ثانيًا: الدراسات الإعلامية

تقييم الأداء الإعلامي
للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك
(دراسة ميدانية)

إعداد الباحثة/ هدى سعد

ملخص البحث

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في معرفة مدى تأثير التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الجريمة من صفحة الفيسبوك الرسمية لوزارة الداخلية المصرية وعلاقته بتقييم الأدء الأمني، عن طريق محاولة الوقوف على مدى اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة المتابع للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية على الفيسبوك على المعلومات الموجه إليهم عن الجرائم المختلفة من خلال الصفحة والكشف عن درجة تأثير تلك المعلومات على الجمهور المتفاعل مع الصفحة على الفيسبوك في تقييمهم لمستوى الأمن فى مصر، وذلك من خلال الآتي:

١– أنها تقوم بقياس تأثير وفاعلية استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الإعلام الجديد للتواصل مع الجمهور.

٢– أنها تقوم برصد العلاقة بين دوافع وأسباب التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، وكذلك إلقاء الضوء على تأثير الالتماس للمعلومات على تقييم الجمهور لأداء وزارة الداخلية فى مصر.

٣– بالإضافة لما تقدمه نتائج الدراسات من إفادة للأجهزة الأمنية لتطوير وتحسين أدائها في المجال الإعلامي الخاص بالأمن بصفة عامة والأداء الأمني لوزارة الداخلية بصفة خاصة.

أداة الدراسة التي اعتمدت عليها الباحثة، قد تمثلت في استمارة استبيان؛ وتهدف الدراسة الميدانية إلى التعرف على حجم ومعدل تعرض الجمهور للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية على الفيسبوك، والوقوف على أهم المصادر عن الجريمة التي يثق بها الجمهور عينة الدراسة، ومدى اهتمام الجمهور بمتابعة أداء المؤسسة الحكومية، كذلك الكشف عن مدى تأثيرات المتغيرات الاتصالية (حجم التعرض)،

و(تعدد المصادر الاتصالية الإلكترونية) على اتجاهات الجمهور نحو تقييم الأداء الأمني، وأيضا التعرف على دور المتغيرات الديموجرافية (النوع – السن – المستوى التعليمي – الوظيفة – محل الإقامة) في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو التقييم الأمني، ومعرفة أهم الجرائم التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على متابعتها، ورصد اتجاهات تقييم الجمهور للأداء الأمني من خلال متابعته للصفحة الرسمية.

الكلمات المفتاحية: تقييم، الأداء الإعلامي، الصفحة الرسمية.

Summary

The main objective of this study is to find out the effect of the Egyptian public's request for information about crime from the official Facebook page of the Egyptian Ministry of Interior and its relationship to the assessment of security performance, by trying to determine the extent to which the Egyptian public, the study sample, who follows the official page of the Egyptian Ministry of Interior on Facebook, depends on the information addressed to them. About the different crimes through the page and revealing the degree of impact of this information on the audience interacting with the page on Facebook in their assessment of the level of security in Egypt, through the following:

١- It measures the impact and effectiveness of government institutions' use of new media to communicate with the public.

٢- It monitors the relationship between motives and reasons for seeking information about crime from the official page of the Ministry of Interior, as well as shedding light on the impact of seeking information on the public's evaluation of the performance of the Ministry of Interior in Egypt.

٣- In addition to what the results of the studies provide to the security services to develop and improve their performance in the media field of security in general and the security performance of the Ministry of Interior in particular.

The study tool that the researcher relied on was a questionnaire.

The field study aims to identify the size and rate of exposure of the public to the official page of the Egyptian Ministry of Interior on Facebook, and to identify the most important sources about crime that the public trusts in the study sample, and the extent of the public's interest in following up the performance of the government institution, as well as revealing the extent of the effects of communication variables (volume of exposure), and (multiple electronic communication sources) on the public's attitudes towards assessing security performance, as well as identifying the role of demographic variables (gender - age - educational level - job - place of residence) in influencing the public's attitudes towards security assessment.

Keywords: evaluation, media performance, official page.

مقدمة

سهلت تكنولوجيا الويب التفاعلية على شبكات الإنترنت تبادل المعلومات والتواصل عبر تطوير وسائل التواصل الاجتماعي، فالمنظمات تقوم بتوظيف مجموعة معينة من وسائل الاتصال من أجل بناء انطباعات جيدة وصورة إيجابية، بما في ذلك العلاقة مع الجمهور، والإعلانات، ورعاية الأحداث الخاصة، وتعزيز المبيعات والاتصال بالمساهمين، وقد برزت مؤخرًا مواقع لمؤسسات عبر الإنترنت وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأحد الوسائل التي تدعم بناء الصورة عن تلك المؤسسات والتي تتم من خلال نشر أفكار جديدة، وتحسين الخدمة مما يؤدي بدوره إلى توفير منصة كبيرة للتواصل بينها وبين الجمهور المستهدف.

ويظهر التأثير الواضح لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في الأحداث غير العادية بصورة واضحة، فعلى سبيل المثال في أحداث ثورة الخامس والعشرين من يناير ٢٠١١ كانت وسائل الاتصال الجماهيري الأرض الخصبة لاتخاذ قرارات التنظيم والمشاركة في تلك التظاهرات، في الوقت نفسه لم يستطع النظام بكل إمكانياته الوقوف في وجه هذا الحشد الكبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأمر الذي دفع وقتها وزارة الداخلية، للتواصل مع الشعب بنفس لغتهم في إنشاء صفحة لها على الفيس بوك واستخدامها منبرًا لها لإعلان البيانات والقرارات الهامة.

وعلى شاكلتها قامت كافة الجهات الحكومية بإنشاء صفحات تتواصل فيها مع المواطنين؛ مثال على ذلك الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية عى الفيس بوك حيث تقوم الوزارة بالتواصل مع الجمهور من خلال الصفحة عن طريق نشر البيانات الإخبارية المستخدمة من قبل مسئولي التواصل الاجتماعي، لدعم الشفافية والمشاركة مع الجماهير المستهدفة؛ في سبيل الحصول على تواصل فعال يتناسب وسياسات وزارة الداخلية لخلق وبناء علاقات مع الجمهور والحفاظ على هذه العلاقات من خلال إستراتيجيات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل تشجيع الجمهور على تقبل المشروعات الجديدة، وزيادة مستويات الرضا، ومن ثم تعزيز فرص نجاح نتائج السياسات، كما تتيح لها الانخراط في الأحداث الجديدة في المجتمع بشكل سريع ومباشر، وإبداء الرأي والمشاركات والتعليقات والشكاوى، ومن ثم يصبح المتعامل من مجرد متعاطي سلبي للخدمات الحكومية إلى متفاعل ومشارك يساهم بأفكار تلبي

الاحتياجات الفردية والجماعية بدرجة أكبر، فالتواصل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتسم بالتفاعلية مع الحكومة ما يتيح لوزارة الداخلية بث الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المعني على وجه سريع ومباشر، ما يسهم بشكل هائل على التواصل لخدمة الديمقراطية ومشاركة الجمهور، ولتأكيد الشفافية فيما تنشره.

تعتبر الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيسبوك أحد أهم الإستراتيجيات المتبعة في تفعيل التواصل بين الحكومة والشعب وتقريب الإدارة من المواطن أكثر وتحسين الخدمة، خاصة وأن نموذج الحكومة الإلكترونية يوفر الكثير من فرص النجاح والوضوح والدقة والجودة في توضيح وتقديم الخدمات وإنجا زالأحكام وتنفيذ القانون، وبث المعلومات بالرغم من وجود الكثير من النقائص والعراقيل التي تواجه هذا الأسلوب المستحدث في الإدارة المصرية بصفة عامة قد حاولنا من خلال بحثنا هذا تسليط الضوء على دور وزارة الداخلية من خلال الصفحة الرسمية لها على الفيسبوك في التوعية الجماهيرية وتحقيق الأمن الاجتماعي من خلال التعرف على الدور الذي تمارسه الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيسبوك في تغطية الجرائم المرتكبة سواء من قبل الأفراد أو المنظمات الإجرامية، حيث تتنوع تأثيراتها في أمن البلاد وتشمل جوانب تتعلق بانتشار أشكال جديدة من الجرائم الجنائية، واستخدامها من جانب جماعات الإرهاب والجريمة المنظمة في التخطيط والتنفيذ لأعمالها الإجرامية، ونشر أفكار التطرف والعنف والترويج لها واستقطاب أعضاء جدد، وإمكانية نشر توترات بين مكوّنات المجتمع، إلى جانب إجبار الدول على اتخاذ إجراءات للضبط قد تؤثر في صورتها على المستوى الدولي.

ومن هذا المنطلق فإن الدراسة الحالية ستتخذ من نظرية التماس المعلومات إطارًا لها للتعرف على المصادر التي يستقي منها الجمهور المصري المعلومات عن الجرائم في مصر ومدى ثقتهم في هذه المصادر وعلى رأسها الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك وانعاكاسات ذلك على تقييمهم ومدى رضائهم عن مستوى الأداء الأمني في مصر.

مشكلة الدراسة:

أدى الانتشار الهائل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى إحداث "ثورة كبرى" تركت تأثيراتها على كافة جوانب الحياة إلى الآن، وعلى رأسها الأمن

الوطني للدول والذي أصبح يواجه تحديات وتهديدات جديدة، وقد توسع مفهوم الأمن الوطني بدوره ليتجاوز نطاق مواجهة التهديدات العسكرية وضمان حماية الوطن ووحدته وسلامة أراضيه وسيادته، إلى مجالات أخرى تشمل الاستقرار السياسي والاقتصادي والانسجام الاجتماعي وسلامة البيئة، كما أصبحت وسيلة ناجحة لخدمة الجماعات الإرهابية والمتطرفين وكل أشكال الجرائم الجنائية والمالية والعنصرية، ليس فقط على مستوى الأفراد والدول نفسها بل تعدتها إلى تشكيل منظومات عالمية عابرة للحدود.

وهنا تكمن أهمية إلقاء الضوء على هذه الظاهرة بموضوعية وتأنٍ وعمق كي تتمكن الأجهزة الأمنية، والمؤسسات الدولية من محاصرة هذه الظواهر والحد من سلبياتها على المواطنين، من خلال متابعة البرامج التي تبثها مواقع الإنترنت والهواتف الذكية وغيرها من الوسائل المتعددة المتاحة حاليا، لا سيما ونحن نستهلك حجما غير مسبوق من المعلومات مجهولة المصدر أو غير موثوق بها، والتي لها تأثير بالغ علينا كأفراد أو مجتمعات، وأصبحت وسائل الإعلام الحديثة مادة ليست حصرية على فئة ديموجرافية محددة.

وهنا تكمن الخطورة الحقيقية لتلك الوسائل ذات التأثير الكبير العابر للقارات، والتي قد تساهم في بناء ثقافاتنا أو هدمها، وهذا ما يجعل الدراسة العلمية للمصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماته ضرورة مجتمعية ملحة نظرًا لما قد يترتب على تلك المعلومات من آثار ونتائج في مختلف مناحي الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، والذي له انعكاساته السلبية على استقرار الشعوب والمجتمعات، ومن خلال هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية ما أو حدث معين بمعنى أننا نتصل لنحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار.

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الإستراتيجيات المتبعة في تفعيل التواصل بين الحكومة والشعب وتقريب الإدارة من المواطن أكثر وتحسين الخدمة، خاصة وأن نموذج الحكومة الإلكترونية يوفر الكثير من فرص النجاح والوضوح والدقة والجودة في توضيح وتقديم الخدمات وإنجاز الأحكام وتنفيذ القانون، وبث المعلومات مع وجود الكثير من النقائص والعراقيل التي تواجه هذا الأسلوب المستحدث في الإدارة المصرية بصفة عامة.

وتسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الحكومة من خلال الصفحة الرسمية لها على الفيسبوك في التوعية الجماهيرية وتحقيق الأمن الاجتماعي من خلال التعرف على الدور الذي تمارسه الصفحة لوزارة الداخلية على الفيسبوك في تغطية الجرائم المرتكبة سواء من قبل الأفراد أو المنظمات الإجرامية، والتي كان لها التأثير الأكبر على أمن البلاد.

ومن هذا المنطلق فإن الدراسة الحالية ستتخذ من نظرية التماس المعلومات إطارًا لها للتعرف على المصادر التي يستقي منها الجمهور المصري المعلومات عن الجرائم في مصر ومدى ثقتهم في هذه المصادر وعلى رأسها الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك وانعاكاسات ذلك على تقييمهم ومدى رضائهم عن مستوى الأداء الأمني في مصر، ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما مدى التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك وعلاقته بتقييم الجمهور للأداء الإعلامي الأمني في مصر؟

الدراسات السابقة:

دراسات عنيت بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأداء المؤسسات الرسمية:

(١) دراسة (Mohammad A.F. Abusafaqa ٢٠٢٣)، **بعنوان توظيف منصات الإعلام الرقمي في تطوير أداء العلاقات العامة للمؤسسات الرسمية في فلسطين – محافظة طولكرم**[١]:

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من تأثير توظيف وسائل الإعلام الرقمية في العلاقات العامة في المنظمات الرسمية، كما تقوم بدراسة المؤسسات الرسمية في طولكرم. تضمنت عينة الدراسة (٢٢٠) ممارسًا في المؤسسات الرسمية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وستتم معالجة البيانات المجمعة باستخدام **SPSS**، وتم استخدام استبانة لتنفيذ الدراسة مع (٢٢٠) من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في طولكرم، وقد تم تحليل البيانات المجمعة، وقد أظهرت النتائج أن العلاقات العامة تتكامل مع الوسائط الرقمية حيث تعمل المؤسسات الرسمية في طولكرم على تعزيز وسائل الاتصال بين المؤسسات الرسمية والجمهور، وهذا بدوره يؤدي إلى تطوير العلاقات العامة في هذه المؤسسات، كما ألقت الضوء على

التحديات الكبيرة المرتبطة باستخدام الوسائط الرقمية في مجالات العلاقات العامة والمتطلبات المختلفة لتنفيذ بيئة اتصال قوية والتكلفة المرتبطة بها، والمعاناة بين ممارسي العلاقات العامة من بعض الصعوبات في التعامل مع الوسائط الرقمية، كما أوصت بضرورة توفير برامج داعمة للتعامل بكفاءة مع الوسائط الرقمية المختلفة، والتكنولوجيات المتقدمة المرتبطة بالعلاقات العامة.

(٢) دراسة (عاطف فتحي حبيب سيدهم ومحمود محمد النحراوي ٢٠٢١)، بعنوان: صفحات البنوك على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة ميدانية[٢]:

تناولت الدراسة الميدانية تحليل اتجاهات العملاء لصفحات البنوك الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ودورها في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك المصرية وذلك من خلال التطبيق على ١٢٨٤ مفردة في الربع الأول من عام ٢٠٢١ وقد تبين أن معدل المتابعة بلغ نسبة ٣٢,٩٤٪ من مفردات العينة محل الدراسة، وقد أدت إتاحة خدمة طلب المنتجات من خلال الصفحة إلى زيادة جودة الصفحة من خلال من المنشورات عن طريق الصور والنصوص وزيادة المعلومات عن المنتجات البنكية على صفحة البنك، والذي أدى بدوره إلى تعزيز الصورة الذهنية عن المؤسسة البنكية لديهم، وقد أوصت الدراسة الوحدات البنكية إلى زيادة الاهتمام بإدارة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد أهم أدوات المنافسة.

(٣) دراسة (إيمان بويصلة ٢٠٢١)، بعنوان استخدامات المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور[٣]:

تستهدف الدراسة استخدام المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، من خلال الدراسة التحليلية الميدانية لاستخدام مؤسسة IRIS الاقتصادية لصناعة الإلكترونيات لموقع الفيسبوك، وقد تمثلت مشكلة الدراسة في الطريقة التي يتم بها استخدام المؤسسات الاقتصادية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل تلك الصورة الذهنية لدى الجمهور، كما استهدفت تحقيق أهداف أهمها التعرَف على الطرق والخطوات الإستراتيجية المتبعة من طرف مؤسسة IRIS الاقتصادية لصناعة الإلكترونيات في الاتصال من أجل الترويج للصفحه على الفيسبوك في سبيل تشكيل صورتها الذهنية، وذلك في ظل المنافسات

الأخرى التى تعيشها مع المؤسسات الأخرى ذات نفس النشاط، ومعرفة كيفية تأثير شكل ومضمون صفحة المؤسسة الاقتصادية لصناعة الإلكترونيات على موقع الفيسبوك في تشكيل تلك الصورة، ورصد آراء الجمهور حول كيفية تسهيل موقع الفيسبوك من تحقيق التواصل والحوار والتفاعل بين المؤسسه وبين الجمهور، وكذلك التعرَف على تقييم الجمهور للصورة الذهنية للمؤسسة بناء على ما تقدمه عبر صفحتها على موقع الفيسبوك بناء على البعد المعرفي والعاطفي.

ومن بين النتائج أن عملية تقييم الجمهور لصورة المؤسسة الذهنية على موقع الفيسبوك ببعديها المعرفي والعاطفي جاءت بين الإيجابية والسلبية، لارتباطها بشكل كبير بعامل مدى اهتمام المؤسسة بجودة منتجاتها، وإلى عامل المتغيرات الديموغرافية (السن، الجنس، المستوى التعليمي) والتجربة الذاتية الناتجة عن التعامل مع المؤسسة، لذلك لا يمكن التوصل إلى صورة ذهنية ثابتة للمؤسسة عند الجمهور.

(٤) دراسة (أمل جمال حسن٢٠٢١)، بعنوان تقييم الجمهور المصري لدور المؤسسات السياسية الرسمية للدولة المصرية في مواجهة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر[٤]:

تستهدف الدراسة إلقاء الضوء على مدى تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الشائعات السياسية المتداولة عليها، وتقييمهم للجهود التي تقوم بها المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهة والرد على تلك الشائعة، وقد تناولت مفهوم ومصادر الشائعات السياسية في مصر من وجهة نظر المبحوثين، ومدى توافر الوعي والقدرة على النقد من قبل الرأي العام المصري في التعامل مع الشائعات، وتقييمهم للجهود التي تقوم بها المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهة الشائعات وأهم المقترحات للحد منها.

وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج منها أن مفهوم الشائعة مرتبط بدرجة كبيرة لدى المبحوثين بمفهوم "مصدر الخبر"، وأظهرت أيضا تصدُّر "مواقع التواصل الاجتماعي"، و"المعارضون السياسيون قائمة مصادر الشائعات السياسية في مصر من وجهة نظر المبحوثين، كذلك كيف أن الشائعات تؤثر بشكل مباشر في ثقة المبحوثين في صفحات المؤسسات الرسمية في الدولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

بحيث تميل إلى الانخفاض، كذلك تقييمهم للجهود التي تقوم بها المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهة مثل تلك الشائعات.

(٥) دراسة (إنجي لطفي عبد العزيز ٢٠٢٠)، بعنوان تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي(٥):

تستهدف الدراسة إلقاء الضوء على أهم أسباب انتشار الشائعات وأهدافها ومخاطرها وتأثيرها والطرق التي تؤدي إلى انتشارها، وإلقاء الضوء على أبرز الوسائل التي يستخدمها القائمون بالاتصال في المؤسسات الصحفية والمواقع الإلكترونية للتحقق من الشائعات، وأنسب الأساليب المستخدمة للرد عليها، كذلك تقديم توصيات للحد من الشائعات ومن مخاطرها.

وقد اعتمدت هذه الدراسة الوصفية على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة استقصاء، وطبقت على عينة عمدية بواقع ١٨٩ مفردة من رؤساء ومديري التحرير ورؤساء الأقسام تمثلت في مؤسسة المصري اليوم بواقع ٣١ مفردة، ومؤسسة الشروق بواقع ٣٠ مفردة، ومؤسسة الأهرام بواقع ٢٤ مفردة، وروزاليوسف بواقع ٣٠ مفردة، أما مؤسسة الوفد ٢٥ مفردة، وموقع مصراوي بواقع ٢٧ مفردة.

وقد أظهرت النتائج دور الصحفيين في المؤسسات الصحفية والمواقع الإلكترونية التي يعملون بها في كيفية التعامل مع الشائعة، وسرعة الرد عليها حال ظهورها، وإضافة الروابط الصحيحة للخبر، والتعليق على عدم صحة المعلومة، كما اقترح أساليب ومقترحات عديدة وفقًا لرؤيتهم لمواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أهمها توقيع العقوبات القانونية، والشفافية في توفير المعلومات، وإصدار قانون خاص بتداول المعلومات.

(٦) دراسة (وليد غضبان ٢٠١٩)، بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية المديرية العامة للأمن الوطني(٦):

تهدف الدراسة إلى إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعية في تحسين صورة الذهنية المؤسسة الأمنية للمديرية العامة للأمن الوطني، وقد ألقت الضوء على

الفيسبوك من خلال دراسة عينة من مستخدمي الصفحة على الفيس بوك من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، ومن خلال عرض النتائج تبين أن معظم أفراد العينة يتصفحون صفحة المؤسسة على الفيسبوك من وقت لآخر، كما أن مستخدمي الصفحة يتفاعلون بأشكال عديدة مع الصفحة، كما أن أغلبيتهم أكدوا على أن الصفحة دائمة التحديث وتستعمل أشكال تفاعلية مختلفة، وأيضًا أن معظمهم أكدوا أن ما تقدمه المؤسسة من خلال صفحتها من مواضيع ومنشورات ضرورة لوجودها في المجتمع، وأن الأنشطة التي تقوم بها ساهمت بشكل بالغ في تحسين صورتها، وهذا ما يدل على ما تقوم به المؤسسة من جهد في سبيل تحسين صورتها من خلال صفحتها على الفيس بوك.

(٧) دراسة (صفا محمود عثمان ٢٠١٩)، بعنوان مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية في الإفصاح الاستباقي عن البيانات الرسمية المتعلقة بالأحداث الجارية(٧):

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية استعانة المؤسسات الحكومية المصرية في تحقيق السبق الإخباري وإتاحة البيانات والمعلومات الرسمية عبر الصفحات الرسمية التي أطلقتها هذه المؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، كجزء من الآليات والأساليب التي تستخدمها المؤسسات الحكومية الرسمية للتفاعل مع المواطنين، وإطلاعهم على أبرز الأنشطة والإنجازات التي حققتها، فضلاً عن الاستفادة من هذه الصفحات لتصحيح صورة المؤسسات الحكومية في حالة وجود شائعات عنها.

كما أظهرت نتائج تلك الدراسة أن هناك علاقة بين مستويات متابعة الصفحات الرسمية والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى معرفة الجمهور لمفهوم الإفصاح الاستباقي، وكانت العلاقة طردية متوسطة القوة أي كلما زادت متابعة الأفراد للصفحات الرسمية كلما زادت معرفتهم بمفهوم الإفصاح الاستباقي، كما أن هناك علاقة طردية بين مستويات متابعة الصفحات الرسمية والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مصداقية الجمهور لما تنشره الصفحات من معلومات؛ أي كلما زادت متابعة الأفراد للصفحات الرسمية كلما زادت مصداقيتهم للمعلومات التي تنشرها الصفحات وقت الأزمات، كما أن هناك علاقة طردية بين مستويات متابعة

الصفحات الرسمية والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي وإيجابية تقييم عينة الدراسة لتلك الصفحات أي أن كلما زادت متابعة الأفراد للصفحات الرسمية كلما زادت اتجاهاتهم الإيجابية نحو تلك الصفحات، كما لا توجد علاقة دالة إحصائيًا بين مستويات تفاعلية عينة الدراسة على المنشورات بالصفحات الرسمية والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى المصداقية لدى الجمهور لما تنشره الصفحات من معلومات وقت الأزمات.

(٨) دراسة (أماني ألبرت ٢٠١٦)، بعنوان إستراتيجيات إدارة الانطباع لوزارة الداخلية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة الوزارة لدى الجمهور(٨):

تنقسم الدراسة إلى نوعين (ميدانية وتحليلية) تستهدف الدراسة الميدانية الإجابة على التساؤلات الآتية: ما كثافة استخدام الجمهور للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك؟ وما انطباعات الجمهور بوجه عام عن النظام السياسي القائم وعن الوزارة بكافة قطاعاتها ثم عن العاملين به، كذلك ما نوعية انطباعات الجمهور المتكونة من مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيسبوك؟ وما طبيعة الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور عن وزارة الداخلية؟ والفارق بين مضمون الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية كما يدركه الجمهور، والانطباع المتشكل لديهم في الواقع؟

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

بالنسبة للدراسة الميدانية: تستخدم الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الميدانية من الجمهور العام الذين تعرضوا للصفحة الرسمية لوازرة الداخلية على الفيس بوك، وقد تم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية وقد احتوت الاستمارة على ١٧ سؤال، واستخدمت مقاييس متنوعة، واشتملت الاستمارة على عدة محار؛ تناولت تقييم الجمهور للأداء الأمني في مصر، كما تناولت نوعية الانطباعات المتكونة بوجه عام.

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة الميدانية: ويتمثل في الجمهور المصري من المستخدمين للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية على الفيسبوك من عمر ١٨ عام فيما فوق.

العينة البشرية للدراسة الميدانية: وتتكون من ٤٥٠ مفردة من العينة المتاحة المتابعة من الجمهور المصري مستخدمي الصفحة الرسمية للوزارة من ثلاث محافظات (الشرقية والقاهرة وأسيوط) من البالغين من الذكور والإناث من عمر ١٨ عام فيما فوق.

أسلوب الدراسة: اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستقصاء.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على: استمارة استقصاء: وذلك للتعرف على تأثير التعرض للمعلومات المنشورة عبر الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على تقييم الجمهور عينة الدراسة للأداء الأمني لوزارة الداخلية المصرية في فترة الدراسة.

صدق وثبات الستبيان:

قياس الثبات والصدق:

لقياس ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية مقدارها ١٠٪ تقريبًا من إجمالي حجم العينة الأصلية بواقع ٤٠ فرد وبلغت قيمة معامل الثبات ٠,٩٢ وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات الاستمارة ودقتها.

وتم حساب معامل ألفا كرونباخ لمفردات الاستبيان وقد كانت قيمته ٠,٩١ وهي معامل مرتفع يدل على ثبات الاستبيان.

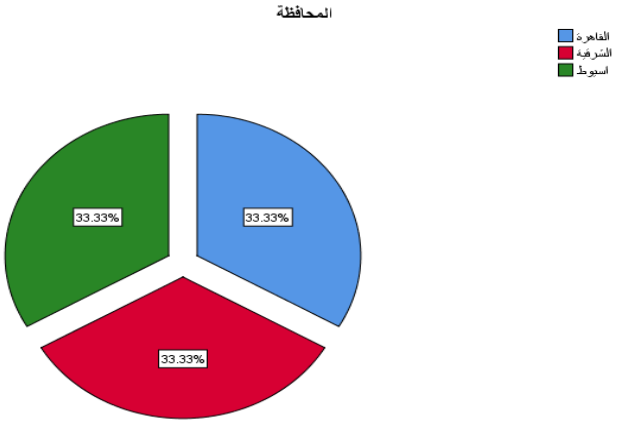
ولقياس الصدق استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري وذلك من خلال عرض والاستبيان على مجموعة من المحكمين والذين وقد تم اجراء بعض التعديلات وفقًا لملاحظاتهم وقد تم أخذ نسبة اتفاق ٩٠٪ على كل عبارة.

خصائص عينة الدراسة:

١- توزيع العينة بحسب المحافظة:

جدول (١) توزيع العينة حسب المحافظة

الاستجابة	العينة	
	ك	%
القاهرة	**٥٠**	**٣٣,٣**
الشرقية	**٥٠**	**٣٣,٣**
أسيوط	**٥٠**	**٣٣,٣**
المجموع	**٥٠**	**١٠٠**



شكل (٦)

١- يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٣,٣٪ من أفراد العينة بمحافظة القاهرة، ونسبة ٣٣,٣٪ منهم من محافظة الشرقية، ونسبة ٣٣,٣٪ منهم من محافظة أسيوط.

٢– يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٥,٨٪ من أفراد العينة عمرهم من ١٨ إلى اقل من ٣٠ سنة، ونسبة ٣٨,٩٪ منهم عمرهم من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، ونسبة ٢٥,٣٪ منهم عمرهم أكثر من ٤٥ سنة.

٣– يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة ذكور، ونسبة ٥٠٪ منهم إناث.

٤– يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١٢,٧٪ من أفراد العينة تعليمهم أقل من المتوسط، ونسبة ٣٣,٨٪ منهم تعليمهم متوسط، ونسبة ٤٦,٢٪ منهم تعليم جامعي، ونسبة ٧,٣٪ منهم تعليم دراسات عليا.

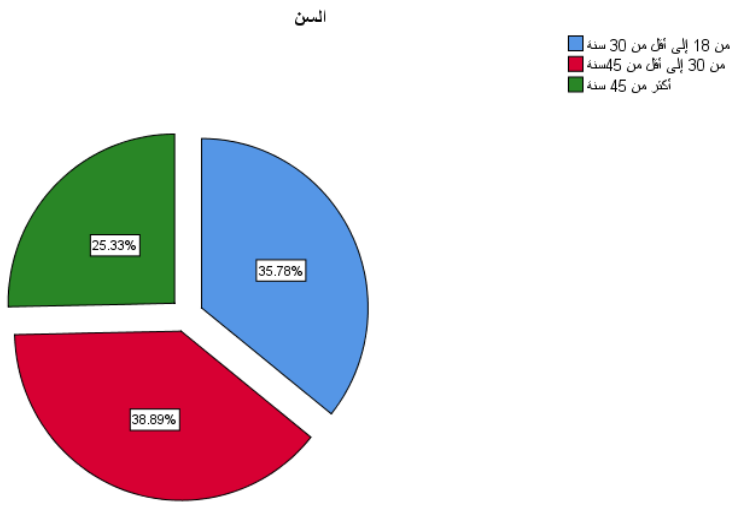
٦– يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٦,٩٪ من أفراد العينة مقيمين بالحضر، ونسبة ٣٥,١٪ منهم مقيمين بالريف.

٧– يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٢٣,٣٪ من أفراد العينة بلا عمل، ونسبة ٣٩,٣٪ منهم يعملوا خاص، ونسبة ٣٧,٣٪ منهم يعملوا بالحكومة

٢– توزيع العينة بحسب السن:

جدول (٢) توزيع العينة حسب السن

الاستجابة	العينة	
	ك	%
من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة	**٦١**	**٣٥,٨**
من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة	**٧٥**	**٣٨,٩**
أكثر من ٤٥ سنة	**١٤**	**٢٥,٣**
المجموع	**٥٠**	**١٠٠**



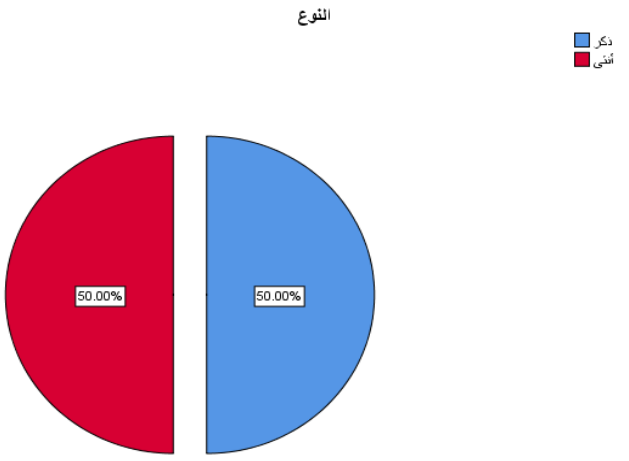
شكل (٧)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٥,٨٪ من أفراد العينة عمرهم من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة، ونسبة ٣٨,٩٪ منهم عمرهم من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، ونسبة ٢٥,٣٪ منهم عمرهم أكثر من ٤٥ سنة.

٣- توزيع العينة بحسب النوع:

جدول (٣) توزيع العينة حسب النوع

الاستجابة	العينة	
	ك	%
ذكور	**٢٥**	**٥٠**
إناث	**٢٥**	**٥٠**
المجموع	**٥٠**	**١٠٠**



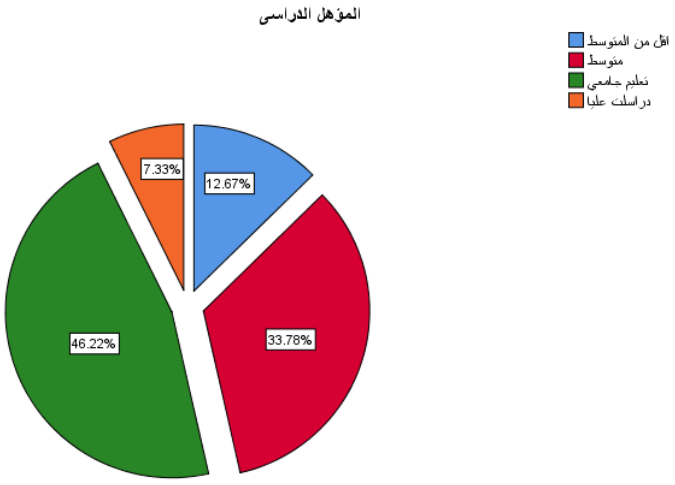
شكل (٨)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة ذكور، ونسبة ٥٠٪ منهم إناث.

٤– توزيع العينة بحسب المؤهل الدراسي:

جدول (٤) توزيع العينة حسب المؤهل الدراسي

الاستجابة	العينة	
		٪٥٧
أقل من المتوسط	٧	١٢,٧
متوسط	٥٢	٣٣,٨
جامعي	٠٨	٤٦,٢
دراسات عليا	٣	٧,٣
المجموع	٥٠	١٠٠



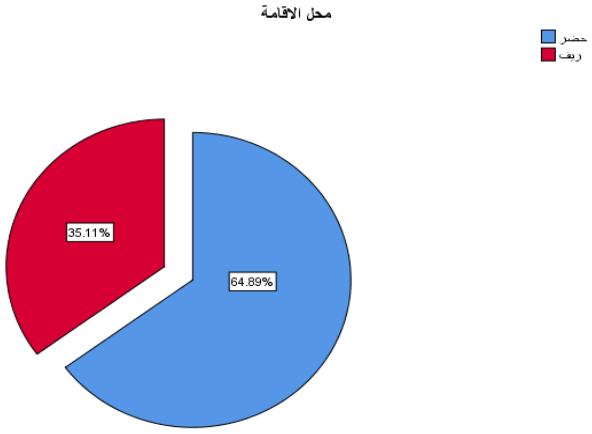
شكل (٩)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١٢,٧٪ من أفراد العينة تعليمهم أقل من المتوسط، ونسبة ٣٣,٨٪ منهم تعليمهم متوسط، ونسبة ٤٦,٢٪ منهم تعليم جامعي، ونسبة ٧,٣٪ منهم تعليم دراسات عليا.

٥- توزيع العينة بحسب الإقامة:

جدول (٥) توزيع العينة حسب الإقامة

الاستجابة	العينة	
	ك	٪
حضر	٩٢	٦٤,٩
ريف	٥٨	٣٥,١
المجموع	٥٠	١٠٠



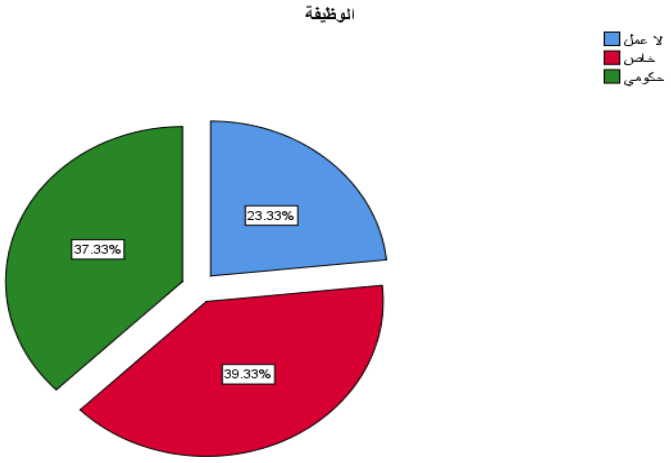
شكل (١٠)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٦,٩٪ من أفراد العينة مقيمين بالحضر، ونسبة ٣٥,١٪ منهم مقيمين بالريف.

٦- توزيع العينة بحسب الوظيفة:

جدول (٦) توزيع العينة حسب الوظيفة

الاستجابة	العينة	
	ا	%
لا أعمل أو طالب	**٥٠**	**٢٣,٣**
خاص	**٧٧**	**٣٩,٣**
حكومي	**٦٨**	**٣٧,٣**
المجموع	**٥٠**	**١٠٠**



شكل (١١)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٢٣,٣٪ من أفراد العينة بلا عمل، ونسبة ٣٩,٣٪ منهم يعملوا خاص، ونسبة ٣٧,٣٪ منهم يعملوا بالحكومة.

دور الإعلام الإلكتروني في التصدي للجريمة وتحقيق الأمن:

١– تعميق القيم:

مما لا شك فيه أن الدور الأساسي لوسائل الإعلام غرس المفاهيم والقيم فى المجتمع من خلال طريقة نقل الرسائل الإعلامية بأمانة وصدق وموضوعية متخدة في الاعتبار القيم السائدة في المجتمع، تلك الرسائل التي إذا نقلت وتم استغلالها بشكل سلبي أدت إلى إفساد منظومة القيم المجتمعية(٩).

٢– التصدي للفساد:

يعتبر الفساد مشكلة من الصعب التغلب عيها دون تعاون الجميع الحكومات والشعوب للتغلب على الفساد فهي متعددة الأطراف فمنها المشكلات الأمنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية قانونية تربوية أخلاقية.(١٠)

٣– تنفيذ التوازن بين الأمن والحرية:

تبقى مسألة تنظيم الحريات العامة والخاصة من سمات الدول المتقدمة في الحريات التي يجب أن يتم الحفاظ عليها بشكل متوازي مع الموازنة بين الحقوق والواجبات، وبين حرية الفرد وأمن المجتمع، حيث مثلت الشبكات الاجتماعية صورة جديدة للتعبير عن حقوق الإنسان، وهو ما فرض العديد من التحديات في إطار نمو

حقوق الإنسان المعاصر واعتبار خدمة الإنترنت هي حق أصيل من حقوق الإنسان ''الرقمية'' إلى جانب الحق في الاتصال والاجتماع والتعبير عن الرأي وأصبحت طريقة تعامل الدول مع الشبكات الاجتماعية تؤثر لدرجة التحول السياسي والديمقراطية لدى العديد من دول العالم. وتتطلب طريقة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت بشكل عام الأخذ بعين الاعتبار أهمية التوازن بين حرية الاستخدام لها كأداة لحرية الرأي والتعبير وبين ضرورة وجود ضوابط تحكم عملية الاستخدام وتحاولأان تسخرها فيما يفيد المجتمع والأفراد والحيلولة دون، تحولها إلى أداة خطر على أمن المجتمع(١١).

وذلك من خلال تحليل الأزمة في مراحلها الأولى ومرحلة وضع وسائل الإعلام إستراتيجية جديدة تتناسب مع ما آلت إليه الأمور في مجتمع الأزمة. وتعمل على المشاركة ببلورة المفاهيم الجديدة للمتغيرات وتقريبها للرأي العام ومساعدته على تقييمها(١٢).

٤– التصدي للحملات المعادية والشائعات:

تشكل مهمة مجابهة هذه الدعاية المضادة إحدى المهام المركزية للقيادة الإعلامية في المراحل المختلفة من تطور الأزمة، ويتمثل في تقديم خطاب إعلامي غني وموضوعي وجذاب ويتمتع بقدر كبير من الوثائقية والمصداقية، من خلال اليقظة المستمرة والمراقبة الدقيقة لإعلام الخصم مسألة بالغة الأهمية في إدارة الأزمة إعلاميا وذلك بمتابعة وتسجيل الخطاب الإعلامي للخصم، ودراسة وتحليل شكل ومضمون الرسائل الإعلامية التي يوجهها الخصم للداخل والخارج، وتحديد الجماهير التي يستهدفها إعلام الخصم، واتخاد القرارات المناسبة بخصوص كيفية مواجهة هذا الإعلام المضاد، وضع خطط والبرامج العامة والتفصيلية الكفيلة بتحقيق مجابهة فعالة، وتبليغ الوسائل الإعلامية المختلفة بهذه الخطط والبرامج، والتطبيق الخلاق والمبدع لأساليب الدعاية المضادة وهي تختلف باختلاف الأزمة وإستراتيجية إدارتها ومستوى المنظومة الإعلامية(١٣)، وذلك من خلال أساليب محددة كالسبق؛ بالسعي دائما لاستخدام أحد الموضوعات قبل أن يستخدمها الخصم مباشرة، وأسلوب الدعاية المضادة المباشرة، وتتمثل في الإجابة على مزاعم وإدعاءات الخصم مباشرة وتفنيدها، بالإضافة إلى الدعاية المضادة غير المباشرة، وتتمثل في تقديم موضوعات جديدة مناسبة ضد الخصم،

وفي بعض الحالات الصمت، عن طريق تجاهل مزاعم العدو وتصغير حجم الموضوع وذلك للتقليل من أهمية ما تركز عليه دعاية العدو وتوعية الرأي العام وهو ما يطلق عليه الإعلام الأمني(١٤).

٥- مواجهة التطرف والإرهاب:

يقوم الإعلام بدور هام في مقاومة ومواجهة التطرف والإرهاب(١٥)، والعنف، فالإعلام له قدرة على منع الأفكار المتطرفة من بدايتة، من خلال أدب الإعلام أو أدب الدعوة والذي يعد بمثابة السياج الواقي من التطرف والعنف، فالضوابط الإعلامية والسياسات الإعلامية وأخلاقيات ممارسة مهنة الإعلام يقي المجتمع من العنف والتطرف، وإذا كان التطرف فطريًّا في الإنسان، فإن التعليم يهذبه ويقومه، لأن أجهزة الإعلام سلاح ذو حدين.(١٦)

٦- الرقابة المجتمعية:

يبرز دور الإعلام من خلال الرقابة المجتمعية من خلال الدور التي تقوم به في الكشف عن الفساد والانحراف وإثباتها علنًا أمام الجمهور وما يترتب عيها من الإجراءات الوقائية والردعية، لذا تتخذ السلطة وسائل الاتصال كوسيلة للتواصل بينها وبين أجزاء المجتمع.(١٧)

٧- دعم وتعميق الثقة بين السلطة السياسية والشعب:

هناك علاقة وثيقة الصلة بين الإعلام الهادف التنموي والسياسة العامة للدولة، لذا يجب أن نقوم بتحليل النظام التنموي لكي نبحث في المعايير التربوية والسيكولوجية والاجتماعية أيضًا وفي النظام السياسي، لأن الجهاز الإعلامي التربوي يسير وفق مبادئ السياسة العامة للدولة التي تشمل مبادئ: المواطنة والانتماء واحترام الأديان ونبذ التعصب، وهذه القيم نجدها أيضًا في النظام الاتصالي وفي النظام التعليمي؛ فهناك قيم لابد من احترامها والعمل على تنفيذها مثل مكافحة الأمية والحث على عدم التسرب من مراحل التعليم ومواكبة التقدم التكنولوجي في مجال التعليم وتأكيد الهوية الثقافية ومواجهة الغزو الثقافي وتحديد مجال الخدمات التربوية والربط بين التعليم المدرسي والتعليم خارج إطار المدرسة، وإعطاء وسائل الاتصال الجماهيري دورًا أكبر في مجالات التربية(١٨).

التطبيق الميداني:

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها.
- معامل ارتباط بيرسون.

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول:

هنـاك فـروق ذات دلالـة إحصـائية في حجـم التعـرض للصـفحة الرسميـة لـوزارة الداخليـة وفقًـا للمتغـيرات الديموغرافيـة (النـوع – السـن – محـل الإقامـة – الوظيفـة – مستوى التعليم).

الفرض الرئيسى الثاني:

توجـد فـروق ذات دلالـة إحصـائية في تأثـير التمـاس المعلومـات عـن الجريمـة مـن الصـفحة الرسميـة لـوزارة الداخليـة علـى الجمهـور وفقـا للمتغـيرات الديمغرافيـة (النـوع – السن – محل الإقامة – الوظيفة – مستوى التعليم).

التحقق من فروض الدراسة:

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول:

١– توجـد فـروق ذات دلالـة إحصـائية في حجـم التعـرض للصـفحة الرسميـة لـوزارة الداخليـة وفقـا للمتغـيرات الديمغرافيـة (النـوع – السـن – محـل الإقامـة – الوظيفة – مستوى التعليم).

الفرض الفرعي الأول:

١(أ)–توجـد فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين الـذكور والإناث في حجـم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية:

جـدول (١) يوضـح قيمـة (ت) لدلالـة الفـروق بـين متوسـطي درجـات الذكور والإناث في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية

الجنس / المتغير	ذكور(ن=٢٢٥)		إناث(ن=٢٢٥)		ت	مستوى الدلالة د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية	٥,٩	٢,١٥٢	٥,٩	٢,٤٩٠	٠,٥٠٦	٠,٦١٣ غير دالة

يتضـح مـن الجـدول السـابق: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متوسـطي درجـات الـذكور والإناث في حجـم التعـرض للصـفحة الرسميـة لـوزارة الداخليـة، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الفرعي الثاني:

١(ب)–الفروق بين الفئات العمرية في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية:

جدول (٢) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية باختلاف السن

الفئة السنية		ن	االمتوسط	االنحراف معيار	ف	االدلالة
حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية	من ١٨–٣٠سنة	١٦١	٥,٦	٢,٣٩٠	٢,٥٥٠	٠,٠٧٩ غير دالة
	من ٣٠–٤٥ سنة	١٧٥	٦,٢	٢,٢١٨		
	أكثر من ٤٥ سنة	١١٤	٦,١	٢,٣٦١		
	جملة	٤٥٠	٥,٩	٢,٣٢٥		

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الفئة العمرية في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الفرعي الثالث:

١(ج)–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية:

جدول (٣) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية

الإقامة / المتغير	حضر(ن=٢٩٢)		ريف(ن=١٥٨)		ت	مستوى الدلالة د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
اتجاهات الجمهور نحو تقييم الأداء الأمني العام في مصر	٦,١	٢,٣٥٩	٥,٦	٢,٢٢٤	٢,٤١٤	٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالحضر والمقيمين بالريف في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الفرعي الرابع:

١(د)–الفروق بين الفئات الوظيفية في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية:

جدول (٤) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية باختلاف الوظيفة

الوظيفة		ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	خاص	حكومي
حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية	لا يعمل	١٠٥	٤,٤	١,٦٥٨	٣٨,٧٣٤	٠,٠٠١	-١,٨٧٩*	-٢,٢٧٣*
	خاص	١٧٧	٦,٢	٢,٢٤١				-٠,٣٩٣
	حكومي	١٦٨	٦,٦	٢,٣٢١				
	جملة	٤٥٠	٥,٩	٢,٣٢٥				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الوظيفة في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية لصالح أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص عند مستوى ٠,٠٥.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالحكومة في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية لصالح أفراد العينة العاملين بالحكومة عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الفرعي الخامس:

١(هـ)–الفروق بين المؤهلات الدراسية في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية:

جدول (٥) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية

المؤهل الدراسي		ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة
حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية	أقل من المتوسط	٥٧	٥,٥	٢,١٣٩	١,٨٤٦	٠,١٣٨ غير دالة
	متوسط	١٥٢	٥,٨	٢,٣٤٣		
	جامعي	٢٠٨	٦,١	٢,٢٤٩		
	دراسات عليا	٣٣	٦,٥	٢,٨٧٣		
	جملة	٤٥٠	٥,٩	٢,٣٢٥		

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف المؤهلات الدراسية في حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥. **مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول جزئيا.**

الفرض الرئيسي الثاني:

٢– توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور وفقا للمتغيرات الديمغرافية (النوع – السن – محل الإقامة – الوظيفة– مستوى التعليم).

الفرض الفرعي الأول:

٢(أ)–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور.

جدول (٦) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور

الجنس / المتغير	ذكور(ن=٢٢٥)		إناث(ن=٢٢٥)		ت	مستوى الدلالة د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
التأثيرات المعرفية	٩,٦	١,٣٤١	٩,٤٧٦	١,٣٦٣	٠,٨٠٢	٠,٤٢٣ غير دالة
التأثيرات الوجدانية	١٠	١,١٧٤	٩,٤	١,٥٦٣	٤,٥٣٥	٠,٠٠١
التأثيرات السلوكية	١١,٩	١,٦٤٧	١١,٣	١,٧٥٠	٤,٣٨٢	٠,٠٠١
الدرجة الكلية للتأثيرات	٣١,٦	٣,٤٠٠	٣٠,٢	٣,٥٠٣	٤,٢٨٨	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تأثير المعلومات عن الجرمية من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (التأثيرات الوجدانية – التأثيرات السلوكية) لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٢(ب)–الفروق بين الفئات العمرية في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور:

جدول (٧) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثير التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور باختلاف السن

الفئة السنية		ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة
	من١٨–٣٠سنة	١٦١	٩,٥	١,٥٠٤	٠,٠١٥	٠,٩٨٥ غير دالة
	من ٣٠–٤٥سنة	١٧٥	٩,٥	١,٣٩٣		
	أكثر من ٤٥ سنة	١١٤	٩,٥	١,٠٣٣		
	جملة	٤٥٠	٩,٥	١,٣٥٢		
	من١٨–٣٠سنة	١٦١	٩,٥	١,٧٥٧	٢,٦٣١	٠,٠٧٢ غير دالة
	من ٣٠–٤٥سنة	١٧٥	٩,٨	١,١٥٥		
	أكثر من ٤٥ سنة	١١٤	٩,٩	١,١٨٧		
	جملة	٤٥٠	٩,٧	١,٤١١		
	من١٨–٣٠سنة	١٦١	١١,٧	٢,١١٣	٠,٠٣١	٠,٩٧٠ غير دالة
	من ٣٠–٤٥سنة	١٧٥	١١,٧	١,٥٧٩		
	أكثر من ٤٥ سنة	١١٤	١١,٦	١,٣٣٤		
	جملة	٤٥٠	١١,٦	١,٧٣٤		
	من١٨–٣٠سنة	١٦١	٣٠,٧	٤,٢٦٩	٠,٣٣٧	٠,٧١٤ غير دالة
	من ٣٠–٤٥سنة	٧٥	٠,٩	.١٧١		
	أكثر من ٤٥ سنة	١٤	١	.٧٩٥		
	جملة	٥٠	٠,٩	.٥١٨		

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف السن في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢(ج)– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور.

جدول (٨) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور

الإقامة / المتغير	ريف(ن=٢٩٢)		حضر(ن=١٥٨)		ت	مستوى الدلالة د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
التأثيرات المعرفية	٩,٧	١,٣٤٥	٩,٢	١,٣١٦	٣,٤٩٣	٠,٠٠١
التأثيرات الوجدانية	٩,٨	١,٥٧٦	٩,٦	١,٠٣٨	١,٢٧٥	٠,٢٠٣ غير دالة
التأثيرات السلوكية	١١,٩	١,٨٣٥	١١,٢	١,٤٣٥	٤,٠٠٣	٠,٠٠١
الدرجة الكلية للتأثيرات	٣١,٤	٣,٨٦٥	٣٠,١	٢,٥٦٦	٣,٨٣٤	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (التأثيرات المعرفية – التأثيرات السلوكية) لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى٠,٠٠١.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في التأثيرات الوجدانية المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢ (د)–الفروق بين الفئات الوظيفية في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور:

جدول (٩) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور باختلاف الوظائف

الفئة الوظيفية		ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	خاص	حكومي
تأثيرات معرفية	لا يعمل	١٠٥	٩,٤	١,٦٥٥	٠,٨٧٦	٠,٤١٧ غير دالة		
	خاص	١٧٧	٩,٥	١,٤٢٦				
	حكومي	١٦٨	٩,٦	١,٠٢٠				
	جملة	٤٥٠	٩,٥	١,٣٥٢				
تأثيرات وجدانية	لا يعمل	١٠٥	٩,٥	١,٩٨١	٢,٤٦٧	٠,٠٨٦ غير دالة		
	خاص	١٧٧	٩,٧	١,١٣٢				
	حكومي	١٦٨	٩,٩	١,٢٢٩				
	جملة	٤٥٠	٩,٧	١,٤١٢				
تأثيرات سلوكية	لا يعمل	١٠٥	١٠,٩	١,٧٧٠	١٠,٣٦٢	٠,٠٠١	–٠,٨٨٩*	–٠,٨٢٩*
	خاص	١٧٧	١١,٩	١,٧٥				٠,٠٦١
	حكومي	١٦٨	١١,٨	١,٥٨٦				
	جملة	٤٥٠	١١,٦	١,٧٣٤				
الدرجة الكلية	لا يعمل	١٠٥	٢٩,٩	٤,٣٣٤	٦,٠٩٤	٠,٠١	–١,٢٤٢*	–١,٤٣٩*
	خاص	١٧٧	٣١,١	٣,٤٠٩				–٠,١٩٧
	حكومي	١٦٨	٣١,٣	٢,٩٠٦				

	جملة	٤٥٠	٣٠,٩	٣,٥١٨				

يتضح من الجدول السابق:

١– عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الوظائف في التأثير المعرفي والوجداني المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الوظائف في التأثير السلوكي المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٣– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص في التأثير السلوكي المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور لصالح أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص عند مستوى ٠,٠٥.

٤– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالحكومة في التأثير السلوكي المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور لصالح أفراد العينة العاملين بالحكومة عند مستوى ٠,٠٥.

٥– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الوظائف في تأثير التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١.

٦– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية لصالح أفراد العينة العاملين بالقطاع الخاص عند مستوى ٠,٠٥.

٧– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذين لا يعملون وأفراد العينة العاملين بالحكومة في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة

الداخلية على الجمهور كدرجة كلية لصالح أفراد العينة العاملين بالحكومة عند مستوى ٠,٠٥.

٢(هـ)– الفروق بين المؤهلات الدراسية في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور:

جدول (١٠) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثيرات التماس المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور باختلاف المؤهل

السنية	الفئة	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	متوسط	جامعي	دراسات عليا
تأثيرات معرفية	أقل من المتوسط	٥٧	٩,٢	٠,٧٤٩	٦,٣٩٩	٠,٠٠١	-٠,٣٦٢	-٠,٤٩٦*	٠,٤٨٣
	متوسط	١٥٢	٩,٦	١,١٣١				-٠,١٣٤	٠,٨٤٥*
	جامعي	٢٠٨	٩,٧	١,٥١٢					٠,٩٧٩*
	دراسات عليا	٣٣	٨,٧	١,٦٦٣					
	جملة	٤٥٠	٩,٥	١,٣٥٢					
تأثيرات وجدانية	أقل من المتوسط	٥٧	٩,٢	٠,٥٧١	٤,١٣١	٠,٠١	-٠,٦٢٧*	-٠,٦٩٩*	-٠,٣٣٩
	متوسط	١٥٢	٩,٨	١,١٣٤				-٠,٠٧٢	٠,٢٨٧
	جامعي	٢٠٨	٩,٩	١,٧٤٣					٠,٣٥٩
	دراسات عليا	٣٣	٩,٥	٠,٩٧٢					
	جملة	٤٥٠	٩,٧	١,٤١٢					
سلوكية تأثيرات	أقل من المتوسط	٥٧	١٠,٩	٠,٥٢٤	٥,٦١٤	٠,٠٠١	-٠,٦٧١*	-١,٠٢٤*	-٠,٦٢٠
	متوسط	١٥٢	١١,٦	١,٧٣٣				-٠,٣٥٢	٠,٠٥١
	جامعي	٢٠٨	١١,٩	١,٩٣١					٠,٤٠٥

	دراسات عليا	٣٣	١١,٥	١,٣٧٢				
	جملة	٤٥٠	١١,٦	١,٧٣٤				
الدرجة الكلية	أقل من المتوسط	٥٧	٢٩,٣	٠,٧٥٠	٧,٥٢٢	٠,٠٠١	-١,٦٦٠*	-٢,٢١٩*	-٠,٤٧٧
	متوسط	١٥٢	٣٠,٩	٣,٣٨٩				-٠,٥٥٩	١,١٨٣
	جامعي	٢٠٨	٣١,٥	٣,٩٩٨					١,٧٤٢*
	دراسات عليا	٣٣	٢٩,٨	٢,٥٩٨					
	جملة	٤٥٠	٣٠,٩	٣,٥١٨					

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف المؤهلات الدراسية في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (المعرفية – الوجدانية – السلوكية)، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي التعليم أقل من المتوسط وأفراد العينة ذوي التعليم المتوسط في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (الوجدانية – السلوكية) لصالح أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط وأفراد العينة ذوي التعليم دراسات عليا في التأثيرات المعرفية المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور لصالح أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي التعليم الجامعي وأفراد العينة ذوي التعليم دراسات عليا في تأثير المعلومات عن الجريمة من الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الجمهور كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (المعرفية) لصالح أفراد العينة ذوي التعليم الجامعي عند مستوى ٠,٠٥. **مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني جزئيا.**

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

١– أفراد العينة أعطوا تقييم للأداء الأمني العام لوزارة الداخلية بشكل محايد، مع عدم وجود فروق بين المحافظات في تقييم الأداء الأمني العام لوزارة الداخلية نتيجة التماس المعلومات، وعدم وجود مثل تلك الفروق بين المحافظات لا يجعل من الأهمية بمكان التركيز على تنويع الشكل الإعلامي التي تبث به الرسالة الإعلامية بحسب تغيير المحافظه مما يسهل على القائمين بالاتصال على توحيد الرساله الإعلامية التي تبث من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية.

٢– اتجاهات المبحوثين أفراد العينة إيجابية نحو الأداء الأمني لوزارة الداخلية نتيجة التماس المعلومات، حيث جاءت نتائج أكبر نسبة بأنها تقوم بدور فعال فى تحقيق الأمن الاجتماعي، ثم تلاها النواحي التشريعية ومكافحة الإرهاب، ثم تحقيق العدالة، وفي المركز الأخير تحقيق الأمن العام للمواطن، وهي ما تعطينا الإشارة لتوجيه جهد أكبر نحو القضايا التي تخص الأمن العام وخاصة التي تخص الإرهاب كذلك النواحي التشريعية.

٣– اتجاهات المبحوثين أفراد العينة إيجابية نحو التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية للتعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية نحو دور الأمن في مواجهة الجريمة، بينما كانت التأثيرات محايدة تجاه التأثيرات السلوكية، وهي ما تدعو إلى التركيز على دراسة طرق وأساليب تدعييم وتقويم السلوك بصورة أكبر من الطرق التقليدية المتبعة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية.

٤– يرى الأغلبية من أفراد العينة أن تفاعل الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية مع المتابعين بشكل جيد بنسبة ٤٤,٢٪، بينما يرى نسبة ٣١,٦٪ تفاعل الصفحة مع المتابعين بشكل ممتاز، بينما يرى ٢٤,٢٪ تفاعل الصفحة مع المتابعين بشكل ضعيف، وتلك النتائج تدعو إلى التأكيد على الدور الإيجابي والفعال للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية تفاعل الصفحة مع المتابعين.

٥– جاءت أفراد عينة محافظة الشرقية في المرتبة الأولى في عدد الساعات التي تقضيها على الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية، يليها كل من محافظة القاهرة وأسيوط بالتساوي، كما جاءت الإناث بنسبة أكبر من الذكور في عدد الساعات التي تقضيها في متابعة أخبار الصفحة.

٦– اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة (أماني ألبرت) في وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين عينة الدراسة في كثافة استخدام الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية طبقا لمتغير المراحل العمرية، حيث بلغت قيمة ف ١٣٠,٥ ومستوى المعنوية ٠٠٦ وهو دال إحصائيًا، بينما أظهرت نتائج الدراسة الحالية عدم تأثير متغير السن على كثافة استخدام الجمهور للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية المصرية، وهو يظهر من عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث كانت قيمة ف غير دالة عند مستوى٠,٠٥.

٧– وفيما يتعلق بدراسة، (أماني ألبرت) الانطباع نحو الوزارة وقطاعاتها؛ تقاربت انطباعات المبحوثين عن الوزارة من لا أستطيع التحديد ٣٥,٨٪ إلى انطباع سلبي ٣٤,٨٪، ثم انطباع إيجابي ٢٩,٥٪، بينما نجد في الدراسة الحالية أن نسبة ٥٢,٤٪ من أفراد العينة يروا أن الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية ذات مصداقية كبيرة، ونسبة ٣٨,٤٪ من أفراد العينة يرون أنها ذات مصداقية متوسطة، ونسبة ٩,١٪ يرون أنها ذات مصداقية ضعيفة وهو انطباع سلبي، فكانت الانطباعات عن مضمون الصفحة كما يراه الجمهور تعمل بكفاءة وتنجز أهدافها بنسبة ٢٩٪، أن إجمالي آراء عينة الدراسة عن صورة وزارة الداخلية كانت صورة متوازنة أي تحمل أبعاد سلبية وإيجابية ٢,٧٨٪، فيما حمل ٨,١٨٪ صورة إيجابية مقابل ٠,٣٪ للصورة السلبية في صورة الوزارة ككل.

٨– جاءت نتائج الدراسة الميدانية في أن عامل (السن– الجنس)، ليس له أي تأثير في نتائج تقييم الجمهور عينة الدراسة للأداء الأمني لوزارة الداخلية في مصر، وجاء وجود فروق ذات دلال إحصائية بين أفراد العينية من حيث المستوى التعليمي في اتجاهاتهم نحو تقييم الأداء الأمني بينما أظهرت نتائج دراسة (**إيمان بويصلة ٢٠٢١**) والتي تستهدف استخدام المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة لدى الجمهور، من خلال الدراسة التحليلية والميدانية لاستخدام مؤسسة IRISالاقتصادية لصناعة الإلكترونيات لموقع الفيسبوك، أن عملية تقييم الجمهور لصورة المؤسسة على موقع الفيسبوك ببعديها المعرفي والعاطفي جاءت بين الإيجابية والسلبية، لارتباطها بشكل كبير بعامل المتغيرات الديموغرافية منها عامل (السن – الجنس – المستوى التعليمي)، والتي اختلفت نتائجها باختلاف تلك المتغيرات.

٩– أظهرت نتائج الدراسة الميدانية اتجاهات أفراد العينة من الجمهور الإيجابية نحو التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك، وقد اتفقت مع نتائج دراسة (**هويدا محمد السيد ٢٠٢١**)، والتي تهدف إلى رصد وقياس وتحليل العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، والصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان، وأيضًا الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر؛ وذلك لرصد مدى قدرة هذه الصفحات على التأثير عليهم من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، بما له تأثيره الإيجابي على الجمهور، وهي أيضًا نفس النتائج العامة التي أسفرت عليها دراسة (**وليد غضبان ٢٠١٩**)، والتي تهدف إلى إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعية في تحسين صورة الذهنية المؤسسة الأمنية للمديرية العامة للأمن الوطني.

١٠– وقد اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة أماني ألبرت في عدم تأثير عامل الجنس على حجم التعرض للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية.

الخاتمة

استهدفت هذه الدراسة تحليل أهم الإستراتيجيات التي تستخدمها وزارة الداخلية للتهيئة المعرفية لدى الجمهور المصري المتابع لصفحة الوزارة على الفيس بوك لتقييم الصورة عن مستوى الأداء الأمني لوزارة الداخلية في مصر بشكل إيجابي عنها عبر محتوى صفحتها الرسمية على الفيس بوك مع محاولة لرصد صورة الوزارة لدى المتابعين لهذه الصفحة من الشعب المصري لمعرفة مردودها على تكوين الصورة لدى الجمهور تجاه الدور التي تقوم به وزارة الداخلية في تحقيق العدالة وإنفاذ القانون، وفي ضوء ما سبق تبرز الحاجة إلى التركيز على الدور الإلكتروني للعلاقات العامة بوزارة الداخلية، ومدى الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي وتحليل الرسائل الإعلامية المتابعة والرد السريع على الهجمات المضادة والانتقادات، وإبراز الجوانب الفعالة الإيجابية والإنسانية التي تقوم بها الوزارة مع إبراز جوانب المسئولية الاجتماعية في مواجهة وإنفاذ القانون، بجانب التنويه في وائل الإعلام المختلفة عن حسابات الوزارة عبر الشبكات الاجتماعية وذلك لتحقيق أقصى استفادة من المميزات التفاعلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي مع الجمهور للوقوف على نقاط القوة والضعف والتنبوء بالأزمات قبل وقوعها مما يساهم في تحسين الانطباعات عن مستوى الأداء الأمني لوزارة الداخلية لدى الجمهور المصري المتابع لصفحة الوزارة.

وقد خلصت الباحثة من خلال الدراسة إلى التوصيات التالية:

١– ضرورة التعاون بين رجال الشرطة وذوي الخبرة من الإعلاميين لبث الصورة الإعلامية المناسبة لرجال الشرطة وأنواع الجرام من خلال المنشورات التي تبثها الصفحة عن الأحوال الأمنية في مصر عن طريق عرض الجرائم وكيفية مواجهتها.

٢– تفعيل التعاون بين صفحة الوزارة والصفحات الحكومية الأخرى فيما تبثه لتوحيد وتكامل الصورة الإعلامية عن الوضع الأمني في مصر ولتأكيد المصداقية لدى الجمهور المتابع.

٣– مراقبة الصفحات باستمرار والتي تبث معلومات مغلوطة عن الشرطة وعن الأوضاع الأمنية في مصر، للتهيئة المناسبة لمواجهتها من قبل الوزارة من خلال صفحتها الرسمية.

٤– نشر المعلومات الدقيقة بالأدلة والتي تثبت إدعاءات وكذب الشائعات التي تقوم بتشوية الصورة الأمنية لمصر.

٥– عمل تحليل مضمون بصفة مستمرة للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية للوقوف على القصور وللتجديد المستمر للصفحة لمواجهة التحديات من الصفحات المنافسة والمغرضة.

٦– إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية التي تتناول القضايا الأمنية المختلفة حيث ترى الباحثة إن القضايا الأمنية ترتبط بشكل مباشر بحياة الناس اليومية بل إنها قد تكون لها انعكاساتها الخطيرة على المستوى السياسي والاجتماعي والاقتصادي.

٧– إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول تقييم الجمهور بمختلف فئاته للمعلومات لوسائل الإعلام التقليدي والجديد حول المشكلات والقضايا المختلفة، في سبيل تطوير أداء المؤسسات.

٨– العمل على تطوير الأداء الإعلامي في مؤسسات الإعلام التقليدي بشكل عام، وفيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي المتخصص في المجال الأمني على وجه الخصوص مع ضرورة التزام وسائل الإعلام التقليدية بالموضوعية والمهنية في تغطية القضايا الأمنية الاقتصادية بما يحقق مصداقية أعلى لها ويجعلها تحظى بثقة واهتمام الجمهور بشكل عام.

٩– العمل على إنشاء منصات إعلامية حكومية على شبكة الإنترنت تقدم المعلومات الأمنية بموضوعية كاملة ودقة عالية دون تهويل أو تهوين بما يجعلها المرجع الأساسي والموثوق في الحصول على المعلومات عن الجرائم والمستوى الأمني للجمهور بمختلف فئاته.

١٠– تحري الدقة في نشر الأخبار عن الجريمة في الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية لزيادة مصداقية الصفحة لدى المتابعين، لكي تصبح مصدر المعلومات الأوثق لديهم.

١١– الدعايا عن الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية على الفيس بوك من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

الهوامش

١) Abusafaqa, M. A., Awais, I. A. R. U., & Kamaruzzaman, K. BEmploying: digital-media platforms in developing the public-relations Performance for official institutions in Palestine-Tulkarm Governorate. *resmilitaris*, , ٢٠٢٣.

٢) عاطف فتحي حبيب سيدهم ومحمود محمد النحراوي: صفحات البنوك على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد ٢٢، العدد ٤، ٢٠٢١.

٣) إيمان بوبصلة: استخدامات المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد لمين دباغين، الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية، ٢٠٢١.

٤) أمل جمال حسن عبد العظيم: تقييم الجمهور المصري لدور المؤسسات السياسية الرسمية للدولة المصرية في مواجهة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، الجزء الثالث–المجلد الأول، ٢٠٢١.

٥) إنجي لطفي عبد العزيز عيسى: تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ٢٠٢٠.

٦) وليد غضبان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية المديرية العامة للأمن، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، رسالة ماجيستير، جامعة محمد بوضياف، ٢٠١٩.

٧) صفا محمود عثمان: مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية في الإفصاح الاستباقي عن البيانات الرسمية المتعلقة بالأحداث الجارية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، المجلد ٥، العدد٨٦، ٢٠١٩.

٨) أماني ألبرت. أ: إستراتيجيات إدارة الانطباع لوزارة الداخلية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة الوزارة لدى الجمهور. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد٥، ٢٠١٦.

٩) أحمد حمود مفضي الشمري: اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد (دراسة ميدانية)، ماجستير، كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة اليرموك، ٢٠١٧، ص٤٤.

١٠) أحمد حمود مفضي الشمري: المرجع السابق، ص٤٦.

١١) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، مصر، ٢٠١٦، ص١٠٢.

١٢) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: المرجع السابق، ص ص١٠٥-١٠٦.

١٣) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: المرجع السابق، ص ص١٢٥-١٢٦.

١٤) سامر جمال: المردود الأمني للشائعات ودور الشرطة في مواجهتها، دراسة تطبيقية على الإنترنت، رسالة دكتوراة، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ٢٠٢٠، ص٢٦٤.

١٥) قام المؤتمر الإسلامي للإرهاب بتعريف أثناء وضع معاهدة لمكافحة الإرهاب وتعريفه عام ١٩٩٨، وجاء التعريف على أنه "كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به أيًّا كانت بواعثه أو أغراضه، يقع تنفيذًا لمشروع إجرامي فردي أو جماعي ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو أعراضهم أو حريتهم أو أمنهم أو حقوقهم للخطر، أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة، أو احتلالها أو الاستيلاء عليها، أو تعريض أحد الموارد الوطنية أو المرافق الدولية للخطر، أو تهديد الاستقرار والأمن والسلامة الإقليمية أو الوحدة السياسية أو

سيادة الدول المستقلة"، فيما يعرف الإرهاب دوليا بأنه "اعتداء يصل إلى حد العمل الإجرامي ولكن المستهدف بهذا الإرهاب وطبيعته السياسية هو الذي يفرق في الطبيعة القانونية لهذا العمل بين الجريمة السياسية والجريمة الإرهابية". انظر: إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: مرجع سابق، ص ص١٦٩-١٧٠.

١٦) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: نفس المرجع السابق، ص١٧١.

١٧) أحمد حمود مفضي الشمري: اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد (دراسة ميدانية)، مرجع سابق، ص٤٢، ص٤٣.

١٨) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: مرجع سابق، ص٦٩.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: مصادر الدراسة:

-القرآن الكريم

- رابط الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية

https://l.facebook.com/l.php?u=https%٣A%٢F%٢Fmoi.gov.eg

ثانيًا: المراجع:

أولا: المراجع العربية:

١. أحمد حمود مفضي الشمري: اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد (دراسة ميدانية)، ماجستير، كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة اليرموك، ٢٠١٧.

٢. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ٢٠١٦.

٣. أماني ألبرت. أ: إستراتيجيات إدارة الانطباع لوزارة الداخلية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة الوزارة لدى الجمهور. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد٥، ٢٠١٦.

٤. أمل جمال حسن عبد العظيم: تقييم الجمهور المصري لدور المؤسسات السياسية الرسمية للدولة المصرية في مواجهة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، الجزء الثالث – المجلد الأول، ٢٠٢١.

٥. إنجي لطفي عبد العزيز عيسى: تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٠٢٠.

٦. إيمان بوبصلة: استخدامات المؤسسات الاقتصادية لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد لمين دباغين، الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية، ٢٠٢١.

٧. سامر جمال: المردود الأمني للشائعات ودور الشرطة في مواجهتها، دراسة تطبيقية على الإنترنت، رسالة دكتوراة، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ٢٠٢٠.

٨. صفا محمود عثمان: مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية في الإفصاح الاستباقي عن البيانات الرسمية المتعلقة بالأحداث الجاريا, المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٥، العدد٨٦، ٢٠١٩.

٩. عاطف فتحي حبيب سيدهم ومحمود محمد النحراوي: صفحات البنوك على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد ٢٢، العدد ٤، ٢٠٢١.

١٠. هويدا محمد السيد عزوز: دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا، كلية الإعلام، قسم صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة المنوفية، العدد ٧٦، المجلد١، ٢٠٢١.

١١. وليد غضبان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية، المديرية العامة للأمن، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، رسالة ماجيستير، جامعة محمد بوضياف، ٢٠١٩.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

١. Abusafaqa, M. A., Awais, I. A. R. U., & Kamaruzza man, K. B employing,: digital-media platforms in developing the public-relations Performance for official institutions in Palestine-Tulkarm Governorate. resmilitaris, ١٣(٢), ٤٦٤٩-٤٦٥٧, ٢٠٢٣.

٢. Jedrzejczyk, W., & Brzezinski, S :The Importance of Social Media in Managing the Image of the Educational

Institutions. Contemporary Economics, ١٥(٤), ٤٥٧-٤٦٧, ٢٠٢١.