دور صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك في تشكيل وعي المواطنين تجاه قضايا المجتمع: دراسة ميدانية

أ. عبدالفتاح نبيل عبدالفتاح*

إشراف أ.د. شريف درويش اللبان**

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى رصد دور صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك في تشكيل وعي الجماهير تجاه قضايا المجتمع، حيث أجرى الباحث دراسة ميدانية لعينة من متابعي الصفحة قوامها 400 مبحوث، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن 20% من عينة الدراسة يتابعون صفحة النيابة العامة ضمن صفحات مؤسسات حكومية أخرى، وأن 43.7% من عينة الدراسة تتابع صفحة النيابة أحيانًا، وتصدرت قضايا التيك توك قضايا المجتمع التي يفضل عينة الدراسة البحث عنها عبر صفحة النيابة العامة بنسبة 41 % من عينة الدراسة، تلتها قضية التحرش بطفلة المعادي بنسبة 23.5%، تلتها قضية انتحار فتاة سيتي ستارز بنسبة 21.5%، وفي المؤخرة قضايا الفساد الحكومي بنسبة 14.25%، كما خلصت الدراسة إلى أن سبب (الحصول على الرواية الرسمية حول القضايا) في مقدمة أسباب متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع من خلال صفحة النيابة العامة بنسبة 60.3% من عينة الدراسة، ثم سبب (لعدم الثقة في أي معلومات حصلت عليها من وسائل أخرى حول القضايا) في المرتبة الثانية بنسبة 32.5 %.

الكلمات المفتاحية :

صفحة النيابة العامة على فيس بوك، النيابة العامة، قضايا المجتمع، صفحات فيس بوك، وعي الجماهير.

---

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

The role of the Egyptian Public Prosecution's Facebook page in building citizens' awareness of societal issues: A field study

Abstract:

The role of the Egyptian Public Prosecution's Facebook page in building citizens' awareness of societal issues - a field study

The study seeks to monitor the role of the Egyptian Public Prosecution's Facebook page in building public awareness regarding societal issues. The researcher conducted a field study of a sample of the page's followers, consisting of 400 respondents. The study concluded with many results, most notably that 20% of the study sample follows the Public Prosecution page on the pages of other government institutions, and that 43.7% of the study sample follows the Public Prosecution page sometimes.

The study also concluded that Tik Tok cases topped the societal issues that the study sample preferred to search for on the Public Prosecution page, at a rate of 41% of the study sample, followed by the case of harassment of a Maadi girl, at a rate of 23.5%, followed by the case of the suicide of a City Stars girl, at a rate of 21.5%, and at the bottom were government corruption cases, at a rate of 14.25 %.

The study also concluded that the reason for (obtaining the official version of the cases) is at the forefront of the reasons for the study sample's follow-up of community issues through the Public Prosecution's page by 60.3% of the study sample, then the reason for (lack of confidence in any information obtained from other means about the cases). In second place with 32.5%.

Keywords:

Facebook pages, Public Prosecution page, Citizens awareness, social media, Community issues.

مقدمة الدراسة:

بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك – تويتر – إنستجرام – يوتيوب – سناب شات - وغيرها) أو كما يطلق عليها "السوشيال ميديا" في مصر حوالي 50 مليون مستخدم، بحسب التقرير الصادر في يناير 2019 عن موقع "we are social " العالمي المتخصص في رصد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم.

وعقب أحداث ثورة 25 يناير، أقبلت جميع مؤسسات الدولة المصرية (وزارات – هيئات – مؤسسات – محافظات - مجالس محلية – وغيرها) على إنشاء حسابات لها في هذه المواقع، وبشكل خاص موقع (فيس بوك)، حيث يستخدمه ما يقرب من 40 مواطن مصري، بحسب تقرير شركة «كراود أنالايزر» في رصد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لعام 2019.

ولجأت مؤخرًا دول عربية كثيرة إلى هذه الوسائل الحديثة - مواقع التواصل الاجتماعي- لمعرفة رد فعل مواطنيها حول سياساتها وأدائها سواء كانت آرائها إيجابية فتعمل على زيادة إرضاء مواطنيها أكثر، أو سلبية فتعمل على تعديد مسارها وتصويب أخطائها لإرضاء مواطنيها، كما اعتمدت الحكومات العربية على هذه الوسائل الحديثة كأداة لقياس نبض الشارع حول جميع قضايا المجتمع (سياسية – اقتصادية – اجتماعية – رياضية، أو غيرها).

ومن بين هذه الدول جمهورية مصر العربية، التي اعتمدت مؤخرًا على هذه الوسائل الحديثة لقياس نبض الشارع المصري تجاه القضايا المختلفة داخل المجتمع، ورصد جميع مشكلات المواطنين والعمل على حلها بشتى الطرق، والتواصل مع المواطنين بشكل أسرع، وبطريقة تواكب التطور التكنولوجي حاليًا، لنشر أخبارها، والإعلان عن أنشطتها، ما يساعد على تحقيق الشفافية في التواصل مع المواطنين حول القضايا التي تُثار داخل المجتمع المصري، ودحض أي محاولات للترويج للشائعات التي من الممكن أن تثير البلبلة داخل المجتمع المصري.

مشكلة الدراسة:

تعتبر صفحة النيابة العامة المصرية على (فيس بوك) [1] من أهم صفحات المؤسسات الحكومية المصرية، خاصة بعد ثورة 25 يناير وما تلتها من تحقيقات ومحاكمات أبرزها محاكمة الرئيس الأسبق حسني مبارك ونجليه وعدد من رموز نظامه ووزرائه في قضايا فساد، حيث شهدت طفرة كبيرة في نشر قرارات الإحالة إلى المحاكم المختصة، وقرارات الحبس والإفراج وغيرها من أنشطة وقرارات النيابة العامة المصرية في عدد من القضايا المجتمعية مثل (قضية الفيرمونت – وقضايا التيك توك – والقبض على مسؤولين كبار في قضايا رشوة) وغيرها.

وتتركز مشكلة البحث في الكشف عن دور صفحة النيابة العامة المصرية على (فيس بوك) في تشكيل وعي الجماهير تجاه قضايا المجتمع، من حيث طبيعة محتوى هذه الصفحة، وشكل المنشورات في الصفحة، وأساليب الإقناع المستخدمة في الصفحة – وسرعة وتحديث النشر على الصفحة، ومدى استخدامها لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في منشوراتها مثل استخدام الفيديوهات والإنفوجراف وغيرها.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ندرة الدراسات العربية التي تطرقت إلى دراسة صفحة النيابة العامة المصرية على (فيس بوك)، التي شهدت تطورًا ملحوظًا عقب أحداث ثورة 25 يناير 2011 في محاولة لاستخدام أحد وسائل الإعلام الجديد، التي تحظى بالسرعة والانتشار بين جميع فئات المجتمع المصري، وإعلام المواطنين بكل ما يخص عمل النيابة العامة.
- الاستفادة من التطور التكنولوجي الكبير الذي تشهده مصر خاصة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتميز بانتشار كبير بين جميع فئات المجتمع المصري.
- استغلال خصائص موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من حيث دعمه لتحميل الصور والفيديوهات والتعليقات في التواصل مع المواطنين بشكل فعال وسريع، ومعرفة رد فعل المواطنين تجاه أداء الحكومة بشكل عام أو حول قضية معينة بشكل خاص.
- مساعدة النيابة العامة المصرية في إعلام وإخبار المواطنين بجميع التفاصيل والقرارات حول قضايا المجتمع خاصة التي تهم الرأي العام، لتحقيق مبدأ الشفافية والإعلان أولًا بأول مستجدات هذه القضايا.
- الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية في التعرف على العلاقة بين صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك وتشكيل وعي الجمهور المصري تجاه قضايا المجتمع.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على دور صفحة النيابة العامة المصرية على (فيس بوك) في تشكيل وعي الجماهير تجاه قضايا المجتمع.

وينبثق عن هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية تتمثل في:

- الكشف عن أنواع القضايا في محتوى الصفحة عينة الدراسة.
- التعرف على حالة القضايا المنشورة في محتوى الصفحة عينة الدراسة والهدف منها وأسلوب عرضها.
- تحديد اللغة المستخدمة في كتابة محتوى الصفحة عينة الدراسة والجمهور المستهدف منها.
- تحديد الهدف من نشر المحتوى بالصفحة عينة الدراسة.
- الكشف عن القيم في المحتوى المنشور على الصفحة عينة الدراسة.
- الكشف عن المصادر المستخدمة في كتابة المحتوى بالصفحة عينة الدراسة.
- رصد الاستمالات المستخدمة في كتابة محتوى الصفحة عينة الدراسة.
- التعرف على شكل المحتوى المنشور في الصفحة عينة الدراسة.
- التعرف على دورية كتابة المحتوى في الصفحة عينة الدراسة وحجمها وطرق التفاعل معها.

الدراسات السابقة:

عمل الباحث على مسح الأدبيات والدراسات الأكاديمية العربية والأجنبية في مجال الدراسات الإعلامية ذات الصلة بمجال الدراسة، ويعرض الباحث الدراسات السابقة ضمن محورين رئيسيين على النحو التالي:

- دراسات تناولت استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) بشكل خاص
- دراسات تناولت استخدام الجمهور للإعلام الجديد بشكل عام.

أولًا: دراسات تناولت استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) بشكل خاص:

هدفت دراسة (منة الله مجدي – 2018) [2] إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، وتأثيرها على اتجاهاتهم حول القضايا المختلفة، حيث توصلت الدراسة إلى أن أكثر من 61 % من عينة الدراسة يناقشون المحتوى المنشور على هذه الصفحات، كما أشارت إلى ميل المبحوثين إلى المحتوى المنشور المصحوب بفيديو بنسبة 66 %، و61 % من عينة الدراسة أن القضايا المنشورة على هذه الصفحات لا يتم مناقشتها في الإعلام التقليدي.

كما سعت دراسة (Marina Ibrahim 2017) [3] إلى التعرف على تأثيرات ارتباط أعضاء مجموعات فيس بوك في عالمهم الواقعي، وقياس مدى ثقتهم في أنفسهم، حيث توصلت الدراسة إلى أن يعتبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك أداة اجتماعية مهمة في تناول الأخبار والتفاعل مع الآخرين لدى غالبية عينة الدراسة، ومصدرًا للحصول على الوظائف وزيادة الوعي في كثير من الأحداث أو القضايا التي لا تبثها أو تنشرها وسائل الإعلام الأخرى، كما توصلت الدراسة إلى أن فيس بوك يعتبر وسيلة لمشاركة وانتشار الأحداث مع المستخدمين له بعضهم البعض، لإثبات لأنفسهم أنهم مشاركين اجتماعيًا، كما يعتبر فيس بوك وسيلة للترفيه وكتابة الآراء والتعليقات تجاه قضايا معينة لما يتمتع به من حرية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

وسعت دراسة (إيمان السيد جمعة 2016) [4] إلى معرفة دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن فيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المغتربون، ويعتمدون عليه كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية في مصر، كما توصلت الدراسة إلى استخدام المغتربين عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي، كما توصلت الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة يقرأون الموضوعات السياسية.

هدفت دراسة (أيمن محمد بريك 2016) [5] إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشباب عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل 5 مرات في الأسبوع، وجاء موقع فيس بوك في المرتبة الأولى التي يعتمد عليها المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 96 %، ثم

تويتر، ثم يوتيوب، كما توصلت الدارسة إلى أن درجة وعي الشباب عينة الدراسة من خلال متابعتهم لها عبر مواقع التواصل.

وسعت دراسة (علي السيد طنش، سهير صالح، هبة جودة 2016) [6] إلى معرفة دور موقع فيس بوك في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الإعلام التربوي، حيث كشفت نتائج الدراسة عن أن فيس بوك جاء في المرتبة الأولى، حيث يعتبر الأكثر استخدامًا بين أفراد عينة الدراسة، كما توصلت إلى أن 67 % من عينة الدراسة أن فيس بوك يزيد من وعيهم مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، كما أن 87 % من عينة الدراسة اعتمدوا على فيس بوك في فهم بعض القضايا الاجتماعية، كما يتعرض 50 % من عينة الدراسة إلى استخدام فيس بوك من ساعة إلى 3 ساعات.

وهدفت دراسة (سماح الصفدي، دينا أبوشعبان 2015) [7] إلى معرفة مدى توظيف الشباب لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في تنمية الفكر الإبداعي والريادي، حيث توصلت الدراسة إلى أن فيس بوك يساهم في توفير المعلومات التقنية والأخبار الحديثة في عالم الأعمال، ما يؤكد على دور فيس بوك في تطوير الأفكار الريادية بحسب عينة البحث، كما توصلت الدراسة إلى اهتمام الخريجين وخاصة الرياديين منهم بموقع فيس بوك، كما توصلت الدراسة إلى أن فيس بوك مصدرًا مميزًا في الحصول على فرص التمويل والمشاركة في برامج التدريب المناسبة لهم، كما توصلت الدراسة إلى أن الرياديون يعتبرون فيس بوك منصة مهمة للترويج لمشاريعهم وبيع منتجاتهم.

كما سعت دراسة (سناء جلال عبدالرحمن 2015) [8] إلى الكشف عن دور صفحات فيس بوك العربية في خلق ونشر مقاومة الشائعات، حيث توصلت الدراسة إلى أن المجال السياسي جاء في مقدمة المجالات التي تركز عليه الشائعات وتهمتم الصفحات عينة الدراسة دحضها ومواجهتها، وتوصلت الدراسة إلى أن صفحات فيس بوك الشخصية المصدر الأول للشائعات التي حرصت الصفحات عينة الدراسة على مواجهتها، كما توصلت الدراسة إلى أن طرق إطلاق الشائعات كان أبرزها التلاعب في الصورة الفوتوغرافية، واختلاق معلومات غير صحيحة، كما توصلت إلى وجود تفاوت كبير بين حجم تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الشائعة ومع دحضها أو تكذيبها.

دراسة (أفنان طلعت عبدالمنعم 2015)[9] هدفت إلى معرفة أسباب إقبال الشباب على استخدام الشبكات الاجتماعية، والإشباعات المتحققة منها، وأجريت على عينة قوامها 400 مفردة، وتوصلت إلى أن الشباب يلجؤون لهذه المواقع للتواصل وإشباع الدوافع الاجتماعية، وجاء "فيس بوك" في مقدمة المواقع التي يستخدمها الشباب لتلبية احتياجاتهم، كما جاء معرفة الأخبار في المرتبة الثانية، والحصول على المعلومات العامة في المرتبة الأخيرة.

دارسة (نوره عبدالله 2014)[10] هدفت إلى التعرف على أثر تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع فيس بوك بشكل خاص على إدراكهم للقضايا والأحداث الجارية، عن أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدر مهم للمعلومات

والأخبار مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، وارتفاع درجة مساهمة المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة وإدراك المبحوثين للقضايا.

وسعت دراسة (شيماء العزب 2014) [11] إلى التعرف على علاقة الشبكات الاجتماعية بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، حيث توصلت الدراسة إلى أن غلب اتجاه المبحوثين عينة الدراسة إلى الاتجاه الإيجابي نحو فيس بوك كمجال عام، ونحو دوره في تغطية أحداث الثورة، كما توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الاشتراك في المجموعات التي تهتم بالشأن السياسي على موقع فيس بوك، كما توصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة كانوا يتابعون المجموعات السياسية على فيس بوك قبل ثورة 25 يناير، ولم يكن لقيام الثورة تأثير ملحوظًا في إقبال أفراد العينة على الانضمام إلى هذه المجموعات السياسية.

وهدفت دراسة (أحمد يونس 2013) [12] إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن موقع فيس بوك من أكبر المواقع الاجتماعية استخدامًا وتفاعلًا من قبل عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أهمية كبيرة لدى المبحوثين لزيادة وعيهم تجاه القضايا المجتمعية المختلفة، وتعتبر نافذة فريدة من نوعها لحرية التعبير، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مراقب للبيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث، وتعمل على فتح قنوات تواصل مباشرة بين الجمهور وصناع القرار بكل سهولة.

ثانيًا: دراسات تناولت استخدام الجمهور للإعلام الجديد بشكل عام:

سعت دراسة (إيمان صابر 2017) [13] إلى التعرف على دوافع استخدام منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري، وطبيعة المحتوى والمضامين التي يتعرضون إليها من خلال متابعتها، حيث توصلت الدراسة إلى أن موقع فيس بوك يعتبر أكثر وأهم مواقع الإعلام البديل استخدامًا من قبل عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى أن تعتبر الصفحات الشخصية لغالبية عينة الدراسة تستخدم للتعبير عن آرائهم السياسية لما تتمتع به بقدر كبير من الحرية في التعبير عن هذه الآراء، مقارنة بأي وسيلة إعلامية أخرى.

وسعت دراسة (رضا عبدالواجد أمين 2017) [14] إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، حيث تولت الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة أكدت أن وسائل الإعلام الجديد تقدم معلومات محدودة عن التنمية المستدامة، كما توصلت الدراسة إلى أن 86 % من عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل خاص فيس بوك في الحصول على المعلومات حول التنمية المستدامة.

وهدفت دراسة (نورهان رجب 2017) [15] إلى معرفة تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، حيث توصلت الدراسة إلى أن كلما ارتفعت المشاركة السياسية للشباب ارتفع تبعًا لذلك معدل استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، كما توصلت الدراسة إلى أن 37 % من عينة الدراسة يمكن أن يشجعهم استخدام فيس بوك على المشاركة السياسية، كما توصلت الدراسة إلى أن 50 % من عينة الدراسة شجعهم استخدام فيس بوك على المشاركة في إحدى المظاهرات.

كما هدفت دراسة (محمود محمد مهنا 2017) [16] إلى التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وخاصة وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير المجتمعي، حيث توصلت الدراسة إلى أنه يمكن توظيف تكنولوجيا الاتصال كأداة للتسويق المجتمعي، وبخاصة بوسائل الإعلام المجتمعي، كما توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي تقوم بدور مؤثر في إحداث التغيير جميع الانظمة السياسية في المجتمع.

وسعت دراسة (تامر محمد صلاح 2017) [17] إلى معرفة دور موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في اكتساب المعرفة ودعم الحوار وتقبل الرأي الآخر بين الشباب العربي، حيث توصلت الدراسة إلى أن جاء فيس بوك في المرتبة الأولى كأهم موقع اجتماعي الذي يعتمد عليها أفراد العينة كمصدر للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن 88 % من عينة الدراسة يستخدمون فيس بوك لتوفيره احتياجاتهم.

كما سعت دراسة (Chris Lonergan, Nicholas Hedley 2015) [18] إلى التعرف على استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإعلام لمساعدة المجتمع من خطر موجات تسونامي، حيث أوضحت الدراسة كيفية استخدام التكنولوجيا التفاعلية لمساعدة المجتمع من خطر تسونامي من خلال إطلاق موقع إلكتروني تفاعلي يقوم بعرض خرائط افتراضية وعمليات لمحاكاة تسونامي، وتوضيح كيفية إدارة الطوارئ، لمساعدة المواطنين لتحذير وتخفيف من هذه الكارثة الطبيعية.

دراسة (إيمان السيد غريب 2015) [19] هدفت إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دراسة مسحية على عينة من الصحفيين في مؤسسات صحفية وإعلامية، وتوصلت إلى أن 97% من عينة الدراسة يستخدمون هذه المواقع، وكانت أهدافهم في الاستخدام تحقيق السبق والانفراد وزيادة المبيعات لمواجهة المنافسة الكبيرة، كما كشفت الدراسة عن أن 42% من عينة الدراسة يرون أن الموضوعات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بحرية وعدم وجود رقابة عليها مقارنة بالمؤسسات الإعلامية.

دراسة (هاجر حلمي دسوقي 2015) [20] هدفت إلى التعرف على علاقة تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي، وأجريت على عينة قوامها 400 طالب وطالبة من 3 4 جامعات حكومية وخاصة، وتوصلت إلى أن 77% من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، و60 % من العينة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، وجاءت التسلية والترفيه في مقدمة أسباب استخدام العينة للإنترنت، 89% من عينة الدراسة يستخدمون "فيس بوك"، وتوصلت أيضًا إلى أن 47% من عينة الدراسة يرون أن الإنترنت يؤثر على القضاء على الإعلام التقليدي، و48% من عينة الدراسة يرون أن العلاقة بين الإنترنت والغعلام التقليدي هي علاقة تكاملية.

وهدفت دراسة (لمياء محسن 2015) [21] إلى التعرف على معدلات تعرض النخبتين الأكاديمية والإعلامية المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية والعربية، حيث توصلت الدراسة إلى أن موقعي التواصل الاجتماعي العربي الأجنبي ويمثلهما "ياهو – مكتوب"، وفيس بوك يقدمان مادة إخبارية متنوعة جعلهما من المواقع التي تحظى بقبول لدى

عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى تميز "ياهو – مكتوب" بالسيطرة على المحتوى المنشور على صفحاته، ما يمنع ظهور محتوى غير أخلاقي عكس فيس بوك، كما توصلت الدراسة إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ولا يمكن الاستغناء عنه لدى مستخدمي الإنترنت.

وهدفت دراسة (أسامة محمد عبدالرحمن 2014) [22] إلى التعرف على دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، حيث توصلت الدراسة إلى أن فيس بوك جاء في مقدمة مصادر معرفة عينة البحث للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر، كما توصلت إلى أن وعي الذكور أكبر من الإناث بقضايا الفساد في مصر، كما توصلت إلى أنه كلما زاد التعرض إلى مواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة المعرفة بقضايا الفساد في مصر.

دراسة (رندا عمر باعشن 2013)[23] هدفت إلى معرفة مفهوم الإعلام الإلكتروني، وأهم أشكاله التي تتمثل في الصحف والمواقع الإلكترونية والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، والآثار الإيجابية والسلبية لمختلف أشكال الإعلام الإلكتروني في التأثير على معرفة الشباب وآرائهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم.

وكشفت الدراسة عن أن الشباب يتابع الإعلام الإلكتروني عادة بواسطة الهواتف المحمولة، ومتوسط ساعات المتابعة من 2 إلى 3 ساعات، كما توصلت الدراسة إلى أن متابعة الإعلام الإلكتروني تعد السبب الرئيس الذي يدفع الشباب لاستخدام شبكة الإنترنت، ويفضل الشباب مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من بقية أشكال الإعلام الإلكتروني، كما توصلت الدراسة إلى أن 93.9 % من عينة الدراسة البالغة 130 فردًا ساهم موقع "فيس بوك" في تكوين توجهاتهم السياسية في فترة الربيع العربي.

وسعت دراسة (خالد جمال عبده 2013) [24] إلى معرفة علاقة الشباب الجامعي المصري بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، حيث توصلت الدراسة إلى أن موقع فيس بوك جاء في المرتبة الأولى لمواقع الإعلام البديل التي يتعرض لها عينة الدراسة، يليه التليفزيون ثم مواقع الصحف الإلكترونية ثم تويتر، بلغت نسبة ال1يت يتعرضون لمواقع الإعلام البديل 46 % من عينة الدراسة، كما كشفت الدراسة عن ارتفاع معدل تعرض عينة الدراسة إلى هذه المواقع بعد ثورة 25 يناير، وبلغ نسبة 61 % من عينة الدراسة يتابعون هذه المواقع لمتابعة القضايا السياسية والشؤون العامة في المجتمع.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في زيادة الاطلاع على المجال البحثي الخاص بالإعلام الجديد، ومواقع التواصل الاجتماعي، وبأهمية ومميزات موقع "فيس بوك" وتأثيراته على الجمهور، وتحديد أبعاد دراسته، والأهداف التي يسعى لإنجازها، والتعرف على آخر النتائج التي توصل إليها الباحثين السابقين.
- ناقشت أغلب الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة من خصائصها، ومدى استفادة الحكومات منها في معرفة آراء المواطنين تجاه سياساتهم وقراراتهم، بينما لم تتطرق إلى الكشف عن علاقة المواطنين بصفحات المؤسسات

الرسمية المصرية على "فيس بوك" ومدى رضا المواطنين عن أدائها، ومعرفة الحكومة رد فعل المواطنين بطريقة مباشرة وشفافة وسريعة على قراراتها وسياساتها من خلال تفاعلهم مع هذه الصفحات.

- لوحظ ندرة الدراسات التي تناولت تحليل مضمون الصفحات الرسمية للمؤسسات المصرية على "فيس بوك" بشكل عام وصفحة النيابة العامة المصرية بشكل خاص، وكذلك رصد رد فعل المواطنين تجاه قراراتها بشكل شفاف وسريع.
- ركزت أغلب الدراسات على بحث وتحليل صفحات على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" غير الرسمية، وتأثير هذه الصفحات على الشباب سياسيًا أو من حيث الإدراك أو الوعي، ولكن لم تطرق غالبية الدراسات إلى تحليل ورصد طريقة تعامل الحكومات بشكل عام والمصرية بشكل خاص مع مواقع الإعلام البديل وخاصة "فيس بوك"، وطريقة إدارتها لهذه الصفحات، وكيفية تعاملها مع ردود فعل المواطنين تجاه سياساتها وإدارتها، ورصد ردود فعل المواطنين تجاه سياسات الحكومة.
- التعرف على الدراسات التي تناولت جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة الكثير عن طبيعة هذا الجمهور (العمر، النوع، المستوى التعليمي، الاجتماعي، المادي، اوقات التعرض لهذه المواقع)، وتفضيلات الجمهور لمحتوى هذه المواقع (نص مكتوب، أو صور فوتوغرافية، أو فيديو أو غير ذلك).
- كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في المجال، من ضبط الإجراءات المنهجية للبحث، واختيار الإطار النظري، الذي يساعد على تفسير نتائج الدراسة.
- تحديد المحاور لعرض الدراسات السابقة.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- الصفحة الرسمية على فيس بوك: هي الصفحة التي ينشئها أشخاص أو شركات أو مؤسسات على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وتقوم شركة فيس بوك بتوثيقها بعد التأكد من هويتها بوضع "العلامة الزرقاء" عليها، ويمكنهم من خلالها كتابة منشورات أو نشر أخبار أو صور وفيديوهات يشاهدها كل من يتابع هذه الصفحة.
- صفحة النيابة العامة المصرية: هو الصفحة لرسمية للنيابة العامة المصرية وتهتم بنشر جميع قراراتها حول القضايا المختلفة وجهات التحقيق، وكذلك أنشطتها وأنشطة النائب العام المصري باعتباره المسؤول الأول عن هذه المؤسسة القضائية.
- قضايا المجتمع: يقصد بها الباحث جميع القضايا والحوادث التي تخضع للتحقيق بواسطة النيابة العامة باعتبارها الجهة المسؤولة عن توجيه الاتهامات لكل من يمارس أي عمل يخترق القانون، وتوجه له التهم طبقًا للقانون، خاصة القضايا التي تشغل الرأي العام المصري.
- وعي الجمهور: يقصد بها الباحث إدراك ومعرفة المواطنين المصريين بقضية ما داخل المجتمع، والإلمام بجميع جوانبها.

تساؤلات الدراسة:

- ما طبيعة محتوى صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك (بيانات – صور – فيديوهات أو غيرها)؟
- ما القضايا التي يتابعها الجمهور من خلال صفحة المتحدث باسم رئاسة الجمهورية
- هل تعرض صفحة المتحدث باسم رئاسة الجمهورية القضايا المجتمعية بموضوعية وحيادية؟
- هل تستخدم صفحة المتحدث مميزات الإعلام الرقمي مثل الصور والفيديوهات والإنفوجراف؟
- هل تنشر الصفحة منشوراتها بشكل سريع وقت وقوع قضية معينة؟
- هل تنشر الصفحة محتوى عن جميع القضايا المجتمعية أم تهتم بقضايا معينة فقط؟

الإطار النظري:

اعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تحاول فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، لمعالجة المشكلة البحثية بالدراسات السابقة التي ناقشت الاعتماد على فيس بوك، والدراسات التي تناولت جمهور فيس بوك، وكذلك الدراسات التي تناولت الإعلام البديل.

اختبار الصدق والثبات:

يقصد بالصدق في تحليل المضمون مدى قدرة الأداة (استمارة تحليل المضمون) على قياس ما وضعت لقياسه، ويعد الصدق الظاهري من أهم أنواع الصدق في معظم دراسات تحليل المضمون ويتحقق الصدق الظاهري من خلال وضع تعريفات واضحة ومحددة للفئات وتنفيذ إجراءات التحليل، كما تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين من ذوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعة للتأكد من صدق الأداة[25].

ويقصد بالثبات تكرار تطبيق الأداة على نفس وحده التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، واعتمد الباحث على أسلوب تطبيق الاستمارة، ثم إعادة تطبيقها مره أخرى بعد فترة زمنية مدتها 15 يومًا من التطبيق للاستمارة مرة أخرى وتطبيق معادلة "هوليستي" وصلت إلى نسبه ثبات قدرها 87% مما يشير إلى ثبات الأدوات البحثية.

الإطار الإجرائي:

- نوع الدراسة ومنهجها: تعتبر الدراسة من البحوث الوصفية حيث تهدف إلى دراسة علاقة صفحة النيابة العامة على (فيس بوك) بوعي الجمهور تجاه قضايا المجتمع، وتستند الدراسة إلى منهج المسح بإجراء دراسة ميدانية لمتابعي الصفحة.
- أدوات جمع البيانات: تم تصميم استمارة استبيان وتوزيعها على 400 مبحوث من متابعي الصفحة مع مراعاة العوامل الديموغرافية لهم، للتعرف على آراء الجمهور حول صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك، ومدى مصداقيتها، ومدى مساهمتها في تشكيل وعيهم تجاه قضايا المجتمع.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (1)
قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحور	معامل ألفا (معامل الثبات)
مقياس مميزات صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك ودرجة الثقة فيها، وكيفية معالجتها لقضايا المجتمع	0.819
مقياس حول متابعة صفحة النيابة العامة على فيس بوك (عينة الدراسة)	0.805
صحيفة الاستبيان كاملة	%84
الصدق الذاتي	%91.6

يكشف الجدول السابق ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة التي جميعها تستهدف دور صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك في تشكيل وعي المواطنين تجاه قضايا المجتمع

واتسمت كافة المقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عبارتها في قياس الهدف منها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (84 %) وجاءت قيم الثبات للمقاييس مرتبة من الأعلى قيمة فالأقل وذلك على النحو التالي:

- جاء قيمة معامل الثبات لمقياس مميزات صفحة النيابة العامة المصرية للمؤسسات على فيس بوك ودرجة الثقة فيها، وكيفية معالجتها لقضايا المجتمع بقيمة (0.819).
- جاء قيمة معامل الثبات لمقياس حول متابعة صفحة النيابة العامة على فيس بوك (صفحة الدراسة) بقيمة (0.805).

جدول رقم (2)
خصائص عينة الدراسة الميدانية

البيانات الأساسية		ك	%
النوع	ذكر	125	31.3
	انثي	275	68.8
	الإجمالي	400	100
الحالة الاجتماعية	أعزب	330	82.5
	متزوج	62	15.5
	مطلق	8	2
	الإجمالي	400	100
السن	من 15 إلى 20 عامًا	235	58.8
	من 20 إلى 30 عامًا	87	21.8
	من 30 إلى 40 عامًا	51	12.8
	أكثر من 40 عامًا	27	6.8
	الإجمالي	400	100
المستوى التعليمي	تعليم جامعي	344	86
	تعليم فوق جامعي (دبلومة – ماجستير – دكتوراه)	56	14
	الإجمالي	400	100
المحافظة	القاهرة الكبرى	294	73.5
	وجة بحري	98	24.5
	وجة قبلي	8	2
	الإجمالي	400	100

الدخل الشهري	أقل من 3 آلاف جنيه	149	37.3
	من 4 إلى 9 آلاف جنيه	150	37.5
	من 10 إلى 15 آلاف جنيه	59	14.8
	أكثر من 15 ألف جنيه	42	10.5
	الإجمالي	400	100

تُوضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدِّرَاسَةِ)، حيث جاءت علي النحو التَّالي:

- جاء مشاركة نسبة 31.3% من عينة الدراسة الذكور في مقابل نسبة 68.8% من الإناث.
- جاء مشاركة نسبة 58.8% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (15 إلى 20 عامًا)، ونسبة 21.8 % في الفئة العمرية (20 إلى 30 عامًا)، و12.8 % في الفئة العمرية (30 إلى 40 عامًا)، و6.8 % في الفئة العمرية (أكثر من 40 عامًا).
- جاء نسبة 82.5 % من عينة الدراسة حالتهم الاجتماعية عزاب، في مقابل نسبة 15.5% من عينة الدراسة متزوجون، بينما جاء نسبة 2 % مطلقون.
- جاء نسبة 84 % % من عينة الدراسة حاصلون على تعليم جامعي، بينما نسبة 14 % من الحاصلين على تعليم فوق الجامعي (ماجستير – دكتوراه – دبلومة).
- جاء نسبة 73.5 % من عينة الدارسة من قاطني القاهرة الكبرى (القاهرة – الجيزة – القليوبية)، ونسبة 24.5% من قاطني محافظات وجه بحري، ونسبة 2 % من قاطني محافظات وجه قبلي.
- جاء نسبة 37.3 % من عينة الدراسة من أصحاب فئة الدخل الشهري (أقل من 3 آلاف جنيه)، ونسبة 37.3 % من أصحاب فئة الدخل الشهري (من 4 إلى 9 آلاف جنيه)، ونسبة 14.8 % من أصحاب فئة الدخل الشهري (من 10 إلى 15 ألف جنيه)، ونسبة 10.5 % من أصحاب فئة الدخل الشهري (أكثر من 15 ألف جنيه).

ثانيًا: أداوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات, التى اعتمدت عليها الدراسة محل البحث, فى استمارة الاستبيان, حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة, والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها, وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة .

ثالثًا: اختباري الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها, وذلك على النحو التالى:

- **اختبار الصدق (Validity):**

ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظري أو

المفهوم المراد قياسه, وللتحقق من صدق المقياس المستخدم فى البحث, تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

- **اختبار الثبات (Reliability)**:

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن فى النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التى تؤدى لظهوره فى كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالى:

قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, والذى وصل إلى 91.6 %, مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

رابعًا: التحليل الإحصائي للبيانات:

قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار فى قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الاحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري, وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبى الذي يحسب من المعادلة:
(المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

متابعة عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك ضمن صفحات مؤسسات حكومية أخرى.

جدول رقم (3)

متابعة عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
صفحة وزارة التربية والتعليم	197	49.3
صفحة المتحدث باسم رئاسة الجمهورية	172	43.0
صفحة وزارة الصحة	152	38.0
صفحة رئاسة مجلس الوزراء	126	31.5
صفحة وزارة الداخلية	96	24.0
صفحة المتحدث العسكري	87	21.8
صفحة النيابة العامة	80	20.0
صفحة وزارة البيئة	49	12.3
صفحة هيئة الرقابة الإدارية	38	9.5
صفحة وزارة النقل	31	7.8
صفحة هيئة قناة السويس	17	4.3
الإجمالي	400	

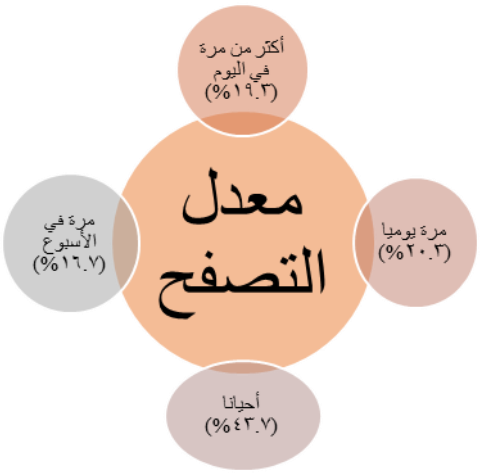
يكشف الجدول السابق عن متابعة عينة الدراسة للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المصرية على فيس بوك، حيث جاء في المقدمة متابعة صفحة وزارة التربية والتعليم بنسبة 49.3% من إجمالي عينة الدراسة، ثم متابعة صفحة المتحدث باسم رئاسة الجمهورية بنسبة 43%، ثم صفحة وزارة الصحة بنسبة 38%، ثم صفحة رئاسة مجلس الوزراء بنسبة 31.5%، ثم صفحة وزارة الداخلية بنسبة 24%، ثم صفحة المتحدث العسكري بنسبة 21.8%، ثم صفحة النيابة العامة المصرية بنسبة 20% من عينة المحتوى.

جدول رقم (4)

معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
أكثر من مرة في اليوم	77	19.3
مرة يوميًا	81	20.3
مرة أسبوعيًا	67	167
أحيانًا	175	43.7
الإجمالي	400	100

يكشف الجدول السابق عن معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك، حيث جاء في المقدمة متابعة هذه الصفحات أحيانًا بنسبة متابعة هذه الصفحات أحيانًا بنسبة 43.7% من عينة الدراسة، ثم متابعتها مرة يوميًا بنسبة 20.3%، ثم متابعتها أكثر من مرة في اليوم بنسبة 19.3%، وفي المؤخرة متابعة هذه الصفحات مرة أسبوعيًا بنسبة 16.7%.



شكل رقم (1)
يوضح معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك

جدول رقم (5)
الطريقة التي تستخدمها عينة الدراسة لتصفح صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
عبر تطبيق فيس بوك على الموبايل أو التابلت أو غيرها	366	91.5
عبر الكمبيوتر أو اللاب توب	34	8.5
الإجمالي	400	100

يكشف الجدول السابق الطريقة التي تستخدمها عينة الدراسة لتصفح صفحة النيابة العامة على فيس بوك، حيث جاء في المقدمة استخدام تطبيق فيس بوك على الموبايل أو التابلت أو غيرها لتصفح الصفحات بنسبة 91.5 من عينة الدراسة، بينما جاء استخدام الكمبيوتر أو اللاب توب لتصفح هذه الصفحات بنسبة 8.5%.

شكل رقم (2)
يوضح الطريقة التي تستخدمها عينة الدراسة لتصفح صفحة النيابة العامة على فيس بوك

جدول رقم (6)
طبيعة قضايا المجتمع التي يبحث عنها عينة الدراسة عبر صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
سياسية	209	52.3
اقتصادية	200	50.0
اجتماعية	189	47.3
حوادث وقضايا	162	40.5
صحية	139	34.8
فنية	119	29.8
رياضية	103	25.8
الإجمالي	400	

تصدرت القضايا السياسية قضايا الشأن العام التي يفضل عينة الدراسة البحث عنها صفحة النيابة العامة على فيس بوك بنسبة 52.3 % من عينة الدراسة، وجاءت القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة 50 %، ثم جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 47.3%، فيما جاءت القضايا الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة 25.8 % من عينة الدراسة.

جدول رقم (7)
أسباب متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع من خلال صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
الحصول على الرواية الرسمية حول القضايا	241	60.3
لعدم الثقة في أي معلومات حصلت عليها من وسائل أخرى حول القضايا	130	32.5
لمقارنة ما حصلت عليه من معلومات من مصادر مختلفة حول القضايا	130	32.5
لسرعة نشرها البيانات الرسمية حول هذه القضايا	127	31.8
لاستخدامها صور ورسوم بيانية وفيديوهات لعرض جميع جوانب القضايا	70	17.5
لتميزها بالشفافية في معالجتها للقضايا	57	14.3
لاستخدامها استراتيجيات إقناع في معالجة القضايا	43	10.8
الإجمالي	400	

جاء سبب (الحصول على الرواية الرسمية حول القضايا) في مقدمة أسباب متابعة عينة الدراسة لقضايا المجتمع من خلال صفحة النيابة العامة على فيس بوك بنسبة 60.3% من عينة الدراسة، ثم سبب (لعدم الثقة في أي معلومات حصلت عليها من وسائل أخرى حول القضايا) في المرتبة الثانية بنسبة 32.5 %، ثم سبب (لسرعة نشرها البيانات الرسمية حول هذه القضايا) في المرتبة الثالثة بنسبة 31.8 %، وفي المؤخرة سبب (لاستخدامها استراتيجيات إقناع في معالجة القضايا) بنسبة 10.8% من عينة الدراسة.

جدول رقم (8)
شكل المنشور الذي تفضله عينة الدراسة في عرض محتوى صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
منشور يحتوي على نص + صور	220	55.0
منشور يحتوي على نص + فيديو	195	48.8
منشور يحتوي نص + إنفوجراف أو رسوم	121	30.3
منشور يحتوي على صور وفيديو	96	24.0
منشور يحتوي على نص فقط	41	10.3
منشور يحتوي على فيديو فقط	36	9.0
منشور يحتوي على صور فقط	27	6.8
الإجمالي	400	

جاء شكل المنشور الذي تفضله عينة الدراسة في عرض محتوى صفحة النيابة العامة على فيس بوك (منشور يحتوي على نص + صور) في المقدمة بنسبة 55 % من عينة الدراسة، ثم جاء شكل (منشور يحتوي على نص + فيديو) في المرتبة الثانية بنسبة 48.8 %، ثم شكل (منشور يحتوي على نص + إنفوجراف أو رسوم) في المرتبة الثالثة بنسبة 30.3 %، وفي المؤخرة جاء شكل (منشور يحتوي على صور فقط) بنسبة 6.8 % من عينة الدراسة.

جدول رقم (9)
أشهر قضايا المجتمع التي تابعتها عينة الدراسة خلال صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
قضايا التيك توك	164	41
قضية التحرش بطفلة المعادي	93	23.5
انتحار فتاة سيتي ستارز	86	21.5
قضايا الفساد في القطاع الحكومي	57	14.25
الإجمالي	400	

جاءت قضايا التيك توك في مقدمة قضايا المجتمع التي تابعتها عينة الدراسة من خلال صفحة النيابة العامة على فيس بوك عام 2021 بنسبة 41 % من عينة الدراسة، تلتها قضية التحرش بطفلة المعادي بنسبة 23.5%، تلتها قضية انتحار فتاة سيتي ستارز بنسبة 21.5%، وفي المؤخرة قضايا الفساد بالقطاع الحكومي بنسبة 14.25%.

جدول رقم (10)
تقييم عينة الدراسة لمميزات صفحة النيابة العامة على فيس بوك

العباره	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تُشكّل وعيّ الجمهور نحو قضايا المجتمع	71	17.8	179	44.8	129	32.3	16	4	5	1.3	3.738	0.8399	74.8
تستخدم الإنفوجراف والرسوم البيانية	89	22.3	147	36.8	125	31.3	33	8.3	6	1.5	3.7	0.9551	74.0
تستخدم الفيديوهات والصور في غالبية منشوراتها	75	18.8	164	41	135	33.8	17	4.3	9	2.3	3.698	0.8989	74.0
تنشر محتوى جيد وجذاب ومُقنع حول قضايا المجتمع	75	18.8	162	40.5	138	34.5	18	4.5	7	1.8	3.7	0.8843	74.0
تعرض القضايا بشكل متوازن وحيادي	79	19.8	153	38.3	135	33.8	23	5.8	10	2.5	3.67	0.9398	73.4
تنشر محتوى بشكل منتظم يوميًا	68	17	160	40	142	35.5	26	6.5	4	1	3.655	0.8706	73.1
ترد على تعليقات أو استفسارات المتابعين	58	14.5	110	27.5	169	42.3	46	11.5	17	4.3	3.365	1.0046	67.3

توضح نتائج الجدول السابق تقييم عينة الدراسة تقييم عينة الدراسة لمميزات صفحة النيابة العامة على فيس بوك، حيث جاءت ميزة تشكيل وعي الجمهور تجاه قضايا المجتمع في المرتبة الأولى بوزن نسبي 74.8 درجة، تليها ميزة استخدام الرسوم البيانية والإنفوجراف بوزن نسبي 74 درجة، تليها ميزة استخدام الصور والفيديوهات في غالبية منشوراتها بوزن نسبي 74 درجة، وميزة عرض القضايا بشكل متوازن وحيادي بوزن نسبي 73.4 درجة، وفي المؤخرة ميزة الرد على تعليقات أو استفسارات المتابعين بوزن نسبي 67.3 درجة.

جدول رقم (11)
مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لمميزات صفحة النيابة العامة على فيس بوك

تقييم عينة الدراسة لمصداقية المحتوي المقدم علي صفحة النيابة العامة	ك	%
منخفض	10	2.5
متوسط	187	46.8
مرتفع	203	50.7
الإجمالي	400	100

من الجدول السابق يتضح مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لمميزات الصفحة الرسمية للنيابة العامة على فيس بوك، حيث جاء تقييم عينة الدراسة للصفحة بشكل مرتفع بنسبة 50.7 % من عينة الدراسة، بينما جاء تقييم عينة الدراسة للصفحة بشكل متوسط بنسبة 46.8 %، وفي المؤخرة جاء تقييم عينة الدراسة للصفحات بشكل منخفض بنسبة 2.5 %، ما يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة ترى أن الصفحة الرسمية للنيابة العامة على فيس بوك تتمتع بشكل كبير بالعديد من المميزات من قبل متابعيها من مصداقية وتشكيل وعي الجماهير تجاه قضايا المجتمع، ونشر محتوى بشكل منتظم حال اندلاع القضية، واستخدامها الحجج والبراهين من صور وفيديوهات وإنفوجراف في محتواها، ما يساعد على تغطيتها الفعالة والمقنعة لقضايا المجتمع.

جدول رقم (12)
عيوب صفحة النيابة العامة على فيس بوك من وجهة نظر عينة الدراسة

	ك	%
التأخر في الإعلان عن نتائج التحقيقات في القضايا ما يفتح المجال أمام الشائعات	133	33.25
عدم استثمار أدوات وخصائص الإعلام الرقمي كالفيديوجراف أو الإنفوجراف وغيرها	94	23.5
الأداء النمطي في عملية النشر مما يجعلها صفحات تقليدية سواء على مستوى الشكل أو المضمون أو التفاعل	89	22.25
تقييد خاصية التعليقات على الجمهور فيما يتم نشره على الصفحة	84	21
الإجمالي	400	

يوضح الجدول السابق عيوب صفحة النيابة العامة على فيس بوك من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث جاء في المقدمة أن التأخر في الإعلان عن نتائج التحقيقات في القضايا ما يفتح المجال أمام الشائعات بنسبة 33.25%، تليها عدم استثمار أدوات وخصائص الإعلام الرقمي كالفيديوجراف أو الإنفوجراف وغيرها بنسبة 23.5%، تليها الأداء النمطي في عملية النشر مما يجعلها صفحات تقليدية سواء على مستوى الشكل أو المضمون أو التفاعل بنسبة 22.25%، وفي المؤخرة جاءت تقييد خاصية التعليقات على الجمهور فيما يتم نشره على الصفحة بنسبة 21 % من عينة الدراسة.

جدول رقم (13)
مقترحات عينة الدراسة لتطوير صفحة النيابة العامة على فيس بوك

	ك	%
الاستثمار الأمثل لأدوات وتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيديو جراف والإنفوجراف	129	32.25
نشر قرارات النيابة حيال القضايا المهمة بسرعة بالأدلة والبراهين للقضاء على الشائعات	86	21.5
أن يكون هناك فريق متخصص في إدارة الصفحة لضمان الاحترافية في النشر	61	15.5
أن تحرص الصفحة على متابعة تعليقات المتابعين حول البلاغات عن قضايا أو أدلة أو أي شئ يساعد على تحقيق العدالة	45	11.25
العمل على زيادة التفاعلية بين مديري الصفحات والمتابعين فيما يتعلق بتعليقاتهم واستفساراتهم والرد عليها	35	8.75
تحقيق التكاملية في التوظيف بين الوسائل التقليدية إلى جانب وسائل الإعلام الرقمية	26	6.5
نشر قرارات النيابة حيال القضايا المهمة بسرعة بالأدلة الدامغة	18	4.5
الإجمالي	400	

توضح بيانات الجدول السابق مقترحات عينة الدراسة لتطوير صفحة النيابة العامة على فيس بوك، حيث جاء في المرتبة الأولى مقترح الاستثمار الأمثل لأدوات وتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيديو جراف والإنفوجراف بنسبة 32.25%، يليه مقترح نشر قرارات النيابة حيال القضايا المهمة بسرعة بالأدلة والبراهين للقضاء على الشائعات بنسبة 21.5%، يليه مقترح أن يكون هناك فريق متخصص في إدارة الصفحة لضمان الاحترافية في النشر بنسبة 15.5%- يليه مقترح أن تحرص الصفحة على متابعة تعليقات المتابعين حول البلاغات عن قضايا أو أدلة أو أي شئ يساعد على تحقيق العدالة بنسبة 11.25%.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك وثقتهم في معالجتها في قضايا المجتمع

جدول رقم (14)
قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك وثقتهم في معالجتها لقضايا المجتمع

معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك وثقتهم في معالجتها لقضايا المجتمع	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
	0.275	0.000	دال

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تصفح عينة الدراسة للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المصرية على فيس بوك وثقتهم في معالجتها لقضايا الشأن العام، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.275) عند مستوى معنوية (0.000) وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ومتوسطة القوة، أي أنه كلما ارتفع معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك كلما كان ذلك سببًا في ارتفاع الثقة في معالجتها لقضايا المجتمع والعكس صحيح.

الفرض الرئيسي الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك ومصداقية محتواها

جدول رقم (15)
قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك ومصداقية محتواها

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك ومصداقية محتواها	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
الصفحة النيابة العامة	**0.151	0.002	دال

كما توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك ومصداقية محتواها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.151) عند مستوى معنوية (0.000) وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، أي أنه كلما ارتفع معدل تصفح عينة الدراسة لصفحة النيابة العامة على فيس بوك كلما كان ذلك سببًا في ارتفاع مصداقية محتوى هذه الصفحة.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتقييمهم لمصداقية محتوى صفحة النيابة العامة

جدول رقم (16)

اختبار فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتقييمهم لمحتوى صفحة النيابة العامة

صفحة النيابة العامة / المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	درجة الحرية	مستوي المعنوية
الجنس	ذكر	125	2.504	0.5626	ت=0.297	398	0.597 غير دال
	انثي	275	2.4727	0.54218			
الحالة الاجتماعية	أعزب	330	2.5273	0.53525	ف= 7.300	2 397	0.001 دال
	متزوج	62	2.2419	0.56352			
	مطلق	8	2.5	0.53452			
	الإجمالي	400	2.4825	0.54813			
السن	من 15 إلى 20 عامًا	235	2.566	0.52999	ف= 7.669	3 396	0.000 دال
	من 20 إلى 30 عامًا	87	2.4828	0.5026			
	من 30 إلى 40 عامًا	51	2.2353	0.6193			
	أكثر من 40 عامًا	27	2.2222	0.50637			
	الإجمالي	400	2.4825	0.54813			
المستوى التعليمي	تعليم جامعي	344	2.5058	0.55061	ت= 4.484	398	0.035 دال
	تعليم فوق جامعي (دبلومة – ماجستير – دكتوراه)	56	2.3393	0.5144			
المحافظة	القاهرة الكبرى	294	2.432	0.54847	ت= 4.804	2 397	0.009 دال
	وجة بحري	98	2.6224	0.52789			
	وجة قبلي	8	2.625	0.51755			
	الإجمالي	400	2.4825	0.54813			
الدخل الشهري	أقل من 3 آلاف جنيه	149	2.5436	0.55121	ف= 1.064	3 396	0.364 غير دال
	من 4 إلى 9 آلاف جنيه	150	2.46	0.52623			
	من 10 إلى 15 آلاف جنيه	59	2.4237	0.59316			
	أكثر من 15 ألف جنيه	42	2.4286	0.5474			
	الإجمالي	400	2.4825	0.54813			

توضح نتيجة التحليل الإحصائي باستخدام اختبار (ت) للفروق بين مجموعتين واختبار (ف) للفروق بين أكثر من مجموعتين النتائج التالية:

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب النوع، حيث بلغت قيمة (ت) 0.297 ، عند مستوى معنوية 0.597 وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05)، ما يعني أن النوع لا يؤثر على تقييم محتوى الصفحة.

- معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة (ف) 7.300، عند مستوى معنوية 0.001 وهي قيمة دالة إحصائيا (P>0.05)، ما يعني أن الحالة الاجتماعية تؤثر على تقييم محتوى الصفحة.
- معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب السن، حيث بلغت قيمة (ف) 7.669، عند مستوى معنوية 0.000 وهي قيمة دالة إحصائيًا (P>0.05)، ما يعني أن السن يؤثر على تقييم محتوى الصفحة.
- معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (ت) 4.484، عند مستوى معنوية 0.035 وهي قيمة دالة إحصائيًا (P>0.05)، ما يعني أن المستوى التعليمي يؤثر على تقييم محتوى الصفحة.
- معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب المحافظة، حيث بلغت قيمة (ف) 4.804، عند مستوى معنوية 0.009 وهي قيمة دالة إحصائيًا (P>0.05)، ما يعني أن المحافظة تؤثر على تقييم محتوى الصفحة.
- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييم محتوى صفحة النيابة العامة بحسب متوسط دخل الأسرة شهريًا، حيث بلغت قيمة (ف) 1.064، عند مستوى معنوية 0.364 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (P>0.05)، ما يعني أن متوسط دخل الأسرة شهريًا لا يؤثر على تقييم محتوى الصفحة.

وبناء على النتائج السابقة فقد ثبت صحة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـتقييم محتوى صفحة النيابة العامة للحالة الاجتماعية والمحافظة والسن والمستوى التعليمي، في حين لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـتقييم محتوى الصفحة وفقًا للنوع ومتوسط دخل الأسرة شهريًا.

مراجع الدراسة:

1) صفحة النيابة العامة المصرية على فيس بوك
2) منة الله مجدي محمد، اعتماد الشباب على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون) 2018.
3) Marina Ibrahim Mikhail, the effects of facebook's cohesion groups on the interactivity of their members in the real world, **master's thesis**, department of radio &TV, faculty of mass communication, cairo university, 2017.
4) إيمان السيد جمعة، دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016.
5) أيمن محمد إبراهيم بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة، دراسة ميدانية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية**، العدد الثالث عشر، مصر، ص 253 – 293، 2016.
6) علي السيد طنش، سهير صالح، هبة إبراهيم جودة، دور موقع فيس بوك في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الإعلام التربوي، **مجلة كلية التربية في العلوم التربوية**، العدد الأربعون، الجزء الأول، جامعة عين شمس، كلية التربية، ص 437 – 476، 2016.
7) سماح الصفدي، دينا أبوشعبان، مدى توظيف الشباب لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في تنمية الفكر الإبداعي والريادي، **مؤتمر الريادة والإبداع في تطوير الأعمال الصغيرة**، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ص ص 1 – 36، 2015.
8) سناء جلال عبدالرحمن، دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي – دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع 1، يناير – مارس 2015، ص 129 – 185.
9) أفنان طلعت عبدالمنعم، استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
10) نوره عبدالله، أثر التعرض لشبكات للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014.
11) شيماء العزب حسين، مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم الإعلام)، 2014.
12) أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).
13) إيمان صابر صادق، استخدام منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري "فيس بوك نموذجًا"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عين شمس، شعبة الإعلام، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2017).
14) رضا عبدالواجد أمين، اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، دراسة ميدانية على الجمهور البحريني، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال** العدد السابع عشر، السنة الخامسة، ص 100 – 110، 2017.
15) نورهان رجب أحمد، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2017).

16) محمد محمود مهنا، تكنولوجيا الاتصال والتغير المجتمعي كأحد أبعاد التنمية الشاملة، دراسة كيفية – تحليلية في الدور والتأثير، **المؤتمر العلمي الثاني: الإعلام والتنمية المستدامة للمجتمعات العربية تحديات الواقع وتطلعات المستقبل**، المعهد الدولي العالي للإعلام، القاهرة، 2017.

17) تامر محمد صلاح سكر، دور الإعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الرأي الآخر بين الشباب العربي فيس بوك نموذجًا، **دراسات الطفولة**، المجلد العشرون، عدد 74، مصر، ص 85 – 98، 2017.

18) ChrisL longergan, Nicholas Hedeley , navigating the future of tsunami ris communication using dimensionality, interactivity and situatedness to interface with society, springe Netherlands, Vol. 78, ISSUE 1, pp 179 – 201, 2015.

19) إيمان السيد غريب، استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباعات المتحققة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2015.

20) هاجر حلمي دسوقي، تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016.

21) لمياء محسن محمد، استخدامات النخبة الأكاديمية والإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها: دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015).

22) أسامة محمد عبدالرحمن، دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014.

23) رندا عمر باعشن، الإعلام الإلكتروني وأثره في اتجاهات الشباب ومعارفهم وسلوكياتهم، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عدن، الجمهورية العربية اليمنية، 2013.

24) خالد جمال عبده، علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013).

25) تضمنت قائمة المحكمين: أ.د- محرز غالي – أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة - أ.د- سهير عثمان عبدالحليم– أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة أ.د- إيمان حسن– أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة أ.د- نشوى عقل – أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة