد الأول: مصداقية الرسالة	2.14	0.71	محايد
البعد الثاني: مصداقية الوسيلة	2.05	0.72	محايد
البعد الثالث: مصداقية القائم بالإتصال (المصدر)	2.23	0.71	محايد
المتوسط المرجح العام لمقياس المصداقية ككل	2.14	0.71	محايد

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسط المرجح العام لمقياس مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك هو (2.14)، بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي.

مدى إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية المصرية بالصفحات الحكومية الوزارية

جدول رقم (21) يوضح مدى إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية المصرية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

مستوي الدلالة	قيمة كا2	الإجمالي		الشروق		عين شمس		الجامعات مدى الإهتمام
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	30.899	38.1	107	26.6	33	47.1	74	نعم
		50.9	143	51.6	64	50.3	79	إلى حد ما
		11	31	21.8	27	2.6	4	لا أهتم
		100	281	100	124	100	157	الإجمالي

ينتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (50.9%) من المبحوثين يهتموا إلى حد ما بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، بينما نسبة (38.1%) من المبحوثين يهتموا بتلك المشروعات، وأخيراً نسبة (11%) من المبحوثين لم يهتموا بالمشروعات القومية بالصفحات الوزارية بموقع الفيس بوك.

وبحساب قيمة كا2 تساوي (30.899) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم (حكومي متمثل في عين شمس، وخاص متمثل في الشروق) ومدى إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية المصرية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (محمود عبد الحليم 2017) (88) والتي أظهرت أن 41.5% من المبحوثين يتعرضون للمادة الإخبارية حول المشروعات القومية المصرية بالقنوات الفضائية المصرية الإخبارية دائماً.

أهم المشروعات القومية المصرية التي يتابعها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول رقم (22) يوضح أهم المشروعات القومية المصرية التي يتابعها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (يمكن إختيار أكثر من بديل) مع الترتيب

الترتيب	مستوي الدلالة	قيمة كا2	ن=250		الشروق		عين شمس		الجامعات أهم المشروعات القومية	
			الإجمالي		% ك	% ك	% ك			
			%	ك						
1	غير دالة	0.635	0.225	13.9	169	12.2	70	15.3	99	مشروع تنمية محور قناة السويس
2	غير دالة	0.399	0.711	12.6	153	11.4	65	13.6	88	مشروع التأمين الصحي الشامل
3	غير دالة	0.083	2.998	12.1	147	11.5	66	12.6	81	مشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

4	دالة	0.013	6.236	10.8	132	11	63	10.7	69	المشروع القومي للإسكان الإجتماعي	
5	غير دالة	0.060	3.550	10.1	123	10	57	10.2	66	مشروع العاصمة الإدارية	
6	دالة	0.050	3.825	8.1	98	8.2	47	7.9	51	مشروع تطوير وتوسعة شبكة مترو الأنفاق	
7	غير دالة	0.058	3.595	7.3	89	7.5	43	7.1	46	مشروع تطوير شبكة السكك الحديدية	
8	غير دالة	0.109	2.570	6.2	75	6.3	36	6	39	مشروع شبكة الطرق القومية	
9	غير دالة	0.100	2.713	5.2	63	5.4	31	5	32	مشروع تطوير المناطق العشوائية	
10	غير دالة	0.114	2.498	3.5	43	3.8	22	3.3	21	المثلث الذهبي في جنوب مصر	
11	غير دالة	0.123	2.384	3.4	41	3.7	21	3.1	20	مشروع تنمية مليون ونصف المليون فدان	
12	غير دالة	0.080	3.064	2.5	31	3	17	2.2	14	مشروع تنمية وتطوير الساحل الشمالي الغربي	
13	دالة	0.036	4.408	1.9	23	2.4	14	1.4	9	المشروع القومي لتنمية سيناء	
14	دالة	0.032	4.572	1.2	15	1.8	10	0.8	5	المشروع القومي لتنمية الصعيد	
14	دالة	0.032	4.572	1.2	15	1.8	10	0.8	5	مشروعات الإستزراع السمكي	
					100	1217	100	572	100	645	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن مشروع تنمية محور قناة السويس جاء في مقدمة أهم المشروعات القومية في مصر التي تابعها المبحوثين بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بنسبة (13.9%)، ثم مشروع التأمين الصحي الشامل في المرتبة الثانية بنسبة (12.6%)، ثم في المرتبة الثالثة مشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية بنسبة (12.1%)، بينما جاء المشروع القومي للإسكان الإجتماعي في المرتبة الرابعة بنسبة (10.8%)، ثم مشروع العاصمة الإدارية في المرتبة الخامسة بنسبة (10.1%)، ومشروع تطوير وتوسعة شبكة مترو الأنفاق في المرتبة السادسة بنسبة (8.1%)، ثم جاء مشروع تطوير شبكة السكك الحديدية في المرتبة السابعة بنسبة (7.3%)، بينما مشروع شبكة الطرق القومية في المرتبة الثامنة بنسبة (6.2%)، ومشروع تطوير المناطق العشوائية في المرتبة التاسعة بنسبة (5.2%)، ثم جاء المثلث الذهبي في جنوب مصر في المرتبة العاشرة بنسبة (3.5%)، بينما مشروع تنمية مليون ونصف المليون فدان في المرتبة الحادية عشر بنسبة (3.4%)، ثم مشروع تنمية وتطوير الساحل الشمالي الغربي في المرتبة الثانية عشر بنسبة

(2.5%)، والمشروع القومي لتنمية سيناء في المرتبة الثالثة عشر بنسبة (1.9%)، وأخيراً جاء المشروع القومي لتنمية الصعيد، ومشروعات الإستزراع السمكي بنسبة (1.2%).

وباستقراء قيمة كا2 نجد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهم المشروعات القومية التي يتابعها المبحوثين ونوع التعليم.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من: (إيمان عبد الله 2019)⁽⁸⁹⁾، (سحر غريب 2018)، (محمود عبد الحليم 2017)⁽⁹⁰⁾، (محمد زين 2015)⁽⁹¹⁾ حيث أوضحوا أن مشروع مشروع قناة السويس الجديدة في مقدمة المشروعات القومية التي يفضل المبحوثون متابعتها، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (مروى عبد اللطيف 2018)⁽⁹²⁾ والتي أثبتت أن مشروع تطوير الطرق والكباري بالمحافظات أهم المشروعات القومية التي يتابعها شباب الجامعات (عينة الدراسة) بنسبة (64.3%).

أسباب متابعة الشباب الجامعي للمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول (23) يوضح أسباب متابعة الشباب الجامعي كمصدر للأخبار عن المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (يمكن إختيار أكثر من بديل)

مستوي الدلالة	قيمة كا2	ن=250		الشروق		عين شمس		الجامعات أسباب متابعة المشروعات القومية
		الإجمالي		%	ك	%	ك	
		%	ك					
غير دالة	0.205	13.1	165	15	62	12	103	لأنها تمدني بالمعلومات حول المشروعات القومية
دالة	0.004	12.2	167	15.7	65	11.9	102	لأنها تساعدني في تحليل أعمق للمشروعات القومية
دالة	0.001	11.4	143	10.9	45	11.4	98	لأنها تتسم بمهنتها ومصداقيتها في تغطية المشروعات القومية
دالة	0.000	10.5	132	8.7	36	11.2	96	لأنها تساعدني في تكوين آرائي وموافقي نحو المشروعات القومية
دالة	0.001	10.3	130	9.7	40	10.5	90	تستخدم تقنيات تكنولوجية في عرض المواد حول المشروعات القومية
دالة	0.000	10.2	128	8.5	35	10.8	93	صدق معلوماتها
دالة	0.000	9.7	122	8.5	35	10.1	87	لسرعتها في نشر الأحداث والتطورات عن المشروعات القومية المصرية
دالة	0.005	8.8	111	8.2	34	9	77	تسمح لي بالتعبير عن رأبي في المشروعات القومية بحرية

مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

غير دالة	0.110	2.555	6	76	6	25	6	51	تنفرد بعرض تفاصيل أخبار غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى
غير دالة	0.263	1.255	4.5	56	4.5	19	4.3	37	تساعدني في تكوين آرائى بوضوح
غير دالة	0.722	0.127	3.3	42	4.3	18	2.8	24	للتسلية وقضاء وقت الفراغ
			100	1272	100	414	100	858	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أسباب متابعة الشباب الجامعي كمصدر للأخبار عن مشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك حيث جاء "لأنها تمدني بالمعلومات حول المشروعات القومية" من أكثر أسباب المتابعة تكراراً بنسبة (13.1%) من إجمالي المبحوثين، يليها "لأنها تساعدني في تحليل أعمق للمشروعات القومية" بنسبة (12.2%)، ثم "لأنها تتسم بمهنتها ومصداقيتها في تغطية المشروعات القومية" بنسبة (11.4%)، يليها "لأنها تساعدني في تكوين آرائى وموافقي نحو المشروعات القومية" بنسبة (10.5%)، ثم "تستخدم تقنيات تكنولوجيا في عرض المواد حول المشروعات القومية" بنسبة (10.3%)، ثم صدق معلوماتها بنسبة (10.2%)، يليها "لأسرعتها في نشر الأحداث والتطورات عن المشروعات القومية المصرية" بنسبة (9.7%)، ثم "تسمح لي بالتعبير عن رأيى في المشروعات القومية بحرية" بنسبة (8.8%)، يليها "تنفرد بعرض تفاصيل أخبار غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى" بنسبة (6%)، ثم تساعدني في تكوين آرائى بوضوح بنسبة (4.5%)، وأخيراً "للتسلية وقضاء وقت الفراغ" بنسبة (3.3%).

دور الأخبار المنشورة على الصفحات الحكومية الوزارية فى رفع المستوى الثقافى والمعارف بالمشروعات القومية لدى الشباب الجامعي

جدول رقم (24) يوضح دور الأخبار المنشورة على تلك الصفحات رفع المستوى الثقافى والمعارف بالمشروعات القومية لدى الشباب الجامعي

مستوى الدلالة	قيمة كا2	الإجمالي		الشروق		عين شمس		الجامعات دور الأخبار فى رفع المستوى الثقافى
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	97.430	61.6	154	24.7	25	86.6	129	نعم إلى حد كبير
		31.2	78	60.4	61	11.4	17	إلى حد متوسط
		7.2	18	14.9	15	2	3	لا
		100	250	100	101	100	149	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الأخبار المنشورة على الصفحات الحكومية الوزارية تساهم فى رفع المستوى الثقافى والمعارف بالمشروعات القومية لدى الشباب الجامعي إلى حد كبير بنسبة (61.6%)، ثم تساهم إلى حد متوسط بنسبة (31.2%)، وأخيراً لا تساهم هذه الأخبار فى رفع المستوى المعرفى بالمشروعات القومية بنسبة (7.2%).

وبحساب قيمة كا2 تساوي (97.430) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم (حكومي متمثل في عين شمس، وخاص متمثل في الشروق) وبين دور الأخبار المنشورة علي تلك الصفحات رفع المستوي الثقافي والمعارف بالمشروعات القومية لدي الشباب الجامعي.

أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية في تنمية معارف المبحوثين عن المشروعات القومية

جدول رقم (25) يوضح أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية في تنمية معارف المبحوثين عن المشروعات القومية (يمكن إختيار أكثر بديل)

الإجابة	المتوسط	القيمة	معارض		محايد		موافق		أسباب مساهمة صفحات الحكومة الإلكترونية في تنمية معارف المبحوثين حول المشروعات القومية
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.66	2.36	9.9	23	44	102	46.1	107	لعمق معالجتها للمشروعات القومية من خلال تقديم أدلة كافية حولها موثقة فيديو وصور
محايد	0.71	2.21	16.4	38	45.7	106	37.9	88	لأنها توفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة حول المشروعات القومية
محايد	0.74	2.18	19.8	46	41.8	97	38.4	89	لأنها تنقل الصورة كاملة عن المشروعات القومية
محايد	0.78	2.14	24.6	57	36.6	85	38.8	90	لتبنيها لثقافة الصورة المعبرة لنشر الثقافة برؤية بالمشروعات القومية بأسلوب حضاري
محايد	0.72	2.05	23.3	54	48.7	113	28	65	لأنها تنقل الأخبار التي تتصف بالأنبية والمتابعة المستمرة عن المشروعات القومية
محايد	0.76	2.04	26.7	62	42.7	99	30.6	71	لإرتفاع درجة مصداقيتها
محايد	0.77	2.03	27.6	64	41.4	96	31	72	لأن محتوياتها متنوعة ومواكبة للأحداث التنموية
									أخري تُذكر
محايد	2.15		المتوسط المرجح العام				232		الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أهم أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تنمية معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية حيث جاء سبب "لعمق معالجتها للمشروعات القومية من خلال تقديم أدلة كافية حولها موثقة فيديو وصور" بمتوسط مرجح قدره (2.36) بإتجاه موافق، ثم "لأنها توفر قنوات لتبادل المعلومات والمعرفة والآراء المختلفة حول المشروعات القومية" بمتوسط مرجح قدره (2.21) بإتجاه محايد، ثم "لأنها تنقل الصورة كاملة عن المشروعات القومية" بمتوسط مرجح قدره (2.18) بإتجاه محايد، ثم "لتبنيها لثقافة الصورة المعبرة لنشر الثقافة برؤية بالمشروعات القومية بأسلوب حضاري" بمتوسط مرجح قدره (2.14) بإتجاه محايد، ثم "لأنها تنقل الأخبار التي تتصف

مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول المشروعات القومية وعلاقتها بتشكيل معارف وإتجاهات الشباب الجامعي نحوها

بالأنية والمتابعة المستمرة عن المشروعات القومية" بمتوسط مرجح قدره (2.05) بإتجاه محايد، بينما جاء سبب "لإرتفاع درجة مصداقيتها" بمتوسط مرجح قدره (2.04) بإتجاه محايد، وأخيراً جاء سبب "لأن محتوياتها متنوعة ومواكبة للأحداث التنموية" بمتوسط مرجح قدره (2.03) بإتجاه محايد.

إتجاهات المبحوثين حول تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

جدول رقم (26) يوضح إتجاهات المبحوثين حول تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك

إتجاه	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	معارض		محايد		موافق		إتجاهات المبحوثين حول تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	0.67	2.30	11.6	27	47	109	41.4	96	اتسمت تغطية الصفحات الوزارية بالموضوعية
محايد	0.69	2.21	15.1	35	48.3	112	36.6	85	الدقة في نقل المعلومات والإستناد بالأرقام والبيانات
محايد	0.72	2.20	18.1	42	43.5	101	38.4	89	عرض فيديو هات للمشروع ونشرها بكثرة يساهم في متابعتي للمشروع
محايد	0.73	2.17	19.8	46	43.1	100	37.1	86	التوازن في عرض جوانب الخبر
محايد	0.76	2.14	22.8	53	40.1	93	37.1	86	إستمرار النشر عن المشروعات يساهم في التحفيز علي إنتهاء المشروعات بشكل أسرع
محايد	0.69	2.05	21.6	50	51.7	120	26.7	62	ساهمت الصفحات الحكومية الوزارية في إنتشار أسهم المشاريع الجديدة
محايد	0.79	2.00	30.6	71	38.4	89	31	72	الفورية في نقل تطورات أخبار المشروع
محايد	0.67	2.00	22	51	55.6	129	22.4	52	عرض وجهات النظر المختلفة للمشاريع سواء المؤيدة أو المعارضة
محايد	0.79	1.82	41.8	97	34.1	79	24.1	56	الفصل بين الرأي والخبر عند نشر الأخبار
معارض	0.74	1.50	64.2	149	21.1	49	14.7	34	كثرة عرض الأناشيد الوطنية ووصف أي مشروع جديد بالمشروع القومي
محايد		2.04	المتوسط المرجح العام		232		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن إتجاهات المبحوثين نحو تناول الأخبار الخاصة بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك جاءت علي النحو

التالي: اتسمت تغطيه الإعلام الجديد بالموضوعية بمتوسط مرجح (2.30) بإتجاه محايد، ثم الدقة في نقل المعلومات والإستناد بالأرقام والبيانات بمتوسط مرجح (2.21) بإتجاه محايد، ثم عرض فيديوهات للمشروع ونشرها بكثرة يساهم في متابعتي للمشروع بمتوسط مرجح (2.20) بإتجاه محايد، ثم التوازن في عرض جوانب الخير بمتوسط مرجح (2.17) بإتجاه محايد، ثم إستمرار النشر عن المشروعات يساهم في التحفيز علي إنتهاء المشروعات بشكل أسرع بمتوسط مرجح (2.14) بإتجاه محايد، ثم ساهمت الصفحات الحكومية الوزارية في إنتشار أسهم المشاريع الجديدة بمتوسط مرجح (2.05) بإتجاه محايد، ثم الفورية في نقل تطورات أخبار المشروع، وعرض وجهات النظر المختلفة للمشاريع سواء المؤيدة أو المعارضة بمتوسط مرجح (2.00) بإتجاه محايد، ثم الفصل بين الرأي والخبر عند نشر الأخبار بمتوسط مرجح (1.82) بإتجاه محايد، وأخيراً كثرة عرض الأناشيد الوطنية ووصف أي مشروع جديد بالمشروع القومي بمتوسط مرجح (1.50) بإتجاه معارض.

إجمالاً فإن الإتجاه العام لمقياس إتجاهات المبحوثين حول تناول المشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بالفيس بوك جاء محايد بمتوسط مرجح قدره (2.04).

ثانياً: إختبار صحة الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إعتداد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إعتداد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) تبعاً للنوع.

جدول رقم (27) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوي دلالتها لدي الشباب الجامعي في إعتدادهم للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك حسب النوع

مستوي الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	النوع						العينة المتغير
			إناث			ذكور			
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
دالة	0.002	3.061	0.64	2.21	176	0.84	2.06	105	صفحة رئاسة الجمهورية
دالة	0.008	20.775	0.76	1.80	176	0.93	2.07	105	صفحة وزارة التعليم العالي
دالة	0.002	3.125	0.79	1.95	176	0.81	2.25	105	صفحة مجلس الوزراء
غير دالة	0.921	0.099	0.64	2.21	176	0.84	2.22	105	صفحة وزارة الصحة

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي دلالة (0.01) في إعتاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، وزارة التعليم العالي، ورئاسة الجمهورية) تبعاً للنوع، وعدم وجود فروق تبعاً للنوع في إعتادهم علي صفحة وزارة الصحة علي موقع الفيس بوك.

وبذلك نقبل الفرض جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إعتاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة المتحدث العسكري، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للنوع.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إعتاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً لنوع التعليم.

جدول رقم (28) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوي دلالتها لدي الشباب الجامعي في إعتادهم للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك حسب نوع التعليم

مستوي الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	نوع التعليم						العينة المتغير
			خاص			حكومي			
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
دالة	0.000	5.466	0.76	1.59	124	0.79	2.10	157	صفحة رئاسة الجمهورية
دالة	0.000	8.741	0.77	1.47	124	0.72	2.25	157	صفحة وزارة التعليم العالي
دالة	0.000	5.423	0.72	1.78	124	0.82	2.29	157	صفحة مجلس الوزراء
دالة	0.000	8.976	0.69	1.83	124	0.58	2.51	157	صفحة وزارة الصحة

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي دلالة (0.01) في إعتاد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) تبعاً لنوع التعليم.

وبذلك نقبل الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متابعة الشباب الجامعي للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة المتحدث العسكري، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً لنوع التعليم.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية تبعاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي.

جدول رقم (29) يوضح نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي في اعتمادهم علي صفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وفقاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف "	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
متابعة الصفحات الوزارية	بين المجموعات	17.671	8	2.209	6.529	0.00	دالة
	داخل المجموعات	92.017	272	0.338			
	المجموع	109.689	280	-			

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي في درجة اعتمادهم علي الصفحات الحكومية الوزارية (صفحة وزارة الصحة-صفحة وزارة التعليم العالي- صفحة رئاسة الجمهورية) بموقع الفيس بوك حسب المستوى الإقتصادي الإجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع) وباستخدام إختبار "Scheffe" لمعرفة إتجاه الفروق، كانت الفروق لصالح المستوى الإقتصادي الإجتماعي المتوسط.

وبذلك نقبل الفرض جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة المتحدث العسكري، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي.

وبذلك نقبل الفرض الأول جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر وثقتهم بها.

جدول رقم (30) يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وثقتهم بها

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
اعتماد الشباب علي الصفحات	0.934 **	طرديّة قوية	0.00	0.01 دالة
الثقة فيها كمصدر للأخبار				

** = دالة إحصائياً عند 0.01 =* دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه توجد علاقة إرتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وثقتهم بها كمصدر للأخبار، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر(0.934 **) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه كلما زاد الإعتماد علي تلك الصفحات كمصدر للأخبار زادت ثقتهم بتلك الصفحات.

وبذلك نقبل الفرض الثاني القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وثقتهم بها.

الفرض الثالث: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وبين تقييمهم لمصداقيتها.

جدول رقم (31) يوضح علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وبين تقييمهم لمصداقيتها.

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
اعتماد الشباب علي صفحات	0.933 **	طرديّة قوية	0.000	0.01 دالة
تقييم لمصداقية تلك الصفحات				

** = دالة إحصائياً عند 0.01 =* دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة إرتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وبين مصداقيتها لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر(0.933 **) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه بزيادة اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك زادت مصداقيتها لديهم.

وبذلك نقبل الفرض الثالث القائل: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إعتدال الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وبين مصادقيتها لديهم.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (عمرو عبد الحميد 2016)⁽⁹³⁾ والتي بينت وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين مستويات الإعتدال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار وإدراك المبحوثين لمصادقيتها في تغطية القضايا السياسية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع.

جدول رقم (32) يوضح المتوسطات والإنحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوي دلالتها في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع

مستوي الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	النوع						العينة المتغير
			إناث			ذكور			
			الإنحراف المعياري	المتوسط	العدد	الإنحراف المعياري	المتوسط	العدد	
غير دالة	0.177	1.354	0.66	2.09	176	0.78	2.21	105	مصادقية الصفحات الوزارية

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي (0.05) في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: (ميرهان منصور 2018)⁽⁹⁴⁾، (عبد الله الوزان 2015)⁽⁹⁵⁾ والتي أثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً لنوع التعليم.

جدول رقم (33) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوي دلالتها في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً لنوع التعليم

مستوي الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	نوع التعليم					العينة المتغير	
			خاص			حكومي			
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط		العدد
دالة	0.000	9.374	0.67	1.75	124	0.57	2.45	157	مصادقية الصفحات الوزارية

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي (0.01) في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً لنوع التعليم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ميرهان منصور 2018)⁽⁹⁶⁾ والتي توصلت إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية علي مقياس مصادقية مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً لنوع التعليم.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي.

جدول رقم (34) يوضح نتائج التباين نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بأبعاده الثلاثة كمصدر للأخبار تبعاً وفقاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي

مستوي الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
دالة	0.00	4.693	1.163	44	51.190	بين المجموعات	متابعة الصفحات الوزارية
			0.248	236	58.499	داخل المجموعات	
			-	280	109.689	المجموع	

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائياً عند مستوي (0.01) مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً وفقاً للمستوي الإقتصادي الإجتماعي.

وبذلك نقبل الفرض الرابع جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فلاح الدهمسي 2019) (97) والتي توصلت إلي أنه توجد فروق في إدراك الشباب السعودي لمصداقية مواقع المؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الإجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية العمر والجنس والمستوي التعليمي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها.

جدول رقم (35) يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مدي الإهتمام بالمشروعات في الصفحات	** 0.461	طردية متوسطة	0.000	0.01 دالة
إتجاهات الشباب نحو المشروعات				

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر (** 0.461) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه بزيادة معدل إهتمام الشباب الجامعي للمشروعات القومية بالصفحات الوزارية بموقع الفيس بوك تزيد إتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

وبذلك نقبل الفرض الخامس القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها.

جدول رقم (36) يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي إهتمام المبحوثين للمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مدي الإهتمام بالمشروعات في الصفحات	0.486 **	طردية متوسطة	0.000	0.01 دالة
معارف الشباب نحو المشروعات				

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر (0.486 **) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه بزيادة معدل إهتمام الشباب الجامعي بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك تزيد معارف الشباب الجامعي نحوها.

وبذلك نقبل الفرض السادس القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها.

الفرض السابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

جدول رقم (37) يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مصادقية الصفحات الوزارية	0.950 **	طردية قوية	0.000	0.01 دالة
إتجاهات الشباب نحو المشروعات				

** = دالة إحصائياً عند 0.01 * = دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب

الجامعي نحو المشروعات القومية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.950^{**}) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01) ، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%) ، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه بزيادة مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك تزيد إتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

وبذلك نقبل الفرض السابع القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

توصلت دراسة (هديل فايز 2014)⁽⁹⁸⁾ أن نسبة (65%) من المبحوثين كانت إتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية الأخبار علي مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثامن: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

جدول رقم (38) يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	إتجاه وطبيعة العلاقة	مستوي معنوية معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مصداقية الصفحات الوزارية معارف الشباب نحو المشروعات	0.954^{**}	طردية قوية	0.000	0.01 دالة

$0.01 = **$ دالة إحصائياً عند 0.05 $0.05 = *$ دالة إحصائياً عند

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة إرتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.954^{**}) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.01) ، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%) ، وهي تشير إلي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه بزيادة مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك تزيد معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

وبذلك نقبل الفرض الثامن القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

خاتمة الدراسة وتوصياتها

توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها:

- أن نسبة (49.2%) من أفراد العينة يتعرضون للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بشكل دائم، في حين انخفضت نسبة من يتعرضون لتلك الصفحات أحياناً لتصل إلي (25.1%) فقط من افراد العينة، وأخيراً أشار (25.7%) من أفراد العينة إلي أنهم لا يتعرضون لها.
- أن صفحة وزارة الصحة والسكان جاءت في المقدمة كأكثر الصفحات التي يتابعها المبحوثين بوزن نسبي (29.4)، تلاها صفحة مجلس الوزراء بوزن نسبي (26)، وفي الترتيب الثالث جاءت صفحة وزارة التعليم العالي بوزن نسبي (22.4)، وفي الترتيب الرابع جاءت صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بوزن نسبي (22.1).
- أن دافع "الإعتماد علي هذه الصفحات الوزارية معرفة الأخبار وقت الأزمات" قد أحتل المرتبة الأولى بمتوسط مرجح (2.69) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي كأكثر الدوافع النفعية لتعرض الشباب الجامعي للصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك.
- أن دافع "السماح بكتابة تعليقات للجمهور علي المنشورات" جاء كأكثر الدوافع الطقوسية لمتابعة المبحوثين الصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك بمتوسط مرجح (2.41) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي.
- أن أول التأثيرات المعرفية لمتابعة المبحوثين للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية هي أنها "تساعدهم علي الإلمام ببرامج الحكومة المقدمة للمواطنين" وذلك بمتوسط مرجح (2.40) بإتجاه موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي.
- وتمثلت أول التأثيرات الوجدانية لمتابعة المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية في "شعورهم بالرضا نحو أداء الوزارات الحكومية" بمتوسط مرجح (2.46) بإتجاه يعادل موافق علي مقياس ليكرت الثلاثي.
- وبالنسبة للتأثيرات السلوكية المترتبة علي متابعة المبحوثين للصفحات الحكومية الوزارية علي موقع الفيس بوك محل الدراسة فتمثلت في التأثيرات التالية: "مناقشة منشورات الصفحة مع الأصدقاء والأسرة" وجاءت في مقدمة التأثيرات بمتوسط مرجح (2.38) بإتجاه موافق.
- أن مستويات إعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار جاءت بإحتلال صفحة وزارة الصحة والسكان المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره (2.21)، يليها صفحة مجلس الوزراء المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قدره (2.06)، ثم صفحة وزارة التعليم العالي في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح قدره (1.90)، وأخيراً صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية بمتوسط مرجح قدره (1.88).

- أن أهم المميزات التي تتمتع بها الصفحات الحكومية الوزارية عند أداء دورها الإخباري هي سرعة نقلها للأحداث بنسبة (17.2%)، وقد لعبت سرعة الصفحات الحكومية الوزارية علي مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار دوراً مهماً في التأثير علي إعتقاد الشباب الجامعي علي تلك الصفحات كمصدر للأخبار.
- تنوع أشكال تفاعل عينة الدراسة مع منشورات الصفحات الحكومية الوزارية علي الفيس بوك، وجاء في مقدمتها حرص الباحثين علي تسجيل الإعجاب بالأخبار المنشورة "like" بنسبة (22.9%).
- أن مستويات ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار جاءت بإحتلال صفحة وزارة الصحة والسكان المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره (2.20).
- أن أهم العوامل المؤثرة التي تحدد ثقة الباحثين في الصفحات الحكومية الوزارية هي التحديث المستمر للأخبار بإستمرار حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (18.9%).
- أن أكثر العبارات في بُعد الموضوعية جاءت عبارة "تعرض الأخبار بموضوعية" في الصدارة بمتوسط حسابي قدره (2.16) بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي لتقييم الباحثين لمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار، وجاءت أكثر العبارات في بُعد الثقة عبارة سريعة في نقل الخبر عن الوسائل الأخرى بمتوسط حسابي قدره (2.17).
- أن المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصادقية الرسالة المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "التوازن – الحياد- الوضوح-الشمول والدقة تؤثر علي مصادقية الصفحات الوزارية" في الصدارة بمتوسط حسابي قدره (2.26) بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي.
- أن المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصادقية الوسيلة المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "أنها تقدم الإحصائيات والرسوم التوضيحية التي تزيد من مصداقيتها" بمتوسط حسابي قدره (2.31) بإتجاه محايد علي مقياس ليكرت الثلاثي.
- أن المتوسطات الحسابية لقياس مدي مصادقية القائم بالإتصال (المصدر) المقدمة عبر الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، حيث جاءت عبارة "نوع ملكية الصفحات الحكومية الوزارية يؤثر علي القائم بالإتصال وينعكس علي مصادقية المضمون المقدم" بمتوسط حسابي قدره (2.39) بإتجاه موافق.
- أن نسبة (50.9%) من الباحثين يهتموا إلي حد ما بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك، بينما نسبة (38.1%) من الباحثين يهتموا بتلك

- المشروعات، وأخيراً نسبة (11%) من المبحوثين لم يهتموا بالمشروعات القومية بالصفحات الوزارية بموقع الفيس بوك.
- جاء مشروع تنمية محور قناة السويس في مقدمة أهم المشروعات القومية في مصر التي تابعها المبحوثين بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك بنسبة (13.9%)، ثم مشروع التأمين الصحي الشامل في المرتبة الثانية بنسبة (12.6%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة مشروع التحول الرقمي والبنية المعلوماتية بنسبة (12.1%).
- أن أسباب متابعة الشباب الجامعي كمصدر للأخبار عن مشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك حيث جاءت "لأنها تمدني بالمعلومات حول المشروعات القومية" من أكثر أسباب المتابعة تكراراً بنسبة (13.1%) من إجمالي المبحوثين.
- أن الأخبار المنشورة علي الصفحات الحكومية الوزارية تساهم في رفع المستوي الثقافي والمعارف بالمشروعات القومية لدي الشباب الجامعي إلي حد كبير بنسبة (61.6%)، ثم تساهم إلي حد متوسط بنسبة (31.2%)، وأخيراً لا تساهم هذه الأخبار في رفع المستوي المعرفي بالمشروعات القومية بنسبة (7.25%).
- أن أهم أسباب مساهمة الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تنمية معارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية حيث جاء سبب "العمق معالجتها للمشروعات القومية من خلال تقديم أدلة كافية حولها موثقة فيديو وصور" بمتوسط مرجح قدره (2.36) بإتجاه موافق.
- أن إتجاهات المبحوثين نحو تناول الأخبار الخاصة بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك جاءت علي النحو التالي: اتسمت تغطيه الإعلام الجديد بالموضوعية بمتوسط مرجح (2.30) بإتجاه محايد.

نتائج إختبار الفروض

- تم قبول الفرض الأول جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك (صفحة مجلس الوزراء، صفحة وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، ورئاسة الجمهورية) كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.
- تم قبول الفرض الثاني القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار وثقتهم بها.
- تم قبول الفرض الثالث القائل: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي علي الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وبين مصادقيتها لديهم.

- تم قبول الفرض الرابع جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك كمصدر للأخبار تبعاً للنوع والمستوي الإقتصادي الإجتماعي ونوع التعليم.
- تم قبول الفرض الخامس القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك وإتجاهاتهم نحوها.
- تم قبول الفرض السادس القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي إهتمام المبحوثين بالمشروعات القومية بالصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك ومعارفهم نحوها.
- تم قبول الفرض السابع القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك وإتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.
- تم قبول الفرض الثامن القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادقية الصفحات الحكومية الوزارية كمصدر للأخبار بموقع الفيس بوك ومعارف الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية.

توصيات لتطوير الصفحات الحكومية الوزارية بمواقع التواصل الاجتماعي

- تواجه الجهات الحكومية العديد من المعوقات والتحديات أمام الإستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها قناة تفاعلية جديدة مع الجمهور والتي يمكن التغلب عليها باتباع الآتي:
- تخصيص أشخاص مهتمهم الرد علي الجمهور، حيث إن الجمهور في حاجة لردود من الجهات الحكومية علي إستفساراتهم.
 - متابعة إنتهاكات المستخدمين لشروط وأحكام الإستخدام بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن طريقة التعليق غير اللائقة والإهانات، قد تؤدي إلي نفور المستخدمين الآخرين من التفاعل والمشاركة بأرائهم.
 - تبني أداة بحثية لتحليل الجمهور المتابع للصفحة، لتحليل تعليقات المستخدمين من المواطنين، لفهم طريقة تفكيرهم والموضوعات التي تشغل بالهم.
 - عقد المؤتمرات والندوات حول مصادقية الإعلام الإلكتروني من أجل توعية الصحفيين بضرورة التمسك بأهم عناصر المصادقية وتوظيفها بالشكل الصحيح في العمل الصحفي من أجل كسب ثقة القراء.

المراجع:

- (1) هويدا عزوز. "دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد(76)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر 2020.
- (2) صفا عثمان. "مصادقية صفحات التواصل الإجتماعي للمؤسسات الحكومية في الإفصاح الإستباقي عن البيانات الرسمية المتعلقة بالأحداث الجارية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد(68)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2019.
- (3) علي العلكاوي. "حدود مصادقية مواقع التواصل الإجتماعي التحديات والممكنات: الفيس بوك أنموذجاً"، *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع*، العدد (51)، كلية الإمارات للعلوم التربوية، إبريل 2020.
- (4) فاطمة سعود. "مصادقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد 19) نموذجاً"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد(29)، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أكتوبر 2020.
- (5) رشا سمير محمد. "تفاعل الجمهور المصري مع الصفحات الرسمية للوزارات خلال الأزمات: دراسة تطبيقية علي الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر شبكة الفيسبوك أثناء متحور أوميكرون"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، القاهرة، العدد37، إبريل-يونيو 2022.
- (6) أسماء يحيى. "مصادقية البرامج الحوارية بالفنونات الفضائية العربية في تناول القضايا المصرية الجارية: دراسة تطبيقية"، *رسالة دكتوراه*، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2021.
- (7) أميرة محمد. "دور الصفحات الرسمية علي مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل معارف وإتجاهات طالبات جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل برؤية 2030"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، العدد(15) جامعة الأزهر، 2021.
- (8) رباب شاهين. "أثر تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الإجتماعي علي إتجاهاتهم نحو القضايا القومية: دراسة تطبيقية"، *رسالة دكتوراه*، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2020.
- (9) دينا منصور. "العلاقة بين مستويات المصادقية لمواقع القنوات الإخبارية علي الإنترنت واعتماد الشباب العربي عليها في الحصول علي المعلومات السياسية"، *رسالة دكتوراه*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2020.
- (10) علي العلكاوي. "مرجع سابق"، 2020.
- (11) نوره المرزوقي. "مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدي النخبة الأكاديمية السعودية"، *مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية*، العدد (7)، المجلد (4)، المركز القومي للبحوث غزة، 2020.
- (12) هويدا عزوز. "مرجع سابق"، 2020.
- (13) إيمان فتحي، ضحي عصام. "المعالجة الإعلامية للصفحات الرسمية للمركز الوطني للقياس عبر مواقع التواصل الإجتماعي"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد(22)، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مارس 2019.
- (14) صفا عثمان. "مرجع سابق"، 2019.
- (15) فلاح الدهمشي. "مصادقية مواقع المؤسسة الإعلامية السعودية عبر شبكات التواصل الإجتماعي كما يراها الشباب السعودي"، *مجلة القلم*، العدد (15)، جامعة القلم للعلوم الإنسانية والتطبيقية، أكتوبر-ديسمبر 2019.
- (16) هبه فريد. "الأداء الإتصالي للصفحات الرسمية الحكومية باستخدام الفيس بوك: دراسة تحليلية"، *مجلة البحث العلمي في الآداب*، العدد (19)، جامعة عين شمس، 2018.
- (17) Enrique bonson. "Twitter as atool for citizen engagement :an empirical study of the Andalusian municipalities", *government information quarterly*, 2019.

- (18) محمود جمال. "العوامل المؤثرة علي مصادقية المواقع الإلكترونية الشيعية لدي النخب الأكاديمية والإعلامية"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون*، العدد (13)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.
- (19) هشام رشدي. "مصادقية التناول الإعلامي لقضايا الفساد الإداري عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاه الجمهور المصري نحو أداء الحكومة"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد (16)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.
- (20) مريم عادل. "مصادقية معالجة مواقع الصحف الإلكترونية للأحداث الإرهابية في مصر لدي الجمهور المصري"، *رسالة دكتوراه*، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2017.
- (21) إبراهيم المرسي. "مصادقية المواقع الإخبارية لدي النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتناظر المعرفي"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد (4)، المجلد (15)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- (22) وفاء عبد الخالق. "مصادقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدي الجمهور المصري: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد (4)، المجلد (15)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- (23) Baozhou lu and other. Social representations of social media use in government :an analysis of Chinese governmentmicroblogging from citizens'perspective, *social science compute rreview*,2016,(34)(4),p418.
- (24) محمد زين. "مصادقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الإلتزام الوطني لدي الجمهور"، *مجلة دراسات الطفولة*، العدد (69)، المجلد (18)، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2015.
- (25) سماح الشهاوي. "مصادقية الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها: دراسة ميدانية علي الشباب المصري"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال*، العدد (4)، جامعة الأهرام الكندية، 2014.
- (26) مهيتاب الرفاعي. "استخدامات النخبة المصرية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو مصادقيتها"، *رسالة دكتوراه*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014.
- (27) Carolyn kim. "Credibility and digital public relations: understanding publics' perceptions of organizational credibility through social media", *PhD, regent university, school of communication and thearts*, 2014.
- (28) مني هاشم. "مصادقية مواقع بعض الصحف المصرية علي الإنترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية علي عينة من الريف والحضر"، *رسالة دكتوراه*، كلية الآداب، جامعة المنوفية، 2012.
- (29) Williams, Ann, Trust or Bust: Questioning the Relationship Between Media Trust and News Attention, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol. 56, No.1,2012.
- (30) وليد النجار. "مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الإعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية: دراسة ميدانية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (37)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011.
- (31) إنجي بركة. "إتجاهات الجمهور المصري نحو التغطية الإذاعية والتليفزيونية للمشروعات القومية: دراسة مسحية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد(1)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مارس2022.
- (32) نرمين عوجة. "إستراتيجيات الإتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقتها بمعارف وإتجاهات الجمهور المصري"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد(3)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2021.
- (33) إيمان سيد. "تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري"، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 5، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، يناير 2019.

- (34) إيمان عبد الله. "التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب الجامعي نحوها"، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 2019.
- (35) عبد القادر محمد، إبراهيم محجوب. "دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة وعي المواطن بالمشروعات القومية بمصر وأثره علي رضائه عن الأداء الحكومي"، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، العدد (1)، المجلد (43)، كلية التجارة، جامعة المنصورة، 2019.
- (36) سحر غريب. "دور أطر المعالجة الصحفية للمشروعات القومية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها"، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2018.
- (37) مروى عبد اللطيف. "مصادقية برامج الفضائيات المصرية في تغطية المشروعات القومية وعلاقتها بتعزيز الإلتفاء والطموح لدي شباب الجامعات"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد خاص، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.
- (38) أمينة عبد الرحمن، منى جابر. "دور الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشروعات القومية المصرية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد (11)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- (39) محمود عبد الحليم. "اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد (4)، المجلد (16)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- (40) علاء مرتضى. "دور التلفزيون المصري في دعم المشروعات القومية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- (41) شيرين كدواني. "مصادقية الإنترنت: العوامل المؤثرة ومعايير التقييم"، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2017)، ص 9.
- (42) شيرين كدواني. "نفس المرجع السابق"، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2017)، ص 15.
- (43) شيرين كدواني. "نفس المرجع السابق"، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2017)، ص 9-10.
- (44) هويدا مصطفى. "الإعلام والأزمات المعاصرة"، (القاهرة: دار مصر المحروسة، 2004)، ص 149.
- (45) منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان. "فنون الإتصال والإعلام المتخصص"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009)، ص 53.
- (46) Hisham M.Abdelsalam, et.al., "Social Media in Egyptian Government Websites, presence Usage and Effectiveness", *Government Information Quarterly* 30,2013, PP. 406-416 (406).
- (47) Ines Mergel, "A Framework for Interpreting Social Media Interactions in the Public Sector", *Government Information Quarterly* 30, No 4, 2013, PP.327-334.
- (48) Stephen W.Litteljohn, *Theories of Mass Communication*, (united Kingdom:Wadsworth,2002) p325.
- (49) محمد منير حجاب. "نظريات الإتصال"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص 303.
- (50) محمود علم الدين. "مصادقية الإتصال"، ط1 (القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر، 1989)، ص 11.
- (51) سماح محمدي. "اعتماد الشباب المصري علي صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك-دراسة ميدانية"، *مجلة الرأي العام*، العدد (2)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، إبريل 2019.
- (52) سالي ماهر. "إتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصادقية الصفحات الإخبارية علي مواقع التواصل الإجتماعي"، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2017.
- (53) صفا عثمان. "مرجع سابق"، 2019.
- (54) سماح محمدي. "مرجع سابق"، 2019.

- (55) أسماء مسعد. "دور الصفحات الحكومية علي الفيس بوك في رفع الوعي الصحي المصري إتجاه أزمة إنتشار فيروس كورونا كوفيد19-2020"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد(54)، ج5، يوليو2020.
- (56) نشوة سليمان. "إلتماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوي إدراك المخاطر لدي المرأة المصرية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد (54)، المجلد(54)، ج4، يوليو2020.
- (57) حسن عماد مكاوي. "نظريات الإعلام"، ط2، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2012)، ص163.
- (58) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. "نظريات الإتصال"، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009)، ص251.
- (59) هبه أبو سريع. "مواقع التواصل الإجتماعي وإنعكاساتها الإجتماعية والبيئية علي المراهقين"، رسالة ماجستير، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2019.
- (60) أميرة محمد. "مرجع سابق"، 2021.
- (61) منه الله مجدي. "إعتماد الشباب المصري علي الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.
- (62) الحسن علي. "استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2011.
- (63) Rachel Davis, Russell B Clayton, Esther Thorson, "Differences in Processing of Interactive Infographics on Different Screen Sizes and Interface Types", **Paper presented at the annual meeting of the ICA's 66th Annual Conference**, Hilton Fukuoka Sea Hawk, Fukuoka, Japan, Jun 09, 2016, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p1099889_index.html.
- (64) Christopher Seth Hamblin, "Convergence in the production of news infographics", **Master Thesis**, University of Missouri--Columbia, 2012.
- (65) Mohamed Fadl Elhadidi. "Beyond Access to Social Media: A Comparison of gratifications Interactivity, and Content Usage Among Egyptian Adults", **global media journal**, vol.16, No.30.2018.
- (66) David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. "Social Media as Information Source: regency of Updates and Credibility of Information", **Journal of Computer-Mediated Communication**. 2014
- (67) بسمة علي. "الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2017.
- (68) فاطمة سعود. "مرجع سابق"، أكتوبر2020.
- (69) إسرائ عبد الشافي، حنفي حيدر، عبد المحسن حامد. "مرجع سابق"، 2015.
- (70) Johnson ,T.J.,& KAYE ,b.k. "Reason to believe :influence of credibility on motivations for using social networks", **computers in human behavior**, 21,2015,pp. 222-288.
- (71) اسعيداني سلامي، عبد الله آل مرعي. "مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الإجتماعي لدي الإعلاميين الجزائريين: دراسة في إطار النموذج البنائي للمصادقية"، *المجلة الدولية للإعلام والإتصال الجماهيري*، العدد الأول، المجلد (3)، يناير2021.
- (72) إبراهيم المرسي. "مرجع سابق"، 2016.

- (73) عبد الله الوزان. "مصداقية وسائل التواصل الإجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي:دراسة ميدانية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد(7)، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، يونيو 2015.**
- (74) سماح محمدي. "مرجع سابق"، 2019.
- (75) صفا عثمان. "مرجع سابق"، 2019.
- (76) وليد النجار. "مرجع سابق"، 2011.
- (77) سهير عثمان. "توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الإجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الإنتقالية: دراسة ميدانية علي عينة من المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد(50)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مارس 2015.**
- (78) Carolyn kim. "Credibility and digital public relations: understanding publics' perceptions of organizational credibility through social media", **PhD, regent university, school of communication and thearts, 2014.**
- (79) أميرة أحمد سليمان. "تأثير فوضى المعلومات الإلكترونية علي مصداقية شبكات التواصل الإجتماعي: دراسة ميدانية علي عينة من جمهور شبكات التواصل الإجتماعي: **مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد(1)، المجلد(3)، المركز القومي للبحوث، غزة، 2019.**
- (80) رالا عبد الوهاب. "بناء أجندة القضايا العربية والعسكرية في صفحات المتحدث العسكري: دراسة مقارنة بين مصر وإسرائيل 2018"، **مجلة الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر-ديسمبر 2018.**
- (81) عمرو عبد الحميد. "مرجع سابق"، ديسمبر 2016.
- (82) هويدا عزوز. "مرجع سابق"، سبتمبر 2020.
- (83) إسراء عبد الشافي، حنفي حيدر، عبد المحسن حامد. "مرجع سابق"، 2015.
- (84) عمرو عبد الحميد. "مرجع سابق"، ديسمبر 2016.
- (85) Westerman,David ,patric R, spence, and brandon van der heide. "social media as information source :recency of updates and credibility of information". **journal of computer -mediated communication , 19.2,2014,pp171-183.**
- (86) نوره المرزوقي. "مرجع سابق"، 2020.
- (87) Carolyn kim. "Credibility and digital public relations: understanding publics' perceptions of organizational credibility through social media", **PhD, regent university, school of communication and thearts, 2014.**
- (88) محمود عبد الحلیم. "مرجع سابق"، 2017.
- (89) إيمان عبد الله. "مرجع سابق"، 2019.
- (90) محمود عبد الحلیم. "مرجع سابق"، 2017.
- (91) محمد زين. "مرجع سابق"، 2015.
- (92) مروة عبد اللطيف. "مرجع سابق"، مايو 2018.
- (93) عمرو عبد الحميد. "مرجع سابق"، ديسمبر 2016.
- (94) مريهان منصور. "العوامل المؤثرة علي إدراك الجمهور المصري للشائعات عبر وسائل التواصل الإجتماعي وتأثيرها علي مستوي المصداقية لديهم"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد(16)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 2018.**
- (95) عبد الله الوزان. "مرجع سابق"، يونيو 2015.
- (96) مريهان منصور. "مرجع سابق"، ديسمبر 2018.
- (97) فلاح الدهمشي. "مرجع سابق"، أكتوبر- ديسمبر 2019.
- (98) هديل فايز. "مرجع سابق"، 2014.