



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د/ أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د/ عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبداللاه

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ/ أحمد جعفر أحمد

أ/ محمد خلف محمد

أ/ فاطمة فيصل الطيب

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 7 العدد 7

Issn: 3009-7134

<https://ejrcds.journals.ekb.eg>

سبتمبر - 2025

اقرأ في العدد السابع:

بناء الصحفي الشامل لغرف الأخبار المندمجة: دراسة للمتطلبات باستخدام تحليل SWOT.
سيناريوهات مستقبل التزييف العميق للمحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي
الأشكال المستحدثة من حروب الأجيال في المنصات الإعلامية الرقمية وتداعياتها على منظومة الأمن المجتمعي في ضوء تصورات النخبة المصرية
اتجاهات النخبة الصحفية نحو البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية
معالجة المجموعات النسائية على الفيس بوك لقضايا المرأة في صعيد مصر دراسة تحليلية
توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030 : دراسة تحليلية
أطر معالجة المواقع الإخبارية للمبادرة الرئاسية (حياة كريمة)

توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية

ولاء عبد المعز أحمد حسن
باحثة بقسم الإعلام (كلية الآداب جامعة سوهاج)
walaa.moez.87@gmail.com

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030. كشفت النتائج أن الصفحات الثلاث (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وزارة البيئة، وزارة التضامن الاجتماعي) نشرت 825 مادة، وجاءت الموضوعات البيئية في المركز الأول. كما غلب على المحتوى استخدام اللغة العربية الفصحى، واعتمدت المنشورات على الأرقام والصور.

أظهرت الدراسة أن وزارة التضامن كانت الأكثر التزامًا بمبادئ الاتصال الحواري، تليها البيئة، ثم التخطيط. وتمثل التفاعل الأكبر من الجمهور في الإعجاب والتعليقات الإيجابية.

خلصت الدراسة إلى أن العلاقات العامة الإلكترونية تسهم بشكل فعال في نشر الوعي برؤية مصر 2030 وتعزيز التواصل بين المؤسسات الحكومية والجمهور.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الإلكترونية، المؤسسات الحكومية، رؤية مصر 2030

APA Citation:

عبد المعز أحمد حسن، ولاء. (2025). توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، 7(7).

Doi: 10.21608/ejcrds.2025.384033.1052

البحث مستل من رسالة ماجستير من قسم الإعلام – كلية الآداب – قسم الإعلام

مقدمة

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي أعادت تشكيل طرق الاتصال عالميًا، أصبح توظيف الأدوات التكنولوجية الحديثة ضرورة حتمية للمؤسسات الحكومية الساعية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. وفي هذا السياق، تبرز "رؤية مصر 2030" كأجندة وطنية طموحة تستهدف تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهو ما يتطلب خلق حالة من الوعي المجتمعي وحشد الدعم الشعبي لضمان نجاحها.

من هنا، تكتسب العلاقات العامة الإلكترونية أهمية محورية، بوصفها الأداة العصرية التي تمكن المؤسسات الحكومية من بناء جسور تواصل فعالة ومباشرة مع الجمهور. فمن خلال المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لهذه المؤسسات نشر المعلومات المتعلقة بمستهدفات الرؤية ومشروعاتها، وقياس اتجاهات الرأي العام، وتعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية.

وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل واقع توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية كآلية استراتيجية لدعم "رؤية مصر 2030"، من خلال رصد وتقييم الأساليب والممارسات المتبعة، وتحديد نقاط القوة والضعف، بهدف الوصول إلى فهم أعمق لكيفية تعظيم الاستفادة من هذه الأداة الحيوية في تحقيق الأهداف الوطنية.

الدراسات السابقة:

رصدت الباحثة عينة من الدراسات المتاحة من رسائل الماجستير والدكتوراة والأبحاث المنشورة في المجالات العلمية وتم تقسيم هذه الدراسات الي محورين:

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الإلكترونية
- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في التنمية المستدامة

اولا الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الإلكترونية

1- دراسة عبدالرازق (2025): والتي تناولت دور العلاقات العامة الرقمية بمواقع الوزارات الخدمية في زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية في ظل الأدوات التكنولوجية المتاحة للعلاقات العامة في استخدامها في المواقع الإلكترونية. , حيث هدفت الدراسة الي التعرف على طبيعة المعلومات المقدمة من العلاقات العامة الرقمية للتوعية بقضايا التغيرات المناخية ورصد الوسائط التي تستخدمها العلاقات العامة في تقديم المحتوى في الموقع الإلكتروني بالإضافة لقياس رضا الجمهور عن العلاقات العامة الرقمية ودورها في التوعية بقضايا التغيرات المناخية ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد علي المنهج المسحي ومن ثم تحليل البيانات وربطها وايجاد العلاقات من خلال التحليل الاحصائي وتوصلت الدراسة (1) أن وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية يزداد بزيادة رضاهم عن العلاقات العامة الرقمية بالمواقع الإلكترونية، ورضا الجمهور عن الأدوات المتنوعة المستخدمة بالمواقع الإلكترونية يزيد من فهم الجمهور للقضايا المناخية (2) التنوع في تقديم المعلومات من خلال استخدام مختلف الوسائط والأدوات الموجودة بالموقع الإلكتروني يساعد على زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية بمجالاتها المتنوعة (3) يمكن للوزارات النشطة في نشر المعلومات والتفاعل مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي أن تحظى بمتابعة أكبر. ويمكن أن يتأثر ترتيب الجمهور للمواقع بالتوجهات السياسية والاقتصادية.

2- دراسة الغنام (2024) والتي تهدف الي قياس التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأبعاد العلاقات العامة الإلكترونية (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، العوامل الاجتماعية، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية) على امتنان العميل بأبعاده (الامتنان الإدراكي، الامتنان العاطفي، الامتنان السلوكي)، عبر توسيط رضا العميل وذلك من خلال تطبيقها على نزلاء فنادق شرم الشيخ. تم الاعتماد على استبيان باستخدام العينة العشوائية المنتظمة، حيث تم تجميع (332) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي. وقد توصلت نتائج البحث إلى وجود تأثير معنوي إيجابي للعلاقات العامة الإلكترونية على رضا العميل، كما توصلت إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لرضا العميل على امتنان العميل. وأكدت النتائج وجود تأثير معنوي إيجابي للعلاقات العامة الإلكترونية على امتنان العميل. بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر للعلاقات العامة الإلكترونية على امتنان العميل عند توسيط رضا العميل.

3- دراسة James (2024) تهدف الدراسة الي دراسة الاثار الاخلاقية والقانونية لاستخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي في حملات العلاقات العامة في الولايات المتحدة ، واعتمدت هذه الدراسة علي المنهج المكتبي الذي يقوم علي جمع البيانات من الموارد الموجودة ويعود هذا الي انه يتميز بالتكلفة المنخفضة مقارنة بالبحث الميداني وتوصلت الدراسة الي ان استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي في حملات العلاقات العامة تحديات اخلاقية وقانونية وانه يجب الامتثال لقوانين حماية البيانات مثل اللائحة العامة لحماية البيانات واللوائح الامريكية حيث ان تحقيق التوازن بين فوائد هذه التقنيات والمعايير الاخلاقية والامتثال القانوني يعد مهمة معقدة بالنسبة لصناعة العلاقات العامة في الولايات المتحدة.

4- دراسة الشريبي (2023) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية عمدية من طلاب الجامعات الخاصة المصرية قوامها 450 مفردة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة الاستبيان. أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: أكدت النتائج أهمية تفعيل العلاقات العامة الإلكترونية بالجامعات الخاصة، وأهمية دور العلاقات العامة في إدارة العلاقة بين الجمهور والجامعة، وإدارة سمعة الجامعة. كما أوضحت النتائج ارتفاع درجة متابعة الباحثين للموقع الإلكتروني أو صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة. وظهرت النتائج أهمية الموقع الإلكتروني أو صفحات التواصل الاجتماعي للجامعة في تعزيز سمعتها لدى الجمهور من خلال السرعة والمصداقية في تقديم الأخبار والمعلومات التي تهم الطلاب.

ثانيا الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في التنمية المستدامة

1- دراسة عبدالعال (2024) تهدف الدراسة الى رصد وتحليل وتفسير الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالوزارات المصرية بوجه عام؛ وبوزارة التنمية المحلية على وجه الخصوص؛ في دعم وتعزيز سمعة الدولة داخلياً لدى مواطنيها. وذلك من خلال دراسة تطبيقية تحمل الشقين التحليلي والميداني ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: ارتفاع مستوى النوايا العاطفية الداعمة للدولة؛ وذلك لإيمان الباحثين بقدرة الدولة على القيام بعمليات التنمية والإصلاح الداخلية لكافة قطاعات الدولة تماشياً مع خطة الدولة للتنمية المستدامة 2030. رضا الباحثين بدرجة مرتفعة عن إدارة العلاقات العامة الرقمية لصفحة وزارة التنمية المحلية على الفيسبوك وانعكس ذلك على رضا الباحثين عن الإنجازات والجهود التي تقدمها الدولة من أجل أحداث التنمية والإصلاح؛ مما يؤدي إلى تكوين سمعة داخلية جيدة للبلاد. أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين رؤية الباحثين للنوايا الداعمة للدولة في اتجاهها نحو التنمية الداخلية في كل قطاعات الدولة وتقييمهم لسمعة مصر الداخلية.

2- دراسة محمد (2024) تسعى هذه الدراسة الى التعرف علي توظيف العلاقات العامة للمؤسسات الحكومية في مشروعات التكنولوجيا الافتراضية ودورها في التنمية المستدامة داخل جمهورية مصر العربية، ممثلاً في العاملين بتلك المشروعات والمتعاملين معها وأيضاً البيانات التي تصدر بشكل دوري عن إدارات العلاقات العامة بتلك المشروعات خلال الفترة الرئاسية الثانية للرئيس عبد الفتاح السيسي وطبقت الدراسة علي عينة من 55 مفردة من العاملين بتلك المشروعات و200 مفردة من الجمهور الخارجي وتحليل التقارير التي تصدر عن ادارت العلاقات العامة بتلك المؤسسات بشكل ربع سنوي، وبالنظر الي نموذج وسيلي وماكلين، وتوظيف استمارة الاستبيان وتحليل تلك البيانات، كشفت الدراسة عدة نتائج أهمها : جاءت بعض القضايا الهامة وجاء في المرتبة الأولى التكنولوجيا كاهم القضايا المركز الابداع التكنولوجي وزيادة الاعمال بنسبة 43.8% وجاء في المرتبة الثانية بالتساوي كلا من الاعلام الاقتصادي واتخاذ القرارات بالمشاركة بنسبة 18.8% وتلاها الأمن الاقتصادي بنسبة 12.5% وجاء في المرتبة الاخيرة قضية البترول والتغذية والطاقة بنسبة 6.3% وهذا دليل على اهتمام هيئة التكنولوجيا وريادة الاعمال بدورها المنوط بها والعمل الجاد في المجتمع ونادية الدور بشكل مناسب للعمل المؤسسي التي تقوم به الدولة . وجاء في المتربة الأولى السياسات المالية لجهاز تنمية المشروعات الصغيرة بنسبة 31.3% وجاء في المرتبة الثانية كلا من اسواق المال والسياسة النقدية مع ارتفاع الاسعار وانخفاض مستوى الدخل بنسبة 18.8% وجاء في المرتبة الثالثة كلا من الأمن الاقتصادي وتحسين مستوى الاجر الاقتصادي بنسبة 12.5% وجاء في المرتبة الاخيرة التقييط والتمويل بنسبة 6.3% وهذا يدل على ان السياسات المالية للدولة هي التي تساعد تلك المشروعات الصغيرة الناهضة الى الوصول الى ما تصبه اليه والعمل على تقدم المجتمع.

3- البحيري (2023) هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ويؤدي استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي دورًا حيويًا في تعزيز الوعي بأهداف التنمية المستدامة وتوفير قنوات تواصل فعالة مع الجمهور والشركاء الاستراتيجيين وتبادل المعلومات وتشجيع المشاركة الجماهيرية، وتندرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية واستخدام منهج المسح الاعلامي وبتطبيق استمارة استبيان على عينة تكونت من (120) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات المصرية الحكومية وكلياتها، وقد توصلت الدراسة إلى أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الرقمي في عملهم، كما يستخدمها الأغلبية منهم مع كل العملاء دون تمييز، ولتقديم صورة كافية عن خطة التنمية المستدامة، ويتواصلون باستخدام هذه التكنولوجيا مع الطلاب بنسبة (100%)، ويرون أن مصطلح التنمية المستدامة أصبح متداولًا في الجامعات وكلياتها، ويرون أن الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته أهم هدف من أهداف التنمية المستدامة، أن تطوير المستشفيات الجامعية من أهم مشروعات التنمية المستدامة في قطاع التعليم العالي.

4- العجمي (2022) هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تكامل السياسات العامة والتنمية المستدامة في البحرين، وما هي الآليات التي تعزز من درجة تكامل السياسات العامة ودعم دورها التنموي في لزيادة تحقيق التنمية المستدامة في مملكة البحرين؟ وللإجابة على هذه التساؤلات، اعتمد الباحث على المنهج التحليلي، ومنهج دراسة الحالة؛ بهدف تحديد درجة التكامل بين السياسات العامة في مملكة البحرين، ودورها في تحقيق التنمية المستدامة من خلال الفترة من 2000 إلى 2021. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: تتسم السياسة الداخلية بالتكامل مع السياسات العامة وخصوصاً السياسات الخارجية البحرينية، كما تتسم السياسات العامة الاجتماعية في البحرين، بوجود درجة عالية من التكامل بين مكوناتها الأساسية. وأخيراً، تعكس الجهود البيئية مدي فاعلية السياسات البيئية العامة في تعزيز البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في مملكة البحرين خلال فترة الدراسة، وهذا ما يؤكد على الدور الفعال للسياسة العامة الداخلية، والخارجية في تعزيز البعد البيئي للتنمية المستدامة في البحرين خلال فترة الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تنوعت أهداف الدراسات السابقة وتناولت دور العلاقات العامة الإلكترونية في رفع الوعي المجتمعي، وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسات، وتحقيق رضا الجماهير، بالإضافة إلى التركيز على الجوانب الأخلاقية والقانونية لاستخدام الوسائط الرقمية.
- اتفقت معظم الدراسات على فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية في تعزيز التواصل بين المؤسسات والجمهور.
- اعتمدت الدراسات على المنهج المسحي والمنهج الوصفي التحليلي.
- تُظهر الدراسات توافقاً واضحاً مع توجهات رؤية مصر 2030، حيث تناول عدد كبير من الدراسات دور العلاقات العامة الإلكترونية في دعم التنمية المستدامة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تكونت لدي الباحثة قاعدة بيانات ومعلومات تم الاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة.
- قدمت الدراسات السابقة مساهمة في تحديد المفاهيم الخاصة بموضوع العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية والدور الذي تلعبه في دعم رؤية مصر 2030.
- وفرت الدراسات السابقة قائمة من الأبحاث والمراجع التي أفادت في بناء الدراسة

- تعميق مشكلة الدراسة وبلورتها بشكل يمكن من خلاله دراسة توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم هذه رؤية مصر 2030.

مشكلة الدراسة:

تقوم العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية بدور حاسم في خلق تفاهم أفضل بين هذه المؤسسات والجمهور ومحاولة إيجاد استراتيجيات اتصال فعالة مع جماهيرها، فعن طريقها ينمو الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين تجاه خطط الدولة التنموية، وبالتالي تحويلهم إلى جمهور ايجابي متعاون مع الحكومة.

وفي عام فبراير 2016 أعلنت الحكومة المصرية عن رؤية مصر ٢٠٣٠ وهي أجندة وطنية تعكس الخطة الاستراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كل المجالات، وتوطينها بأجهزة الدولة المصرية المختلفة. وفي مطلع عام 2018 قررت مصر تحديث أجندتها للتنمية المستدامة بمشاركة كافة أصحاب المصلحة من شركاء التنمية وذلك لمواكبة التغييرات التي طرأت على السياق المحلي والإقليمي والعالمي، وتؤكد الرؤية المُحدثة على تناول وتداخل كل القضايا من منظور الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البيئي والاقتصادي والاجتماعي، فهي رؤية شاملة ومتسقة تتكون من استراتيجيات قطاعية للجهات الحكومية المختلفة.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في استكشاف ورصد وتحليل وتفسير كيف يتم توظيف العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية لدعم رؤية مصر 2030 وتحقيق اهداف التنمية المستدامة

أهمية الدراسة:

- ترجع أهمية هذه الدراسة في تحليل الدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية المصرية في دعم رؤية مصر 2030 وتحقيق أهداف التنمية المستدامة. فالعلاقات العامة الإلكترونية تساعد بشكل مباشر في تعزيز التواصل الفعال بين الحكومة والجمهور، مما يساهم في بناء علاقة مبنية على الثقة والتفاهم المتبادل، وهو ما يعزز من اندماج المواطنين في الخطط التنموية للدولة.
- تعد دراسة العلاقة بين العلاقات العامة الإلكترونية ورؤية مصر 2030 مهمة بشكل كبير في ظل الصعوبات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة. من خلال هذه الدراسة، يمكن تسليط الضوء على كيفية توظيف الأدوات الإلكترونية الحديثة من قبل الحكومة لتوفير فرص تفاعل مع جمهورها، وبالتالي تعزيز وعي المجتمع وتفاعله مع القضايا التنموية التي تشكل أساس رؤية مصر 2030.
- تساهم الدراسة في فهم التحديات والفرص التي يمكن أن تواجه المؤسسات الحكومية في توظيف هذه الأدوات الحديثة لدعم الرؤية مما يساهم في تحسين مستوى حياة المواطنين وتعزيز مشاركتهم الفعالة في التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

أهداف الدراسة التحليلية

تهدف الدراسة الي تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على طبيعة توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الالكترونية في دعم رؤية مصر 2030 ويتفرع من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية:

- 1- التعرف على نوعية الموضوعات المقدمة على الصفحة الرسمية على الفيس بوك للمؤسسات الحكومية محل الدراسة
- 2- إبراز محاور رؤية مصر 2030 التي احتوت عليها الصفحة الرسمية على الفيس بوك للمؤسسات الحكومية محل الدراسة
- 3- الوقوف على وظائف العلاقات العامة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة في دعم رؤية مصر 2030
- 4- الاطلاع على الاستمالات الإقناعية المستخدمة صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة
- 5- التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المنشورات الخاصة برؤية مصر 2030
- 6- الاطلاع على شكل وطبيعة تفاعل الجمهور على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة مع المنشورات المتعلقة برؤية مصر 2030
- 7- مدي تطبيق صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة لمبادئ الاتصال الحواري
- 8- التعرف على شكل المحتوى المقدم حول رؤية مصر 2030 على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة
- 9- تحديد اللغة المستخدمة في تقديم المحتوى المقدم حول رؤية مصر 2030 على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة

تساؤلات الدراسة التحليلية:

تسعي الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس: ماهي طبيعة توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الالكترونية في دعم رؤية مصر 2030؟ ويتفرع من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية:

- 1- ما هي نوعية الموضوعات المقدمة على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟
- 2- ما هي محاور رؤية مصر 2030 التي احتوت عليها صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟
- 3- كيف وظفت العلاقات العامة الإلكترونية صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة في دعم رؤية مصر 2030؟
- 4- ما هي الاستمالات الإقناعية المستخدمة على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟
- 5- ما هي الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المنشورات الخاصة برؤية مصر 2030؟
- 6- كيف تفاعل الجمهور على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة مع المنشورات المتعلقة برؤية مصر 2030؟
- 7- الي اي مدي تم تطبيق مبادئ الاتصال الحواري على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟
- 8- ما هو شكل المحتوى المقدم حول رؤية مصر 2030 على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟
- 9- ماهي اللغة المستخدمة في تقديم المحتوى المقدم حول رؤية مصر 2030 على صفحة الفيس بوك التابعة للمؤسسات الحكومية محل الدراسة؟

فروض الدراسة

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة مضمون المنشورات المرتبطة برؤية مصر 2030.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمحاور رؤية مصر 2030 الواردة في المنشورات.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالاستمالات الاقناعية المستخدمة في المنشورات.

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي ترصد وتوصف وتحلل توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030

منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إليها وبناء على التساؤلات التي سعت الدراسة إلى الإجابة عليها استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي وهو من أبرز المناهج الذي تعتمد عليه الدراسات الوصفية وهو جهد علمي منظم يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة ولفترة زمنية كافية للدراسة كما يسمح باختبار العلاقات بين المتغيرات واستخلاص النتائج التفسيرية.

وتم توظيف منهج البحث الإعلامي في جمع البيانات المتعلقة بتوظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030.

مجتمع الدراسة واختيار العينة:

مجتمع الدراسة التحليلية

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع الحسابات النشطة للمؤسسات الحكومية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية متمثلة في الصفحات الرسمية للوزارات (التخطيط والتنمية الاقتصادية، التضامن الاجتماعي، البيئة)

اسباب اختيار العينة:

حيث ان كل وزارة من الوزارات الثلاث تعبر عن بعد من ابعاد التنمية المستدامة (رؤية مصر 2030)

- البعد الاقتصادي متمثل في وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية
- البعد الاجتماعي متمثل في وزارة التضامن الاجتماعي
- البعد البيئي متمثل في وزارة البيئة

الفترة الزمنية:

ستقوم الباحثة بتحليل الصفحة الرسمية على الفيس بوك للوزرات الاتية (التضامن الاجتماعي، وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وزارة البيئة) لمدة ثلاث شهور متتالية في الفترة من أكتوبر 2022 حتى ديسمبر 2022

أدوات جمع المعلومات:

استمارة تحليل المضمون: بهدف رصد وتحليل وتفسير توظيف المؤسسات الحكومية للعلاقات العامة الإلكترونية في دعم رؤية مصر 2030 من خلال تحويل النتائج الكمية إلى كيفية.

صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق المحكمين: اعتمدت الباحثة على صدق المحكمين بشكل منهجي، حيث تم عرض أداة التحليل على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام وتم استيفاء التعليقات حتى أصبحت أداة تحليل المضمون صالحة للتطبيق.

* الثبات: تم حساب ثبات أداة التحليل باستخدام معادلة كوبر لحساب عدد مرات اتفاق المحللين؛ حيث قامت الباحثة وأثنين من الزملاء المتخصصين في مجال الإعلام بتحليل عينة من المضامين المنشورة في مواقع الدراسة، ثم تم حساب النسبة المئوية للاتفاق بين المحللين الثلاثة، وتبين أن متوسط نسبة الاتفاق بينهم بلغت (92%)، وهي نسبة تشير إلى ثبات أداة تحليل المضمون وصلاحيته للاستخدام.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- التكرارات.
- النسب المئوية.
- الرتب.
- معامل كا2 تربيع لحساب دلالة الفروق.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاتصال الحواري:

تعود نظرية الاتصال الحواري في العلاقات العامة إلى الباحثين كينت وتايلور، حيث قدما النظرية في العام 1998 عبر دورية (public Relation Review)، وأشار الباحثان إلى أن الهدف من هذه النظرية هو تسهيل بناء العلاقات بين المنظمات وجمهورها من خلال الإنترنت حيث إن المواقع الإلكترونية للمنظمات تخدم وظائف العلاقات العامة، وتقدم فرصاً جيدة للبحث عن الجماهير ونشر المعلومات والاستجابة السريعة لمشاكل المنظمات وأزماتها، كما يقدم الإنترنت لممارسي العلاقات العامة قنوات متعددة تساعد على حدوث التفاوض بين المنظمة والجمهور وتقوم نظرية الاتصال الحواري على خمس مبادئ رئيسية وهي: سهولة استخدام الموقع، تقديم معلومات مفيدة للجمهور، تكرار الزيارة، الحفاظ على الزوار، الحلقة الحوارية. (الصالح، 2017، ص 55)

أوجه الاستفادة من نظرية الاتصال الحواري:

استعانت الباحثة بنظرية الاتصال الحواري في تحليل مضمون الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عبر موقع فيسبوك، لمعرفة مدى التزام هذه المؤسسات بمبادئ الاتصال الحواري مع الجمهور لدعم رؤية مصر 2030

وقد قامت الباحثة بتحويل المبادئ النظرية إلى معايير للتحليل:

- المبدأ الأول سهولة الاستخدام: من خلال مدى متابعة سهولة وصول الجمهور إلى المحتوى المقدم حول رؤية مصر 2030 في الصفحات محل الدراسة من خلال تحليل (بساطة اللغة، سهولة التفاعل بالتعليقات أو الرسائل).
- المبدأ الثاني تقديم معلومات مفيدة: استخدم كمؤشر لقياس ما إذا كانت الصفحات توفر محتوى يتماشى مع احتياجات الجمهور (إعلانات خدمية، معلومات دقيقة، بيانات توعوية مرتبطة برؤية مصر 2030).
- المبدأ الثالث تكرار الزيارة: من خلال قياس مدى تشجيع المحتوى للجمهور على العودة للصفحة باستمرار.
- المبدأ الرابع الحفاظ على الزوار: من خلال رصد حجم التفاعل (تعليقات، إعجابات، مشاركات) وقدرة المحتوى على إبقاء الجمهور متصل بالصفحة لفترة أطول.
- المبدأ الخامس الحلقة الحوارية: ظهر بوضوح في متابعة وجود ردود فعل من المؤسسات على استفسارات أو شكاوى الجمهور، وهل الردود كانت سريعة وذات مضمون أم مجرد ردود شكلية.

ثانياً نموذج رولر:

والذي يعتمد على أربع استراتيجيات رئيسية وهي: الاعلام، الإقناع، بناء الإجماع، الحوار. (التميمي، 2018، ص 27)

أوجه الاستفادة من نموذج رولر:

استفادت الباحثة من نموذج رولر بما يتضمنه من أربع استراتيجيات رئيسية (الإعلام، الإقناع، بناء الإجماع، الحوار) في تحليل مضمون الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على موقع "فيسبوك". فقد مثل النموذج إطاراً عملياً لتصنيف طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها هذه المؤسسات، على النحو التالي:

- الإعلام: تم قياسه من خلال رصد حجم ونوعية المعلومات المنشورة على الصفحات، ومدى تلبية هذه المعلومات لاحتياجات الجمهور من بيانات خدمية أو توضيح للسياسات الحكومية المرتبطة برؤية مصر 2030.
 - الإقناع: انعكس في تحليل أساليب الإقناع المستخدمة لجذب الجمهور وتوجيهه نحو تبني مواقف معينة.
 - بناء الإجماع: ظهر من خلال متابعة محاولات الصفحات خلق شعور بالانتماء والنجاح الجماعي، عبر الدعوة إلى المشاركة في المبادرات المجتمعية أو إبراز الإنجازات على أنها ثمرة تعاون الدولة والمواطنين.
 - الحوار: تم تقييمه من خلال رصد استجابات المؤسسات لتعليقات واستفسارات الجمهور، وتحديد ما إذا كانت هناك مساحة فعلية للنقاش والتفاعل، أم أن التواصل ظل أحادي الاتجاه.
- وقد ساعد هذا النموذج الباحثة على إدراك الوزن النسبي لكل استراتيجية في الممارسة الفعلية للعلاقات العامة الإلكترونية بالمؤسسات الحكومية، وإبراز نقاط القوة والضعف في دعم رؤية مصر 2030 عبر الصفحات الرسمية للوزارات محل الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة

دور العلاقات العامة الالكترونية في دعم الخطط التنموية (رؤية مصر 2030)

تستطيع العلاقات العامة الالكترونية الفعالة ان تدعم الخطط التنموية من خلال صياغة الاستراتيجيات والخطط الملائمة ، وحشد جميع الادوات التكنولوجية والوسائل الاتصالية المباشرة وغير المباشرة ، وجمع المعلومات واشراك المواطنين في اللقاءات والندوات الخاصة بالبرامج التنموية واختيار مشروعاتها ، لان ممارسة الاجهزة الحكومية لدورها في اصدار القوانين والانظمة وتفعيل البرامج يتطلب القيام والشرح والتفسير للمواطنين وزيادة الوعي والمتابعة والتواصل الفعال والمستمر وطمأنة المواطنين وصولا الي تنفيذ برامج ترتقي بجودة حياتهم ، وذلك لان المواطن له كل الحق في معرفة ما يجري داخل المؤسسات التي يتعامل معها وله ايضا الحق في تحديد اولوياته والعلاقات العامة الالكترونية داخل المؤسسات الحكومية هي المسؤولة عن هذه المهام الي جانب دورها الهام في حث المؤسسة علي مشاركة المواطنين في مشكلاتهم المختلفة سواء اجتماعية او اقتصادية او غيرها.(عبدالمحسن، 2023، ص 162)

نتائج الدراسة التحليلية وتفسيراتها:

تستهدف الدراسة التحليلية التعرف على جوانب الشكل والمضمون الواردة في عينة المواد والمضامين المنشورة في كل من صفحة (وزارة البيئة، ووزارة التخطيط، ووزارة التضامن) على موقع فيس بوك وذلك لرصد دور العلاقات العامة الإلكترونية بالمؤسسات الحكومية في دعم رؤية مصر ٢٠٣٠، وقد بلغ عدد المواد (825) مادة تم تحليلها خلال الفترة من 1 أكتوبر وحتى 30 ديسمبر 2022 على مدار ثلاثة أشهر، وقد جاءت إجمالي المواد على النحو التالي:

جدول (1)

يوضح إجمالي المواد الصحفية التي تم تحليلها عبر الصحف عينة الدراسة

الترتيب	%	ك	الصفحات
3	30.2%	249	وزارة البيئة
1	37.3%	308	وزارة التخطيط
2	32.5%	268	وزارة التضامن
	100	825	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول: أن إجمالي المواد والمضامين التي تم تحليلها بلغ نحو (825) مادة محللة، منها 308 مادة في صفحة (وزارة التخطيط) في الترتيب الأول بنسبة 37.3%، ثم 268 مادة في صفحة (وزارة التضامن) في الترتيب الثاني بنسبة 32.5%، وأخيراً 249 مادة محللة في صفحة (وزارة البيئة) وذلك في الترتيب الثالث بنسبة 30.2%.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعد منطقية حيث إن وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية أعلنت من خلال الموقع الرسمي لها ان الرسالة التي تسعى لها الوزارة هي:

قيام الوزارة بالدور الريادي لتحقيق التنمية المستدامة ورسم السياسات القائمة على قياس الأثر من خلال التخطيط الفعال ومتابعة وتقييم الأداء الحكومي لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة، ولذلك فهي الجهة المسؤولة عن

وضع خطط التنمية المستدامة للدولة (2030) ومتابعة تنفيذ هذه الخطط مع الجهات والوزارات المعنية بذلك مما يترتب عليه ان اجمالي المضامين الخاصة بالوزارة تتصدر نتائج التحليل.

جدول (2)

خصائص وإحصائيات الصفحات عينة الدراسة

الصفحات	وزارة البيئة	وزارة التخطيط	وزارة التضامن
الخصائص والإحصائيات			
تاريخ إنشاء الصفحة	23 يونيو 2014	31 يوليو 2014	4 ديسمبر 2012
عدد المتابعين	398 ألف	562 ألف متابع	3 مليون متابع
وجود العلامة الزرقاء لتوثيق الصفحة	موجود	موجود	موجود

ويتضح من الجدول السابق: أن أقدم الصفحات من حيث الإنشاء؛ هي صفحة (وزارة التضامن) وذلك في 4 ديسمبر 2012، بينما الأحدث هي صفحة (وزارة التخطيط) في 31 يوليو 2014، أما عن عدد المتابعين فيتضح أيضاً أن (وزارة التضامن) هي الأعلى من حيث العدد بواقع 3 مليون متابع ثم صفحة (وزارة التخطيط) بواقع 562 ألف متابع، وأخيراً صفحة (وزارة البيئة) بواقع 398 ألف وهذه الاعداد قابلة للزيادة او النقصان ، أما عن التوثيق بوجود العلامة الزرقاء فالصفحات الثلاثة موثوقة، وهو الأمر الذي يعد طبيعياً في ضوء كون هذه الصفحات تتبع جهات رسمية في الدولة وتمثل بشكل مباشر.

وتعكس النتيجة أن الحكومة المصرية بمؤسساتها المختلفة لم تكن بعيدة عن التطورات التكنولوجية المختلفة بل قامت بإنشاء قنوات اتصال رسمية تسعى من خلالها للتواصل مع المواطنين واشراكهم في عملية التنمية مما يساهم بشكل كبير في اعادة هيكلة العلاقة بين المؤسسات الحكومية والمواطنين لتقوم علي المشاركة والتعاون والشفافية وتعزيز سبل العلاقات الحوارية التفاعلية بينهم، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (احمد 2021) والتي تري ان تقنية المعلومات والخدمات الالكترونية والاتصالات لها دور في ترسيخ مفهوم التنمية المستدامة حيث تعمل علي تحسين اداء المؤسسات الحكومية وتتيح هذه الوسائل التقنية تقديم المعلومات وسهولة الوصول والتواصل مع المواطنين والاجابة علي اسئلتهم مما ينتج عنه رفع مستوي الخدمات وتحسين الوصول اليها مما يساهم في تحقيق اهداف التنمية المستدامة .

أولاً. فئات المضمون (ماذا قيل):

جدول (3)

يوضح نوعية المضمون الذي تقدمه الصفحات محل الدراسة فيما يتعلق برؤية مصر 2030

العينة	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
طبيعة الموضوعات												
اقتصادية	0	0.0	—	87	28.2	3	2	0.7	4	89	10.8	4
اجتماعية	0	0.0	—	15	4.9	4	189	70.5	1	204	24.7	2
صحية	0	0.0	—	5	1.6	6	1	0.4	5	6	0.7	6
بيئية	246	98.8	1	89	28.9	2	59	22.0	2	394	47.8	1
سياسية	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
تكنولوجية	0	0.0	—	2	0.6	7	0	0.0	—	2	0.2	7
تعليمية	0	0.0	—	12	3.9	5	0	0.0	—	12	1.5	5
أخرى	3	1.2	2	98	31.8	1	17	6.3	3	118	14.3	3
الإجمالي	249	100		308	100		268	100		825	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نوعية المضمون الذي تقدمه الصفحات محل الدراسة فيما يتعلق برؤية مصر 2030 تمثلت في الموضوعات (البيئية) بنسبة 98.8% في الترتيب الأول في صفحة (وزارة البيئة) بينما في الترتيب الأخير (أخرى) بنسبة 1.2%، ولم تحظى بقية الفئات بنسب مئوية، أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فقد جاءت في الترتيب الأول (أخرى) بنسبة 31.8% وقد تمثلت فئة أخرى في عدة موضوعات جمعت بين الجانب الاقتصادي وموضوعات أخرى مثل (اقتصادي وبيئي، اقتصادي وصحي، اقتصادي واجتماعي) واشتملت أيضاً على السياسة الخارجية للدولة المصرية التي تزامنت فترة التحليل الاحتفال بمرور 50 عام على العلاقات المصرية الإماراتية، بينما في الترتيب الأخير جاءت الموضوعات (التكنولوجية) بنسبة 0.6%، أما عن وزارة (التضامن) فقد جاءت الموضوعات (الاجتماعية) في الترتيب الأول بنسبة 70.5%، بينما في الترتيب الأخير جاءت الموضوعات (الصحية) بنسبة 0.4%.

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت الموضوعات (البيئية) في الترتيب الأول بنسبة 47.8%، بينما في الترتيب الأخير جاءت الموضوعات (التكنولوجية) بنسبة 0.2%، ولم تحظ الموضوعات السياسية بأية نسب.

وترى الباحثة انه بالنظر لنسبة الموضوعات التكنولوجية في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية محل الدراسة ان هناك قصور في ابراز المشروع الحكومي الذي تشارك فيه كافة المؤسسات الرسمية ويقوم على تحويل الخدمات الاساسية والحيوية التي لها علاقة مباشرة بخدمة الافراد والمؤسسات والاستثمارات التي تسعى لها الدولة من الشكل التقليدي المعتاد الي التقنيات التكنولوجية الحديثة.

ويرجع تصدر الموضوعات البيئية في الصفحات محل الدراسة الي طبيعة التوقيت الذي قامت الباحثة بتحليل المضمون فيه فقد تزامن مع تنظيم مصر لمؤتمر المناخ من 6 نوفمبر حتي 18 نوفمبر 2022، واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (حمد وعبدالله ، 2022) حيث ركزت صفحة اليونسكو في مضامينها التسويقية علي الارتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها كركائز اساسية للتنمية المستدامة، وتطلع الدولة المصرية الي انه بحلول عام 2030 يكون البعد البيئي محورياً أساسياً في كافة القطاعات التنموية والاقتصادية بشكل يحقق أمن الموارد

الطبيعية ويدعم عدالة استخدامها والاستغلال الأمثل لها والاستثمار فيها بما يضمن حقوق الأجيال القادمة فيها، ويعمل على تنويع مصادر الإنتاج والأنشطة الاقتصادية، ومما يساهم في دعم التنافسية، وتوفير فرص عمل جديدة، والقضاء على الفقر، ويحقق عدالة اجتماعية مع توفير بيئة نظيفة وصحية وأمنة للمواطن المصري كما جاء في عرض المحاور البيئي لرؤية مصر 2030.

جدول (4)

يوضح محاور رؤية مصر 2030 في الصفحات محل الدراسة

العينة المحاور	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
الاقتصاد	0	0.0	—	87	28.2	2	2	0.7	4	89	10.8	3
الطاقة	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
الشفافية والكفاءة	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
التعليم	0	0.0	—	12	3.9	7	0	0.0	—	12	1.5	6
الابتكار والمعرفة والبحث العلمي	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
الصحة	0	0.0	—	6	1.9	8	1	0.4	5	7	0.8	7
الثقافة	0	0.0	—	2	0.6	9	2	0.7	4	4	0.5	8
العدالة الاجتماعية	0	0.0	—	15	4.9	5	189	70.5	1	204	24.7	2
البيئة	246	98.8	1	88	28.6	1	59	22.0	2	393	47.6	1
التنمية العمرانية	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
الأمن القومي والسياسية الخارجية	0	0.0	—	34	11.0	4	0	0.0	—	34	4.1	5
السياسة الداخلية	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
أخرى	3	1.2	2	64	20.8	3	15	5.6	3	82	9.9	4
الإجمالي	249	100		308	100		268	100		825	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن محاور رؤية مصر 2030 في الصفحات محل الدراسة تمثلت في (البيئة) بنسبة 98.8% في الترتيب الأول في صفحة (وزارة البيئة) بينما في الترتيب الأخير (أخرى) بنسبة 1.2%، أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فقد جاءت في الترتيب الأول (البيئة) بنسبة 28.6%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (الثقافة) بنسبة 0.6%، أما عن وزارة (التضامن) فقد جاءت (العدالة الاجتماعية) في الترتيب الأول بنسبة 70.5%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (الصحة) بنسبة 0.4%.

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت (البيئة) في الترتيب الأول بنسبة 47.6%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (الثقافة) بنسبة 0.2%، ولم تحظ محاور (الطاقة، الشفافية والكفاءة، الابتكار والمعرفة والبحث العلمي، التنمية العمرانية، السياسة الداخلية) بأية نسب.

وترى الباحثة عدم وجود توازن في تناول محاور رؤية مصر 2030 علي الصفحات الرسمية محل الدراسة وإذا كان هذا مقبول في صفحتي وزارة البيئة ووزارة التضامن الاجتماعي علي اعتبار انهما في المقام الاول تتناولان المحور البيئي والاجتماعي الا ان هذا الامر يعتبر مأخذ علي وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية في كونها المسؤولة عن رسم السياسات العبد الله واعداد الخطط ومتابعتها في كافة المجالات حتي يتم التكامل في العملية التنموية وذلك لضمان شمول التنمية في المجتمع وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السيد 2022): حيث جاء المحور الاقتصادي في المرتبة الاولى بنسبة 25.5% واما المحور البيئي جاء في المركز الثاني بنسبة 15.3%، واختلفت ايضا مع دراسة (عبدالله 2022): حيث تصدر محور الاقتصاد قائمة محاور التنمية المستدامة التي دارت حولها منشورات الصفحة خلال فترة التحليل بنسبة 31.2%. وقد يرجع هذا الاختلاف الي اختلاف الفترات الزمنية للتحليل في الدراستين.

جدول (5)

يوضح مضمون المنشورات في الصفحات محل الدراسة

المضمون	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
التأكيد على أهداف رؤية مصر 2030	2	0.8	3	8	2.6	5	3	1.1	5	13	1.6	6
عرض ما تم تحقيقه من انجازات رؤية مصر 2030	19	7.6	2	27	8.8	2	22	8.2	2	68	8.2	2
اجتماعات بين المسؤولين حول رؤية مصر 2030	0	0.0	—	21	6.8	3	4	1.5	4	25	3.0	4
توقيع الاتفاقات والبروتوكولات	2	0.8	3	7	2.3	6	5	1.9	3	14	1.7	5
فاعليات ومؤتمرات	224	90.0	1	228	74.0	1	231	86.2	1	683	82.8	1
أخرى	2	0.8	3	17	5.5	4	3	1.1	5	22	2.7	3
الإجمالي	249	100		308	100		268	100		825	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن مضمون المنشورات في الصفحات محل الدراسة تمثل في (الفاعليات والمؤتمرات) بنسبة 90% في الترتيب الأول في صفحة (وزارة البيئة)، ونسبة 75% في صفحة (وزارة التخطيط)، ونسبة 86.2% في صفحة (وزارة التضامن)، بينما في الترتيب الأخير جاءت مضامين (التأكيد علي أهداف رؤية مصر 2030، توقيع الاتفاقات والبروتوكولات، أخرى) بنسبة 0.8% وذلك في صفحة وزارة (البيئة)، و(توقيع الاتفاقات والبروتوكولات) في الترتيب الأخير بنسبة 2.3% في صفحة وزارة (التخطيط)، و(التأكيد علي أهداف رؤية مصر 2030، أخرى) بنسبة 1.1% في صفحة وزارة (التضامن).

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت (الفاعليات والمؤتمرات) في الترتيب الأول بنسبة 82.8%، بينما في الترتيب الأخير جاء (التأكيد علي أهداف رؤية مصر 2030) بنسبة 1.6%.

وترى الباحثة ان اهتمام الصفحات الرسمية محل الدراسة بإبراز الفاعليات والمؤتمرات التي تنظمها الوزارات محل الدراسة يرجع لعدة اسباب حيث ان الوزارات تسعى الي زيادة الوعي والترويج لرؤية مصر 2030 من خلال المشروعات والفاعليات التي يتم تنظيمها، وهناك ايضا تبادل للمعرفة والخبرات حول المشروعات التنموية في البلدان الأخرى مما يساهم في تسليط الضوء علي الفرص الاستثمارية المتاحة في اطار رؤية مصر 2030 مما يعمل علي جذب المستثمرين سواء المصريين او من دول اخري، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة

دراسة (محمود 2022): حيث جاءت عرض نتائج المبادرة في مقدمة المضامين التي تم عرضها وجاءت بنسبة 45.2%.

جدول (6)

يوضح الاستمالات الاقناعية المستخدمة في الصفحات الرسمية محل الدراسة

صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
71	28.5	2	218	70.8	1	178	66.4	1	467	56.6	1
0	0.0	—	9	2.9	4	0	0.0	—	9	1.1	4
0	0.0	—	6	1.9	5	0	0.0	—	6	0.7	5
0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
162	65.1	1	61	19.8	2	62	23.1	2	285	34.5	2
16	6.4	3	13	4.2	3	28	10.4	3	57	6.9	3
0	0.0	—	1	0.3	6	0	0.0	—	1	0.1	6
0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
249	100		308	100		268	100		825	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الاستمالات الاقناعية المستخدمة في الصفحات الرسمية محل الدراسة تمثلت في (الإحساس بالمسؤولية) ضمن الاستمالات العاطفية بنسبة 65.1% في الترتيب الأول في صفحة (وزارة البيئة) بينما في الترتيب الأخير جاء (الإحساس بالنجاح والسعادة) بنسبة 6.4%، أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فقد جاءت في الترتيب الأول (أرقام وإحصائيات) ضمن الاستمالات المنطقية بنسبة 70.8%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (تنمية الإحساس بالولاء) ضمن الاستمالات العاطفية بنسبة 6.4%، أما عن وزارة (التضامن) فقد جاءت (أرقام وإحصائيات) ضمن الاستمالات المنطقية في الترتيب الأول بنسبة 66.4%، بينما في الترتيب الأخير جاء (الإحساس بالنجاح والسعادة) ضمن الاستمالات العاطفية بنسبة 10.4%.

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت (الأرقام والإحصائيات) ضمن الاستمالات المنطقية في الترتيب الأول بنسبة 56.6%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (تنمية الإحساس بالولاء) ضمن الاستمالات العاطفية بنسبة 0.1%.

وترى الباحثة أن توفير الأرقام والإحصاءات يعد دليلاً منطقياً يمكن التحقق منه كما أنه يعرض التقدم الذي تم تحقيقه نحو أهداف رؤية مصر 2030 من خلال تقديم بيانات النمو الاقتصادي وتحسين البنية التحتية وتطوير القطاعات المختلفة بالإضافة إلى أن البيانات الموثقة تزيد من مصداقية الرسالة عندما يري متابعين الصفحات الرسمية محل الدراسة أن المحتوى المقدم مدعوم بالأرقام يشعرهم بالثقة في صحة ودقة المحتوى، كما أن الأرقام والإحصاءات توفر أساساً للتخطيط المستقبلي من خلال تحليل البيانات الحالية مما يعزز التوجه نحو التنمية المستدامة.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (حمد وعبد الله 2022): حيث جاءت الاستمالات المنطقية في المرتبة الأولى بنسبة 51.42%.

جدول (7)

يوضح الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الصفحات الحكومية محل الدراسة

الترتيب	الإجمالي		صفحة وزارة التضامن			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة البيئة			العينة
	%	ك	الترتيب	%	ك	الترتيب	%	ك	الترتيب	%	ك	
1	90.3	745	1	75.4	202	1	99.4	306	1	95.2	237	الإعلام
2	9.7	80	2	24.6	66	2	0.6	2	2	4.8	12	الإقناع
—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	بناء الإجماع
—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	الحوار
—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	—	0.0	0	أخرى
	100	825		100	268		100	308		100	249	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الصفحات الحكومية محل الدراسة تمثلت في (الإعلام) بنسبة 95.2% في الترتيب الأول في صفحة (وزارة البيئة)، وبنسبة 99.4% في صفحة (وزارة التخطيط)، وبنسبة 75.4% في صفحة (وزارة التضامن)، بينما في الترتيب الأخير جاء (الإقناع) بنسبة 4.8% وذلك في صفحة وزارة (البيئة)، وبنسبة 0.6% في صفحة وزارة (التخطيط)، وبنسبة 24.6% في صفحة وزارة (التضامن).

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاء (الإعلام) في الترتيب الأول بنسبة 82.8%، بينما في الترتيب الأخير جاء (الإقناع) بنسبة 17.2%.

وتري الباحثة علي الرغم ان الفرضية الاساسية لنموذج رولر قائمة علي انه يصعب استخدام استراتيجية واحدة فقط للاتصال في العلاقات العامة بل لابد من استخدام الاستراتيجية المناسبة لكل موقف اتصالي ويمكن استخدام عدة استراتيجيات في موقف واحد اذا تطلب الامر ومن هنا نجد ان هناك قصور من قبل القائمين علي الصفحات الرسمية محل الدراسة لأنها اعتمدت علي الاتصال احادي الاتجاه من خلال استخدام استراتيجية الاعلام وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت اليه دراسة (علي 2024): التي توصلت الي استخدام الاستراتيجية التفاعلية بنسبة 73.5%

جدول (8)

يوضح عدد ونوعية التفاعل من قبل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة برؤية مصر 2030 على الصفحات محل الدراسة

العينه	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي	
	ك	%	الترتيب ب	ك	%	الترتيب ب	ك	%	الترتيب ب	ك	%
طبيعة التفاعل											
تعليق	4270	15.6	2	5282	10.7	2	39800	41.3	2	49352	28.5
إعجاب	19546	71.5	1	40450	81.6	1	50000	51.9	1	109996	63.5
مشاركة	3534	12.9	3	3799	7.7	3	6500	6.7	3	13833	8.0
الإجمالي	27350	100		49531	100		96300	100		173181	100

(*) يتناول هذا الجدول عدد وحجم التفاعلات مع الموضوعات داخل كل صفحة.

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عدد ونوعية التفاعل من قبل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة برؤية مصر 2030 على الصفحات محل الدراسة تمثلت في (الإعجاب) وذلك في كافة الصفحات (وزارة البيئة) بواقع (19546) ونسبة 71.5%، وبواقع (40450) ونسبة 81.6% في صفحة وزارة (التخطيط)، وبواقع (50000) ونسبة 51.9% في صفحة (وزارة التضامن)، فيما جاءت (المشاركة) في الترتيب الأخير بواقع (3534) تعليق ونسبة 12.9% في صفحة (وزارة البيئة)، و(3799) بنسبة 7.7% في صفحة (وزارة التخطيط)، وبواقع (6500) مشاركة بنسبة 6.7% في صفحة وزارة (التضامن). وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاء (الإعجاب) في الترتيب الأول بنسبة 63.5%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (المشاركة) بنسبة 8%. وتري الباحثة ان كثافة التفاعل من خلال عدد الاعجابات والتعليقات والمشاركات تعكس مستوي الوعي والاهتمام لدي جمهور الصفحات الرسمية محل الدراسة بالمحتوي المقدم حول رؤية مصر 2030 وكلما زادت التفاعلات كان ذلك مؤشرا على اهتمام أكبر من قبل جماهير الصفحات الرسمية محل الدراسة، واتفقت هذه النتيجة من نتيجة دراسة (عياد، 2021) حيث جاء ابداء الاعجاب في صدارة أنواع التفاعل بنسبة 82%

جدول (9)

يوضح نوعية التعليقات على منشورات الصفحات الرسمية محل الدراسة

نوعية التعليقات	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
متعلق بالمحتوي المقدم حول رؤية مصر 2030	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
استفسار	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
طلب مساعدة من مسئول	979	22.9	2	11500	28.9	2	12479	25.3	2	12479	25.3	2
مدح وثناء ودعم	2300	53.9	1	2173	40.9	2	28300	71.1	1	32773	66.4	1
إضافة معلومة	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
نقد	341	8.0	4	8	0.2	4	349	0.7	4	349	0.7	4
غير متعلق بالمحتوي المقدم	650	15.2	3	3093	58.2	1	3743	7.6	3	3743	7.6	3
أخرى	0	0.0	—	40	0.8	3	40	0.1	5	40	0.1	5
الإجمالي	4270	100		5314	100		39800	100		49384	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نوعية التعليقات على منشورات الصفحات الرسمية محل الدراسة تمثلت في (المدح والثناء والدعم) وذلك في صفحة (وزارة البيئة) بواقع (2300) ونسبة 53.9%، وبواقع (28300) ونسبة 71.1% في صفحة وزارة (التضامن) فيما جاء في الترتيب الأخير (النقد) في صفحة وزارة البيئة بواقع (341) ونسبة 8%، وجاء (طلب مساعدة من مسئول) في الترتيب الثاني والأخير في صفحة وزارة (التضامن) بواقع (11500) ونسبة 71.1%.

أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فقد تصدر الترتيب (غير متعلق بالمحتوي المقدم) بواقع (3093) ونسبة 58.2%، بينما في الترتيب الأخير جاء (النقد) بواقع (8) تعليقات ونسبة 0.2%. وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاء (المدح والثناء والدعم) في الترتيب الأول بنسبة 66.4%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (أخرى) بنسبة 0.1%. وتري الباحثة ان هذه التعليقات تشير الي تقدير الجمهور للجهود المبذولة في تحقيق وتنفيذ رؤية مصر 2030 وقد تكون ايضا مؤشر الي ان المشاريع والمبادرات الحكومية تلقي استحسان المواطنين وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عياد، 2021): حيث تصدرت تعليقات الدعم والتشجيع المركز الاول بنسبة 60%.

جدول (10)

يوضح مبادئ الاتصال الحوارى في الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق برؤية مصر 2030

المبادئ	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	متوفر	غير متوفر	%	متوفر	غير متوفر	%	متوفر	غير متوفر	%	ك	%	الترتيب
المبدأ الأول: توفير معلومات مفيدة	249	0	100	308	0	100	268	0	100	825	100	1
	249	0	100	308	0	100	268	0	100	825	100	1
المبدأ الثاني: سهولة استخدام واجهة الصفحة	0	249	0	0	308	0	0	268	0	0	0.0	—
	249	0	100	308	0	100	268	0	100	825	100	1
المبدأ الثالث: الحفاظ على زوار الصفحة	0	249	0	0	308	0	0	268	0	0	0.0	—
	0	249	0	0	308	0	0	268	0	0	0.0	—

												للمواطنين	
2	62.7	517	100	0	268	0	308	0	100	0	249	الرد الفوري علي التعليقات	
1	100	825	100	0	268	100	0	308	100	0	249	إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة	المبدأ الرابع: الحفلات الحوارية التفاعلية
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	نشر عناوين البريد الإلكتروني لوزارة وبعض المسؤولين	
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	نشر هواتف الوزارة وبعض المسؤولين	
1	100	825	100	0	268	100	0	308	100	0	249	نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030	
1	100	825	100	0	268	100	0	308	100	0	249	التنوع في محتوي المنشور (نص – فيديو – صورة)	
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	وجود منشورات تستطلع رأي الجمهور حول رؤية مصر 2030	
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	إتاحة الفرصة	

												للجمهور بالتصويت علي الفاعليات والأحداث المتعلقة برؤية مصر 2030	
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	نشر الأسئلة المكررة من الزوار والرد عليها	المبدأ الخامس: الحث علي تكرار زيارة الصفحة
1	100	825	100	0	268	100	0	308	100	0	249	وجود معلومات محدثة باستمرار	
—	0.0	0	0	268	0	0	308	0	0	249	0	دعوة الزوار لمشاركة المنشورات	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن مبادئ الاتصال الحواري التي توفرت في ضوء التحليل في صفحة وزارة (البيئة) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، تمثلت في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة، الرد علي تعليقات المستخدمين حول رؤية مصر 2030 بشكل فوري)، المبدأ الثالث: (الحفاظ علي زوار الصفحة، الرد الفوري علي التعليقات)، المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص، فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (الحث علي تكرار زيارة الصفحة، وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحواري.

أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، فقد تمثلت النتائج في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة)، المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص، فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحواري.

أما عن صفحة وزارة (التضامن) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، فقد تمثلت النتائج في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة استخدام واجهة الصفحة، سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة، الرد علي تعليقات المستخدمين حول رؤية مصر 2030 بشكل فوري)، المبدأ الثالث: (الحفاظ علي زوار الصفحة، الرد الفوري علي التعليقات)، المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص،

فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (الحث علي تكرار زيارة الصفحة، وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحوارية.

وترى الباحثة ان الوزارات الثلاثة محل الدراسة قدمت معلومات ذات اهمية كبيرة حول رؤية مصر 2030، ولكنهم ينقصهم توفير لينك للتواصل علي الواتساب ولكن عوضوا ذلك من خلال السماح للمتابعين للتواصل معهم من خلال رسائل الصفحة، اما فيما يتعلق بالحفاظ علي زوار الصفحة فالوزارات الثلاثة لديهم قصور شديد في نشر منشورات تفاعلية تدفع المتابعين لتكرار الزيارة اما وزارتي التضامن الاجتماعي والبيئة حرصتا علي اقامة حلقات حوارية مع متابعيها حول رؤية مصر 2030 من خلال الرد الفوري علي التعليقات بينما وزارة التخطيط كان هناك فجوة بينها وبين متابعيها وتحتاج الوزارات الثلاثة الي الاهتمام بنشر الاسئلة المتابعين ودعوتهم الي تكرار زيارة الصفحات محل الدراسة للحصول علي الاجابات المطلوبة حول رؤية مصر 2030.

ثانيًا. فئات الشكل (كيف قيل):

جدول (11)

يوضح شكل المحتوى في الصفحات الحكومية محل الدراسة

شكل المحتوى	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي		
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
نص	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
صورة	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
فيديو	0	0.0	—	4	1.3	3	0	0.0	—	4	0.5	4
نص + صورة	208	83.5	1	267	86.7	1	183	68.3	1	658	79.7	1
نص + فيديو	41	16.5	2	37	12.0	2	77	28.7	2	155	18.8	2
بث مباشر	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
الإنفوجراف الثابت	0	0.0	—	0	0.0	—	8	3.0	3	8	1.0	3
الإنفوجراف المتحرك	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
أخرى	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0.0	—
الإجمالي	249	100		308	100		268	100		825	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن شكل المحتوى في الصفحات الحكومية محل الدراسة تمثل في (نص + صورة) وذلك في كافة الصفحات (وزارة البيئة) بواقع بنسبة 83.5%، وفي صفحة وزارة (التخطيط) بنسبة 86.7%، وفي صفحة (وزارة التضامن) بنسبة 68.3%، فيما جاء (نص + فيديو) في الترتيب الأخير بنسبة 16.5% في صفحة (وزارة البيئة)، بينما جاء (فيديو) في الترتيب الأخير بنسبة 1.3% في صفحة (وزارة التخطيط)، وجاء (الإنفوجراف الثابت) في الترتيب الأخير في صفحة وزارة (التضامن) بنسبة 3%.

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاء (نص + صورة) في الترتيب الأول بنسبة 79.7%، بينما في الترتيب الأخير جاء (الإنفوجراف الثابت) بنسبة 1%.

وترى الباحثة ان استخدام الصورة بالإضافة الي النصوص في المنشورات التي تتناول رؤية مصر 2030 يعمل علي جذب انتباه المتابعين كما ان الصور تساعد علي توضيح الرسالة المكتوبة كما ان تقديم المعلومات بشكل مرئي يسهل فهمها واستيعابها وعادة المنشورات التي تحتوي علي صور تحصل علي تفاعل اكبر من المنشورات النصية فقط فالصور تشجع المتابعين علي الاعجاب، التعليق، المشاركة مما يزيد انتشار المحتوى

الخاص برؤية مصر 2030 واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (البمباوي، 2022): التي توصلت الي ان 56.1% من اجمالي المنشورات كان يحتوي علي نص بالإضافة الي صورة.

جدول (12)

يوضح اللغة المستخدمة في الصفحات الحكومية محل الدراسة

العينة	صفحة وزارة البيئة			صفحة وزارة التخطيط			صفحة وزارة التضامن			الإجمالي	
	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%
الفصحى	79	31.7	2	262	85.1	1	215	80.2	1	556	67.4
العامية	2	0.8	4	6	1.9	3	47	17.5	2	55	6.7
الجمع بين العامية والفصحى	4	1.6	3	4	1.3	4	5	1.9	3	13	1.6
اللغة الانجليزية	2	0.8	4	32	10.4	2	1	0.4	4	35	4.2
أخرى	162	65.1	1	4	1.3	4	0	0.0	—	166	20.1
الإجمالي	249	100		308	100		268	100		825	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن اللغة المستخدمة في الصفحات الحكومية محل الدراسة تمثلت في فئة (أخرى) وذلك في صفحة (وزارة البيئة) بواقع بنسبة 65.1% والتي اشتملت علي (اللغة العربية واللغة الانجليزية) حيث ان خلال فترة مؤتمر المناخ حرصت الوزارة علي تقديم جميع المنشورات باللغة العربية والانجليزية، وجاءت اللغة (العامية، والإنجليزية) في الترتيب الأخير بنسبة 0.8%، بينما في صفحة وزارة (التخطيط) تصدرت الترتيب اللغة (الفصحى) بنسبة 85.1%، فيما جاءت اللغة التي (تجمع بين العامية والفصحى) و(أخرى) في الترتيب الأخير بنسبة 1.3%، وفيما يتعلق بصفحة (وزارة التضامن) تصدرت اللغة (الفصحى) الترتيب بنسبة 80.2%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (اللغة الإنجليزية) بنسبة 0.4%.

وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت اللغة (الفصحى) في الترتيب الأول بنسبة 67.4%، بينما في الترتيب الأخير جاء (الجمع بين العامية والفصحى) بنسبة 1.6%. تري الباحثة ان استخدام اللغة الفصحى في عرض المحتوي الخاص برؤية مصر 2030 يعتبر خيارا فعالا يسهل على متابعين الصفحات الرسمية محل الدراسة فهم المحتوي المقدم حول رؤية مصر 2030 والتفاعل معه بشكل أفضل ويعمل على تعزيز الهوية الوطنية والانتماء وتعزيز الوعي بالمحتوي التنموي وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (السيد، 2023): التي رأت ان استخدام اللغة العربية المبسطة هي الانسب في التوجه الي جميع فئات الجمهور العام وجاء استخدام اللغة العربية المبسطة بنسبة 61.6%

نتائج التحقق من فروض الدراسة التحليلية:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة مضمون المنشورات المرتبطة برؤية مصر 2030.

جدول (13)

يوضح دلالة الفروق بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة مضمون المنشورات المرتبطة برؤية مصر 2030

مستوى الدلالة	قيمة كا2	صفحة وزارة التضامن		صفحة وزارة التخطيط		صفحة وزارة البيئة		الصفحات المضمون
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	*22.13*	1.1	3	2.6	8	0.8	2	التأكيد على أهداف رؤية مصر 2030
0.486	1.44	8.2	22	8.8	27	7.6	19	عرض ما تم تحقيقه من انجازات رؤية مصر 2030
0.00	*11.56*	1.5	4	6.8	21	0.0	0	اجتماعات بين المسؤولين حول رؤية مصر 2030
0.25	2.71	1.9	5	2.3	7	0.8	2	توقيع الاتفاقات والبروتوكولات
0.94	0.10	86.2	231	74.0	228	90.0	224	فاعليات ومؤتمرات
0.00	*19.18*	1.1	3	5.5	17	0.8	2	أخرى

(**) دال عند مستوى 0.01

يتضح من نتائج الجدول رقم (13):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة مضمون المنشورات المرتبطة برؤية مصر 2030 لصالح صفحة (وزارة التخطيط) وبالتحديد في (التأكيد على أهداف رؤية مصر 2030، اجتماعات بين المسؤولين حول رؤية مصر 2030، أخرى)، حيث بلغت قيم كا2 على الترتيب (22.13، 11.56، 19.18) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.01، وهو ما يعني أن صفحة وزارة التخطيط كانت الأكثر اهتمامًا بنشر هذه المضامين مقارنة ببقية الصفحات.

- في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات فيما يتعلق بنوع مضامين (عرض ما تم تحقيقه من انجازات رؤية مصر 2030، توقيع الاتفاقات والبروتوكولات، فاعليات ومؤتمرات)، وهكذا ثبتت صحة الفرض جزئياً.

• **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمحاور رؤية مصر 2030 الواردة في المنشورات.

جدول (14)

يوضح دلالة الفروق بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمحاور رؤية مصر 2030 الواردة في المنشورات

مستوى الدلالة	قيمة كا ²	صفحة وزارة التضامن		صفحة وزارة التخطيط		صفحة وزارة البيئة		الصفحات المحاور
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	*155.2*	0.7	2	28.2	87	0.0	0	الاقتصاد
0.6	3.57	0.4	1	1.9	6	0.0	0	الصحة
0.00	*148.4*	70.5	189	4.9	15	0.0	0	العدالة الاجتماعية
0.00	*154.6*	22.0	59	28.6	88	98.8	246	البيئة
0.00	**76.4	5.6	15	20.8	64	1.2	3	أخرى

(**) دال عند مستوى 0.01

يتضح من نتائج الجدول رقم (14):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمحاور رؤية مصر 2030 الواردة في المنشورات لصالح صفحة (وزارة التخطيط) وبالتحديد في محور (الاقتصاد، أخرى)، حيث بلغت قيم كا² على الترتيب (155.3، 76.4) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.01، وهو ما يعني أن صفحة وزارة التخطيط كانت الأكثر اهتماماً بهذه المحاور المرتبطة برؤية مصر 2030.
- كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمحاور رؤية مصر 2030 الواردة في المنشورات لصالح صفحة (وزارة التضامن) وبالتحديد في محور (العدالة الاجتماعية)، حيث بلغت قيمة كا² على الترتيب (148.4) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01.
- كما ثبت أيضاً وجود فروق لصالح صفحة (وزارة البيئة) وبالتحديد في محور (البيئة)، حيث بلغت قيمة كا² (154.6) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01.
- في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات فيما يتعلق بمحور (الصحة)، وهكذا ثبتت صحة الفرض جزئياً.

- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالاستمالات الاقناعية المستخدمة في المنشورات.

جدول (15)

يوضح دلالة الفروق بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالاستمالات الاقناعية المستخدمة في المنشورات

مستوى الدلالة	قيمة كا2	صفحة وزارة التضامن		صفحة وزارة التخطيط		صفحة وزارة البيئة		الصفحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
								الاستمالات
0.00	**74.2	66.4	178	70.8	218	28.5	71	أرقام وإحصائيات
0.00	**70.8	23.1	62	19.8	61	65.1	162	الإحساس بالمسؤولية
0.03	*6.63	10.4	28	4.2	13	6.4	16	الإحساس بالنجاح والسعادة

(*) دال عند مستوى 0.05 (**) دال عند مستوى 0.01

يتضح من نتائج الجدول رقم (15):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالاستمالات الاقناعية المستخدمة في المنشورات لصالح صفحة (وزارة التخطيط) وبالتحديد في الاستمالات المنطقية المتمثلة في (أرقام وإحصائيات)، حيث بلغت قيمة كا2 على الترتيب (74.2) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.01.
- كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام الاستمالات العاطفية لصالح صفحة (وزارة البيئة) وبالتحديد في (الإحساس بالمسؤولية)، حيث بلغت قيمة كا2 على الترتيب (70.8) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01.
- كما ثبت أيضاً وجود فروق لصالح صفحة (وزارة التضامن) وبالتحديد في الاستمالات العاطفية المتمثلة في (الإحساس بالنجاح والسعادة)، حيث بلغت قيمة كا2 (6.63) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.03.

النتائج العامة للدراسة التحليلية

اجمالي المضامين التي تم تحليلها خلال الفترة عينة الدراسة 825 مادة منها 308 في صفحة وزارة التخطيط و268 في صفحة وزارة التضامن و249 في صفحة وزارة البيئة

أن أقدم الصفحات من حيث الإنشاء؛ هي صفحة (وزارة التضامن) وذلك في 4 ديسمبر 2012، بينما الأحدث هي صفحة (وزارة التخطيط) في 31 يوليو 2014

احتلت الموضوعات البيئية المرتبة الاولى في الصفحات محل الدراسة

احتل المحور البيئي المرتبة الاولى في الصفحات محل الدراسة

كان هناك اهتمام ملحوظ من قبل الصفحات محل الدراسة بإبراز الفاعليات والمؤتمرات المتعلقة برؤية مصر 2030

اعتمدت الصفحات محل الدراسة على الارقام والاحصاءات في المقام الأول

الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل الصفحات الحكومية محل الدراسة تمثلت في (الإعلام) في الترتيب الأول

أن عدد ونوعية التفاعل من قبل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة برؤية مصر 2030 على الصفحات محل الدراسة تمثلت في (الإعجاب)

نوعية التعليقات على منشورات الصفحات الرسمية محل الدراسة تمثلت في (المدح والثناء والدعم) في الترتيب الأول

مبادئ الاتصال الحواري التي توفرت في ضوء التحليل في صفحة وزارة (البيئة) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، تمثلت في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة، الرد علي تعليقات المستخدمين حول رؤية مصر 2030 بشكل فوري)، المبدأ الثالث: (الحفاظ على زوار الصفحة، الرد الفوري علي التعليقات)، المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص، فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (الحث علي تكرار زيارة الصفحة، وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحواري.

أما عن صفحة وزارة (التخطيط) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، فقد تمثلت النتائج في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة)، المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص، فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحواري.

أما عن صفحة وزارة (التضامن) فيما يتعلق برؤية مصر 2030، فقد تمثلت النتائج في: المبدأ الأول: (توفير معلومات مفيدة، وجود معلومات عن رؤية مصر 2030، توضيح أهداف رؤية مصر 2030)، المبدأ الثاني: (سهولة استخدام واجهة الصفحة، سهولة التواصل عبر رسائل الصفحة، الرد علي تعليقات المستخدمين حول رؤية مصر 2030 بشكل فوري)، المبدأ الثالث: (الحفاظ على زوار الصفحة، الرد الفوري علي التعليقات)،

المبدأ الرابع: الحلقات الحوارية التفاعلية: (إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل مع ما تنشره الوزارة، نشر الأنشطة والأحداث التي تنظمها الوزارة أو تشارك فيها حول رؤية مصر 2030، التنوع في محتوى المنشور "نص، فيديو، صورة)، المبدأ الخامس: (الحث علي تكرار زيارة الصفحة، وجود معلومات محدثة باستمرار)، بينما بقية البنود الأخرى لم تتوفر ضمن مبادئ الاتصال الحوارية.

شكل المحتوى في الصفحات الحكومية محل الدراسة تمثل في (نص + صورة) وذلك في كافة الصفحات وفي الإجمالي الكلي للصفحات عينة الدراسة مجتمعة جاءت اللغة (الفصحى) في الترتيب الأول

توصيات ومقترحات الدراسة:

- يجب على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية تبني جميع مبادئ الاتصال الحوارية خاصة التي لم تفعل
- ضرورة تشجيع الجمهور على التفاعل
- تنوع المحتوى المقدم والاعتماد على المحتوى التفاعلي
- الاستمرار في التحديث المستمر للمعلومات الخاصة برؤية مصر 2030
- العمل على تدريب القائمين على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية حول كيفية انشاء محتوى تفاعلي مؤثر
- القيام بإعداد استبيانات تفاعلية لتلقي المقترحات.

المراجع

- الصالح، حاتم علي حيدر. (2017)، دور الفيس بوك في تدعيم الحوار بين المنظمة والجمهور دراسة في إطار نظرية الاتصال الحواري، مجلة شئون اجتماعية، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، الامارات، مج34، ع 136، ص 43: 84
- التميمي، خلف كريم كيوش (2018). استراتيجيات العلاقات العامة في ادارة الازمات (عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط الاولى) ص27
- احمد، عمر عبدالحفيظ (2021) التحول الرقمي للحكومة ودوره في تحقيق اهداف التنمية المستدامة: مصر نموذجا، مجلة جامعة الزيتونة الاردنية للدراسات القانونية جامعة الزيتونة الاردنية، مج 2، ع 3، ص 154: 179
- البمباوي، هاني ابراهيم (2022) الاستراتيجيات التسويقية الرقمية لجهود الحكومة المصرية ودورها في دعم خطط التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 80، ص 1815: 1853
- السيد، سارة عبد الفتاح (2023)، فاعلية الحملات الاعلامية الرقمية لتسويق الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية: دراسة تحليلية على حملات اعادة تدوير المخلفات، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، ع 26 2023، ص 315: 351
- أحمد، ريم عبد الرازق (2025) دور العلاقات العامة الرقمية بمواقع الوزارات الخدمية في زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب جامعة اسوان، مج 17، ع 2، ص 588: 622
- الغنام، محمد الشوافي (2024) تأثير العلاقات العامة الالكترونية على امتنان العميل الدور الوسيط لرضا العميل دراسة تطبيقية على نزلاء فنادق شرم الشيخ، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج 15 ع 1، ص 129 – 175
- الشربيني، احمد خالد احمد (2023) دور العلاقات العامة الرقمية في ادارة سمعة الجامعات الخاصة المصرية (دراسة ميدانية)، مجلة كلية الآداب جامعة المنوفية، مج34، ع 132.4، ص 3- 35
- البحيري، أحمد محمد رزق (2023)، استخدام ممارسو العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في قطاع التعليم العالي (دراسة ميدانية)، مجلة كلية الآداب جامعة المنوفية، مج 34، ع 135.4، ص 3- 46
- العجمي، علي محمد علي (2022) مدى تكامل السياسات العامة في البحرين في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة مركز البحوث الجغرافية والكارتوجرافية بكلية الآداب جامعة المنوفية، ع 33، ص 40 – 66
- حمد، فاطمة عبد الكاظم وعبد الله زينة عبد الخالق عبد الرحمن (2022)، تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية لصفحة منظمة اليونسكو عبر الفيسبوك)، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، 81، ص 709: 734
- سليمان، آية حسين السيد حسين (2022) دور الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المستدامة في مصر 2030، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، ع 65، ج 2، ص 65: 110

عبد المحسن، رشا (2023) دور العلاقات العامة في المشاركة المجتمعية لدعم التنمية المستدامة، مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج، ع 66، ص 162

عبد الله، هدير محمود (2022) استخدام الحكومة المصرية لوسائل التواصل الاجتماعي للترويج لأهداف التنمية المستدامة: الصفحة الرسمية لرؤية مصر 2030 على فيسبوك نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 80، ص 1599:1630

علي، هاجر محمد نوبي (2024) الأنشطة الاتصالية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في تحقيق التنمية المستدامة دراسة تحليلية لصفحة مؤسسة مصر الخير بالفيس بوك، مجلة البحوث الاعلامية جامعة الازهر كلية الاعلام، ع 69، ص 196:252

عبدالعال، حنان موسي (2024) دور العلاقات العامة الرقمية بالوزارات المصرية في تعزيز سمعة الدولة داخلياً "وزارة التنمية المحلية نموذجاً، مجلة البحوث الاعلامية جامعة الازهر كلية الاعلام، ع 69 ج 3، ص 1900-1980

عياد، آية أحمد محمد عبد الجواد توظيف الاعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة) ص 1885:1920

محمود، كاميليا عبد السلام (2022) توظيف الحكومة المصرية لمنصاتها الرقمية في تحقيق اهداف التنمية المستدامة في القرى الريفية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة – دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ع 81، ص 397:442

محمد، أحمد إبراهيم (2024)، توظيف العلاقات العامة للمؤسسات الحكومية المصرية لمشروعات التكنولوجيا الافتراضية ودورها في التنمية المستدامة: دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ع 89، ج 2، ص 743-806

المراجع الاجنبية:

James, Michael. (2024). The ethical and legal implications of using big data and artificial intelligence for public relations campaigns in the United States. International Journal of Communication and Public Relation, 9(1), 38–52.

اسماء السادة المحكمين:

أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً أبجدياً:

- أ.د أميمة عمران (أستاذ الصحافة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط)
- أ.م.د رجاء الغمراوي (أستاذ الإذاعة المساعد، كلية الإعلام، جامعة فاروس)
- أ.د عبد الباسط شاهين (أستاذ الإعلام المساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سوهاج)
- أ.م.د كريمة كمال عبد اللطيف توفيق (أستاذ الصحافة المساعد، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي)
- أ.م.د ماجدة مخلوف (أستاذ العلاقات العامة المساعد، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال، مدينة 6 أكتوبر)
- أ.م.د محمد حسني (أستاذ العلاقات العامة المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر)
- أ.د وائل إسماعيل عبدالباري (أستاذ الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس)

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

1. الإذاعة الرقمية
2. الإعلام
3. التسويق الرقمي
4. العلاقات العامة الرقمية
5. الصحافة الرقمية
6. تلفزيون الإنترنت
7. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online)، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.