

سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المُستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في بناء توقعاتهم نحو مستقبل الدولة المصرية

ماهيتاب جمال

المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

تستهدف الدراسة الحالية رصد طرق الحصول على المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المُستدامة رؤية مصر 2030 عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، وذلك من خلال طرح نموذج علمي مُقترح يتكون من ثلاث نظريات (نماذج علمية) يؤدي الجمع بينها إلى تقديم رؤية شاملة في تحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء التوقعات المستقبلية لمستخدميها، وذلك بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 150 مفردة، تم سحبهم بالتساوي بواقع 50 مفردة من طلاب كليات الإعلام بثلاث جامعات هي: جامعة القاهرة، جامعة الأهرام الكندية، جامعة الأزهر؛ لاختبار تأثير نمط التعليم على متغيرات الدراسة الحالية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من بينها: أن درجة إدراك طلاب كليات الإعلام لأهمية تلك الاستراتيجية بين أفراد المجتمع المصري وصلت إلى 40% فقط أي أقل من نصف العينة، من جهة أخرى جاءت المدركات بشأن التغطية الإعلامية لهذه الاستراتيجية بوسائل الإعلام التقليدية متحيزة لتقتصر على تأييدها فقط، وهو ما كان له تأثير على إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشأن تلك الاستراتيجية، والتي جاء في مقدمتها موقع الفيس بوك، والذي بلغت نسبة استخدامه 78,7%، أما سلوكيات التماس المعلومات من خلال ذلك الموقع فكانت إيجابية في الجمل لصالح طلاب الإعلام الأزهر، مما كان له الأثر على توقعاتهم المستقبلية نحو الدولة المصرية، والتي سيطر عليها الطابع الإيجابي؛ حيث توقع 54% من الطلاب الارتقاء بجودة حياة المصريين كافة بحلول عام 2030، أما عن سلوكياتهم المستقبلية المحتملة فتبيّن ارتفاع نسبة احتمالية قيامهم بسلوكيات إيجابية داعمة للدولة.

المقدمة:

تستقطب شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين من مختلف أنحاء العالم، خاصة بعد انتشار تطبيقات هذه الشبكات على الهواتف المحمولة، والتي وصل عدد مستخدميها في عام 2020م إلى 3,484 بليون مستخدم حول العالم، من بينهم 40 مليون شخص في مصر، منهم 38 مليون شخص مصري يستخدمون تطبيقات تلك الشبكات من خلال الهواتف المحمولة (Hootsuite, July 2020, pp.12)، وهو ما يعكس أهمية هذه الشبكات، خاصة في ظل ما دعا إليه البعض إلى اعتبارها وسائل إعلامية يمكنها أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية بسبب ما تتيحه من حرية النشر وتبادل الأخبار والمعلومات المختلفة بين الجميع، لتلاحظ الباحثة وجود فيض من المعلومات والأخبار غير الدقيقة المخلوطة بمعلومات صحيحة، وهو ما قد يكون له عواقب خطيرة خاصة إذا كانت هذه المعلومات بشأن القضايا المتعلقة بالمستقبل، وفي الوقت ذاته يلقي بالمسئولية على مستخدميها وسلوكياتهم في الحصول على المعلومات من خلالها، وخاصة شريحة الشباب الجامعي، التي تتميز باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، وإذا نظرنا للسلوكيات الحالية لطلاب كليات الإعلام في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات بشأن القضايا المختلفة، وبخاصة القضايا المتعلقة بمستقبل وطنهم والتي من بينها استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 والتي تعدُّ من أهم قضايا التنمية في مصر خلال الفترة القادمة، فربما يكون له مردود على مستوى سلوكياتهم المستقبلية في مجال العمل الإعلامي نحو الدولة بالإيجاب أو بالسلب.

تحديد المشكلة البحثية:

في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها مصر الآن تظهر الكثير من المعلومات والأخبار والآراء الصحيحة والمغلوبة وغير الدقيقة وكذلك الخاطئة وغير الكافية بشأن مختلف القضايا والأحداث على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسائل إعلامية تنافس وسائل الإعلام التقليدية وتصل إلى كل المستخدمين في أي وقت وأي مكان، خاصة بعد انتشار تطبيقاتها على الهواتف الذكية.

وبعد الرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة المتعلقة بدور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على درجة معرفة الجمهور، يتبين وجود اختلاف في النتائج؛

فتشير بعض الدراسات إلى أن تلك الشبكات تؤدي إلى تخطيهم نحو الكثير من القضايا، في حين تشير دراسات أخرى إلى أنها تؤدي إلى زيادة حصيلتهم المعرفية ومشاركتهم في الشؤون العامة، وهو ما يثير عددًا من التساؤلات لدى الباحثة بشأن أسباب ذلك الاختلاف، وطبيعة تأثير كل من سلوك مستخدمي تلك الشبكات في ذلك الأمر بالإيجاب أو السلب، ومعاييرهم في التصديق والأخذ بالمعلومات الواردة بهذه الشبكات، إلى جانب رصد التأثيرات المحتملة لهذه الأمور على توقعاتهم المستقبلية إزاء الكثير من القضايا، والتي من بينها استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، وذلك بالتطبيق على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلاب كليات الإعلام الحكومية والخاصة والأزهرية.

أهمية موضوع الدراسة:

- الأهمية العلمية: اختبار نموذج علمي مُقترح من قبل الباحثة يبحث في العلاقة بين العوامل المؤثرة في تقييم مصداقية المعلومات الواردة بشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على سلوكيات التماس المعلومات، وبين توقعاتهم المستقبلية، وذلك بالتطبيق على استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، وذلك في ضوء تحقيق التكامل في الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في الزيادة أو التقليل من مستوى معرفة مستخدميها، إلى جانب تفسير سلوك الحصول عن المعلومات المتعلقة بهذه الاستراتيجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراته.

- الأهمية المجتمعية: إلقاء الضوء على إحدى القضايا التي تحظى باهتمام من قبل الدولة المصرية ألا وهي استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030؛ وذلك محاولة لفهم طبيعة التغطية الإعلامية لتلك الاستراتيجية بوسائل الإعلام التقليدية، وكذلك طبيعة ما يُنشر حولها من معلومات بشبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما قد يقدم فهمًا حقيقيًا لكل من المسؤولين ووسائل الإعلام التقليدية للتعامل مع المحتويات والمضامين التي تقدمها هذه الشبكات بشأن تلك الاستراتيجية، وكيفية الرد عليها بمعلومات دقيقة وصحيحة.

أهداف الدراسة:

- تقدير حجم الأهمية التي تحظى بها استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 كما يدركها طلاب كليات الإعلام، مع البحث في تأثيراتها.
- تقييم التغطية الإعلامية لقضية استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030

بوسائل الإعلام التقليدية من منظور طلاب كليات الإعلام، مع البحث عن تأثيراتها في طبيعة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

- رصد طرق طلاب كليات الإعلام في الحصول عن المعلومات المقدمة بشأن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية والتعامل معها.

- الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء التوقعات المستقبلية لمستخدميها، وذلك بطرح نموذج علمي يهدف إلى تحليل دور بعض العوامل الإعلامية وغير الإعلامية في تلك التوقعات، مع تحديد طبيعة هذه التوقعات والبحث في تأثيراتها على السلوكيات المستقبلية المحتملة من خلال التطبيق على موضوع الدراسة الحالي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: تقييم التغطية الإعلامية لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030.

مما لا شك فيه أن هذه الاستراتيجية تُعدُّ أول استراتيجية تنموية تتم صياغتها وفقاً لمنهجية التخطيط الاستراتيجي بعيد المدى والتخطيط بالمشاركة؛ حيث تم إعدادها بمشاركة مجتمعية واسعة راعت مرئيات المجتمع المدني والقطاع الخاص والوزارات والهيئات الحكومية، كما لاقت دعماً ومشاركة فعالة من شركاء التنمية الدوليين، الأمر الذي جعلها تتضمن أهدافاً شاملة لكافة مرتكزات الدولة المصرية وقطاعاتها (حنان يوسف، 2019، صفحة 67)؛ فأطلقتها الحكومة المصرية على هامش مؤتمر دعم وتنمية الاقتصاد المصري بمدينة شرم الشيخ في مارس 2015، لتعكس الملامح الأساسية لمصر الجديدة خلال الأعوام العشرة القادمة وتتضمن عددًا من المحاور والأبعاد والأهداف وفقاً للشكل التالي: (النظام الإيكولوجي للبيانات في مصر لدعم التنمية، 2018، صفحة 29).

رؤية مصر 2030	
* أن تكون مصر بحلول عام 2030، ذات اقتصاد تنافسي ومتوازن ومتنوع يعتمد على الابتكار والمعرفة، قائمة على العدالة والاندماج الاجتماعي والمشاركة، ذات نظام إيكولوجي متزن ومتنوع، تستثمر عبقرياً المكان والإنسان لتحقيق التنمية المستدامة وترتقى بجودة حياة المصريين*	
1. البعد الاقتصادي. (التنمية الاقتصادية، الطاقة، المعرفة والابتكار والبحث العلمي، الدفاعية وكفاءة المؤسسات الحكومية). 2. البعد الاجتماعي. (العدالة الاجتماعية، الصحة، التعليم والتدريب، الثقافة). 3. البعد البيئي. (البيئة، والتنمية العمرانية).	أبعاد ومعايير الاستراتيجية* (3 أبعاد - 10 محاور)
أن تكون مصر ضمن أفضل 30 دولة على مؤشرات عالمية أساسية: 1. حجم الاقتصاد. (التدريب الحالي - 41). 2. مكافحة الفساد. (التدريب الحالي - 94).	أهداف الاستراتيجية (الأهداف العامة حتى عام 2030)

شكل رقم (1) رؤية وأبعاد ومحاور وأهداف استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030

وبالرغم من وجود عده أبعاد تتعلق بتلك الاستراتيجية، فإن بعض الدراسات العربية - في حدود علم الباحثة - أوضحت وجود تركيز من قبل وسائل الإعلام التقليدية وبالأخص القنوات التلفزيونية على البعد الاجتماعي بشكل خاص، فتشير دراسة (حنان الشبيني، 2019) إلى احتلال قضايا التنمية الاجتماعية المرتبة الأولى في التناول، واستبعاد كل من قضايا التنمية الاقتصادية والسياسية، وذلك بناءً على تحليل مضمون 3 برامج تلفزيونية من قنوات مصرية حكومية وخاصة، أما فيما يتعلق بطبيعة التغطية الإعلامية لذلك البعد من منظور عينة عشوائية طبقية من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة، فتُظهر النتائج الاعتماد بدرجة كبيرة على تقديم المعلومات من قبل الضيوف دون الاعتماد على ما يعرضه المقدم (القائم بالاتصال) من معلومات، كذلك فإن دراسة (محمود ذكي، 2018) التي حللت مضمون عينة مُختارة من المضامين التلفزيونية التي تتناول موضوعات تندرج في إطار تلك الاستراتيجية عبر الموقع الإلكتروني الرسمي لتلك الاستراتيجية (<http://sdsegypt2030.com>) وصفت التغطية التلفزيونية لتلك الاستراتيجية بالتنوع في الشكل أكثر من اتصافها بالامتداد الزمني، إلى جانب اعتمادها بشكل أساسي على مشاركات كل من المسؤولين والخبراء.

أما فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية الصحفية للمشروعات التنموية المستدامة، فتظهر دراسة (مظهر أبو الحسن، 2018) التي استهدفت تحديد مستوى معرفة عينة عمدية

قوامها 420 مفردة من المراهقين بمشروعات الدولة التنموية ومستوى اعتمادهم على الصحف والمواقع الإلكترونية وأهدافهم من متابعتها، أن الخبر الصحفي جاء في مقدمة الأشكال الإخبارية المفضلة للمراهقين عند متابعتهم للأخبار المتعلقة بتلك المشروعات، كما تبين تفضيلهم للمواقع الإلكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بتلك المشروعات وذلك لإمكانية تعليقهم بحرية عليها، وتضيف دراسة (حنان يوسف، 2019، صفحة 67) سبباً آخر من أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، وهو وجود المصادر المعارضة التي يفتقدون وجودها في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة عند تغطيتها لقضايا التنمية المستدامة، ولعل ما يزيد من خطورة ذلك الأمر ما أوضحته الورقة البحثية التي قدمها (عبد الحسين شعبان، 2019، صفحة 43) بشأن عدم استهداف تلك الشبكات لفئة بعينها إنما تستهدف جميع من يستخدمونها، لتصبح هذه الشبكات منتجاً للمعرفة المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة وليست ناقلة للمعلومات فحسب، وهو ما أدى إلى نشر الكثير من المعلومات المغلوطة وغير الدقيقة والمرفوعة من قبل مستخدمين عاديين وغير متخصصين، والتي أصبحت تنتشر بين الجميع في أقل من ساعة بسبب انتشار تطبيقات تلك الشبكات على الهواتف المحمولة، وامتلاك الشخص الواحد أكثر من هاتف.

المحور الثاني: طرق تعامل طلاب الجامعات مع شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات.

في الوقت الذي تتنوع فيه درجة دقة المعلومات الواردة بشبكات التواصل الاجتماعي ما بين المعلومات الصحيحة الدقيقة، والمعلومات الصحيحة غير الدقيقة، والمعلومات الخاطئة ولكن بما بعض الصحة، والمعلومات الخاطئة تماماً، إلا أن تلك الشبكات تُعد لعدد كبير من المستخدمين وبالأخص الشباب الجامعي أداة فاعلة في نشر المعلومات وسهولة تداولها، ومن ثم تصديقها والاعتقاد بصحتها، بل بناء الأفكار والرؤى على أساسها بغض النظر عن دقتها (Gathegi John, 2014, pp. 101-108)، بل وصل الأمر إلى أن احتلت تلك الشبكات المرتبة الأولى في تفضيل هؤلاء الشباب لها كمصدر أساسي لمعلوماتهم، وذلك وفقاً لنتائج دراسة (نحما عبد المعطي، 2013) التي تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري المستخدم للإنترنت.

ولم يتوقف الأمر على مجرد الاعتماد والتفضيل لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر

للمعلومات، بل امتد إلى اعتبار تلك الشبكات من أكثر مصادر المعلومات مصداقية مقارنة بالوسائل التقليدية لدى الشباب ومن بينهم الشباب الجامعي، وذلك وفقاً لما أشارت إليه دراسة (عمرو عبد الحميد، 2006) التي أجرت مسحاً لعينة بلغت 400 مبحوث من المهتمين بالشئون السياسية المصرية شملت ثلاث محافظات تمثل قطاعات الجمهورية الثلاث (القاهرة الكبرى، الوجه البحري، الوجه القبلي)، واتفقت معها نتائج دراسة (Deborah Grimes & Carl Boeing, 2011, pp. 11-22) التي أشارت إلى إن تلك الشبكات لم تكن مجرد مصدر لمعلوماتهم العامة حول القضايا والأحداث من حولهم، ولكنها أيضاً مصدر رئيس لإجراء الأبحاث والتكليفات المطلوبة منهم في إطار دراستهم الجامعية، بالرغم من عدم قدرتهم على تقييم ما يهذه الشبكات من معلومات؛ وذلك بناءً على إجراء مقابلات متعمقة مع 50 طالباً وطالبة في السنة الأولى من مرحلة البكالوريوس.

وبالتطبيق على موضوع الدراسة الحالي المتعلق باستراتيجية التنمية المستدامة بما تتضمنه من قضايا، فعلى الرغم من أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تناولت تلك القضايا لم تقتصر على موقع الفيس بوك فقط، بل شملت كل من موقع اليوتيوب وموقع تويتر اللذين تمكنا من الوصول إلى عقل المستخدمين في جميع أنحاء العالم وجعلتهم يلعبون دوراً مسؤلاً لدعم قضايا البيئة المستدامة؛ وذلك بنشر المعلومات المختلفة التي توصلوا إليها بين أصدقائهم ومن خلال حساباتهم الشخصية (Ramesh Palvai, 2019, pp. 264-271)، فإن دراسة (قويدر صبرينة، 2018) كشفت عن أن موقع الفيس بوك كان في مقدمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها عينة عمدية قوامها 60 مفردة من طلاب جامعة الجيلالي بالجزائر قسم علوم الإعلام والاتصال في التعرف على الأخبار والمعلومات البيئية المستدامة.

وبغض النظر عما أشارت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة بشأن درجة دقة المعلومات التي تتضمنها شبكات التواصل الاجتماعي، فإن دراسة (Sylvia Owin, Audrey Maretzki, & Khanjan Mahta, 2016, pp. 234-247) التي أجرت دراسة حالة على معالجة قضايا التنمية المستدامة (التغيرات المناخية، والاستدامة البيئية)، ل يتم تحليل البيانات بأداة الدراسات القياسية ضمن مشروع يبو للإنترنت والحياة الأمريكية، توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى زيادة مستوى المعلومات والوعي لدى الشباب الجامعي المستخدم لتلك الشبكات حول قضايا التنمية المستدامة في الشرق الأوسط؛ والسبب في ذلك كان حرية الوصول

والمشاركة في النقاشات المتعلقة بتلك القضايا، والتي لم تقتصر فقط على من يتشاركون نفس الاهتمام بالصفحات، كذلك اتفقت معها دراسة (Reter Lauren, 2016) التي أثبتت وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي ونمو الوعي بقضايا التنمية المستدامة، وذلك بعد التطبيق على عينة قوامها 783 شابًا وفتاة تم تجميعهم إلكترونيًا عشوائيًا عبر إرسال استمارة استطلاع الرأي.

وفي السياق ذاته تتعدد الأسباب والمتغيرات التي من شأنها التأثير على طلاب الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر لمعلوماتهم، ومن بينها ما ذكرته دراسة كل من (لوجين عفيفي، 2017)، و (أكرم عيساوي، 2016) بشأن سهولة استخدام تلك الشبكات من تطبيقات الهواتف الذكية، إلى جانب سرعة نقل المعلومات وإتاحتها للجميع دون أي قيود، من ناحية أخرى كشفت دراسة (العربي بوعمامة، 2013، الصفحات 93-114) عن أسباب أخرى تتعلق بإمكانية استخدام تلك الشبكات في القراءة والمشاهدة والاستماع والتعليق والمشاركة، كذلك تسهم هذه الشبكات في السماح بتبادل الآراء ومناقشة جميع القضايا التي يصمت عنها الإعلام الرسمي التقليدي بوصفه إعلامًا ناطقًا باسم السلطة، في حين أثبتت دراسة (Micheal Chan, 2015, pp. 340-451) وجود سبب يتعلق في كون هؤلاء الطلاب يمكنهم التعامل مع الأفراد الذين يحملون التوجهات والآراء ذاتها، بل يبحثون عن الآراء التي تدعم آراءهم وتوجهاتهم، ويكتسبون هذه المعلومات للانخراط في مناقشات مع من يتشاركون معهم الاتجاهات ذاتها.

ومن جهة أخرى أعربت دراسة (Challen Stephens, 2014) عن وجود اختلافات في مدى تقبل الطلاب لمصادقية المعلومات الواردة بشبكات التواصل الاجتماعي طبقًا للنوع لصالح الإناث، وهو ما اختلفت معه دراسة (هديل الطالبة، 2014)، أما متغير العمر وتأثيره فأوضحت دراسة (لوجين عفيفي، 2017) أنه كلما زاد عمر المبحوث قل احتمال قبوله للشائعات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي، كما اتضح كذلك أن المستوى الدراسي يمكنه التأثير على ذلك الاستخدام، فكلما كان الطالب في مستوى دراسي مرتفع ارتفع مستوى وعيه في التعامل مع المعلومات الواردة بتلك الشبكات، وذلك بحسب ما ذكرته دراسة كل من (زيد بركات، 2012، الصفحات 11-50)، ودراسة (king luu & John, 2011, pp. 1072-1082).

كذلك فإن نتائج بعض الدراسات مثل دراسة (إلهام الدوسري، 2017،

الصفحات 161-213)، ودراسة (king luu & John Freeman, 2011، pp. 1072-1082)، وأيضاً دراسة (Robert Schroeder & Ellysa Cahoy, 2010, pp. 126-147)، وكذلك دراسة (داليا الشافعي، 2005)، إلى جانب دراسة (أمنية خير، 2004) أثبتوا وجود تأثير لمتغير التخصص التعليمي على مستوى المعرفة العامة لدى الطلاب ومستوى التعامل بشكل أكثر دقة مع شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات، وذلك لصالح التخصص العلمي أكثر من التخصص الأدبي، وهو ما قد يعني أن طبيعة المقررات الدراسية يمكنها التأثير في طريقة تعامل الطلاب مع هذه الشبكات كمصادر للمعلومات وفقاً لما أوضحتها إحدى نتائج دراسة (عبير محمد، 2014، الصفحات 102-147)، وفي السياق ذاته تبين أن المعدل التراكمي للطلاب له كذلك نفس التأثير الذي يحدثه متغير التخصص التعليمي وذلك لصالح الطلاب المتفوقين بحسب ما ذكرته دراسة (Robert Schroeder & Ellysa Cahoy, 2010, pp. 126-147)، ودراسة (هدى العمودي، 2008، الصفحات 161-224)، إلا أن نتائج دراسة (Rebecca Van, 2011, pp. 170-175) لم تتفق معهما في تلك النتيجة.

الإطار النظري:

تنطلق هذه الدراسة من نموذج مُقترح يتكون من ثلاث نظريات (نماذج علمية) متداخلة ومتربطة، ويؤدي الجمع بينها إلى التكامل وتقديم رؤية شاملة في تحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء التوقعات المستقبلية لمستخدميها، وتلك النظريات هي: نظرية التماس المعلومات Information Seeking Theory التي تفسر وتحدد طبيعة سلوك الأفراد في الحصول عن المعلومات من مصادرها المختلفة (Dattatray Sankpal & Sunil Punwatkar, 2015, pp. 1-7)، وتستفيد منها الباحثة في تحديد الأبعاد التي على أساسها يتم تحديد طبيعة ذلك السلوك سواء كان إيجابياً أم سلبياً، ونظرية التحقق Warranting Theory والتي تتعلق بالعناصر المؤثرة في تقييم الأفراد لمصداقية المعلومات التي يتعرضون له وتأثيراتها على درجة ومستوى الأدوار الاجتماعية للأفراد أثناء العملية الاتصالية (Jian Raymod, 2018, pp. 331-348)، وتستفيد منها الباحثة في تحديد الأبعاد التي على أساسها يصدق طلاب كليات الإعلام ويتقنون فيما يُقدم لهم من معلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب نموذج تصور المستقبل The Model of Future Orientation الذي يشير إلى المستقبل والمتغيرات

المؤثرة في بناء التوقعات والتصورات بشأنه (Rachel Seginer & Willy Lens, 2014, pp. 287-304)، وتستفيد منه الباحثة في قياس متغير بناء التوقعات، وفهم بعض العوامل والمتغيرات التي يمكنها التأثير عليه، واختبار علاقتها بمتغيرات أخرى.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة:** تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي، وسلوك التماس المعلومات من خلالها في بناء التوقعات المستقبلية، وما يترتب عليها.
- **منهج الدراسة وأدواتها:** تستخدم الدراسة المنهج المسحي بشقه الميداني، باتباع أسلوب المسح بالعينة، باستخدام أداة استمارة الاستبيان الإلكترونية التي تحوي 14 سؤالاً تعكس أهداف الدراسة، تم عرضها على عدد من المحكمين الأكاديميين للتأكد من قدرة المقاييس الموضوعية على الإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها.
- **مجتمع الدراسة:** يتمثل في كل طلاب كليات الإعلام الحكومية والخاصة والأزهرية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي.
- **عينة الدراسة:** هي عينة متاحة قوامها 150 مفردة، يتم سحب مفرداتها بالتساوي بواقع 50 مفردة من طلاب كليات الإعلام بثلاث جامعات هي: جامعة القاهرة، وجامعة الأهرام الكندية، وكذلك جامعة الأزهر، المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي؛ لاختبار تأثير نمط التعليم على متغيرات الدراسة الحالية؛ حيث تم وضع استمارة إلكترونية على الصفحات الرسمية لطلاب كليات الإعلام بالجامعات الثلاث خلال الفترة من 17-22 أكتوبر 2020م؛ وذلك نظرًا للظروف الحالية المتعلقة بفيروس كورونا المستجد كوفيد 19.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة من طلاب كليات الإعلام

الجملة		خصائص عينة الدراسة	
%	ك		
33.3	50	جامعة حكومية	نمط التعليم
33.3	50	جامعة خاصة	
33.3	50	جامعة أزهريّة	
40.7	61	ذكور	النوع
59.3	89	إناث	
19.3	29	ريف	محل الإقامة
80.7	121	حضر	

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي: كيف يؤثر سلوك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلاب كليات الإعلام بشأن التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 على توقعاتهم نحو مستقبل الدولة المصرية؟ وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما درجة أهمية تلك الاستراتيجية وفقاً لإدراك طلاب كليات الإعلام؟
2. ما أسباب استخدام طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات بشأن هذه الاستراتيجية؟
3. ما أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب كليات الإعلام للحصول على المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية؟
4. ما العوامل المؤثرة على تقييم طلاب كليات الإعلام لمصداقية المعلومات الواردة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي نحو تلك الاستراتيجية؟
5. ما طبيعة سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة بهذه الاستراتيجية؟
6. ما توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية؟

7. ما تأثير توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية على سلوكياتهم المستقبلية المحتملة؟

فروض الدراسة:

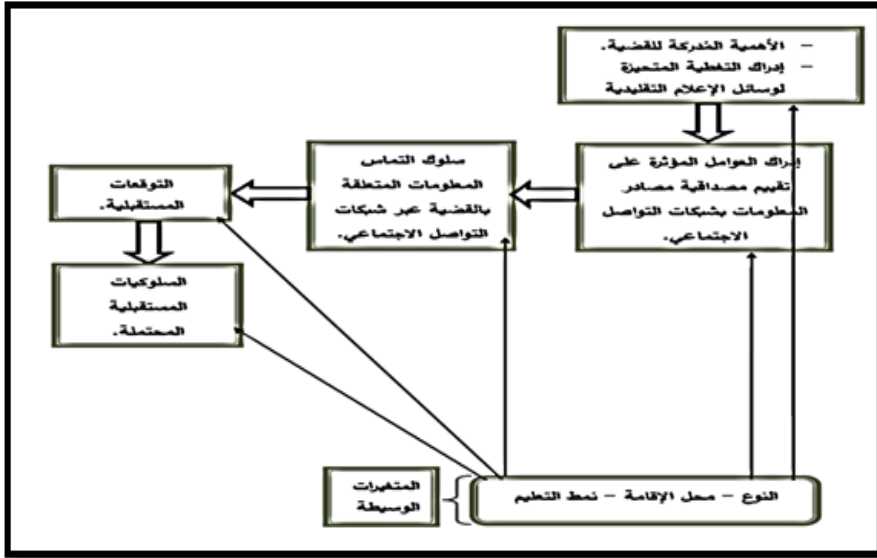
الفرض الأول: يختلف إدراك طلاب كليات الإعلام للعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقية المعلومات الواردة بشبكات التواصل الاجتماعي بشأن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 باختلاف إدراكهم لكل من (أهمية تلك الاستراتيجية - التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية بشأن تلك الاستراتيجية).

الفرض الثاني: يتأثر سلوك التماس طلاب كليات الإعلام في البحث عن المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي بإدراكهم للعوامل المؤثرة على تقييم مصادر المعلومات بتلك الشبكات. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 وطبيعة توقعاتهم بشأن مستقبل الدولة المصرية.

الفرض الرابع: تؤثر توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية في سلوكياتهم المستقبلية المحتملة إزاء الدولة المصرية.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب كليات الإعلام في متغيرات الدراسة (إدراك أهمية استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 - إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية بشأن هذه الاستراتيجية - إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي - سلوك التماس المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - طبيعة التوقعات بشأن مستقبل الدولة المصرية - السلوكيات المستقبلية المحتملة) بين شرائح المتغيرات التالية: (النوع «ذكور، إناث» - محل الإقامة «ريف، حضر» - نمط التعليم «حكومي، خاص، أهلي»).

وفي ضوء تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها، يمكن صياغة النموذج التالي المقترح للعلاقة بين سلوك التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبناء التوقعات نحو مستقبل الدولة المصرية، وانعكاساتها على السلوكيات المستقبلية المحتملة.



شكل رقم (2) النموذج المقترح للعلاقة بين سلوك التماس المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبناء التوقعات المستقبلية

التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

● الأهمية المدركة للقضية: هي درجة الأهمية التي تحظى بها القضية محل الدراسة لدى أفراد المجتمع المصري من منظور إدراك الباحثين، وتُقاس من خلال سؤال مباشر وهو: وفقاً لإدراكك الشخصي، إلى أي مدى تحظى استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 بأهمية لدى أفراد المجتمع المصري؟ ليختار الباحثون من بين البدائل التالية: (تحظى بأهمية كبيرة، تحظى بأهمية نسبية، توجد قضايا أخرى أكثر أهمية منها)، ليتم توزيعهم على المقياس وفقاً لثلاثة مستويات من الأهمية المدركة (هامة - متوسطة - غير هامة).

● إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية: ويُقصد به تحديد اتجاه وسائل الإعلام التقليدية من صحف، وقنوات تلفزيونية، ومحطات إذاعية مسموعة كما يدركه الباحثون نحو التغطية الإعلامية للقضية محل الدراسة بتلك الوسائل، وذلك من خلال سؤال مباشر وهو: ما رأيك في تغطية وسائل الإعلام التقليدية لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030؟ ليختار الباحثون من البدائل التالية: (تؤيد تلك الاستراتيجية - تنتقد تلك الاستراتيجية - تقف على الحياد ولا تتبنى موقفاً محدداً).

● إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي: يُقصد به المتغيرات التي يعتقد الطالب من خلالها أن صفحات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات المتعلقة بالقضية موضع الدراسة تعكس الواقع كما هو، وعلى أساسها يصدق ويثق ما يُقدم له من معلومات بواسطة، وتلك المتغيرات والعوامل تشمل: (بُعد تقني، بُعد متعلق بطبيعة المحتوى، وُبعد شخصي)، وتقيسه الباحثة بسؤال مباشر وهو: أمامك مجموعة من العبارات تصنف العوامل المؤثرة على تقييمك لمصداقية المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 بصفحات شبكات التواصل الاجتماعي، أرجو تحديد رأيك في كل منها؟ ليجيب المبحوث بطريقة ليكرت الثلاثية (موافق - محايد - معارض) على عدد من العبارات التي تشمل تلك الأبعاد.

● سلوك التماس المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي: هو المراحل والأنشطة المختلفة التي يمر بها المبحوثون للحصول على المعلومات المتعلقة بالقضية موضع الدراسة من خلال صفحات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشمل بُعد الشروع أو البدء بناءً على احتياجات معلوماتية، ثم بُعد الاختيار، ومن بعدها بُعد الجمع، يليه بُعد الصياغة، وأخيراً بُعد التقديم أو العرض، ومن ثم فإن قياس ذلك المتغير يتم من خلال مقياس تجميعي يتضمن 5 أسئلة، ليتوزع المبحوثون على ذلك المقياس وفقاً لنوعين من السلوك هما: سلوك إيجابي في التماس المعلومات، وسلوك سلبي في التماس المعلومات.

● التوقعات المستقبلية: هي تنبؤات في ذهن المبحوثين يصفون من خلالها الاحتمالات التي ستكون عليها دولتهم في المستقبل، وذلك من جزاء معلوماتهم عن القضية محل الدراسة، وتُقاس من خلال سؤال مباشر موجه للمبحوثين وهو: من واقع معلوماتك باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، ما توقعاتك بشأن مستقبل الدولة المصرية خلال السنوات القادمة؟ ليختاروا بين عدد من العبارات الإيجابية والسلبية، مع مراعاة ذلك الأمر عند التأكيد، ومن المقرر توزيعهم على المقياس وفقاً لنوعين من التوقعات هما: توقعات إيجابية، وتوقعات سلبية.

● السلوكيات المستقبلية المحتملة: هي مدى احتمالية قيام المبحوثين مستقبلاً بمجموعة من الأنشطة أو الأفعال أو الممارسات نحو دولتهم بشكل عام سواء عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو عبر الواقع الفعلي، وتقيس الباحثة ذلك المتغير بسؤال مباشر وهو: ما مدى احتمال قيامك بالسلوكيات التالية مستقبلاً نحو دولتك؟ ليختار المبحوثون من بين البدائل التالية: (احتمال كبير - احتمال متوسط - احتمال

ضعيف) ما ينطبق على عدد من العبارات، ليتم توزيعهم على المقياس إلى نوعين من السلوكيات المحتملة نحو الدولة وهما: سلوكيات مستقبلية إيجابية، وسلوكيات مستقبلية سلبية.

نتائج الدراسة:

- النتائج العامة للدراسة المسحية:

1. درجة أهمية استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 لدى أفراد المجتمع المصري كما يدركها طلاب كليات الإعلام.

جدول رقم (2) درجة أهمية المدركة لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم الإيجابية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
40	60	44	22	50	25	26	13	1. تحظى بأهمية كبيرة
35.3	53	32	16	24	12	50	25	2. تحظى بأهمية نسبية
24.7	37	24	12	26	13	24	12	3. توجد قضايا أخرى أكثر أهمية منها.
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة إدراك تلك الأهمية بشكل عام بين طلاب الإعلام لم تتجاوز 50%، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (محمود ذكي، 2018) بشأن احتياج تلك الاستراتيجية إلى المزيد من التغطيات الإعلامية حتى تصبح أكثر حضوراً في أذهان المواطنين، وهو ما قد يعزى إلى أن تلك الاستراتيجية تم الإعلان عنها منذ عام 2015 أي منذ 5 سنوات، إلى جانب بروز قضايا أخرى على السطح في الوقت الحالي لعل من أبرزها تداعيات انتشار فيروس كورونا، وهو ما قد يكون له تأثير على الانتباه إلى تلك الاستراتيجية في الوقت الحالي.

2. طبيعة التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام التقليدية لاستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 كما يدركها طلاب كليات الإعلام.

جدول رقم (3) طبيعة التغطية الإعلامية المدركة لاستراتيجية التنمية المستدامة
رؤية مصر 2030 بوسائل الإعلام التقليدية

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإيجابية	
81.3	122	86	43	72	36	86	43	تؤيد الاستراتيجية	1. الصحف الحكومية.
4	6	4	2	4	2	4	2	تنتقد الاستراتيجية	
14.7	22	10	5	24	12	10	5	تقف على الحياد	
26	39	30	15	8	4	40	20	تؤيد الاستراتيجية	2. الصحف الحزبية.
24.7	37	22	11	30	15	22	11	تنتقد الاستراتيجية	
49.3	74	48	24	62	31	38	19	تقف على الحياد	
46.7	70	42	21	44	22	54	27	تؤيد الاستراتيجية	3. الصحف الخاصة.
16	24	20	10	16	8	12	6	تنتقد الاستراتيجية	
37.3	56	38	19	40	20	34	17	تقف على الحياد	
74	111	70	35	70	35	82	41	تؤيد الاستراتيجية	4. القنوات التلفزيونية الحكومية.
8	12	12	6	4	2	8	4	تنتقد الاستراتيجية	
18	27	18	9	26	13	10	5	تقف على الحياد	
50.7	76	44	22	52	26	56	28	تؤيد الاستراتيجية	5. القنوات التلفزيونية الخاصة.
14.7	22	16	8	14	7	14	7	تنتقد الاستراتيجية	
34.7	52	40	20	34	17	30	15	تقف على الحياد	
31.3	47	40	20	16	8	38	19	تؤيد الاستراتيجية	6. القنوات التلفزيونية الحزبية.
22.7	34	22	11	26	13	20	10	تنتقد الاستراتيجية	
46	69	38	19	58	29	42	21	تقف على الحياد	
68.7	103	68	34	62	31	76	38	تؤيد الاستراتيجية	7. المحطات الإذاعية الحكومية.
12.7	19	14	7	10	5	14	7	تنتقد الاستراتيجية	
18.7	28	18	9	28	14	10	5	تقف على الحياد	
46	69	48	24	42	21	48	24	تؤيد الاستراتيجية	8. المحطات الإذاعية الخاصة.
13.3	20	12	6	12	6	16	8	تنتقد الاستراتيجية	
40.7	61	40	20	46	23	36	18	تقف على الحياد	

27.3	41	20	10	16	8	46	23	تؤيد الاستراتيجية	9. المحطات الإذاعية الحزبية
25.3	38	34	17	26	13	16	8	تنتقد الاستراتيجية	
47.3	71	46	23	58	29	38	19	تقف على الحياد	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن الصحف الحكومية كانت هي الأكثر تأييداً لتلك الاستراتيجية وذلك بنسبة %81,3، ومن بعدها الصحف الخاصة بنسبة %46,7، في حين كانت الصحف الحزبية تقف على الحياد وذلك من منظور %49,3 من هؤلاء الطلاب، كذلك القنوات التلفزيونية الحكومية لم تختلف نتائجها كثيراً عن الصحف الحكومية، فكانت هي الأكثر تأييداً لهذه الاستراتيجية بنسبة %74، ومن بعدها جاءت القنوات التلفزيونية الخاصة بنسبة %50,7، أما القنوات التلفزيونية الحزبية فكانت كذلك تقف على الحياد وفقاً لرؤية %46 من الطلاب، ونفس الوضع انطبق على المحطات الإذاعية، فتشير النتائج إلى أن المحطات الإذاعية الحكومية كانت هي الأكثر تأييداً لهذه الاستراتيجية بنسبة %68,7، تليها المحطات الإذاعية الخاصة بنسبة %46، في حين جاءت المحطات الإذاعية الحزبية لتقف على الحياد في تغطية تلك الاستراتيجية بنسبة %47,3.

ومما سبق يتبين أن مدركات طلاب كليات الإعلام عن التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية باختلاف خصائصها واختلاف ملكياتها سواء كانت حكومية أو خاصة، كانت متحيزة في تغطياتها إزاء تلك الاستراتيجية لتقتصر على تأييدها فقط، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (حنان يوسف، 2019، صفحة 67) التي أشارت إلى افتقاد الجمهور في تلك الوسائل إلى المصادر المعارضة والمحايدة في التغطية الإعلامية المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة، وذلك بخلاف وسائل الإعلام المملوكة للأحزاب التي اتسمت بالوقوف على الحياد إزاء تلك الاستراتيجية.

3. شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل طلاب كليات الإعلام في التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030.

جدول رقم (4) شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا في التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم الإيجابية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
78.7	118	72	36	90	45	74	37	دائمًا	1. الفيس بوك.
20.7	31	28	14	10	5	24	12	أحيانًا	
0.7	1	0	0	0	0	2	1	نادرًا	
48.7	73	42	21	52	26	52	26	دائمًا	2. انستغرام.
31.3	47	38	19	34	17	22	11	أحيانًا	
20	30	20	10	14	7	26	13	نادرًا	
45.3	68	46	23	42	21	48	24	دائمًا	3. ويكيبيديا.
30	45	40	20	28	14	22	11	أحيانًا	
24.7	37	14	7	30	15	30	15	نادرًا	
37.3	56	40	20	30	15	42	21	دائمًا	4. تويتر.
29.3	44	40	20	26	13	22	11	أحيانًا	
33.3	50	20	10	44	22	36	18	نادرًا	
33.3	50	18	9	30	15	52	26	دائمًا	5. اليوتيوب.
10.7	16	16	8	8	4	8	4	أحيانًا	
56	84	66	33	62	31	40	20	نادرًا	
7.3	11	12	6	4	2	6	3	دائمًا	6. ورد بريس.
14	21	24	12	2	1	16	8	أحيانًا	
78.7	118	64	32	94	47	78	39	نادرًا	
6	9	8	4	4	2	6	3	دائمًا	7. بلوجر.
21.3	32	26	13	22	11	16	8	أحيانًا	
72.2	109	66	33	74	37	78	39	نادرًا	
4	6	8	4	0	0	4	2	دائمًا	8. فليجر.
10	15	16	8	2	1	12	6	أحيانًا	
86	129	76	38	98	49	84	42	نادرًا	

2	3	0	0	2	1	4	2	دائمًا	9. ماي سبب
15.3	23	26	13	8	4	12	6	أحيانًا	
82.7	124	4	37	90	45	84	42	نادرًا	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

يتبين من النتائج السابقة أن موقع الفيس بوك يأتي في مقدمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب كليات الإعلام بشكل دائم في التماسهم للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 وذلك بنسبة 78,7%، وعلى الرغم من اختلاف نطاق تطبيق الدراسة الحالية عن دراسة (قويدر صبرينة، 2018) التي تم تطبيقها في الجزائر، فإنهما اتفقا على تصدر موقع الفيس بوك لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة، وهو ما يعكس أهمية ذلك الموقع كمصدر مهم للمعلومات، ويليه موقع إنستغرام الذي يستخدمه هؤلاء الطلاب دائمًا بنسبة 48,7%، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب موقع ويكيبيديا الذي حظي باستخدام دائم من قبل هؤلاء الطلاب بنسبة 45,3%، وجاء في المرتبة الرابعة من ذلك الاستخدام الدائم موقع تويتر وذلك بنسبة 37,3%، أما المرتبة الخامسة فحصدتها موقع اليوتيوب بنسبة 33.3%، وبالنسبة للمرتبة الأخيرة فحصل عليها موقع ماي سبب وذلك بنسبة 2%.

4. العوامل المؤثرة على تقييم طلاب كليات الإعلام لمصادقية مصادر المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها.

جدول رقم (5) العوامل التي على أساسها يقيم طلاب كليات الإعلام مصداقية مصادر المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المُستدامة رؤية مصر 2030 بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم الإيجابية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
62.7	94	70	35	64	32	54	27	موافق
32	48	26	13	28	14	42	21	محايد
5.3	8	4	2	8	4	4	2	معارض
60	90	64	32	46	23	70	35	موافق
34	51	32	16	42	21	28	14	محايد
6	9	4	2	12	6	2	1	معارض
58	87	68	34	48	24	58	29	موافق
35.3	53	32	16	40	20	34	17	محايد
6.7	10	0	0	12	6	8	4	معارض
57.3	86	66	33	46	23	60	30	موافق
40.7	61	34	17	50	25	38	19	محايد
2	3	0	0	4	2	2	1	معارض
56.7	85	64	32	48	24	58	29	موافق
34.7	52	34	17	34	17	36	18	محايد
8.7	13	2	1	18	9	6	3	معارض
54	81	60	30	56	28	46	23	موافق
36	54	30	15	34	17	44	22	محايد
10	15	10	5	10	5	10	5	معارض
54	81	60	30	48	24	54	27	موافق
36.7	55	38	19	36	18	36	18	محايد
9.3	14	2	1	16	8	10	5	معارض

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم الإيجابية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
54	81	58	29	54	27	50	25	موافق	8. هوية المؤسسة أو الأشخاص مؤسسي الصفحة.
39.3	59	34	17	42	21	42	21	محايد	
6.7	10	8	4	4	2	8	4	معارض	
53.3	80	52	26	52	26	56	28	موافق	9. شهرة الصفحة ومجتمعها.
40	60	44	22	42	21	34	17	محايد	
6.7	10	4	2	6	3	10	5	معارض	
51.3	77	64	32	38	19	52	26	موافق	10. وجود وسائل للتواصل مع المسؤولين عن الصفحة.
39.3	59	32	16	46	23	40	20	محايد	
9.3	14	4	2	16	8	8	4	معارض	
50	75	56	28	52	26	42	21	موافق	11. خبرتك السابقة في التعامل مع الصفحة.
39.3	59	36	18	38	19	44	22	محايد	
10.7	16	8	4	10	5	14	7	معارض	
47.3	71	58	29	42	21	42	21	موافق	12. الاجتماع على مصداقية الصفحة من قبل الآخرين من حولي.
37.3	56	42	21	32	16	38	19	محايد	
15.3	23	0	0	26	13	20	10	معارض	
46.7	70	52	26	46	23	42	21	موافق	13. سرعة تحميل الصفحة.
41.3	62	34	17	38	19	52	26	محايد	
12	18	40	7	16	8	6	3	معارض	
40.7	61	40	20	48	24	34	17	موافق	14. تفاعل الصفحة وتواصلها معك باستمرار سواء من خلال الرسائل أو الرد على تعليقاتك.
45.3	68	54	27	30	15	52	26	محايد	
14	21	6	3	22	11	14	7	معارض	
39.3	59	40	20	38	19	40	20	موافق	15. الإجراءات التي تتطلبها الصفحة لاستخدامها (تسجيل البيانات الشخصية، دفع رسوم).
40	60	38	19	42	21	40	20	محايد	
20.7	31	22	11	20	10	20	10	معارض	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

يعكس الجدول السابق عددًا من الأبعاد المختلفة التي تم ترتيبها حسب درجة موافقة طلاب كليات الإعلام عليها كمعايير يصدقون على أساسها ما يُقدم لهم من معلومات تتعلق باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها كمصادر لمعلوماتهم، فيأتي على رأس قائمة موافقتهم عبارة جودة المحتوى المقدم التي تتعلق ببُعد طبيعة المحتوى المقدم في تلك الصفحات؛ حيث حصدت نسبة موافقة بلغت قدرها %62,7، أما البُعد التقني فجاء في مقدمة عباراته سهولة تصفح واستخدام الصفحة، وذلك بنسبة موافقة %58، إلا أنه من واقع مراجعة الدراسات السابقة - في حدود علم الباحثة - يتبين اختلاف ترتيب الأبعاد التي يثق على أساسها طلاب الجامعات في مصداقية مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ففي دراسة كل من (لوجين عفيفي، 2017)، و (أكرم عيساوي، 2016) كان البُعد التقني وخاصة عبارة سهولة الاستخدام هي المسيطرة، أما الآن وبحسب الدراسة الحالية نجد تراجع ذلك البُعد نسبيًا مقارنة ببُعد طبيعة المحتوى وجودته، ربما جاء ذلك الاختلاف بسبب اختلاف طبيعة الدراسة في الكليات التي ينتمي إليها الطلاب التي تم تطبيق تلك الدراسات عليهم، فالدراسة الحالية تم تطبيقها على دارسي الإعلام الذي يدرسون بمزيد من التعمق المحتوى الإعلامي وما ينبغي أن يكون عليه، أما الدراسات الأخرى فتم تطبيقها على طلاب الجامعة بشكل عام.

وبالنسبة للبُعد الشخصي حصلت عبارة إتاحة الصفحة المشاركة بالرأي حول المنشورات المتعلقة بهذه الاستراتيجية على نسبة موافقة وصلت إلى %54، لتتقدم على بقية عبارات هذا البُعد، لتتفق بذلك مع نتيجة دراسة (العربي بوعمامة، 2013، الصفحات 93-114)، وربما كان السبب في الموافقة على تلك العبارة في الدراستين هو أن هؤلاء الطلاب يميلون للتعبير عن آرائهم التي لا يُسمح لهم بالتعبير عنها بحرية بوسائل الإعلام الرسمية، أو ربما تسمح لهم مواقع تلك الشبكات بالتعرف على آراء الآخرين من حولهم إزاء تلك الاستراتيجية بشكل أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، في حين أضافت دراسة (Micheal Chan, 2015, pp. 340-451) تفسيرًا آخر يمكن الأخذ به في التعليق على تلك النتيجة وهو أن مواقع هذه الشبكات تمكنهم من التعرف والتعامل مع الأفراد الذين يحملون نفس توجهاتهم وآرائهم، ومن ثم يشعرون بالثقة في هذه المواقع ويصدقون ما تقدمه من معلومات.

5. الأسباب المختلفة التي تدفع بطلاب كليات الإعلام لالتماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (6) أسباب التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم	الإجابة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
72.7	109	74	37	76	38	68	34	موافق	1. شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة الاستخدام بالنسبة لي في الحصول على ما أريده من معلومات بشأن تلك الاستراتيجية.
24	36	26	13	22	11	24	12	محايد	
3.3	5	0	0	2	1	8	4	معارض	
64	96	64	32	60	30	68	34	موافق	2. أفضل الحصول على المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية عبري الثانية في الوقت والمكان المناسبين لي.
28	42	32	16	28	14	24	12	محايد	
8	12	4	2	12	6	8	4	معارض	
61.3	92	74	37	48	24	62	31	موافق	3. يمكنني شبكات التواصل الاجتماعي من التفاعل والمشاركة والتعبير عن رأيي بجمرية إزاء كل ما يتعلق بتلك الاستراتيجية في هذه الشبكات.
31.3	47	22	11	44	22	28	14	محايد	
7.3	11	4	2	8	4	10	5	معارض	
60	90	68	34	64	32	48	24	موافق	4. استمتع بالمحتوى الذي تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي عند تغطيتها لتلك الاستراتيجية.
30.7	46	24	12	32	16	36	18	محايد	
9.3	14	8	4	4	2	16	8	معارض	
57.3	86	60	30	66	33	46	23	موافق	5. تتيح لي تلك الشبكات الاطلاع على كافة الآراء المتعلقة بهذه الاستراتيجية.
32	48	36	18	28	14	32	16	محايد	
10.7	16	4	2	6	3	22	11	معارض	
56.7	85	42	21	62	31	66	33	موافق	6. بحكم العادة والروتين اليومي لاستخدامي لتلك الشبكات.
36	54	50	25	28	14	30	15	محايد	
7.3	11	8	4	10	5	4	2	معارض	
50	75	34	17	74	37	42	21	موافق	7. التسلية وقضاء وقت الفراغ في الاطلاع على المعلومات المرتبطة بتلك الاستراتيجية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
36.7	55	56	28	22	11	32	16	محايد	
13.3	20	10	5	4	2	26	13	معارض	

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم الإيجابية	
49.3	74	62	31	40	20	46	23	موافق	8. وسائل الإعلام التقليدية لا تقدم للمعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية بشكل متكامل ومتطور.
32	48	26	13	34	17	36	18	محايد	
18.7	28	12	6	26	13	18	9	معارض	
46.7	70	50	25	40	20	50	25	موافق	9. معظم عائلتي وأصدقائي وزملاحي وأساتذتي يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالاستراتيجية.
40	60	46	23	38	19	36	18	محايد	
13.3	20	4	2	22	11	14	7	معارض	
41.3	62	56	28	30	15	38	19	موافق	10. الحضور الجاذبة التي تميز مذيعي ومقدمي المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية تجعلها لشبكات.
45.3	68	34	17	50	25	52	26	محايد	
13.3	20	10	5	20	10	10	5	معارض	
36.7	55	40	20	42	21	28	14	موافق	11. مصداقية المعلومات وموضوعية الطرح لأبعاد ومحاور تلك الاستراتيجية.
55.3	83	56	28	54	27	56	28	محايد	
8	12	4	2	4	2	16	8	معارض	
32	48	22	11	28	14	46	23	موافق	2. لا أتق في تغطية وسائل الإعلام التقليدية لأبعاد ومحاور تلك الاستراتيجية.
48.7	73	54	27	60	30	32	16	محايد	
19.3	29	24	12	12	6	22	11	معارض	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

وفقاً لنتائج الجدول السابق تتنوع الدوافع التي من شأنها التأثير على استخدام طلاب كليات الإعلام لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي في التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، فبالنسبة للدوافع المتعلقة بالتسهيلات التي تتيحها هذه الشبكات، تصدر عبارة شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة الاستخدام بالنسبة لي في الحصول على ما أريده من معلومات بشأن تلك الاستراتيجية قائمة ذلك النوع من الدوافع بنسبة موافقة بلغت قيمتها 72,7% وهو ما يتفق مع نتائج دراسة كل من (لوجين عفيفي، 2017)، و (أكرم عيساوي، 2016)، بالرغم من وجود فارق زمني بين تلك الدراسات والدراسة الحالية، مما قد يعكس نجاح قدرة تلك الشبكات في الحفاظ على سهولة استخدامها منذ البداية وحتى الآن رغم ما تشهده من تطورات مختلفة، أما الدوافع الداخلية فكانت في

مقدمتها الرغبة الذاتية لطلاب كليات الإعلام في الحصول على المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية في الوقت والمكان المناسبين لهما بنسبة موافقة م وصلت إلى 64%، تليها الحرية التي يشعرون بها في التفاعل والمشاركة والتعبير كذلك عن آرائهم إزاء تلك الاستراتيجية دون أي قيود وذلك بنسبة موافقة 61,3%، وفيما يتعلق بالدوافع الطقوسية فالاستمتاع بالمحتوى المقدم في تلك الشبكات إزاء تلك الاستراتيجية كان المسيطر على نسب موافقة الطلاب والتي بلغت 60%، في حين وافق فقط 56,7% من الطلاب على أن العادة والروتين اليومي في استخدام تلك الشبكات كانت أحد أسباب التماسهم للمعلومات من خلالها، أما التسلية وقضاء وقت الفراغ كأحد أسباب التماس هذه المعلومات من خلال تلك الشبكات، فكانت نسبة الموافقة عليها من قبل الطلاب لا تتجاوز 50%، أما الدوافع المتعلقة بمشكلات وسائل الإعلام التقليدية فوافقت نسبة قدرها 49,3% من طلاب كليات الإعلام على أن عدم عرض تلك الوسائل للمعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية بشكل متكامل ومتطور دفعهم لالتماس المعلومات من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، في حين تراجعت نسبياً نسب موافقتهم على الدوافع الخارجية المتعلقة بتفضيل العائلة والأصدقاء والزملاء لاستخدام هذه الشبكات كوسيلة للحصول على المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية والتي بلغت 49,3% فقط، ومن جهة أخرى وافقت نسبة بلغت 36,7% من هؤلاء الطلاب على أن مصداقية المعلومات وموضوعية الطرح لأبعاد ومحاور تلك الاستراتيجية بتلك الشبكات كانت من أسباب التماسهم المعلومات من خلال هذه الشبكات، في حين أعربت نسبة 32% من الطلاب عن سبب آخر يتعلق بعدم ثقتهم في تغطية وسائل الإعلام التقليدية لتلك الاستراتيجية، إلا أن هذه الأسباب يمكن تفسيرها في ضوء نتائج دراسة (حنان يوسف، 2019، صفحة 67) التي أشارت إلى افتقاد بعض وسائل الإعلام التقليدية وخاصة القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة إلى وجود مصادر معارضة في تغطية القضايا المتعلقة بتلك الاستراتيجية، وربما هذا الأمر أفقدهم الثقة في تلك الوسائل التقليدية وجعلهم يصدقون ما يتم طرحه من معلومات تتعلق بتلك الاستراتيجية على مواقع هذه الشبكات.

6. طرق طلاب كليات الإعلام في جمع المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7) طرق جمع المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم		الإجابة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
56.7	85	50	25	54	27	66	33	موافق	1. أقوم بكتابة كلمات مفتاحية (Key Words) لها علاقة بتلك الاستراتيجية على محرك البحث المتوفر لي.	
36.7	55	46	23	40	20	24	12	محايد		
6.7	10	4	2	6	3	10	5	معارض		
50	75	62	31	38	19	50	25	موافق	2. أتوجه مباشرة إلى الصفحات الرسمية لوسائل الإعلام التي أتق في تغطيتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأبحث بداخلها عن تلك المعلومات.	
37.3	56	30	15	42	21	40	20	محايد		
12.7	19	8	4	20	10	10	5	معارض		
49.3	74	50	25	54	27	44	22	موافق	3. أتوجه مباشرة إلى الصفحات الرسمية للحكومة والدولة المصرية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأبحث بداخلها عن تلك المعلومات.	
37.3	56	40	20	26	13	46	23	محايد		
13.3	20	10	5	20	10	10	5	معارض		
38.7	58	36	18	32	16	48	24	موافق	4. أتوجه مباشرة إلى صفحة رؤية مصر 2030.	
32.7	49	40	20	30	15	28	14	محايد		
28.7	43	24	12	38	19	24	12	معارض		
38	57	36	18	40	20	38	19	موافق	5. أحدد موقع بعينه من مواقع التواصل الاجتماعي وأقوم بكتابة كلمات مفتاحية (Key Words) لها علاقة بتلك الاستراتيجية.	
48.7	73	56	28	38	19	52	26	محايد		
13.3	20	8	4	22	11	10	5	معارض		
33.3	50	36	18	34	17	30	15	موافق	6. أبحث عن الأشخاص المسؤولين عن الإعلان عن تلك الاستراتيجية وتطبيقها بكتابة أسمائهم في الخانة الخاصة بالبحث بشبكات التواصل الاجتماعي.	
44.7	67	58	29	30	15	46	23	محايد		
22	33	6	3	36	18	24	12	معارض		

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإجابة	
18	27	20	10	14	7	20	10	موافق	7. أكتفي بما يظهر لي من معلومات تتعلق بتلك الاستراتيجية بالصدفة عند استخدامي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
50	75	46	23	52	26	52	26	محايد	
32	48	34	17	34	17	28	14	معارض	
17.3	26	26	13	10	5	16	8	موافق	8. أعتد على ما يقوم أصدقائي بمشاركته أو نشره من معلومات تتعلق بتلك الاستراتيجية على صفحاتهم الشخصية.
38	57	32	16	12	21	40	20	محايد	
44.7	67	42	21	48	24	44	22	معارض	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن النسبة الكبرى من طلاب كليات الإعلام والتي بلغت 56.7% يعتمدون على كتابة كلمات مفتاحية (Key Words) لها علاقة بتلك الاستراتيجية على محرك البحث المتوفر لهم، أما العبارة التي تلتها فكانت تفيد بتوجههم إلى الصفحات الرسمية لوسائل الإعلام التي يثقون في تغطيتها على مواقع تلك الشبكات والبحث بداخلها عن تلك المعلومات وذلك بنسبة 50%، وعلى الرغم من سهولة الوصول إلى الصفحات الرسمية للحكومة والدولة المصرية على مواقع تلك الشبكات وإمكانية البحث بداخلها عن هذه المعلومات، فإن نسبة موافقتهم على تلك الطريقة بلغت 49.3%، أما التوجه المباشر للصفحة الرسمية لتلك الاستراتيجية فحظي بنسبة موافقة وصلت إلى 38.7%، وهو ما لم تتوقعه الباحثة خصوصاً أن هؤلاء الطلاب يدرسون طرق التعامل مع مصادر المعلومات المختلفة، ومن ثم كان المنطقي أن يذهبوا إلى المصادر المباشرة للمعلومة، وهو ما قد يكون سببه وجود مشاكل بالصفحات الرسمية لتلك المعلومات تتعلق إما بتصميمها وشكلها أو بطبيعة المعلومات الواردة بها، خاصة وأن دراسة (Kenneeth Laudon & Jane Laudon, 2008, p. 138) أشارت إلى أهمية شكل المعلومات وتصميمها في هذا الشأن، أو ربما كان السبب في ذلك استسهال هؤلاء الطلاب ورغبتهم في الوصول سريعاً إلى معلومات تم تحريرها من قبلهم، أو ربما أن طبيعة دراستهم تركز بشكل أساسي أكثر على التعامل الصحيح مع وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بوسائل الإعلام الحديثة، أما الاكتفاء بما يظهر لهم من معلومات صدفة، أو الاعتماد على ما يشاركه أصدقاؤهم، فتراجعت نسب موافقة الطلاب عليهم كطرق للبحث

عن المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية، مما قد يدل على سيطرة رغبتهم الذاتية في الاعتماد على أنفسهم في عملية البحث.

7. طرق طلاب كليات الإعلام في تنقيح المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 التي حصلوا عليها عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8) طرق تنقيح المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإجابة	
68	102	70	35	64	32	70	35	دائماً	1. أطلع على المعلومات دون أن أتخذ بآراء الآخرين.
23.3	35	24	12	24	12	22	11	نادراً	
8.7	13	6	3	12	6	8	4	أحياناً	
66	99	74	37	64	32	60	30	دائماً	2. أحلل المعلومات التي أجدتها وفقاً للمنطق والحجج الداعمة.
25.3	38	24	12	22	11	30	15	نادراً	
8.7	13	2	1	14	7	10	5	أحياناً	
54.7	82	66	33	50	25	48	24	دائماً	3. أقارن بين المعلومات المتوافرة في المصادر المختلفة.
34	51	34	17	34	17	34	17	نادراً	
11.3	17	0	0	16	8	18	9	أحياناً	
42	63	50	25	30	15	46	23	دائماً	4. أستطيع تحديد التفرات في المعلومات التي أتوصل إليها.
46.7	70	46	23	46	23	48	24	نادراً	
11.3	17	4	2	24	12	6	3	أحياناً	
21.3	32	22	11	18	9	24	12	دائماً	5. أسعى لمقابلة الخبراء المتخصصين في المعلومات التي أصل إليها أو أتواصل معهم.
46.7	70	60	30	42	21	38	19	نادراً	
32	48	18	9	40	20	38	19	أحياناً	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

يستعرض الجدول السابق الطرق المختلفة التي يعتمد عليها طلاب كليات الإعلام لتنقيح ما يتعرضون له من معلومات تتعلق باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر

2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فترى نسبة لا تقل عن 68% من الطلاب أنهم يطلعون على المعلومات دون أن ينخدعوا بأراء الآخرين، في حين أعربت نسبة 66% عن قدرتهم على تحليل المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية وفقاً للمنطق والحجج الداعمة، وتقارن نسبة 54.7% بين المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية في عدد من المصادر المختلفة دون الاكتفاء بالمصدر الأساسي الذي حصلوا من خلاله على تلك المعلومات، كما تستطيع نسبة 42% تحديد الثغرات والنواقص الموجودة في تلك المعلومات، إلا أن 21% فقط هم من يسعون للتواصل مع الخبراء المتخصصين في المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية التي يتعرضون لها عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ووفقاً للنسب السابقة يمكن الاستدلال على ارتفاع درجة إدراك طلاب كليات الإعلام لطرق التعامل مع المعلومات المتاحة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي إزاء تلك الاستراتيجية بشكل صحيح، لتختلف نتيجة الدراسة الحالية عن دراسة (Gathegi John, 2014, pp. 101-108) في هذا الشأن، وربما يكمن سبب ذلك الاختلاف في طبيعة التخصص الدراسي للطلاب، فطلاب الإعلام يتطرقون بالدراسة لمصادر المعلومات وأنواعها ومعايير الحكم على مصداقيتها، وهو ما قد يختلف عن بقية طلاب الجامعات، أما طلاب جامعة كومينيوس التي تم تطبيق الدراسة عليهم كانوا عينة متاحة من طلاب الدكتوراه بالجامعة ولم يتم الأخذ في الاعتبار تخصصهم الدراسي وتأثيره.

8. استجابات طلاب كليات الإعلام للمعلومات التي قاموا بتجميعها وتنقيحها عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشأن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030.

جدول رقم (9) الاستجابات المختلفة للمعلومات التي تم تجميعها وتنقيحها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشأن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم		الإيجابية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39.3	59	48	24	30	15	40	20	دائمًا	1. أفتح النقاش مع من حولي في الواقع الفعلي بشأن تلك الاستراتيجية.	
42.7	64	38	19	52	26	38	19	نادرًا		
18	27	14	7	18	9	22	11	أحيانًا		
36	54	38	19	38	19	32	16	دائمًا	2. أتناقش مع أصدقائي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.	
47.3	71	56	28	38	19	48	24	نادرًا		
16.7	25	6	3	24	12	20	10	أحيانًا		
27.3	41	42	21	22	11	18	9	دائمًا	3. أهتم بالتعليق على المنشورات المتعلقة بتلك الاستراتيجية.	
39.3	59	30	15	46	23	42	21	نادرًا		
33.3	50	28	14	32	16	40	20	أحيانًا		
24	36	30	15	16	8	26	13	دائمًا	4. أحاول إقناع الآخرين بوجهة نظري بشأن تلك الاستراتيجية.	
48	72	52	26	42	21	50	25	نادرًا		
28	42	18	9	42	21	24	12	أحيانًا		
20.7	31	30	15	22	11	10	5	دائمًا	5. أقوم بإعادة نشر التعليقات والآراء الخاصة بتلك الاستراتيجية على صفحتي الشخصية.	
40.7	61	52	26	26	13	44	22	نادرًا		
38.7	58	18	9	52	26	46	23	أحيانًا		
16.7	25	14	7	8	4	28	14	دائمًا	6. أتجنب النقاش مع مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.	
52	78	64	32	40	20	52	26	نادرًا		
31.3	47	22	11	52	26	20	10	أحيانًا		
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع		

وفقًا للجدول السابق تتفوق الاستجابات المتعلقة بالانخراط في المناقشات المختلفة ذات الصلة بهذه الاستراتيجية بشكل دائم، فأعربت نسبة 39,3% من الطلاب عن قيامهم بفتح النقاش مع من حولهم في الواقع الفعلي، في حين أشارت نسبة 36% إلى إجرائهم لمناقشات مع أصدقائهم على مواقع تلك الشبكات أي في الواقع الافتراضي، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتيجة دراسة كل من (Sylvia Owiny, Audrey Maretzki, & Khanjan Mahta, 2016, pp. 234-247)، و (Micheal Chan, 2015, pp. 340-451) اللتين توصلتا إلى أن حرية الوصول إلى المعلومات والآراء المختلفة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي من شأنها إمداد الطلاب بالقدر الكافي من تلك المعلومات والتي تسمح لهم بإجراء بالمناقشات، وذلك بغض النظر عن درجة دقة أو صحة هذه المعلومات، خاصة أن نتيجة دراسة (العربي بوعمامة، 2013، الصفحات 93-114) كشفت عن مساهمة هذه الشبكات في السماح بتبادل الآراء التي يصمت عنها الإعلام الرسمي التقليدي، وبإمكانية القراءة والمشاهدة والاستماع والتعليق والمشاركة، لتشير نسبة لا تقل عن 27,3% إلى اهتمامهم بالتعليق على المنشورات المتعلقة بهذه الاستراتيجية بشكل دائم، إلا أن نسبة 24% فقط يحاولون دائمًا إقناع الآخرين بوجهة نظرهم بشأن تلك الاستراتيجية، في حين يقوم 20,7% بإعادة نشر التعليقات والآراء الخاصة بتلك الاستراتيجية على صفحاتهم الشخصية دائمًا، إلا أن نسبة من يتجنبون النقاش مع مستخدمي مواقع تلك الشبكات بشأن تلك الاستراتيجية بشكل دائم كانت الأقل استجابة ولم تتجاوز نسبتهم 16.7%.

9. توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية من واقع المعلومات التي قاموا بجمعها وتنقيحها من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (10) التوقعات المتعلقة بمستقبل الدولة المصرية

الجملة	أزهري		خاص		حكومي		نظ التعليم	الإجابة
	%	ك	%	ك	%	ك		
54	81	62	31	52	26	48	24	1. ترتقي جودة حياة المصريين كافة.
47.3	71	62	31	42	21	38	19	2. تصبح مصر من بين أفضل 30 دولة من حيث حجم الاقتصاد والاستثمار.
44	66	50	25	48	24	34	17	3. يتم القضاء على أشكال الفساد المختلفة بكل قطاعات الدولة المصرية.
27.3	41	38	19	14	7	30	15	4. ستعرض الدولة لعدد من المخاطر الطبيعية والتغيرات المناخية دون وجود نظام بيئي متكامل يستطيع التعامل مع هذه المخاطر والمتغيرات.
26	36	26	13	20	10	32	16	5. لن يحدث تغيير حقيقي، وسنظل على ما نحن عليه الآن من أوضاع اقتصادية واجتماعية.
17.3	26	26	13	12	6	14	7	6. تتراجع مكانة مصر الاقتصادية والسياسية بين الدول العربية والعالمية.
2	3	0	0	6	3	0	0	7. ترتقي جودة حياة المصريين، ويتم القضاء على الفساد ولكن ليس بشكل كلي.
150			50		50		50	عدد المستجيبين

يوضح الجدول السابق ارتفاع نسبة التوقعات الإيجابية مقارنة بالتوقعات السلبية، وهو ما يتفق مع نتيجة دراسة (محمود ذكي، 2018)، فوفقاً للدراسة الحالية تأتي في مقدمة تلك التوقعات أنه بحلول عام 2030 ترتقي جودة حياة المصريين كافة وذلك بنسبة 54%، كذلك توقع 47,3% من الطلاب أن تصبح مصر من أفضل 30 دولة من حيث حجم الاقتصاد والاستثمار، وفيما يتعلق بالقضاء على أشكال الفساد المختلفة بكل قطاعات الدولة المصرية فوصلت توقعات الطلاب بشأنه إلى 44%، أما التوقعات السلبية فرأي 27,3% أن الدولة ستعرض لعدد من المخاطر الطبيعية والتغيرات المناخية دون وجود نظام بيئي متكامل يستطيع التعامل مع هذه المخاطر والمتغيرات، في حين أشارت نسبة 26% إلى عدم حدوث تغيير حقيقي وأن الأوضاع ستبقي على ما هي عليه، وأضاف 17,3% توقع بتراجع مكانة مصر الاقتصادية والسياسية بين الدول العربية والعالمية، إلا أن 2% فقط من الطلاب كتبوا بأنفسهم بأنهم يتوقعون ارتفاعاً ارتقاء جودة الحياة والقضاء على الفساد ولكن ليس بشكل كلي.

10 . السلوكيات المستقبلية المحتملة لطلاب كليات الإعلام نحو للدولة المصرية.

جدول رقم (11) السلوكيات المستقبلية المحتملة إزاء الدولة المصرية

الجملة		أزهري		خاص		حكومي		نمط التعليم	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإيجابية	
77.3	116	82	41	68	34	82	41	احتمال كبير	1. إذا عملت مستقبلاً في إحدى القنوات أو المخططات أو المواقع سأدافع عن إظهار المعلومات الصحيحة والدقيقة، دوناً أمام الجمهور، وسأحرص على عرض مختلف وجهات النظر بشأن قضايا الدولة المصرية دون أي تحيزات.
14.7	22	14	7	20	10	10	5	احتمال متوسط	
8	12	4	2	12	6	8	4	احتمال ضعيف	
60	90	66	33	58	29	56	28	احتمال كبير	2. في حالة وجود صفحات تنشر شائعات تتعلق بقضايا الدولة سأبلغ إدارة مواقع التواصل الاجتماعي وأصدقائي بمحذر التعامل مع تلك الصفحات .
31.3	47	24	12	36	18	34	17	احتمال متوسط	
8.7	13	10	5	6	3	10	5	احتمال ضعيف	
59.3	89	66	33	54	27	58	29	احتمال كبير	3. في حالة وجود أي معلومات مغلوبة منتشرة بشأن الدولة المصرية بشبكات التواصل الاجتماعي سأقوم بالجهد عن المعلومات الصحيحة للرد على هذه المعلومات المغلوبة .
28.7	43	30	15	26	13	30	15	احتمال متوسط	
12	18	4	2	20	10	12	6	احتمال ضعيف	
47.3	71	60	30	48	24	34	17	احتمال كبير	4. أتواصل مع الصفحات الرسمية للدولة وأشارك في عدد من الأنشطة الشبابية التي سيتم الإعلان عنها.
32	48	30	15	20	10	46	23	احتمال متوسط	
20.7	31	10	5	32	16	20	10	احتمال ضعيف	

44	66	54	27	40	20	38	19	احتمال كبير	5. أستغل مواقع التواصل الاجتماعي في تسجيل فيديوهات مرئية أو تسجيلات صوتية أو كتابة منشورات من شأنها توضيح الحقائق والمعلومات المختلفة المتعلقة بالقضايا المصرية بشكل موضوعي
40	60	40	20	48	24	32	16	احتمال متوسط	
16	24	6	3	12	6	30	15	احتمال ضعيف	
39.3	59	58	29	34	17	26	13	احتمال كبير	6. أقوم بإعادة نشر المنشورات الرسمية التي تقدم معلومات بشأن قرارات الدولة المصرية على صفحاتي الشخصية بشبكات التواصل الاجتماعي
38	57	26	13	42	21	46	23	احتمال متوسط	
22.7	34	16	8	24	12	28	14	احتمال ضعيف	
100	150	100	50	100	50	100	50	المجموع	

تشير النتائج السابقة إلى ارتفاع نسبة احتمالية قيام طلاب الإعلام مستقبلاً بسلوكيات إيجابية داعمة للدول المصرية، إلا أن هذه السلوكيات ستشمل كلاً من الواقع الفعلي، والواقع الافتراضي، فإذا نظرنا لطلاب كليات الإعلام فإنه المتوقع أن يصبح بعضهم من إعلامي المستقبل؛ لذلك وافقت نسبة 77,3% منهم على احتمالية سعيهم بدرجة كبيرة لإظهار المعلومات الصحيحة والدقيقة وعرض مختلف وجهات النظر بشأن قضايا الدولة المصرية دون أي تحيزات في حالة تمكنهم من العمل في إحدى المحطات أو المواقع، وعلى مستوى الواقع الافتراضي تشير نسبة 60% منهم إلى قيامهم بإبلاغ إدارة مواقع التواصل الاجتماعي والأصدقاء بحذر التعامل مع الصفحات التي تنشر شائعات تتعلق بقضايا الدولة المصرية، وفيما يتعلق بطرق تعاملهم الصحيح مع الشائعات والمعلومات المغلوطة مستقبلاً فتوضح نسبة 59,3% قيامهم بالرد عليها من خلال البحث الجيد أولاً، أما الاشتراك في الأنشطة المتعلقة بالدولة مستقبلاً فتظهر نسبة لا تقل 47,3% احتمالية اشتراكهم بنسبة كبيرة في هذه الأنشطة من خلال التواصل مع الصفحات الرسمية لها عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ووصل الأمر لدى 44% من هؤلاء الطلاب إلى قيامهم مستقبلاً بحسن الاستفادة من خصائص بعض مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ وذلك بتسجيل فيديوهات مرئية أو تسجيلات صوتية أو كتابة منشورات من شأنها توضيح الحقائق والمعلومات المختلفة المتعلقة بالقضايا المصرية بشكل موضوعي، وستكتفي نسبة 39,3% منهم في المستقبل بإعادة نشر المنشورات الرسمية التي تقدم معلومات بشأن قرارات الدولة المصرية على صفحاتهم الشخصية بشبكات

التواصل الاجتماعي.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: يختلف إدراك طلاب كليات الإعلام للعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقية المعلومات الواردة بشبكات التواصل الاجتماعي بشأن استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 باختلاف إدراكهم لكل من (أهمية تلك الاستراتيجية - التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية بشأن تلك الاستراتيجية).

يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون صحة وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائية بين إدراك طلاب كليات الإعلام لأهمية تلك الاستراتيجية بين أفراد المجتمع المصري، وإدراكهم للعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقية المعلومات الواردة بشأن تلك الاستراتيجية بشبكات التواصل الاجتماعي، لتبلغ قيمة معامل الارتباط بينهما - 0,235، وكذلك تبين وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين إدراك طلاب كليات الإعلام للتغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية لهذه الاستراتيجية، وإدراكهم للعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقية المعلومات الواردة بشأن تلك الاستراتيجية بشبكات التواصل الاجتماعي، لتبلغ قيمة معامل الارتباط بينهما 0,258، ومن ثم فكلاهما قيم دالة فيما وراء مستوى 0,05، وهو ما يعكس صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: يتأثر سلوك التماس طلاب كليات الإعلام في البحث عن المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي بإدراكهم للعوامل المؤثرة على تقييم مصادر المعلومات بتلك الشبكات. يتبين باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود تأثير قوي بين متغير سلوك طلاب كليات الإعلامي في التماس المعلومات المتعلقة بهذه الاستراتيجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومتغير إدراكهم للعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقية مصادر تلك المعلومات؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0,546، وهي قيمة دالة فيما وراء مستوى 0,001، مما يوضح صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 وطبيعة توقعاتهم بشأن مستقبل الدولة المصرية.

بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير طبيعة توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية، ومتغير سلوكهم في التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي 0,312،

وهي قيمة دالة فيما وراء مستوى 0,001، أي توجد علاقة دالة بينهما، ومن ثم يتم قبول الفرض الثالث.

الفرض الرابع: تؤثر توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية في سلوكياتهم المستقبلية المحتملة إزاء الدولة المصرية.

يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين متغير توقعات طلاب كليات الإعلام بشأن مستقبل الدولة المصرية، ومتغير سلوكياتهم المستقبلية الإيجابية المحتملة إزاء الدولة المصرية؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0,291، وهي قيمة دالة فيما وراء مستوى 0,001، وهو ما يعني قبول الفرض الرابع.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب كليات الإعلام في متغيرات الدراسة (إدراك أهمية استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 - إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام التقليدية بشأن هذه الاستراتيجية - إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي - سلوك التماس المعلومات المتعلقة بتلك الاستراتيجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - طبيعة التوقعات بشأن مستقبل الدولة المصرية - السلوكيات المستقبلية المحتملة) بين شرائح المتغيرات التالية:

- النوع:

جدول رقم (12) دلالة الفروق بين الذكور والإناث في متغيرات الدراسة

المتغيرات	العينة	ذكور (ن=61)		إناث (ن=89)		قيمة ت	P Value	مستوى الدلالة
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف			
الأهمية المدركة للاستراتيجية.		1.8	0.76	1.9	0.81	0.97	0.331	X
التغطية المتحيزة المدركة.		12.2	4.20	12	3.76	0.27	0.785	X
إدراك العوامل المؤثرة على تقييم المصداقية.		22.1	4.46	20.9	5.11	1.48	0.140	X
سلوك التماس المعلومات.		47.7	10.14	45	8.28	1.79	0.075	X
التوقعات المستقبلية.		8.8	2.37	8.3	2.34	1.27	0.208	X
السلوكيات المستقبلية المحتملة.		8.9	2.90	8	2.85	1.79	0.075	X

** (0.01) * (0.05) X (غير دالة)

يتضح باستخدام اختبار (T-Test) لاختبار الفروق بين متوسط نسبة الذكور والإناث في متغيرات الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بينهما؛ حيث جاءت قيمة ت غير دالة إحصائيًا.

- محل الإقامة:

جدول رقم (13) دلالة الفروق بين الريف والحضر في متغيرات الدراسة

المتغيرات	العينة	ريف (ن=29)		حضر (ن=121)		قيمة ت	P Value	مستوى الدلالة
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف			
الأهمية المدركة للاستراتيجية.	2	0.82	0.78	1.8	0.78	0.90	0.370	X
التغطية المتحيزة المدركة.	11.7	3.41	4.05	12.2	0.05	0.63	0.527	X
إدراك العوامل المؤثرة على تقييم المصادقية.	20.7	3.53	5.15	21.6		0.85	0.395	X
سلوك التماس المعلومات.	44.2	9.62	9.01	46.6		1.27	0.208	X
التوقعات المستقبلية.	7.7	2.44	2.31	8.6		1.88	0.062	X
السلوكيات المستقبلية المحتملة.	8.7	2.69	2.94	8.3		0.68	0.495	X

** (0.01) * (0.05) X (غير دالة)

يتضح باستخدام اختبار (T-Test) لاختبار الفروق بين متوسط نسبة الريف والحضر في متغيرات الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بينهما؛ حيث جاءت قيمة ت غير دالة إحصائيًا.

- نمط التعليم:

جدول رقم (14) دلالة الفروق بين أنماط التعليم في متغيرات الدراسة باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه

المتغيرات	العينة	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	النسبة الفائية (ف)	P VALUE	دلالة ف
الأهمية المدركة للاستراتيجية.		بين المجموعات	2	1.37	0.68	1.10	0.3369	×
		داخل المجموعات	147	92.10	0.62			
		المجموع	149	93.47				

			33.30	66.61	2	بين المجموعات	التغطية المتحيزة للمدرسة.
x	0.1158	2.19	15.22	2237.68	147	داخل المجموعات	
				2304.29	149	المجموع	
			85.74	171.48	2	بين المجموعات	إدراك العوامل المؤثرة على تقييم المصدقية.
*	0.0263	3.73	23	3381.06	147	داخل المجموعات	
				3552.54	149	المجموع	
			445.34	890.68	2	بين المجموعات	سلوك التماس المعلومات.
**	0.0043	5.65	78.87	11594.82	147	داخل المجموعات	
				12485.50	149	المجموع	
			10.22	20.44	2	بين المجموعات	التوقعات المستقبلية.
x	0.1604	1.85	5.51	810.82	147	داخل المجموعات	
				831.26	149	المجموع	
			35.16	70.33	2	بين المجموعات	السلوكيات المستقبلية المحتملة.
*	0.0141	4.39	8	1177.46	147	داخل المجموعات	
				1247.79	149	المجموع	

** (0.01) * (0.05) X (غير دالة)

جدول رقم (15) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة بين أنماط التعليم في كل من متغير إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات، متغير سلوك التماس المعلومات، متغير السلوكيات المستقبلية المحتملة

المقاييس	العينات	حكومي	خاص	أزهري	المتوسط	الانحراف
إدراك العوامل المؤثرة على تقييم المصدقية.	حكومي				21.160	5.032
	خاص				20.260	5.078
	أزهري		*		22.840	4.229

8.448	45.660				حكومي	سلوك التماس المعلومات.
8.872	43.360				خاص	
9.302	49.280		*		أزهري	
2.806	7.860				حكومي	السلوكيات المستقبلية المحتملة.
2.975	7.960				خاص	
2.701	9.360		*	*	أزهري	

يتبين من الجدول رقم (14) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أنماط التعليم الثلاثة في كل من متغير إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي إزاء استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، ومتغير السلوكيات المستقبلية المحتملة نحو الدولة المصرية وذلك عند مستوى دلالة (0,05)، كذلك اتضح وجود ذات الفروق الدالة الإحصائية بين أنماط التعليم الثلاثة ومتغير سلوك التماس المعلومات وذلك عند مستوى دلالة (0,01).

وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة يشير جدول رقم (15) إلى أن الفروق ظهرت بين نمطي التعليم الأزهري والخاص في متغير إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بشبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن ذلك الفرق كان لصالح طلاب الإعلام الأزهري بمتوسط قدره (22,840).

ومن جهة أخرى اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام الأزهري والخاص من حيث سلوكياتهم الإيجابية في التماس المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، إلا أن ذلك الفارق كان لصالح طلاب الإعلام الأزهري بمتوسط قيمته (49,280)، كذلك تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من طلاب الإعلام الحكومي والخاص والأزهري في متغير السلوكيات المستقبلية الإيجابية المحتملة، إلا أن تلك الفروق كانت لصالح طلاب الإعلام الأزهري بمتوسط حسابي قدره (9,360).

مقترحات الدراسة:

- على مستوى الاتجاهات البحثية:

1. تطبيق الدراسة الحالية على طلاب الكليات العملية والكليات النظرية؛ للبحث في تأثير متغير طبيعة الدراسة على كل من إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية

مصادر المعلومات، وسلوكياتهم في التماس المعلومات، وكذلك سلوكياتهم المستقبلية. 2. إعادة اختبار النموذج المقترح للعلاقة بين سلوك التماس المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبناء التوقعات المستقبلية بإضافة عدد من المتغيرات التي تعتقد الباحثة في أهمية تناولها، ومنها: التقدير التراكمي، التخصص الدراسي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي، مستوى المعرفة العامة، الحالة المزاجية، وذلك سواء بالتطبيق على موضوع الدراسة الحالية، أو على أي قضية أخرى.

3. البحث في خصائص صفحات مواقع شبكات التواصل الأكثر فعالية في تناول القضايا المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، وطريقة استفادتهم من خصائص تلك المواقع وانعكاسات ذلك على مستخدميها، إلى جانب التطرق بالدراسة التحليلية لتعليقات مستخدمي مواقع تلك الشبكات على المنشورات المتعلقة بتلك الاستراتيجية، مع رصد تأثيراتها.

4. الاهتمام بالدراسات الكيفية وخاصة المقابلات المتعمقة مع الخبراء من القائمين بالاتصال في صفحات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تقدم هذه الاستراتيجية، وأيضاً القائمين على السياسات الإعلامية ضمن الهيئة الوطنية للإعلام، وكذلك مسؤولي سياسات التخطيط البرامجي بوسائل الإعلام التقليدية.

على مستوى المجال التطبيقي:

1. إجراء ورش عمل تعريفية خلال الإجازات الصيفية لمختلف شباب الجامعات بطرق التعامل مع مصادر المعلومات المختلفة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تنظيم مسابقات من قبل وزارة الإعلام، ووزارة الشباب والرياضة، ووزارة التخطيط بين الحين والآخر لأفضل المقاطع المرئية والمنشورات التي تتضمن تنفيذ للشائعات المختلفة المنتشرة على مواقع تلك الشبكات.

2. الردع بالقانون لمرجعي الشائعات، وكذلك الذين يقومون بإعادة نشرها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام أو على صفحاتهم الشخصية؛ وذلك بإنشاء مرصد يتابع تلك التجاوزات ويتكفل بالرد عليها وتوضيح حقيقتها بالأدلة، مع تدريب الإعلاميين وقادة الرأي ورجال الدين بكل المحافظات والقرى على الطرق الصحية للتصدي للأخبار الزائفة والشائعات المنتشرة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

3. عمل استطلاعات رأي إلكترونية دورية كل شهر عن طريق مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ لتحديد درجة الوعي المعلوماتي المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030، لتدارك الوضع قبل تفاقمه وتصحيح أي معلومات خاطئة.

4. إدخال مفهوم التربية الإعلامية في كل من المناهج المدرسية والمهنية والجامعية الخاصة والعامة والأزهرية على حد سواء، وبكل المراحل الدراسية المختلفة، إلى جانب عقد ندوات ولقاءات مع الأهالي والأسر في كافة المحافظات والقرى تتضمن تعريفهم بالتربية الإعلامية، وتدريبهم لتحقيقها في المنزل.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

أ. الرسائل غير المنشورة:

1. أكرم عيساوي (2016)، «اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار»، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية).
2. أمنية خير (2004)، «الوعي المعلوماتي لدى الباحثين في محافظة الإسكندرية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات).
3. حنان الشيبيني (2019)، «الخطاب الإعلامي لقضايا التنمية المستدامة في القنوات المصرية واتجاهات الجمهور نحوها»، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
4. داليا الشافعي (2015)، «الأمية المعلوماتية في المجتمع الجامعي بالقاهرة: دراسة ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الآداب، قسم المكتبات والوثائق والمعلومات).
5. عمرو عبد الحميد (2006)، «اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية»، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
6. قويدر صرينة (2017)، «دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين»، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة الجيلالي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الاتصال والإعلام).
7. لوجين عفيفي (2017)، «الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
8. محمود زكي (2018)، «التغطية التلفزيونية لاستراتيجية التنمية المستدامة ورؤية

- مصر 2030 وعلاقتها بتصورات المصريين للمستقبل»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
9. مظهر أبو الحسن (2018)، «معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل»، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).
10. نهما عبد المعطي (2013)، «اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام).
11. هديل الطالبة (2014)، «اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي»، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: اليرموك، جامعة اليرموك، كلية الإعلام).

ب. بحوث عربية منشورة في الدوريات والمؤتمرات العلمية المتخصصة:

1. العربي بو عمارة (سبتمبر، 2013)، «آليات تشكيل الوعي السياسي من خلال مضامين اجتماعية: دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين»، مجلة الصورة والاتصال، مجلد 2، عدد5، (الجزائر: جامعة وهران أحمد بن بلة).
2. إلهام الدوسري (2017)، «مهارات محو الأمية المعلوماتية لدى طلبة المدارس الثانوية العامة في الكويت: دراسة استكشافية»، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، مجلد 43، عدد167، (الكويت: جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي).
3. حنان يوسف «رسالة الإعلام وأهداف التنمية المستدامة»، جلسة حوارية بشأن الإدارة الاستراتيجية للإعلام التنموي: تشكيل الوعي بأهداف التنمية المستدامة ومواجهة التحديات، (القاهرة: مطبعة جامعة الدول العربية).
4. زياد بركات (أكتوبر، 2012)، «كفاءة الوعي المعلوماتي لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في منطقة طولكرم التعليمية وفق المعايير العالمية»، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، مجلد 1، عدد 28، (فلسطين: جامعة القدس المفتوحة).
5. عبد الحسين شعبان (3-6 نوفمبر، 2019)، «الإعلام والتنمية: الواقع والتحديات في عصر العولمة»، جلسة حوارية بشأن الإدارة الاستراتيجية للإعلام التنموي: تشكيل الوعي بأهداف التنمية المستدامة ومواجهة التحديات، (القاهرة:

مطبعة جامعة الدول العربية).

6. عبير محمد (مارس، 2014)، «قياس مدى كفاية مهارات محو الأمية المعلوماتية لطلبة كلية الآداب والعلوم بجامعة المرقب وانعكاساتها على دعم مبادئ الحكومة الإلكترونية»، مجلة أعلم، العدد 13، (ليبيا: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات).
7. هدى العمودي (سبتمبر، 2008)، «الوعي المعلوماتي في المجتمع الأكاديمي: دراسة تطبيقية على طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز»، مجلة دراسات المعلومات، عدد 3، (المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز).

ج. التقارير:

1. النظام الإيكولوجي للبيانات في مصر لدعم التنمية (ديسمبر، 2018)، (القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء)، ص 29.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

أ. الرسائل غير المنشورة:

1. Challen Stephens (2014), "Credibility Concerns for Online Newspapers Do Reporter Comments Influence Perceptions of Credibility, **Unpublished Master Thesis**, (Columbia: University of Missouri, The Faculty of the Graduate School).
2. Reter Lauren (2016), "Investigating the Role of Social Networking Sites in Increasing Purchase Intention for Environmentally Sustainable Apparel: An Exploratory Study", **Unpublished PHD Dissertation**, (USA: Kansas University, College of Human Ecology, Department of Apparel, Textiles, and Interior Design).

ب. الكتب:

1. Kenneeth Laudon, Jane Laudon (2008), **Management Information System**, 1st, (USA: Prentice Hall).
2. Rachel Seginer, Willy Lens (October, 2014), **The Motivational Properties of Future Time Perspective Future Orientation: Different Approaches, Different Cultures**, 1st, (Germany: Springer International Publishing AG).

ج. بحوث عربية منشورة في الدوريات والمؤتمرات العلمية المتخصصة:

1.Dattatry Sankpal & Sunil Punwatkar (August, 2015), “Information Needs and Information Seeking Behavior in Digital Era: An Outline”, **American Society For Information Science& Technology**, Vol.3, Issue 10, (India: e-Library Science Research Journal).

2.Deborah Grimes & Carl Boening (January, 2011), “Worries with the Web: A Look at Student Use of Web Resources”, **College& Research Libraries**, Vol 62, Issue 1, (USA: The Association of College & Research Libraries).

3.Gathegi John (20 - 23 October, 2014), “Social Media Networking Literacy: Replacing Sharing, Privacy, and Legal Observance”, **2nd European Conference: Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century**, (European: Springer International Publishing).

4.Jian Raymod (June,2018), “Information Specificity: Applying Warranting Theory to Online Information Assessment and Impression Credibility Formation”, **Social Science Computer Review**, Vol 36, Issue 3,(USA: Association Computing Science Social).

5.king luu , John Freeman (May , 2011),” An analysis of the relationship between information and communication technology (ICT) and scientific literacy in Canada and Australia”, **Computer & Education**, Vol 56, Issue 4, (USA: Red Elsevier Group).

6.Micheal Chan (February, 2015), “Social Media and Democratic Engagement: Exploring Facebook Users and Impact on Political Participation and Political Efficacy”, **Annual Meeting of The International Communication Association 65th Annual Conference**, (USA: Communication Across the Life Span).

3.Ramesh Palvai (October, 2019),” Role of Social Media in Promoting Sustainable Development”, **International Con-**

ference People Connect: Networking for Sustainable Development, (USA: New York, Claret College).

4.Rebecca Van (June, 2011), “Distance Students and Online Research: Promoting information literacy Through Media Literacy”, **The Internet and Higher Education**, Vol 13, Issue 3, (USA: Reed Elsevier Group).

5.Robert Schroeder, Ellysa Cahoy (April, 2010),” Valuing Information Literacy: Affective Learning and the ACRL Standards”, **Portal Libraries and the Academy**, Vol 10, Issue 2, (USA: Jhon Hopkins University).

6.Sylvia Owiny , Audrey Maretzki , Khanjan Mahta (January, 2016), “The Use of Social Media Technologies to, Create, Preserve, and Disseminate Indigenous Knowledge and Skills to Communities in East Africa”, **International Journal of Communication**, Vol 8, Issue 1, (USA: University of Southern California, Annenberg School For Communication & Journalism).

د. التقارير:

1. **We Are Social** (July, 2020), (USA: Hootsuite Inc).