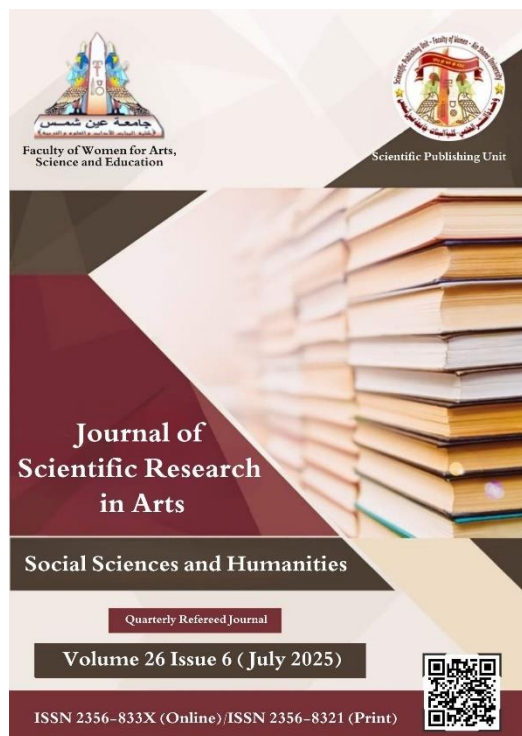




Egyptian Ministries' Use of Facebook in Raising Awareness of Climate Issues: An Analytical Study

Sara Abd -Elsatar Keramid Hemida¹, Etimad Mohamed Allam¹, Wail Ismail Abdel Barry¹

Department of Sociology, Mass Communication, Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams University, Egypt

Email of Corresponding Author:

Sara_30_11@yahoo.com

Article History

Received: 02 March 2025, Revised: 6 July 2025

Accepted: 22 July 2025, Published: 30 July 2025

DOI: 10.21608/jsa.2025.459961

<https://jsa.journals.ekb.eg/article254698.html>

Volume 26 Issue 6 (2025) Pp 1-38

Abstract:

This research aims to identify how Egyptian ministries employ Facebook to disseminate awareness programs on climate change issues. The study employs content analysis to examine materials published on the official Facebook pages of several Egyptian ministries, specifically the Ministry of Planning and Economic Development and International Cooperation, the Ministry of Environment, and the Ministry of Local Development, during the period from January 2025 to June 2025. These pages have been selected based on an exploratory study conducted by asking a group of Facebook users about the ministries they most follow for climate-related issues. The study has adopted concepts derived from the Media Richness Theory as its theoretical framework. The results revealed that the pages of the Ministry of Environment and the Ministry of Local Development benefited from the communicative potential offered by Facebook as a platform for interaction and engagement with the public, allowing opportunities for dialogue, feedback, and proposals regarding ministry activities and public attitudes toward them. The findings also indicated that most public awareness messages on climate change issues have relied more on implicit approaches rather than explicit statements, through showcasing achievements in rationalizing consumption, protecting the environment, recycling products, and similar initiatives, primarily using logical and rational appeals. However, the study shows that the awareness role regarding climate change issues has been more limited on the pages of the Ministry of Planning and the Ministry of Local Development, compared with the stronger role observed in the Ministry of Environment.

Keywords: Egyptian Ministries, Facebook, Awareness, Climate Issues

استخدام الوزارات المصرية لموقع الفيس بوك في التوعية بقضايا المناخ " دراسة تحليلية "

سارة عبد الستار كراميد حميدة

باحثة دكتوراه - قسم الاجتماع شعبية الإعلام

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية- جامعة عين شمس- مصر

أ.د. وائل إسماعيل عبد البارى

أستاذ الإعلام، كلية البنات- جامعة عين شمس

أ.د. اعتماد محمد علام

أستاذ علم الاجتماع، كلية البنات- جامعة عين شمس

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على كيفية توظيف الوزارات المصرية لموقع الفيس بوك في نشر برامج التوعية نحو قضايا التغيرات المناخية، وقد اعتمد البحث على صحيفة تحليل المضمون لتحليل المواد المنشورة على عدد من الصفحات الرسمية للوزارات المصرية على موقع الفيس بوك، وهي الصفحات الرسمية لكل من: (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وزارة البيئة، وزارة التنمية المحلية)؛ وذلك في الفترة الزمنية من شهر يناير ٢٠٢٥ وحتى شهر يونيو ٢٠٢٥. ووقع الاختيار على هذه الصفحات بناءً على دراسة استطلاعية تم إجراؤها عن طريق طرح سؤال على مجموعة من الأفراد المتابعين لموقع الفيس بوك، وذلك لتحديد أكثر الوزارات التي تهتم بمتابعة قضايا المناخ من خلال صفحاتها على موقع الفيس بوك. وقد انطلقت الدراسة من قضايا مشتقة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية كإطار نظري لها. وكشفت النتائج عن استفادة صفحات وزارتي البيئة والتنمية المحلية من الإمكانيات التي يتيحها موقع الفيس بوك كوسيلة اتصالية في التفاعل والتقارب مع الجمهور، وإتاحة الفرصة لتبادل الآراء والحوارات والمقترحات فيما يخص أنشطة الوزارة واتجاهات الجمهور نحوها، وذلك عبر قنوات اتصالية تكون حلقة وصل بين الوزارة والجمهور، كما أوضحت أن الرسائل التوعوية للجمهور نحو قضايا التغيرات المناخية، جاءت معظمها في نطاق ضمني أكثر من الاعتماد على العبارات الصريحة، من خلال عرض الإنجازات التي تقدم في مجال ترشيد الاستهلاك والمحافظة على البيئة وإعادة تدوير المنتجات وغيرها مستخدمة في ذلك الاستمالات العقلية المنطقية، وظهر الدور التوعوي تجاه قضايا التغيرات المناخية بوزارتي التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي ووزارة التنمية المحلية على نطاق محدود مقارنة بوزارة البيئة.

الكلمات المفتاحية: الوزارات المصرية- الفيس بوك- التوعية- قضايا المناخ.

المقدمة:

تُعد قضايا التغيرات المناخية أحد أبرز التحديات التي تواجه البشرية في القرن الحادي والعشرين، والتي ظهرت في شكل ارتفاع درجات الحرارة، وتغير أنماط سقوط الأمطار، وذوبان الجليد، وارتفاع مستوى سطح البحر، إضافةً إلى ما يرتبط بذلك من أزمات إنسانية واقتصادية واجتماعية. وقد أسهمت هذه التغيرات في دفع المجتمع الدولي إلى بذل كل الجهود لمواجهة مخاطرها، فجاءت الاتفاقيات والمؤتمرات الدولية مثل: قمة الأرض، واتفاق باريس للمناخ لتؤكد ضرورة التعاون الجماعي لمواجهة هذه الظاهرة، مع التشديد على دور التوعية المجتمعية كأحد الركائز الرئيسة لمواجهة التداعيات المناخية. وقد شهد الاهتمام الإعلامي بقضايا المناخ تطوراً ملحوظاً خلال العقود الأخيرة، حيث انتقلت التغطية من التركيز على البعد العلمي إلى الاهتمام بالآثار الناتجة، ثم إلى تبني خطاب أكثر شمولاً يربط بين التنمية المستدامة وحماية البيئة. ومع ظهور الإعلام الرقمي، دخلت قضايا المناخ مرحلة جديدة من التناول الإعلامي، حيث أتاح هذا الإعلام إمكانيات غير مسبوقة في سرعة نشر المعلومات واتساع نطاقها، بالإضافة إلى تعزيز التفاعل والمشاركة المجتمعية في النقاشات البيئية.

وفي هذا السياق؛ ظهر الاهتمام بتوعية الجمهور نحو قضايا المناخ فرأت (Rafea,2024) أن إصلاح البيئة يتطلب إعادة تشكيل إدراك الإنسان وقيمه نحو أهمية محافظته على بيئته، وذلك من خلال إدراكه بأن التكنولوجيا الحديثة تصبح ذا فائدة أكثر عندما تُغذي الإنسان بوعي متجدد نحو البيئة التي يعيش بها، وعليه؛ برز دور المؤسسات الحكومية ممثلة في الوزارات المصرية في نشر برامج وحملات توعية للمواطنين لرفع مستوى الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، وذلك من خلال توظيف أدوات الإعلام الرقمي المتنوعة وعلى رأسها موقع الفيس بوك من أجل بناء خطاب تفاعلي يحقق التواصل المباشر مع الجمهور. ويتيح ذلك للمسؤولين صياغة رسائل اتصالية قادرة على التأثير في اتجاهات الرأي العام، وتبني سلوكيات بيئية أكثر وعياً ومسؤولية.

أولاً- إشكالية البحث في ضوء التراث البحثي:

من خلال الاطلاع على التراث البحثي ذي الصلة بموضوع الدراسة قسمت الدراسات إلى محورين:

المحور الأول: استخدام الوزارات المصرية لوسائل الإعلام الرقمي.

تنوعت دراسات هذا المحور ما بين دراسات هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام الوزارات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي كما جاء في دراسات كلاً من: (kenawy.G, 2015)، سالي ماهر (٢٠١٩)، (Abdelsalam. H et all (2013)، في حين اهتمت دراسات أخرى بتوظيف الوزارات المصرية لصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية وكسب رضا الجمهور، ونشر الحملات التوعوية المختلفة مثلما جاء في دراسات كلاً من: سالي جاد (٢٠٢١)، مها بخيت (٢٠٢٤)، حنان موسى (٢٠٢٤)، حازم ناصر (٢٠٢٤). واعتمدت هذه الدراسات على عدد من الأدوات من بينها استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستبانة، وانطلقت من عدة نظريات منها: نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية الأطر الإعلامية، نظرية ثراء الوسيلة، نظرية الاتصال الحواري، وتوصلت إلى عدة نتائج ظهر أبرزها في أن الوزارات المصرية استطاعت الاستفادة من منصات الإعلام الرقمي المختلفة في نشر برامجها وعمل حلقات حوارية مع الجمهور، كما أظهرت النتائج أن موقع الفيس بوك هو الأكثر استخداماً بالوزارات المصرية من بين وسائل الإعلام الرقمي.

المحور الثاني: دور وسائل الإعلام الرقمي في التوعية بقضايا المناخ.

سعت دراسات هذا المحور إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الرقمي في التوعية بالقضايا البيئية وعلى رأسها قضايا التغيرات المناخية، مثلما جاء في دراسات كل من: مريم يوسف (٢٠١٣)، (Wen Shi et al. (2019)، إيناس رضوان (٢٠٢٣)، ريم الشريف (٢٠٢٢)، هاجر حلمي (٢٠٢٣)، (Erik (2020)، (2022 Iqpal&Hussain)، (2021 Luqman)، (2020 Balarbe& Hamza)، (2020)، محمد فؤاد (٢٠٢٣)، سامح فوزي (٢٠٢٢)، ريم أحمد (٢٠٢٥)، دعاء عبدالفتاح (٢٠٢٤)، لمياء عربي (٢٠٢٣) وبصفة عامة فقد هدفت دراسات هذا المحور إلى التعرف على تناول وسائل الإعلام لقضايا تغير المناخ، ومدى نجاح تلك الوسائل في تحقيق الوعي لدى الجمهور، وتنوعت المناهج التي اعتمدت عليها الدراسات. فاستخدمت جميعها المنهج الوصفي، فيما عدا دراسة مريم يوسف (٢٠١٣) التي استخدمت المنهج المقارن، كما تنوعت النظريات المستخدمة في هذه الدراسات، ومنها: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، نظرية التماس المعلومات، نظرية الاستخدامات والإشباع وغيرها. وأظهرت نتائج هذه الدراسات أن وسائل الإعلام الرقمي بما تمتلكه من خصائص متعددة -وبصفة خاصة موقعي الفيس بوك واليوتيوب- تسهم في زيادة الوعي بقضايا المناخ لدى المستخدمين. كما أوضحت نتائج الدراسات أن موضوعات التغيرات المناخية تأخذ قسماً لا بأس به في وسائل الإعلام المصرية والعربية من خلال حساباتها على وسائل الإعلام الرقمي لتعزيز المصلحة الوطنية والدولية. وقد اتضح من خلال هذا المحور اتفاق نتائج الدراسات على تناول وسائل الإعلام -بصفة عامة- لقضايا التغيرات المناخية لما تمثله من أهمية على المستوى العالمي في الفترة الحالية.

واستناداً إلى الدراسات السابقة التي تم عرضها يتضح اتفاق بعضها مع بعض أهداف الدراسة الحالية في التعرف على مدى استخدام المؤسسات الحكومية ممثلة في الوزارات المصرية لوسائل الإعلام الرقمي وعلى رأسها موقع الفيس بوك كما جاء في المحور الأول؛ إلا أنها تختلف عن الدراسة الحالية من ناحية استخدام وتوظيف بعض الوزارات المصرية ممثلة في وزارات التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، والبيئة، والتنمية المحلية لموقع الفيس بوك في التوعية بقضايا المناخ؛ حيث ركز معظم الدراسات على أهمية استخدام الوزارات لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه الدراسات لم تتطرق لتوظيفها لموقع الفيس بوك في التوعية بقضايا المناخ، ولم تتعرض لأهمية هذا الدور التوعوي خاصة في الوقت الذي تسعى فيه كل الدول من خلال مؤسساتها المختلفة لنشر الوعي البيئي فيما يخص قضايا المناخ. لذا؛ فإن هذه الدراسة تسعى لسد هذه الثغرة البحثية. وعليه؛ فنتبلور إشكالية الدراسة الراهنة في محاولة تحليل الدور الذي تقوم به بعض الوزارات المصرية ممثلة في وزارات: التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، البيئة، التنمية المحلية بجمهورية مصر العربية في التوعية بقضايا المناخ من خلال المواد المنشورة على صفحاتها الرسمية على موقع الفيس بوك.

ثانيًا- أهداف البحث وتساولاته:

يتمثل الهدف الرئيس للبحث في التعرف على مدى استفادة الوزارات المصرية من الإمكانيات التي يوفرها موقع الفيس بوك في توعية الجمهور بقضايا المناخ، وينبثق من هذا الهدف أهداف فرعية على النحو التالي:

١- محاولة الكشف عن عناصر الثراء الإعلامي لموقع الفيس بوك التي تعتمد عليها صفحات الوزارات محل الدراسة من خلال: نشر الموضوعات عليه، ورصد مؤشرات التفاعل، وكيفية الاستفادة منها.

- ما الخصائص الشكلية للمحتوى المنشور على صفحات الفيس بوك -مجال الدراسة-، من حيث: "شكل المادة المنشورة، ولغتها"؟

- ما مدى استفادة القائمين بالنشر على الصفحات -محل الدراسة- من عناصر الثراء التي يوفرها موقع الفيس بوك؟

٢- رصد أهم قضايا التغيرات المناخية التي تناولتها صفحات الوزارات مجال الدراسة على موقع الفيس بوك، واستراتيجيات مواجهة تلك القضايا من قبل الوزارات.

- ما أهم قضايا التغيرات المناخية التي تناولتها الصفحات مجال الدراسة؟

- ما أهم الاستمالات التي اعتمدت عليها الصفحات مجال الدراسة في تناولها لقضايا التغيرات المناخية؟

- ما استراتيجيات مواجهة التغيرات المناخية كما عكستها الصفحات مجال الدراسة؟

ثالثًا- الإطار النظري والمفاهيمي للبحث:

• المفاهيم الأساسية:

أ- الوزارات المصرية:

تُعد الوزارات المصرية الركيزة الأساسية في إدارة شؤون الدولة، فهي بمثابة الذراع التنفيذي للسلطة السياسية، والمسئولة عن تطبيق السياسات العامة في مختلف القطاعات الحيوية مثل: التعليم، والبيئة، والتخطيط والتنمية، والصحة وغيرها، وقد شهدت الوزارات المصرية تطورًا تاريخيًا طويلاً بدأ مع نظام الدواوين التي ظهرت في مصر الفرعونية وتبلورت في العصور الإسلامية، وصولاً إلى تأسيس أول مجلس وزراء رسمي عام ١٨٧٨ في عهد الخديوي إسماعيل الذي شكل نواة الإدارة الحكومية المعاصرة في مصر (طارق بشري، ٢٠١٥: ٤٤). ومع التطورات والتحويلات السياسية والاجتماعية التي شهدتها المجتمع المصري مثل الانفتاح الاقتصادي في السبعينات والثورات التي شهدتها المجتمع المصري أخذت الوزارات أشكال متعددة، وتم المزج والفصل لعدد من الوزارات إلى وصولنا إلى عهد الجمهورية الجديدة التي شهدت تطورًا ملحوظًا في الهيكل التنظيمي للوزارات وفي الأدوار المناطة بالوزارات سعيًا لتنفيذ الخطط التنموية التي تسعى إليها الدولة المصرية (مريم عيد، ٢٠٢٢: ٢٧٢) وتنطلق الدراسة إيجابيًا من تعريف الوزارات المصرية بأنها: الجهات الحكومية المعنية بملفات التنمية المستدامة التي تهتم بتناول قضايا التنمية وعلى رأسها قضايا المناخ على صفحاتها على موقع الفيس بوك، وحددت الدراسة ثلاث وزارات وهي: (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وزارة البيئة، وزارة التنمية المحلية).

ب- قضايا المناخ:

تُعد قضايا تغير المناخ في الأساس أحد قضايا التنمية، حيث تندرج ضمن الأهداف السبعة عشر من أهداف التنمية المستدامة، وتشير تلك القضايا إلى الموضوعات التي تهتم بالتحويلات طويلة الأجل في درجات الحرارة وأنماط الطقس، وقد تكون هذه التحويلات طبيعية فتحدث -على سبيل المثال- من خلال التغيرات في الدورة الشمسية، ولكن منذ القرن التاسع عشر، أصبحت الأنشطة البشرية المسبب الرئيس لتغير المناخ، ويرجع ذلك أساساً إلى حرق الوقود الأحفوري، مثل: الفحم والنفط والغاز، وهو ما يؤدي إلى تغير في تكوين الغلاف الجوي لكوكب الأرض، بالإضافة إلى التقلب الطبيعي للمناخ على مدى فترات زمنية متماثلة (كايد عبدالسلام، ٢٠١٥: ٩).

ونظرياً تنطلق الدراسة من تعريف عبير عثمان الذي يشير إلى قضايا المناخ بأنها تشمل كل القضايا المتعلقة باختلال الظروف المناخية المعتادة، كدرجات الحرارة التي تميز كل منطقة على كوكب الأرض، وتنقسم أسباب التغير المناخي إلى أسباب طبيعية تتمثل في الغازات الدفينة الناتجة بكميات هائلة عن البراكين، والتي تتسبب في زيادة الطاقة الحرارية، وإلى أسباب صناعية تتمثل في الأنشطة البشرية المرتبطة بالنمو السكاني السريع، مثل: الغازات المنبعثة من صناعات تكرير النفط، وإنتاج الطاقة الكهربائية، وعوادم السيارات، إضافةً إلى عمليات إزالة الغابات التي تعد من أكبر المصادر لامتصاص غازات الاحتباس الحراري (عبير عثمان، ٢٠١٩: ٢٥٤).

أما إجرائياً فتتطلب الدراسة من تعريف قضايا المناخ على أنها تشير إلى القضايا التي تهتم بموضوعات الوعي البيئي وترشيد الاستهلاك للموارد ومنها قضايا (المياه - الطاقة - الاقتصاد الأخضر - التلوث البيئي - الاحتباس الحراري - الموارد الطبيعية وغيرها) حتى لا يحدث تلوث في العناصر الطبيعية، وهو ما يؤثر بدوره على حالة الطقس وطبيعة المناخ.

٢- القضايا النظرية الموجهة للبحث:

تعتمد الورقة البحثية على نظرية ثراء الوسيلة التي يعرفها كلٌّ من ريتشارد دافت Richard Dafft وروبرت لينجل Robert Lengel بأنها: القدرة على تسهيل الفهم المشترك بين المرسل والمستقبل خلال فترة زمنية محددة، بمعنى أن وسائل الاتصال التي يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة لكل من المرسل والمستقبل، أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال فترة زمنية مناسبة؛ تُعد وسائل اتصال ثرية، ويُعد مصطلح ثراء الوسيلة الأداة الفعلية التي يمكن من خلالها قياس ثراء المعلومة، وتفرّق نظرية ثراء وسائل الإعلام بين الوسائل الأقل والأكثر ثراء من خلال عدد المواقف المتاحة في الوسيلة، وتفترض هذه النظرية أن الاتصال عبر الكمبيوتر هو وسيلة ثرية، فهو مفيد للرسالة البسيطة وغير البسيطة، وهو أكثر دقة بسبب: وظائف العرض، والجمهور، والتفاعلية التي تعد ضرورية؛ فالمستقبل لكي يفهم المعلومات التي تكون غير واضحة أو غامضة أو عاطفية عليه استخدام وسيلة أكثر ثراء (Kock, 2005: 117).

وتركز نظرية ثراء الوسيلة على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وقد وقع اختيار الباحثة على هذه النظرية للاستفادة منها في إجراء تحليل مضمون لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، لمعرفة إلى أي مدى كانت أداة مهمة تعتمد عليها الوزارات المصرية في التوعية بقضايا المناخ. وانطلاقاً من الفكرة الرئيسية للنظرية التي تركز على أن درجة ثراء وسائل الإعلام تتحدد وفقاً لقدرتها على تيسير عملية الفهم للمتلقى وتسهيل عملية التواصل بين الأفراد، من حيث رجع الصدى الفوري، ونقل الإيماءات المتعددة وغيرها من الخصائص التي تجعل شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل قرباً من الاتصال الشخصي، وهو ما يجعل -بدوره- شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على نقل الرسائل الغامضة وتيسيرها، وبالتالي فهمها، إضافةً إلى تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور (Sulaiman& Muzamil, 259: 2014)، وقد وقع الاختيار على هذه النظرية للاستفادة منها في تحليل المضمون الكمي والكيفي لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي وهو (الفيس بوك)، لمعرفة إلى أي مدى كان ذا محتوى ثري وفقاً لأبعاد النظرية الأمر الذي يساعد الوزارات المصرية على نشر المحتوى التوعوي الخاص بقضايا المناخ من خلالها. لذا؛ تحاول الدراسة الاستعانة بهذه القضايا النظرية للتعرف على دور الفيس بوك كوسيلة اتصالية في تيسير نقل المعلومات المتعلقة بقضايا المناخ للجمهور المستخدم.

رابعاً- التصميم المنهجي للبحث:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات، واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم الإعلامية والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها بعضاً في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها (محمد عبد الحميد، ٢٠٠٤: ١٣)؛ ويهدف هذا البحث إلى التعرف على كيفية توظيف الوزارات المصرية لموقع الفيس بوك في التوعية بقضايا المناخ.

– مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصفحات الرسمية للوزارات المصرية التي تُعنى بتناول أبعاد التنمية المستدامة وفي مقدمتها قضايا المناخ، ومن ثم تعمل على دعم وتعزيز ثقافة المحافظة على العناصر البيئية ومواجهة مخاطر التغيرات المناخية، ولما كان من الصعوبة إجراء البحث على مجتمع الدراسة كله، لجأت الباحثة إلى عمل دراسة استطلاعية من خلال "صحيفة استبانة تشتمل على أسئلة مفتوحة"، تم تطبيقها على (٥٠) مفردة من المستخدمين للوصول إلى أهم صفحات الوزارات المصرية التي تهتم بمتابعة قضايا المناخ من خلالها، ثم قامت الباحثة بعمل حصر لأهم الصفحات التي أسفرت عنها الدراسة الاستطلاعية، وتم اختيار أكثر الوزارات متابعة من قبل الجمهور، وتمثلت في (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وزارة البيئة، وزارة التنمية المحلية). وتقوم الدراسة بتحليل المواد المنشورة على تلك الصفحات خلال ستة أشهر تبدأ من شهر يناير ٢٠٢٥ إلى شهر يونيو ٢٠٢٥.

أدوات جمع البيانات:

صحيفة تحليل المضمون: تم استخدام صحيفة تحليل المضمون لتحليل محتوى المواد المنشورة على الفيس بوك لصفحات الوزارات مجال الدراسة.

● **وحدة تحليل المحتوى:** وحدة التحليل هي الشيء الذي يقوم الباحث حقيقة بحسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون، وأكثرها أهمية، وتتمثل وحدة تحليل المحتوى في المادة المنشورة على الفيس بوك والمعروفة بالبوست (المنشور) سواءً كان نصاً فقط، أو نصاً وصورة، أو صورة فقط، أو فيديو، وأياً كان موضوعها: بيئياً، تنموياً، توعوياً، سياسياً، اقتصادياً، اجتماعياً.

● **تحديد فئات التحليل:** تم تقسيم الصحيفة إلى عدة فئات كما يلي:

فئات الشكل (كيف قيل؟): وتشمل شكل المادة المنشورة، واللغة المنشور بها، وطبيعة التفاعل من قبل المستخدمين، ويتضمن مدى وجود إعجاب، ومشاركة، وتعليق على المواد المنشورة.

فئات المضمون (ماذا قيل؟): وتشمل الموضوعات التي تتناولها المادة المنشورة، والجمهور المستهدف منها، فضلاً عن كيفية تناول قضايا تغير المناخ فيها.

● **صدق صحيفة تحليل المضمون وثباتها:**

● **الصدق Validity:** يُقصد بالصدق قدرة المقياس على قياس ما وضع لقياسه، ويتطلب الصدق التام عدم وجود خطأ في القياس (شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٩: ٨٠)، وقد تم اختبار صدق تحليل المضمون عن طريق قيام الباحثة بعرض أدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في جامعات (القاهرة، وعين شمس، والأزهر، والمنوفية^١)، وقد أسفرت نتائج التحكيم عن إضافة بعض الفئات، وتغيير فئات أخرى للتداخل بين بدائلها، وتغيير مسميات بالفئات واستبدالها بمسميات أخرى، فضلاً عن التقليل من عدد الصفحات المقررة للتحليل، مع زيادة المدة الزمنية للتحليل، حيث كان من المقرر القيام بتحليل المواد المنشورة (لمدة ٣ شهور) لكن تم زيادة المدة لأن بعض الصفحات معدل النشر اليومي عليها ضعيف.

كما قامت الباحثة بتطبيق صحيفة تحليل المضمون على عينة عشوائية من المواد المنشورة على صفحات الفيس بوك (اختبار قبلي) للتعرف على مدى ملائمة فئات التحليل، وقد وجدت الباحثة عدم ملائمة بعض الفئات بالصحيفة فقامت بتعديلها، وإلغاء الفئات غير الملائمة، وإضافة فئات جديدة، وإغلاق بعض الفئات المفتوحة.

المحكمون لصحيفة تحليل المضمون:

أ.د/ علي عوجة	أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د/ محمود عبد العاطي	أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة الأزهر.
أ.د/ السيد السعيد	أستاذ الإعلام بكلية الآداب، جامعة المنوفية.
أ.م.د/ رمضان إبراهيم	أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام، جامعة الأزهر.
أ.م.د/ إيمان شاهين	أستاذ الإعلام المساعد بكلية البنات، جامعة عين شمس

• ثبات صحيفة تحليل المضمون:

يشتمل مفهوم الصدق على مفهوم الثبات، فالمقياس الصادق يكون بالضرورة ثابتاً والعكس صحيح، ويقصد بالثبات في علم الإحصاء؛ التوافق أو الاتساق أو الدقة لمجموعة من المقاييس أو في قيام الأداة المستخدمة ذاتها (الاختبار - وإعادة الاختبار) بإعطاء النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقها على المجموعة المستهدفة من المفردات وفي الظروف ذاتها، وتوصف تجربة ما بالثبات إذا ما أعطت نتائج متوافقة للمقياس المستخدم ذاته، من جهة أخرى تفتقد التجربة الثبات إذا ما أعطت القياسات المتكررة لها نتائج مختلفة (إعتماد علام، ٢٠١٩: ٤٤). وقد قامت الباحثة باستخدام معادلة هولتسي لقياس معامل الثبات بين المرمرين، وذلك بإعادة تحليل (١٠٪) من المواد المنشورة بالصفحات التي قامت الباحثة بتحليلها، ويُحسب معامل الثبات في ضوء نسب الاتفاق بين المرمرين باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{مقياس ثبات هولستي} = \frac{2}{2 + 1} \text{ ن}$$

حيث إن (ت) هي عدد الحالات التي يتفق فيها المرمران.

١ ن هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمر رقم (١)

٢ ن هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمر رقم (٢)

وبحساب ثبات صحيفة تحليل المضمون في الدراسة الراهنة؛ فقد كان إجمالي عدد المواد المنشورة بصفحات التحليل (١٧٤٠) مادة منشورة تم إعادة تحليل نحو (١٧٤) مادة، وجاء الاختلاف بين المرمرين في (١٨) مادة، فيما اتفق المرمران في تحليل (١٥٧) مادة من مواد التحليل، وكانت النتيجة كالتالي:

$$\text{مقياس ثبات هولستي} = \frac{2}{2 + 1} \text{ ن}$$

$$= \frac{174 + 174}{157} \times 2$$

$$= 90, \text{ وهي درجة ثبات قوية لصحيفة تحليل المضمون}$$

وقد تم عمل تحليل كفي وكمي للمواد المنشورة على صفحات الفيس بوك الرسمية الخاصة بالوزارات مجال الدراسة الخاصة، وذلك بتطبيق صحيفة المضمون التي تضم محورين أساسيين للتحليل، وهما: فئات الشكل، وفئات المضمون.

^٢قامت بمساعدة الباحثة في اختبار عينة الثبات د| فاطمة شهاب الدين عبدالعال المدرس بشعبة الإعلام - قسم الاجتماع - كلية البنات - جامعة عين شمس.

خامساً- نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: نتائج تحليل صفحات الوزارات مجال الدراسة على موقع الفيس بوك من حيث الشكل.

تنوعت صور الملف الشخصي وصور الغلاف الخاصة بصفحات الوزارات مجال الدراسة، إلا أنها تشابهت جميعها في استخدامها لشعار جمهورية مصر العربية المتمثل في "النسر" الذي يتوسط علم الدولة، فاستخدمت وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي صورة للملف الشخصي تضم النسر وتحت اسم الوزارة، وظهرت صورة الغلاف لها في صورة مركبة تضم عدة صور لجوانب التنمية المختلفة، وشعار لاستراتيجية التنمية المستدامة ٢٠٣٠؛ فيما جاءت وزارة البيئة مستخدمة لصورة واحدة للغلاف والملف الشخصي، إلا أنها أضافت لصورة الغلاف كود التواصل من خلال وسائل الإعلام الجديد، واختلفت صورة الملف الشخصي عن صورة الغلاف لوزارة التنمية المحلية، حيث اعتمدت على النسر وتحت اسم جمهورية مصر العربية، ثم اسم الوزارة كصورة للملف الشخصي، فيما أضافت جملة "نحو تنمية مستدامة وخدمات محلية أفضل لجميع المواطنين" كشعار للوزارة في صورة الغلاف.

ولاحظت الباحثة ثبات صور الغلاف والصور الشخصية لجميع الوزارات مجال الدراسة طوال فترة التحليل، وكان التغيير الوحيد في صورة غلاف وزارة التنمية المحلية فقد تم تغييره في بداية السنة الميلادية للتهنئة بالعام الميلادي الجديد، ثم تم تغييره في يوم ١١ يناير ٢٠٢٥ وظل ثابتاً طوال فترة التحليل، كما اتفقت جميع الوزارات في إضافة عنوان الوزارة المتمثل في الحي الحكومي بالعاصمة الإدارية الجديدة، إضافة إلى الإيميلات وأرقام للتواصل.

• عدد المنشورات الخاصة بالوزارات على صفحاتها على موقع الفيس بوك خلال فترة الدراسة مقسمة بالشهور إلى:

جدول (١)

يوضح عدد المنشورات على موقع الفيس بوك بالوزارات مجال الدراسة

الوزارة	الشهر	يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيو	المجموع
وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي	٩٨	٧٣	٨٦	١٢٢	١١	٨٠	٥٧٣	
وزارة البيئة المصرية	٣٨	٤٤	٤٦	٥٠	٥٩	٧٠	٣٠٧	
وزارة التنمية المحلية	١٦٤	٢٧٨	١١٤	١٣٥	٩٦	٧٣	٨٦٠	

يتضح من نتائج الجدول رقم (١) وجود اهتمام بتحديث مضامين صفحة الفيس بوك بشكل جيد في وزارتي التخطيط والبيئة المصرية في الشهور التالية (مارس، أبريل، مايو، يونيو) ويمكن تفسير ذلك في ضوء تعدد المناسبات في هذه الأشهر؛ مثل: عيد الفطر المبارك، عيد الأضحى المبارك، العام الهجري الجديد، أعياد الأخوة الأقباط، أعياد الربيع، إضافة إلى احتفالات مصر بذكرى ٣٠ يونيو، واحتفالات وزارة البيئة بيوم البيئة العالمي والوطني واليوم العالمي للتصحر. في حين كان شهر فبراير هو أكثر الشهور نشاطاً لصفحة وزارة التنمية المحلية في تحديث مضامينها، وذلك تزامناً مع بداية شهر رمضان الكريم، حيث تقوم فيه الوزارة بتنظيم العديد من المعارض والأسواق لبيع المنتجات المدعمة لتخفيف الأعباء على المواطنين في هذا الشهر، كما يرجع ذلك إلى ظهور الدكتور منال عوض وزيرة التنمية المحلية في أحد اللقاءات التلفزيونية وترتب على ذلك نشر العديد من البوستات والفيديوهات لبعض التصريحات والتوضيحات التي أدلت بها في هذا البرنامج، وهو ما أدى إلى زيادة عدد المتابعين للصفحة في هذه الفترة.

وظهرت المواد المنشورة في الصفحات محل الدراسة بصور متنوعة إلا أن أغلبها اعتمد على استخدام الهاشتاج (#) مضافاً لأي مادة منشورة سواءً كانت مادة مكتوبة أو مصورة، كما اتضح أن معدل النشر اليومي متفاوت من صفحة لأخرى ومن شهر لآخر وهو ما يظهر عدم وجود أجندة محددة لمعدل النشر اليومي بتلك الصفحات. واختلف محتوى كل صفحة من الصفحات مجال الدراسة كل حسب تخصصه، فجاءت المواد المنشورة بصفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي متنوعة وشاملة مجالات متعددة وإن كان أغلبها ركز على المشاركات التنموية للوزارة سواءً على المستوى المحلي أو المستوى الدولي، فتم تناول كل الفاعليات التي قامت بها الوزارة خلال فترة التحليل من مؤتمرات وندوات وجولات ميدانية قامت بها السيدة الوزيرة سواء كانت تخص الوزارة وحدها، أو تشمل تعاوناً مشتركاً مع جهات ووزارات أخرى، في حين كانت المواد المنشورة بوزارة البيئة أغلبها تخص قضايا البيئة أكثر من تركيزها على الفاعليات المشتركة مع الجهات الأخرى.

• شكل المادة المنشورة على صفحات الوزارات مجال الدراسة على موقع الفيس بوك:

استطاعت كل من الوزارات الثلاث (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وزارة البيئة، وزارة التنمية المحلية) الاستفادة من الإمكانيات التي تتيحها وسائل الإعلام الرقمي ممثلة في الفيس بوك، وذلك بتوظيف الوسائط المتعددة التي يتيحها الموقع في نشر المحتوى الخاص بها الأمر الذي يؤدي بدوره إلى جذب الجمهور للمادة المنشورة. وجاء في مقدمة هذه الأشكال بالوزارات الثلاث النص المصاحب لصورة وهاشتاج، وذلك بنسبة ٤١٪ في وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ٥١,٤٪ في وزارة البيئة، كما جاء بنسبة ٤٤,٦٪ في وزارة التنمية المحلية. وتمثلت هذه النوعية من المواد المنشورة في نشر الفاعليات التي أقامتها إضافة إلى نشر الأنشطة والحملات التوعوية.



جاء النص المصاحب لصورة ولينك في المرتبة الثانية من المواد المنشورة على صفحات وزارتي التخطيط والبيئة، حيث اعتمدت وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي على هذه التقنية في نشر ٢٦,٢٪ من إجمالي المواد المنشورة على صفحتها على موقع الفيس بوك خلال فترة الدراسة، في حين اعتمدت وزارة البيئة على هذه التقنية في نشر ١٤٪ من إجمالي المواد المنشورة على صفحتها، وهو ما توصلت إليه دراسة إيناس رضوان (٢٠٢٣)، حيث أوضحت أن المؤسسات الحكومية ممثلة في وزارة البيئة تعتمد على استخدام خاصية النص المصاحب للصورة واللينك، وذلك لجذب الجمهور من خلال الصور الملونة لقراءة المحتوى المعروض وزيادة نسبة المتابعة للصفحة. وتم الاعتماد على هذه النوعية من الوسائط في نشر الأخبار الخاصة بالوزارة، ولاسيما في البوستات الخاصة بالحصار الأسبوعي لأعمال الوزارة، كما جاء في صفحة وزارة التخطيط "الحصار الأسبوعي لوزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي" وجاء تحته الأنشطة والإنجازات التي قدمتها الوزارة خلال أسبوع، وتحته لينك <https://moic.gov.eg/ar/news/2351>.

وتم الاعتماد عليه أيضاً في عرض الحصاد الأسبوعي لوزارة البيئة، إضافةً إلى عرض بعض الفاعليات التي أقامتها الوزارة مثل: نشر بوست تحت عنوان "وزير البيئة تعلن تدريب الباحثين الجدد بالمحميات على رصد السلاحف البحرية بالتعاون مع مشروع الغرقة خضراء"، وتحت صورة للباحثين في أول يوم للتدريب يليه لينك لمعرفة المزيد حول برنامج التدريب. أما وزارة التنمية المحلية فقد احتلت تقنية النص المصاحب لصورة ولينك وهاشتاغ المرتبة الثانية من إجمالي المواد المنشورة على صفحتها وذلك بنسبة ٣٥,٦٪.

جدول رقم (٢)

شكل المادة المنشورة على صفحات الوزارات مجال الدراسة

الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
نص مصاحب صورة ولينك	١٨٠	٢٦,٢	٤٣	١٤		
نص مصاحب صورة ولينك وهاشتاغ	٣٠	٥,٢	٢٢	٧,٢	٣٠,٦	٣٥,٦
نص مصاحب صورة	٤٣	٧,٥	٢٣	٧,٤		
نص مصاحب فيديو وهاشتاغ	٨٩	١٥,٥	٣٧	١٢	١٧٠	١٩,٨
نص مصاحب لينك وفيديو	٢٦	٤,٥	٢٢	٧,٢		
نص مصاحب صورة وهاشتاغ	٢٣٥	٤١	١٥٨	٥١,٤	٣٨٤	٤٤,٦
المجموع	٥٧٣	٪١٠٠	٣٠٧	٪١٠٠	٨٦٠	٪١٠٠

واحتل النص المصاحب لفديو وهاشتاغ المرتبة الثالثة وذلك بنسبة ١٥,٥٪ من المواد المنشورة على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ١٢٪ من إجمالي المواد المنشورة على صفحة وزارة البيئة المصرية، في حين ظهر بنسبة ١٩,٨٪ من المواد المنشورة على صفحة وزارة التنمية المحلية، واعتمدت وزارة التنمية المحلية على هذه التقنية في نشر الحصاد الأسبوعي للوزارة، وذلك بعنوان "التنمية المحلية × أسبوع" نشرة الحصاد الأسبوعي لرصد أنشطة وزارة التنمية المحلية خلال أسبوع.

وتنوع استخدام الهاشتاج المصاحب للمواد المنشورة على الصفحات طوال فترة الدراسة باختلاف الأحداث، وإن كان أكثر هاشتاغ ظل طوال تلك الفترة المتمثل في اسم الوزارة مثل: ما تم تناوله على الصفحات تحت عنوان، #وزارة_البيئة، #وزارة_التنمية_المحلية، #وزارة_التخطيط، وظهر استخدام الهاشتاج بصورة كبيرة في الحملات التوعوية التي تقوم بها تلك الوزارات مثل هاشتاغ: #قللها، #التحول_الأخضر، #البيئة_النظيفة، وذلك لكونه يساهم في الوصول للمنشورات التي لها علاقة بالوزارات أو الحملات بسهولة، كما يساعد على نشرها بشكل أسرع على وسائل الإعلام الرقمي المختلفة.

وقد تبين أن النص غير كافٍ وحده لجذب الجمهور للمواد المنشورة، لذا سعت الصفحات لجعل النص أكثر جاذبية بإضافة الصور إليه، وظهر ذلك في أن النص المصاحب لصورة قد جاء في المرتبة الرابعة على صفحة وزارة البيئة المصرية وذلك بنسبة ٧,٤٪ من إجمالي المواد المنشورة خلال فترة التحليل مثلما ظهر في بوست "وزيرة البيئة تعلن نجاح المهمة الأولى في تنفيذ برنامج تركيب أجهزة التتبع بالأقمار الصناعية على عدد من أسماك القرش بالبحر الأحمر" وتحتة تم عرض تفاصيل الخبر ثم عرض صورة لسيادة الوزيرة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة اهتمام وزارة التنمية المحلية باستخدام الهاشتاج في كل المواد المنشورة على صفحتها خلال فترة التحليل، بما في ذلك بوستات التهئة بالأعياد والمناسبات، فاستخدمت هاشتاج باسم الوزارة أسفل برقية التهئة المكتوبة، وتتفق الدراسة في هذه النتيجة مع دراسة حنان موسى (٢٠٢٤) التي توصلت إلى اعتماد وزارة التنمية المحلية على الهاشتاج في كل المواد المنشورة على صفحتها.



ومما سبق يتضح أن استخدام النص هو عامل أساسي عند نشر أنشطة وفاعليات الوزارة على موقع الفيس بوك، لكن ليس معنى ذلك أنه يتم الاعتماد على النص وحده، بل يتم توظيف النص مع باقي الوسائط المتعددة التي يوفرها موقع الفيس بوك مثل: الصور، الفيديوهات، الروابط، الهاشتاج، وهو ما يتفق مع القضايا المشتقة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية.

كما يتضح من تعدد استخدام الصفحات للوسائط المتعددة من: نص وصورة وفيديو وهاشتاج ولينك، أن الوزارة تهدف لتحقيق الاستفادة القصوى من استخدام الخدمات التي تتيحها وسائل الإعلام الرقمي، وعدم الاعتماد على شكل واحد، وذلك لحدوث التكامل عند نقل المعلومات، إذ تساعد النصوص والروابط على توضيح المعلومات وشرحها بشكل تفصيلي؛ بينما تضيف الصور والفيديوهات بعض الإشارات العاطفية، كما تساعد على جذب الجمهور الذي لا يهتم بقراءة النصوص؛ الأمر الذي يضمن وصول الرسالة للجمهور في أحسن شكل لها.

● لغة المادة المنشورة على الصفحات مجال الدراسة:

اعتمدت الوزارات الثلاث في عرضها للمحتوى المنشور على صفحاتهم على موقع الفيس بوك على اللغة العربية كلغة أساسية في نقل الرسالة للجمهور المتابع لها، واستخدمت بعض الكلمات والعبارات العامية لكنها في نطاق محدود للغاية، فكان النصيب الأكبر للغة العربية الفصحى وذلك وفقاً لكونهم مؤسسات حكومية تتحدث باسم الدولة المصرية، في حين لم يتم إغفال اللغة الإنجليزية التي استخدمت في ترجمة بعض البوستات المنشورة على صفحات بعض الوزارات، ومنها وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وذلك في عرض الفاعليات التي تقوم بها الوزارة على النطاق الإقليمي والدولي، وهو ما يتضح من الصور التالية.

the general session of the organization's General Conference.

The Egyptian Embassy in Rome nominated Counselor Mina Rizk, Deputy Permanent Representative of Egypt to FAO, for the position, making him the first Egyptian to chair the council in the organization's history.

Learn more: <https://moic.gov.eg/news/2350>

Ambasciata Egiziana a Roma السفارة المصرية في روما



والمتغيرات على صعيد مشهد التمويل الإنمائي وتأثيرها على الجهود الدولية لدفع العمل المناخي وحشد الاستثمارات الخضراء، كما بحثت التحضيرات الجارية لقمة المناخ في البرازيل COP30، مؤكدة على ضرورة تعزيز قدرات الدول النامية وتمكينها من النفاذ إلى التمويل المناخي العادل، وضرورة تشجيع المنصات الوطنية التي تعمل على دعم جهود التنمية والعمل المناخي.

H.E. Dr. Rania Al-Mashat reviewed with Mr. Simon Stiell, Executive Secretary of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), global economic developments and changes in the development finance landscape and their impact on international efforts to advance climate action and mobilize green investments.

She also discussed the ongoing preparations for COP30 in Brazil, and reiterated the need to strengthen the capacities of developing countries and enable their access to equitable climate finance, and the importance of encouraging national platforms that support development and climate action efforts.

Ff4D UN Climate Change# مصر#

• درجة تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحات الوزارات مجال الدراسة:

قامت الباحثة بقياس مستوى تفاعل الجمهور مع المنشورات عينة الدراسة من خلال رصد وتسجيل عدد الإعجابات، وعدد التعليقات، وعدد المشاركات للمواد المنشورة على صفحة الوزارة، وقد تبين من نتائج الدراسة التحليلية، أن كل المواد تم التفاعل معها بالإعجاب، ولكن هناك منشورات لم يتم فيها التعليق أو المشاركة من قبل المتابعين للصفحة، حيث اتضح أن نسبة التفاعل على الصفحات لم تكن بصورة كبيرة مقارنةً بعدد المتابعين.

جدول رقم (٣)

شكل تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحات الوزارات مجال الدراسة

الوزارة		وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة المصرية		وزارة التنمية المحلية	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
الإعجاب	أقل من ١٠٠	٢٤٢	٤٢.٣	٩٧	٣١.٥	٢٤٦	٢٨.٦
	من ١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠	٢٢٩	٣٩.٩	١٦٣	٥٣.١	٤٩٨	٥٧.٩
	٥٠٠ فأكثر	١٠٢	١٧.٨	٤٧	١٥.٤	١١٦	١٣.٥
التعليق	أقل من ١٠٠	٢٧٣	٤٧.٦	١٩٢	٦٢.٢	٤٢٨	٤٩.٧
	من ١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠	١٥٤	٢٦.٤	٧٤	٢٤.١	٣٩٨	٤٦.٤
	٥٠٠ فأكثر	٢١	٤.٦	١٣	٤.٣	٣٤	٣.٩
	لا تعليق	١٢٥	٢١.٤	٢٨	٩.٤		
المشاركة	أقل من ١٠٠	٣٧٨	٦٥.٩	٢٠٦	٦٧.٢	٦٣١	٧٣.٣
	من ١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠	١٢	٢.٢	٩	٢.٩	١٤٣	١٦.٦
	لا مشاركة	١٨٣	٣١.٩	٩٢	٢٩.٩	٨٦	١٠.١
المجموع		٥٧٣	%١٠٠	٣٠٧	%١٠٠	٨٦٠	%١٠٠

اختلفت نسب التفاعل بالإعجاب والتعليق والمشاركة على صفحات الوزارات مجال الدراسة باختلاف طبيعة الموضوعات المنشورة، وتباينت تلك النسب من وزارة لأخرى، فأما عن نسب الإعجاب فكان لصفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي النسبة الأقل من إجمالي التفاعلات مقارنةً بوزارتي البيئة والتنمية المحلية، حيث كان لعدد الإعجابات "الأقل من ١٠٠" النصيب الأكبر على الصفحة وذلك بنسبة ٤٢,٣٪، في حين جاءت نسب الإعجابات من "١٠٠-٥٠٠" في المرتبة الثانية من إجمالي التفاعلات على الصفحة وذلك بنسبة ٣٩,٩٪؛ بينما جاءت نسب التفاعلات الأكثر من ٥٠٠ في المرتبة الأخيرة وذلك بنسبة ١٧,٨٪.

أما وزارة البيئة فكان الأمر بها مختلفاً، حيث جاءت التفاعلات من "١٠٠-٥٠٠" في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٣,١٪، وجاءت البوستات التي بها نسبة تفاعلات أقل من ١٠٠ في المرتبة الثانية بنسبة ٣١,٥٪، وجاءت المواد التي نالت نسبة تفاعلات ٥٠٠ تفاعل فأكثر في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٥,٤٪ من إجمالي المواد عينة الدراسة التحليلية.

وتشابهت صفحة وزارة التنمية المحلية في ترتيب نسب التفاعلات على المواد المنشورة بها مع صفحة وزارة البيئة، حيث احتلت نسب التفاعلات من "١٠٠-٥٠٠" المرتبة الأولى من إجمالي التفاعلات وذلك بنسبة ٥٧,٩٪، وجاءت نسب التفاعلات الأقل من ١٠٠ تفاعل في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٦٪، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت نسب التفاعلات الأكثر من ٥٠٠ تفاعل بنسبة ١٣,٥٪ من إجمالي التفاعلات على المواد المنشورة على الصفحة خلال فترة التحليل وتتوّعت أشكال التفاعل ما بين عمل الإعجاب واستخدام الرموز التعبيرية التي تشير مشاعر الجمهور المتلقي والمتمثلة في (الغضب - الحزن - الفرح - الدعم - الحب - الدهول).



وكان للتفاعل باستخدام رمز الإعجاب النسبة الأكبر من الاستخدام من بين الرموز التعبيرية المستخدمة، وهو أبسط الطرق التي تثبت متابعة الجمهور ورؤيته للمواد المنشورة. وتعكس نتائج الجدول رقم (٣) مستوى ضعيفاً من التفاعل من قبل الجمهور على المنشورات، الأمر الذي يتطلب من القائمين بالاتصال: تطوير المحتوى المنشور، وعمل استطلاعات رأي لمعرفة أسباب ضعف التفاعل، والسعي لزيادة نسب المتابعات على الصفحة، وهو ما يسهم بدوره في زيادة نسب تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور.

وفيما يخص التفاعل بالتعليق فكان لصفحة وزارة التنمية المحلية النصيب الأكبر من هذا الشكل من التفاعل، حيث جاءت أعداد التعليقات في الفئة من "١٠٠-٥٠٠" تعليق بها في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٧,٩٪ من إجمالي المواد المنشورة، تلتها في المرتبة الثانية البوستات التي بها تعليقات بعدد أقل من ١٠٠ تعليق وذلك بنسبة ٢٨,٦٪ من إجمالي البوستات عينة الدراسة، وفي المرتبة الثالثة الأخيرة جاءت البوستات التي تحتوي على أكثر من ٥٠٠ تعليق وذلك بنسبة ١٣,٥٪. في حين جاء التفاعل بالتعليق على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وقد يرجع ذلك لعدم وجود تفاعل بالرد على الشكاوى والطلبات التي تأتي في التعليقات من القائمين على الصفحة، فظهرت التعليقات في فئة الأقل من ١٠٠ تعليق في المرتبة الأولى بنسبة ٤٧,٦٪ من إجمالي التعليقات على المواد المنشورة على الصفحة خلال فترة التحليل، ولاحظت الباحثة أن ما يقرب من نصف تلك النسبة قد حاز على ما يقل عن ١٠ تعليقات على البوست المنشور، أما التعليقات في الفئة من ١٠٠-٥٠٠ التي تمت على

الصفحة فظهرت بنسبة ٢٦,٤٪ في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة ظهرت البوستات التي لم يتم التعليق عليها بنسبة ليست بالقليلة بلغت ٢١,٤٪ من إجمالي المواد المنشورة على الصفحة. أما صفحة وزارة البيئة فقد لاقت كل المواد المنشورة عليها تفاعل بالتحديد من قبل الجمهور المتابع لها، ولم تجد الباحثة أي بوست خلال فترة الدراسة دون وجود تعليق عليه، وهو ما يشير إلى نجاح القائمين على الصفحة في وصول المنشور لأكبر عدد من الجمهور والاستفادة من الإمكانات المختلفة التي يتيحها الموقع من أجل جذب الجمهور للمادة المنشورة، وقد تقاربت نسبة التعليقات في الفئة أقل من ١٠٠ تعليق مع مثيلتها في فئة ١٠٠-٥٠٠، التي جاءت بالترتيب كالتالي: ٤٩,٧٪، ٤٦,٤٪.

أما عن مشاركة المنشورات فكانت بنسب ضعيفة على كل الصفحات مجال الدراسة مقارنةً بغيرها من أشكال التفاعل، حيث ظهرت النسبة الأكبر من هذا الشكل من التفاعل على كافة الصفحات في الفئة الأقل من ١٠٠ مشاركة، ممثلة في ٧٣,٣٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية، ونسبة ٦٧,٢٪ على صفحة وزارة البيئة، في حين جاءت بنسبة ٦٥,٩٪ على صفحة وزارة التخطيط والتعاون الدولي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حنان موسى (٢٠٢٣)، في أن التفاعل بمشاركة المنشور هو الأقل استخدامًا من بين أشكال التفاعل على صفحات الفيس بوك.

• طبيعة تعليق مستخدمي الصفحات في الوزارات مجال الدراسة:

تعددت تعليقات الجمهور المتابع لصفحات الوزارات الثلاث مجال الدراسة ما بين تعليقات لتقديم شكاوى للمسؤولين بالوزارة، وأخرى للاستفسار عن بعض الموضوعات، كما جاء منها من يشكر السادة الوزراء على الجهود المقدمة، في حين ذهب بعض المعلقين إلى التهنية في الأعياد والمناسبات.

جدول رقم (٤)

طبيعة تعليق مستخدمي الصفحات في الوزارات الثلاث

الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة المصرية		وزارة التنمية المحلية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
استفسار وطلب	١٠٦	١٨.٥	٦٩	٢٢.٥	٢٠٧	٢٤.١
دعاء	٣٤	٥.٩	٢١	٦.٨	٦٢	٧.٢
شكوى واستغاثة	٢٠٩	٣٦.٥	٩٧	٣١.٦	٣٥٣	٤١.١
هجوم	٩٨	١٧.١	٥٦	١٨.٣	٩٦	١١.١
شكر	٢٣	٤.١	٢٥	٨.٢	٥٦	٦.٥
تهنئة	٤٢	٧.٣	١٧	٥.٥	٢٦	٣.١
تعليقات ليس لها علاقة	٤٩	٨.٥	٨	٢.٦	١٤	١.٦
تشجيع	١٢	٢.١	١٤	٤.٥	٤٦	٥.٣
المجموع	٥٧٣	١٠٠٪	٣٠٧	١٠٠٪	٨٦٠	١٠٠٪

يتضح من نتائج الجدول (٤) أن تقديم الشكاوى من قبل الجمهور كان له النصيب الأكبر من تعليقات الجمهور على الصفحات الثلاث خلال فترة الدراسة التحليلية، حيث جاء في المرتبة الأولى على صفحة وزارة التخطيط بنسبة ٣٦,٦٪، ونسبة ٣١,٦٪ على صفحة وزارة البيئة، في حين بلغ نسبة ٤١,١٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية. ويرجع ذلك لإدراك الجمهور بفاعلية وسائل الإعلام الرقمي المختلفة في إيصال شكواه إلى الجهات المختصة لأن تلك الوسائل هي وسيلة فعالة وسريعة في وصول صوته للمسؤولين، وهو ما يتفق مع دراسة هدير محمود (٢٠٢٢)، وتنوعت الشكاوى ما بين شكاوى واستغاثات ضد التلوث البيئي بأشكاله المتعددة ومنها القمامة الملقاة في عدد من الشوارع، والإبلاغ عن بعض المصانع التي تسبب انبعاثات ضارة على البيئة، ومخالفات البناء، وهو ما يعكس إحساس الجمهور بالمسؤولية تجاه البيئة ووعيه بأهمية الحفاظ عليها، وتمثل ذلك في بعض التعليقات ومنها "مقلب القمامة جنب البيوت احنا بنموت وولادنا في خطر"، "مصنع الطوب في منطقة سكنية إزاي الدخان عامل اختناق رجاء من الوزارة قفل المصنع ونقله لمكان ثاني"، "نحن أهالي كفر العزازي مركز أبو حماد محافظة الشرقية يستغيثون بسيادتك من مدشنة وشونة مخلفات تنتج الكثير من الأتربة والغبار والحشرات الضارة والروائح الصعبة التي تسبب لنا ولأبنائنا الأمراض"، "محطة مترو أم المصريين الجيزة في شارع أسفل السلام مليون زبالة"، شكوى ضد موظفين الوحدة المحلية بالجعفرية مركز السنطة محافظة الغربية؛ وتوضح عينة التعليقات المذكورة بعض الشكاوى والاستغاثات المكتوبة في التعليقات على المواد المنشورة بصفحات الوزارات الثلاث. واحتلت الاستفسارات والطلبات من قبل الجمهور المرتبة الثانية من بين نوعية التعليقات على الصفحات مجال الدراسة التي جاءت بنسبة ١٨,٥٪ على صفحة وزارة التخطيط، ونسبة ٢٢,٥٪ على صفحة وزارة البيئة، كما بلغت نسبة ٢٤,١٪ بوزارة التنمية المحلية، وتنوعت ما بين طلبات فردية وجماعية واستفسارات متنوعة مثل: "لماذا توقف العمل بمشروع حياة كريمة خاصة مشروع الصرف الصحي بالوحدة المحلية ببرديس مركز البلينا محافظة سوهاج"، "نرجو من سيادتكم حل لمشكلة الحيز العمراني تم التصالح والحصول على نموذج ٨ ونحن خارج الحيز العمراني".



ولكون المؤسسات مجال الدراسة هي جهات حكومية مسؤولة عن تنفيذ مصالح الدولة والشعب، فلم تخل صفحاتهم على موقع الفيس بوك من بعض التعليقات التي تهاجم الجهات التي يرون -من وجهة نظرهم- أنها بها بعض القصور، وهو ما ترتب عليه أن هذه الفئة من التعليقات جاءت في المرتبة الثالثة من بين نوعية التعليقات الموجودة على الصفحات خلال فترة الدراسة التحليلية وذلك بنسبة ١٧,١٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ١٨,٣٪ على صفحة وزارة البيئة،

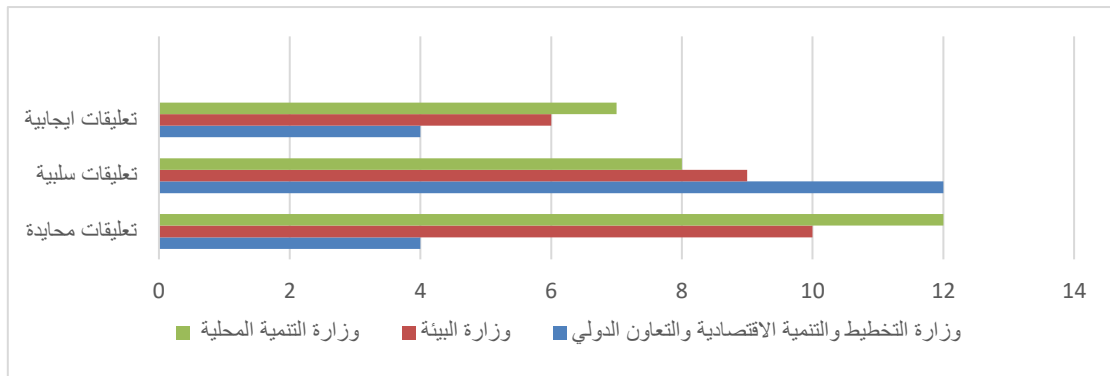
وجاءت بنسبة ١١,١٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية، وكان من بين تلك التعليقات "ارحموا من في الأرض يرحمكم من في السماء أين دور الوزارة من الإحلال والتجديد لنموذج ٨"، " نفسي أعرف قادة القطاع الخاص إلی الوزارة المعنية بيهم بتجبيوهم إزاي؟ ومنين؟ وزارة التعاون الدولي يعني المفروض وضوح معايير وثقة ياريت تردوا"، "مش المفروض تشوفوا شغلکم في المخالفات إلی بتتم برمي الزبالة في مية النيل إلی احنا عايشين عليها".

وحظيت المنشورات الخاصة بالتهنئة بالأعياد والمناسبات وتقديم بعض الإنجازات للوزارات على نسب من التعليقات الإيجابية التي ترد التهنئة بالمناسبات، وتدعم الوزارة في الإنجازات، وتتمنى التوفيق للعاملين بها وتقدم الدعاء بالتفوق.



وظهر عدد من التعليقات التي تحمل مواد إعلانية على صفحات الوزارات، وتعليقات بها بعض الصور غير المتعلقة بالمادة المنشورة، وحظيت هذه النوعية من التعليقات على نسبة ٨,٥٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ٢,٦٪ على صفحة وزارة البيئة، ونسبة ١,٦٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية التي اهتم متابعوها بكتابة التعليقات المتعلقة بالموضوع أكثر من غيرها، كونها وزارة مسئولة عن الملفات المهمة لقطاع كبير من المواطنين.

وقد قامت الباحثة بتقسيم التعليقات إلى ثلاثة اتجاهات منها: الإيجابي والسلبي والمحايد لتلقي نظرة عامة حول مدى رضا الجمهور عن المحتوى المقدم ومدى وعيه بأهمية دوره في المشاركة برأيه تجاه القضايا المختلفة.



شكل رقم (١)

شكل رقم (١) يوضح اتجاه التعليقات على صفحات الوزارات مجال الدراسة

ومن خلال التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (٤) وشكل رقم (١) يتضح أن وزارة التنمية المحلية ووزارة البيئة استطاعتا أن ينالا قدرًا من رضا الجمهور المتابع لهم على صفحاتهم على موقع الفيس بوك، وذلك بتحقيقهما لنسب تعليقات إيجابية ومحايدة أكثر من وزارة التخطيط، وربما يرجع ذلك إلى تفاعل أدمن هذه الصفحات بالرد على التعليقات مقارنةً بصفحة وزارة التخطيط التي ظهر تفاعل القائم بالنشر عليها ضعيفًا جدًّا، وهو ما يشير إلى ضرورة اهتمام القائمين بالنشر على الصفحات الرسمية بالاستفادة من الإمكانيات التي يتيحها موقع الفيس بوك في عمل حلقات نقاشية لتوضيح بعض الأمور، والاستماع لطلبات المواطنين، والاهتمام بقياس رجع الصدى تجاه المواد المنشورة.

٦- طبيعة رد الأدمن على تعليقات متابعي الصفحات في الوزارات مجال الدراسة:

أظهرت نتائج التحليل الكيفي للمواد المنشورة على الصفحات مجال الدراسة خلال فترة الدراسة التحليلية؛ أن القائمين على النشر في صفحات الوزارات الثلاث لم يقوموا بالرد على تعليقات الجمهور المتابع للصفحات إلا في نطاق محدود للغاية، حيث ظهر رد الأدمن على عدد من الاستغاثات التي قدمها بعض المواطنين على صفحات وزارتي البيئة والتنمية المحلية، فعلى صفحة وزارة البيئة كتب أحد المتابعين "نداء استغاثة لوزارة البيئة، إسكان الموت بأبي زعل"، وكان التعليق يقدم استغاثة للوزارة عن وجود مقلب زباله في إحدى المناطق السكنية، وجاء الرد من الأدمن القائم على الصفحة "أهلا بكم في وزارة البيئة المصرية، يرجى تسجيل شكاوكم بمنظومة الشكاوى الحكومية" وشمل الرد رقمًا للشكاوى ورابطًا للتسجيل.

The image displays three screenshots of Facebook interactions with Egyptian government ministries. Each screenshot shows a user's comment and an official response from a ministry page.

- First Screenshot (Left):** A comment from Mohamed Adel criticizes the Ministry of Environment for not addressing environmental issues. The official response from the Ministry of Environment (Ministry of Environ...) acknowledges the concern and provides information about the official complaint system (Shakwa) and a website (www.shakwa.eg).
- Second Screenshot (Middle):** A comment from Ahab Ahab discusses corruption and the role of the Ministry of Economic Planning. The official response from the Ministry of Economic Planning (وزارة التنمية المحلية) provides instructions on how to file a complaint through the official system.
- Third Screenshot (Right):** A comment from Gamal Rfaat reports a waste dump near a residential area. The official response from the Ministry of Environment (Ministry of Environ...) expresses concern and promises to investigate the issue.

وكان أدمن صفحة وزارة التنمية المحلية أكثر نشاطاً في الرد على شكاوى الجمهور الموجودة على الصفحة، وذلك لكثرة الطلبات المقدمة من خلال الجمهور في التعليقات التي كان الرد عليها بتفاصيل إرسال الشكاوى على رسائل صفحة الوزارة دون إرسال أرقام أو إيميلات للشكاوى مع العلم أن الصفحة كتبت في البيانات التعريفية لها أرقام للإبلاغ عن أي مخالفات ضمن مبادرة "صوتك مسموع" التي تقوم بها الوزارة.

ثانياً: نتائج تحليل صفحات الوزارات مجال الدراسة على موقع الفيسبوك من حيث المضمون. يهدف هذا المحور إلى التعرف على محتوى المواد المنشورة على الصفحات مجال الدراسة خلال فترة التحليل، إضافة إلى توضيح كيفية تناول تلك الصفحات لقضية التغيرات المناخية، فضلاً عن الكشف عن العناصر الفاعلة في تلك المواد، وتسعى الباحثة إلى تحليل كل المنشورات عينة الدراسة وإدراجها في الفئات المناسبة من خلال الاعتماد على العبارات الضمنية والصريحة لكل بوست، ووضعة في الحسبان أن البوست قد يندرج تحت أكثر من فئة، ويتم تنميطة حسب الفئة الأقرب له.

• محتوى المادة المنشورة في الصفحات مجال الدراسة:

يختلف محتوى المواد المنشورة على موقع الفيس بوك من صفحة إلى أخرى طبقاً لتخصص الصفحات ومجال اهتمامها، لكن تظل بعض الموضوعات مجال اهتمام مشترك بين العديد من المؤسسات، ويتم تناولها على صفحاتهم على موقع الفيس بوك، وهو ما أظهرته نتائج الدراسة الاستطلاعية التي توصلت إلى أن هناك عدة قضايا مشتركة بين الوزارات الثلاث ومنها: قضية التغيرات المناخية (موضوع الدراسة)؛ لذا فقد تم تقسيم محتوى المادة المنشورة إلى ثلاث فئات ممثلة في: موضوعات عن الوزارة، وموضوعات عن التغيرات المناخية، وموضوعات أخرى. احتلت الموضوعات عن الوزارات المرتبة الأولى على كل الصفحات مجال الدراسة وذلك بنسبة ٦١,٢٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ٤٢,٢٪ على صفحة وزارة البيئة، كما ظهرت بنسبة ٥٢,١٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية.

جدول رقم (٥)

يوضح محتوى المادة المنشورة في الصفحات مجال الدراسة

الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة المصرية		وزارة التنمية المحلية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
موضوعات عن التغيرات المناخية	١٤٥	٢٥.٤	١٢٣	٤٠.٢	٢٢٦	٢٦.٣
موضوعات عن الوزارة	٣٥٠	٦١.٢	١٣٢	٤٢.٩	٤٤٨	٥٢.١
موضوعات أخرى	٧٨	١٣.٤	٥٢	١٦.٩	١٨٦	٢١.٦
المجموع	٥٧٣	١٠٠٪	٣٠٧	١٠٠٪	٨٦٠	١٠٠٪

وبقراءة نتائج الجدول رقم (٥) ظهر سعي القائم بالنشر على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي إلى نشر الموضوعات المتعلقة بالوزارة في المقام الأول من بين المواد المنشورة على الصفحة التي جاء منها ما يلي: "الحصاد الأسبوعي لوزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، حول أبرز أنشطة وفعاليات الوزارة واجتماعات ومشاركات الدكتورة رانيا المشاط وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي عن الأسبوع المنقضي"، "التقت الدكتورة رانيا المشاط، وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، السيد/ كارستن ستور، رئيس لجنة التعاون الإنمائي بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية"، كما قام أدمن صفحة وزارة البيئة المصرية بعرض مجموعة من أخبار الوزارة منها: "وزيرة البيئة تفتح الباب للحوار مع أصحاب المصلحة لمناقشة الوضع البيئي في منطقة خليج حكوراب بالبحر الأحمر وخطة تطويره"، "وزيرة البيئة تفتتح المكتب العربي للشباب

والبيئة بيوم البيئة الوطني ٢٥ ٢٠٢٠". واهتم القائم على النشر بصفحة وزارة التنمية المحلية بنشر أخبار الوزارة فكتب: "وزير التنمية المحلية تشهد تدشين مبادرة المسؤولية المجتمعية والسكن الكريم بحضور نائب رئيس مجلس الوزراء"، "وزير التنمية المحلية تتابع منظومة التصالح وتراخيص البناء بالمحافظات".

موضوعات عن الوزارة



شكل رقم (٢)

يوضح نوعية الموضوعات المنشورة عن الوزارات

وتنوّعت الموضوعات المنشورة عن الوزارة بالصفحات مجال الدراسة، فقد ضمت أكثر من شكل لتلك الموضوعات: منها ما جاء في شكل خبر عن الوزارة، ومنها ما تعلّق بالإنجازات التي حققتها الوزارة، في حين جاء بعض منها لعرض المؤتمرات والفاعليات وتقديم الأنشطة المختلفة التي تقوم بها الوزارة كما يتضح من خلال شكل رقم (٢). وقد سعت الباحثة لحصر كل المواد التي تخص قضايا التغيرات المناخية بموضوعاتها المتعددة على صفحات الوزارات الثلاثة خلال فترة التحليل، والتي عُرضت بالأساليب الصريحة والضمنية، واحتلت هذه المواد المرتبة الثانية من إجمالي المواد المنشورة على الصفحات خلال فترة التحليل، حيث ظهرت بنسبة ٢٥,٤٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ٤٠,٢٪ على صفحة وزارة البيئة، كما بلغت نسبة ٢٦,٣٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية، وتشير هذه النتيجة إلى أن تناول الصفحات مجال الدراسة لقضايا المناخ جاء متوافقاً مع نتائج دراسة هدير محمود (٢٠٢٢) التي أوضحت أن وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية تصدرت قائمة الوزارات تناولاً لملف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ وكان من أبرز القضايا التي تم تناولها في هذا الملف قضايا التغيرات المناخية، وهو ما أظهرته الدراسة الاستطلاعية لتحليل عينة عشوائية من المواد المنشورة على صفحة الوزارة. كما اتفقت أيضاً مع نتائج دراستي: حنان موسى (٢٠٢٤)، وإيناس رضوان (٢٠٢٣) في تحليلهما للمواد المنشورة على صفحات وزارة التنمية المحلية، ووزارة البيئة المصرية، في أن ملف التغيرات المناخية كان من أهم الملفات تناولاً على الصفحات. وهو ما لم يختلف عن نتائج استطلاع الرأي الذي تم إجراؤه لتحديد أهم الوزارات التي يتابع الجمهور من خلالها هذه القضايا على موقع الفيس بوك.



ظهر تناول قضايا التغيرات المناخية بصورة صريحة في بعض المنشورات عينة التحليل كما جاء على صفحة وزارة التخطيط في بوست كُتب فيه: "شهد عام ٢٠٢٤ جهودًا مكثفة لوزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي لدفع رؤية الدولة على مستوى تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للتغيرات المناخية ٢٠٥٠"، وآخر جاء فيه "المشاطر تؤكد أن جمهورية مصر العربية في إطار رؤيتها الوطنية ٢٠٣٠ تولي أهمية قصوى لقضية الأمن المائي باعتباره أهم محاور التنمية المستدامة والتكيف مع تغير المناخ". وعلى السياق الضمني لتناول قضايا المناخ على الصفحة جاءت بعض البوستات التي توضح ذلك منها: "وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تستعرض جهود مصر نحو الطاقة النظيفة والمتجددة والهيدروجين الأخضر".

وكانت وزارة البيئة المصرية هي الأكثر تناولاً لقضايا المناخ على صفحتها، حيث تناولت الموضوع بكافة جوانبه من خلال عرضها للعديد من الفاعليات والحملات التوعوية وغيرها، وجاء منها ما ظهر في سياق صريح مثل: "وزيرة البيئة تشارك في احتفالية أبطال المناخ من المزارعين المصريين في منتدى تأثير اقتصاد المحبة على التنمية المجتمعية في مصر بجامعة هليوبوليس"، "وزيرة البيئة تناقش مع وزير البيئة والمناخ النرويجي آخر مستجدات التفاوض للوصول لمعاهدة دولية للحد من التلوث البلاستيكي"، "وزيرة البيئة تعقد اجتماعاً للتنسيق الوطني للإعداد لمشاركة مصر بمؤتمر المناخ cop3"، في حين ظهر جزء آخر في سياق ضمني مثل: "برعاية وإشراف وزارة البيئة: الحملة الوطنية قللها تطلق عدد من الفاعليات بمحافظة القاهرة للتوعية بمخاطر الأكياس البلاستيكية وتوفير بدائل صديقة للبيئة"، "وزيرة البيئة تؤكد أن الجميع شركاء في الحفاظ على موارد مصر الطبيعية والتوسع في السياحة البيئية"، "في إطار ختام مؤتمر وزارة البيئة تحت شعار الابتكار من أجل مستقبل أفضل بجامعة كفر الشيخ وزيرة البيئة تؤكد: الشباب المشاركين سعوا جاهدين لتقديم ابتكارات وحلول عملية تساهم في بناء مستقبل أخضر".

في حين كان معدل تناول قضايا التغيرات المناخية على صفحة وزارة التنمية المحلية ليس بالقليل، فجاء في بعض البوستات الصريحة مثل: "وزيرة التنمية المحلية: تنظيم ٢٧ برنامجاً تدريبياً في جميع المحافظات لنشر الوعي بقضايا المناخ"، "وزيرة التنمية المحلية: المنتدى الحضري فرصة لوضع حلول وسياسات فعالة لتغير المناخ"، "وزارة التنمية المحلية تطلق ورشة عمل لإعداد استراتيجياتها للتنمية المستدامة وتغير المناخ". وظهر بعض آخر في سياق ضمني ومنه: "مصر تخطو نحو النقل الأخضر.. إنجازات جديدة في مشروع تحويل الأتوبيسات للعمل بالغاز الطبيعي"، "وزيرة التنمية المحلية تتابع تداعيات الطقس السيء بالمحافظات"، "التنمية المحلية والبيئة؛ رؤية الوزارتين لمنظومة المخلفات: اقتصاد دائري وبيئة نظيفة".



من خلال عرض تناول الصفحات مجال الدراسة لقضايا التغيرات المناخية، اتضح أن هذا التناول كان بنسب متفاوتة من وزارة لأخرى كل حسب حجم تعامله مع القضية، وإجمالاً ظهر بنسبة متوافقة مع مدى اختصاص كل وزارة بملفات هذه القضية، لكن المواد المنشورة ظهر عدد منها في سياق خبري أكثر من الجانب التوعوي، ولا سيما صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي التي جاء ما يقرب من ٨٠٪ من المواد المتعلقة بقضايا المناخ عليها متمثلاً في عرض إنجازات الوزارة في هذا الملف والاجتماعات والمناقشات التي تقوم بها الوزارة في هذه القضايا، وهو ما أشارت إليه الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ في مصر ٢٠٥٠ في الهدف (٣-ب) ص ٢٦، في ضرورة عرض كل وزارة لإنجازاتها في ملف التغيرات المناخية، مهمة في ذلك للعنصر الأهم في نجاح هذا الملف وهو التوعية المجتمعية لضمان تحقيق نجاح أكبر في التقليل من مخاطر هذه الظاهرة، وهو ما جاء بالهدف (٥-ب) ص ٤٧ من الاستراتيجية نفسها الذي تناول في أحد عناصره إعداد حملات توعية للمواطنين عن أخطار التغيرات المناخية، وما قد يصاحبها من تأثيرات، والجهود المبذولة للتصدي لها، يشترك ويتضامن فيه كافة مؤسسات الدولة، مع تعظيم استخدام وسائل الاتصال الحديثة للتوعية المطلوبة لكل الأعمار والفئات. جاءت الموضوعات الأخرى في المرتبة الثالثة من بين المواد عينة الدراسة التحليلية على صفحات الوزارات الثلاث، وتنوّعت هذه الفئة من الموضوعات، فظهر منها منشورات خاصة بالتهنئة بالأعياد والمناسبات الاجتماعية التي شهدتها المجتمع المصري خلال فترة التحليل ومنها: التهنئة بنجاح ثورة ٣٠ يونيو، والتهنئة باحتفال رأس السنة الهجرية، والتهنئة بعيد الفطر المبارك وعيد الأضحى المبارك مثلما جاء على صفحة وزارة التنمية المحلية "وزير التنمية المحلية تهنيئ رئيس الوزراء بمناسبة حلول عيد الفطر المبارك".



وظهرت بوستات للتهنئة بالفوز بالانتخابات وتحقيق الإنجازات ومنها: ما قدمته صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي "وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي" سيدة ولد التاه" عقب فوزه بانتخابات رئاسة مجموعة البنك الإفريقي للتنمية"، "وزارة التخطيط تهني السيد مينا رزق لفوزه برئاسة المجلس التنفيذي لمنظمة الأغذية والزراعة الفاو". ولم تغفل الصفحات تقديم العزاء مثلما جاء في إحدى المواد المنشورة خلال فترة الدراسة التحليلية: "وزارة البيئة تنعي السفير أيمن ثروت سفير مصر في كرواتيا"، "وزارة التنمية المحلية تنعي سكرتير عام محافظة الدقهلية". كما قامت بعض الصفحات بمشاركة منشورات من صفحة رئاسة مجلس الوزراء وصفحة السيدة إنتصار السيسي، في حين ظهرت بعض البوستات خاصة بجهات أخرى مثلما جاء على صفحة وزارة التخطيط "بنك الاستثمار القومي ينفي صحة الأخبار المتداولة بشأن التخارج من حصته في شركة مصر للأسمنت- قنا".

• القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية في الصفحات مجال الدراسة:

تنطلق الدراسة إجرائياً من كون قضايا المناخ تتمثل في القضايا التي تهتم بموضوعات الوعي البيئي وترشيد الاستهلاك للموارد ومنها قضايا (المياه والتربة - الطاقة - الاقتصاد الأخضر - التلوث البيئي - الاحتباس الحراري - الموارد الطبيعية وغيرها). ونظراً لكون تلك القضايا هي من أهم القضايا التي تعمل الدولة بكافة مؤسساتها لمواجهة مخاطرها طبقاً لأهداف استراتيجية مصر الوطنية ٢٠٣٠، فكل وزارة تسعى في إطار الأجندة الخاصة بها لتحقيق تلك الأهداف. لذا تم تنميط الموضوعات المتعلقة بقضايا المناخ على الصفحات مجال الدراسة للفئات الأقرب من خلال القراءة التحليلية للباحثة، كما يوضح الجدول التالي.

جدول رقم (٦)

القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية في الصفحات مجال الدراسة

القضايا	الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة المصرية		وزارة التنمية المحلية	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
قضايا التلوث البيئي		٤٥	٣١.١	٤٦	٣٧.١	٨٩	٣٩.٤
قضايا الاحتباس الحراري		٢١	١٤.٥	١٧	١٣.٨	٣٤	١٥.١
قضايا الأمراض والأوبئة		٣١	٢١.٥	٢٧	٢١.٩	٤٧	٢٠.٧
اختلال الثروة السمكية والحيوانية				٦	٤.٨		
قضايا المياه التربة				١٢	٩.٨	٧	٣.١
التقلبات الجوية				٢	١.٨	٤	١.٧
الحفاظ على الطاقة والموارد الطبيعية		٣٦	٢٤.٨	٧	٥.٩	١٥	٦.٦
قضايا أخرى		١٢	٨.٣	٦	٤.٩	٣٠	١٣.٩
المجموع		١٤٥	٪١٠٠	١٢٣	٪١٠٠	٢٢٦	٪١٠٠

توضح نتائج جدول رقم (٦) تنوع قضايا التغيرات المناخية على الصفحات مجال الدراسة، وإن كان من أكثرها تناوياً على كافة الصفحات قضايا التلوث البيئي بكافة أشكاله من: انبعاثات الكربون، التلوث البلاستيكي، النفايات الصناعية والمنزلية، الذي جاء بنسبة ٣١,١٪ على صفحة وزارة التخطيط، ونسبة ٣٧,١٪ على صفحة وزارة البيئة، في حين جاء بنسبة ٣٩,٤٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية، وقد جاء من بين تلك المواد "وزير البيئة تدعو المواطنين إلى المشاركة الفعالة في الحد من التلوث البلاستيكي"، "أعلنت الدكتورة رانيا المشاط، وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي عن اختيار مصر ضمن ٧ دول من بين ٢٦ دولة تقدمت للاستفادة من خفض الانبعاثات بالقطاع الصناعي"، "مشروعات ضخمة تقدمها وزارة التنمية المحلية لتطوير منظومة المخلفات الصلبة وتحقيق بيئة نظيفة وأمنة".

وقد اهتمت وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية بتناول قضايا الطاقة والموارد الطبيعية على صفحتها على الفيس بوك في عدد من المنشورات التي بلغت نسبتها ٢٤,٨٪ في المرتبة الثانية من بين القضايا المطروحة والتي جاء منها ما يلي: "أكدت الدكتورة رانيا المشاط على ضرورة زيادة الجهود المبذولة للتحويل العادل نحو الطاقة النظيفة وتسريع وتيرة هذا التحول على مستوى العالم"، ومنها أيضاً: "وستتيح هذه الخطط للدول الوصول إلى تمويل ميسر لتوسيع نطاق تطبيق التكنولوجيا النظيفة، مثل الهيدروجين الأخضر، والصناعات منخفضة الكربون لتحقيق التحول في مجال الطاقة عالمياً". واهتمت وزارة البيئة

بتناول موضوعات الطاقة والموارد الطبيعية على صفحتها أيضًا بنسبة ٥,٩٪ وقد كتبت عنها: " وزيرة البيئة تؤكد أن الجميع شركاء في الحفاظ على موارد مصر الطبيعية والتوسع في السياحة البيئية".

في حين ظهرت قضايا الأمراض والأوبئة في المرتبة الثانية على صفحتي وزارة البيئة ووزارة التنمية المحلية وذلك بنسبة ٢١,٩٪، و ٢٠,٧٪ على التوالي، واهتمت الصفحات بتناول قضايا التقلبات الجوية التي شهدها المجتمع المصري خلال فترة التحليل، والمتمثل في حدوث العواصف وسقوط الأمطار بشكل مفاجئ على بعض المدن المصرية وظهر ذلك بنسبة ١,٧٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية وذكر ذلك في عدد من البوستات منها: "وزير التنمية المحلية تتابع مع محافظ الإسكندرية تداعيات الطقس السيء"، "توجيهات عاجلة من وزيرة التنمية المحلية لمواجهة سوء الأحوال الجوية"، "نصيحة عاجلة للمواطنين بسبب سوء الأحوال الجوية". وبلغت قضايا المياه والتربة نسبة ٩,٨٪ من القضايا المتعلقة بموضوع المناخ على صفحة وزارة البيئة، وكان شهر يونيو هو أكثر الشهور خلال فترة التحليل نشرًا لقضايا التربة، وذلك تزامنًا مع اليوم العالمي لمكافحة التصحر والجفاف الذي يحتفل به العالم في يوم ١٧ يونيو من كل عام. ومن بين المواد التي تناولت القضايا ما يلي: "التصحر تحدي يلقي بظلاله على العالم كله ويؤثر على الأمن والاستقرار".



ورغم أن قضايا المياه ظهرت في عدد قليل من المواد الموجودة على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، إلا أن هذا الظهور كان ذا أهمية حيث كشف القائم على الصفحة عن المعسكر التدريبي الذي نظمته الوزارة بجامعة الإسكندرية في مايو ٢٠٢٥ للحفاظ على الموارد المائية "وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تشهد إطلاق المعسكر التدريبي لرواد الأعمال في مجال المياه". كما تناولت الصفحات مجال الدراسة عدة موضوعات أخرى تتعلق بقضايا المناخ مثل: التنوع البيولوجي كما جاء على صفحة وزارة البيئة: "تابعت وزيرة البيئة أن الحفاظ على التنوع البيولوجي ليس بمعزل عن تغير المناخ والتصحر". وموضوعات التحول الأخضر كما ذكرت صفحة وزارة التخطيط "وأشارت الدكتورة رانيا المشاط إلى أن التحول الأخضر هو أحد أهم أولويات الحكومة؛ لذا فإن وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تعمل على تعزيز الاستثمارات الخضراء"، إلى جانب عرض صفحة وزارة التنمية المحلية لموضوع "أطلس المدن المصرية المستدامة.. أداة لدعم التكيف مع التغيرات المناخية".

• عناصر القضايا المتعلقة بالمناخ في الصفحات مجال الدراسة:

أوضحت نتائج التحليل الكيفي أن قضايا التغيرات المناخية متعددة ومتنوعة، ويتم تناول كل قضية منها من خلال عرض العناصر الأساسية لها المتمثلة في أسباب هذه الظاهرة ونتائجها والمخاطر التي تسببها، وكيفية التصدي لها والجهود المبذولة لمواجهتها، وهو ما تم تناوله على الصفحات الثلاث مجال الدراسة كما يوضح جدول رقم (٧).

جدول رقم (٧)

عناصر القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية في الصفحات مجال الدراسة

العناصر	الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
أسباب التغيرات المناخية				٨	٦,٥	٣	١,٣
عناصر التغيرات المناخية				١٢	٩,٧	١٠	٤,٤
نتائج التغيرات المناخية		٣	٢,١	٧	٥,٦	٣	١,٣
كيفية مواجهة التغيرات المناخية		٤	٢,٦	١١	٨,٩	١٦	٧,١
مخاطر التغيرات المناخية		٦	٤,١	٤	٣,٥	٨	٣,٥
الجهود المبذولة لمواجهة التغيرات المناخية		١٣٥	٩٣,١	٨١	٦٥,٨	١٨٦	٨٢,٤
المجموع		١٤٥	%١٠٠	١٢٣	%١٠٠	٢٢٦	%١٠٠

من خلال قراءة نتائج الجدول رقم (٧) يتضح أن الجهود المبذولة من قبل الدولة المصرية ممثلة في الوزارات الثلاث مجال الدراسة احتلت المرتبة الأولى من بين عناصر تناول قضايا المناخ على صفحات الوزارات على موقع الفيس بوك، حيث جاءت على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي بنسبة ٨٦,٦% و صفحة وزارة البيئة بنسبة ٦٥,٨%، و صفحة وزارة التنمية المحلية بنسبة ٨٢,٤% وتنوعت تلك الموضوعات ما بين الجهود المبذولة من جانب الوزارة فقط، مثلما جاء في بعض المواد المنشورة منها: "مصر تخطو نحو النقل الأخضر. إنجازات جديدة في مشروع تحول الأتوبيسات للعمل بالغاز الطبيعي وذلك وفق خطة تعزيز النقل المستدام وخفض الانبعاثات وفق رؤية مصر ٢٠٣٠"، "برعاية وإشراف وزارة البيئة: الحملة الوطنية قللها تطلق عددًا من الفعاليات بمحافظة القاهرة"، "وزارة التنمية المحلية تطلق ورشة عمل لإعداد استراتيجياتها للتنمية المستدامة وتغير المناخ"، "وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تطلق حملة رواد المياه لتدريب الشباب على الاستفادة من الموارد المائية والحفاظ على الموارد الطبيعية".

المشورات حول الصور المزيد

وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي

تم تدشينه كأحد نتائج مؤتمر المناخ COP28

وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تناقش سبل تعزيز التعاون المشترك مع الرئيس التنفيذي للمركز العالمي لتمويل المناخ

عقدت الدكتورة رانيا المشاط، وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي؛ اجتماعاً افتراضياً مع السيدة/ "مرسيدس فيلا مونسيرات"، الرئيس التنفيذي للمركز العالمي لتمويل المناخ، وذلك لبحث سبل التعاون المشترك.

وناقش الطرفان خلال الاجتماع؛ تطور الأعمال بالمركز العالمي لتمويل المناخ، الذي تم إطلاقه خلال فعاليات مؤتمر المناخ COP28 بالإمارات العربية المتحدة، ويقع مقره في إمارة أبو ظبي، ويهدف إلى تسريع تمويل المناخ عالمياً وتعزيز الابتكار من خلال العمل المشترك بين مختلف الأطراف ذات الصلة، والتركيز على القطاع الخاص، وبناء القدرات.

وأكدت "المشاط"، ضرورة أن يستهدف مركز تمويل المناخ، دعم المنصات الوطنية كمحور رئيسي من محاور تنشيط العمل المناخي في الدول الناشئة، لاسيما وأنها كانت واحدة من التوصيات التي أكدت عليها التقارير الصادرة خلال مؤتمر

وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي

شاركت الدكتورة رانيا المشاط، وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، في جلسة بعنوان "الاستثمار في المناخ والتنمية: دور الهياكل المالية والضريبة الدولية"، حيث ناقشت الجلسة التحديات التي تواجه تعبئة الموارد من الداخل والخارج، والموارد المالية المتاحة، والأبعاد الاقتصادية الكلية المتعلقة بمواجهة تغير المناخ، وتمويل التنمية، كما تم مناقشة تحليلات استدامة الدين وأهمية أن تأخذ في الاعتبار مخاطر المناخ والاستثمارات المرتبطة به.

وفي كلمتها، أكدت وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي على أهمية تفعيل تحليلات استدامة الدين بشكل من والتي تعد أداة رئيسية لدعم التنمية وتمكين الاستثمار الخاص، مشيرة إلى أهمية تبني مقاربات جديدة في تحليل استدامة الدين، بما يتماشى مع متطلبات التنمية وتحديات التغير المناخي، مشيرة إلى أن تعزيز التنسيق بين المؤسسات الدولية، والاعتماد على أدوات تمويل مبتكرة، يمثلان أولوية في ظل التحديات العالمية الراهنة.

للمزيد: <https://moic.gov.eg/ar/news/2342>

H.E. Dr. Rania A. Al-Mashat, Minister of Planning, Economic Development and

6 مراحل على مدار السنوات المقبلة

تقييم شامل لنتائج المرحلة الأولى (فنيا وماليا وتشغيليا)

متابعة دورية من وزارة التنمية المحلية لضمان الالتزام بالجدول الزمني

"نقل نظيف.. هواء أنقى.. مستقبل مستدام"

#النقل_الأخضر

#الغاز_الطبيعي

#رؤية_مصر_2030

#التحول_الأخضر

#وزارة_التنمية_المحلية



٦٧ تعليقاً ١٣ مشاركة

في حين جاءت بعض المواد المنشورة لتوضح الجهود التي تقوم بها الوزارة مع الجهات الأخرى، وقد ظهر ذلك في عدد من البوستات منها: "وزيرة البيئة: نفذنا خطة مستديمة مع البنك الدولي والوزارات الشريكة لمواجهة السحابة السوداء والحد من مخاطر التغيرات المناخية"، "وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تناقش سبل التعاون المشترك مع الرئيس التنفيذي للمركز العالمي لتمويل المناخ"، "عقدت وزارة التنمية المحلية ورشة عمل موسعة بحضور قيادات الوزارة وخبراء التنمية لوضع اللمسات النهائية على الخطة الاستراتيجية للوزارة (٢٠٢٤-٢٠٣٠) استراتيجية تغير المناخ لتعزيز المرونة البيئية بالمحافظات".

وتناولت صفحتا وزارة البيئة ووزارة التنمية المحلية بعض الأسباب التي تؤدي إلى التغير المناخي ومنها: الانبعاثات الكربونية والتلوث البيئي بكافة عناصره من تلوث المياه والهواء والتربة، وجاء ذلك بنسب متفاوتة على كل صفحة، كما اهتم القائمون بالنشر بذكر بعض الوسائل التي تحد من مخاطر التغيرات المناخية ومنها: التعامل الصحيح مع البيئة، وإعادة التدوير للقمامة، وترشيد الاستهلاك، واستخدام المنتجات صديقة البيئة.

• الاستمالات المستخدمة في التوعية بقضايا المناخ في الصفحات مجال الدراسة:

تُعد الاستمالات واحدة من أهم أساليب التأثير في المتلقي، وهي وسيلة فعالة لضمان التأثير في الجمهور ومن ثم تحقيق أهداف الرسالة الاتصالية، لذا يلجأ القائمون بالاتصال في المؤسسات المختلفة إلى توظيف هذه الاستمالات في المواد التي يقومون بنشرها للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبصفة خاصة وسائل الإعلام الرقمي ومنها موقع الفيس بوك بوصفه الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في السنوات الأخيرة حسب التقارير ونتائج التراث البحثي، لذا فقد سعى القائمون بالنشر على صفحات الوزارات مجال الدراسة إلى الاستفادة من هذه الأساليب في نشر الأخبار والإنجازات والفاعليات والأنشطة الخاصة بالوزارة لمتابعتها على صفحة الفيس بوك.

جدول رقم (٨)

الاستثمارات المستخدمة في التوعية بقضايا المناخ في الصفحات مجال الدراسة

الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة		وزارة التنمية المحلية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
عاطفية	٩	٦,٢	١٣	١٠,٥	١٤	٦,١
منطقية	١٣٢	٩١,١	١٠٥	٨٥,٤	٢٠٩	٩٢,٥
تخوفية وتحذيرية	٤	٢,٧	٥	٤,١	٣	١,٤
المجموع	١٤٥	٪١٠٠	١٢٣	٪١٠٠	٢٢٦	٪١٠٠

تكشف نتائج جدول رقم (٨) أن الاستثمارات المنطقية جاءت في المرتبة الأولى من بين الاستثمارات التي يعتمد عليها القائمون بالنشر على الصفحات الثلاث في تناول قضايا التغيرات المناخية، وذلك بنسبة ٩١,١٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ٨٥,٤٪ على صفحة وزارة البيئة، ونسبة ٤,١٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية، ويرجع ذلك لكونهم مؤسسات حكومية تتحدث باسم الدولة المصرية، وقد ظهرت هذه الاستثمارات في عدة أشكال منها استخدام الإحصائيات وعرض التقارير التي توضح الإنجازات الخاصة بالوزارات في هذا الملف، إضافة إلى توضيح الجهود المبذولة والحث على أهمية التعاون من أجل تحقيق الاستدامة البيئية ومواجهة مخاطر التغيرات المناخية، وظهر ذلك في عدد من البوستات منها: "الدكتورة رانيا المشاط: التحول نحو الطاقة النظيفة يُعزز العمل المناخي ويدفع نحو زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر والإنتاجية وخلق فرص العمل".

في حين ظهرت بعض المواد المتعلقة بقضايا المناخ على الصفحات الثلاث معتمدة على الاستثمارات العاطفية المدعمة بالصور، وذلك لتشجيع الجمهور على التفاعل مع المبادرات التي تقدمها الحكومة للتوعية بمخاطر التغيرات المناخية وتشجيع الجمهور على الحفاظ على الموارد الطبيعية والعناصر البيئية المحيطة، وظهر ذلك بنسبة ٦,٢٪ على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، ونسبة ١٠,٥٪ على صفحة وزارة البيئة، ونسبة ٦,١٪ على صفحة وزارة التنمية المحلية وجاء منها ما يلي: "وزيرة البيئة تؤكد على استمرار تقديم الدعم والمساندة لفاعلي مصر فيما يخص شهادات الكربون، وتقوم بتسليم حوافز شهادات الكربون على المزارعين أبطال المناخ"، "وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تطبق مبادرة لتحفيز الطاقات الشابة من المبتكرين والطلاب والباحثين وتشجيعهم على تطوير حلول علمية وواقعية قابلة للتطبيق على أرض الواقع من أجل التصدي للتحديات التي تواجه مصر في مجال الأمن المائي باعتباره أحد محاور التنمية المستدامة والتكيف مع تغير المناخ".

ونظرًا لكون الأساليب والاستثمارات التي تعتمد على إثارة الخوف لدى الجمهور المتلقي حول مضمون الرسالة الإعلامية قد يؤثر سلبًا على تحقيق الأهداف المرجوة من القائم بالاتصال، فقد جاء هذا النمط من الاستثمارات في المرتبة الأخيرة من المواد المنشورة على الصفحات خلال فترة التحليل، وظهر ذلك في عدد محدود من البوستات جاء أغلبها في سياق ضمني، ومنها ما جاء على صفحة وزارة التخطيط: "وأكدت وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، على المخاطر التي يسببها تغير المناخ عالميًا ليس فقط على النظام البيئي ولكن على الحياة بشكل عام"، "ونكرت المشاط أنه رغم التقدم الذي

أحرزته بعض المناطق، إلا أن جهود التحول العادل نحو الطاقة المتجددة لا تزال غير متكافئة". وظهر أيضاً في بعض المواد المنشورة على صفحة وزارة البيئة، وقد جاء منها: "وزير البيئة تشير إلى ضرورة تغيير الخريطة الزراعية لتناسب مع تحدي تغير المناخ، وقد أشارت الوزيرة إلى أهمية اتفاقية التصحر لأفريقيا، حيث أشارت إلى أن ٤٥٪ من الأراضي الأفريقية تأثرت بالتصحر وباقي الدول وباقي الأراضي معرضة لمواجهته، كما أن بعض الدول الأفريقية أكثر تهديداً لكونها لا تعتمد على أنظمة متنوعة".

• الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة التغيرات المناخية كما عكستها صفحات الوزارات مجال الدراسة على موقع الفيس بوك:

سعت الدراسة في جدول رقم (٩) إلى رصد كل ما نشرته الصفحات مجال الدراسة من استراتيجيات اتصالية ممثلة في الأنشطة والفاعليات معتمدة في ذلك على استراتيجية الإعلام والإخبار، إلى جانب الاعتماد على استراتيجية الإقناع والترغيب من خلال عرض المبادرات، والحملات التوعوية التي تهدف إلى نشر الوعي البيئي للجمهور تجاه قضايا التغيرات المناخية، للتعرف على كيفية استخدام الوزارات لوسائل الإعلام الرقمي ممثلة في موقع الفيس بوك في التوعية بقضايا التغيرات المناخية من خلال صفحاتهم الرسمية.

جدول رقم (٩)

الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة التغيرات المناخية بالوزارات مجال الدراسة

الوزارة	وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي		وزارة البيئة المصرية		وزارة التنمية المحلية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الاستراتيجية						
عرض الأنشطة والفاعليات	١١٢	٧٧.٢	٦٨	٥٥.٣	١٣٣	٥٨.٨
عرض مبادرات الاتصال الأخضر	١٢	٨.٣	٢٣	١٨.٧	٤٢	١٨.٦
عرض الحملات التوعوية	٢١	١٤.٥	٣٢	٢٦	٥١	٢٢.٦
المجموع	١٤٥	١٠٠٪	١٢٣	١٠٠٪	٢٢٦	١٠٠٪

اهتمت صفحات الوزارات الثلاث في المقام الأول بعرض الأنشطة والفاعليات التي تقوم بها كل وزارة منها في ملف التغيرات المناخية، وذلك لتوضيح الجهود المبذولة من قبل الحكومة تجاه تلك القضايا، فنشرت صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي الأنشطة والفاعليات التي تقوم بها الوزارة وذلك بنسبة ٧٧,٢٪ من إجمالي المواد المتعلقة بقضايا المناخ على صفحاتها، والتي جاء من بينها: "وزير التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي تُشارك في فعاليات المنتدى الاقتصادي العالمي" دافوس "لمناقشة جهود مواجهة تحديات الديون في الدول النامية ودفع المناخ"، "شاركت وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي في منتدى أفريقيا تنمو خضراء للتمويل المناخي"، "أعلنت الدكتورة رانيا المشاط وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي اختيار مصر ضمن ٧ دول من بين ٢٦ دولة تقدمت للاستفادة من برنامج خفض الانبعاثات بالقطاع الصناعي التابع لصندوق الاستثمار المناخي CIV". كما عرضت صفحة وزارة البيئة للعديد من الأنشطة والفاعليات التي تقوم بها الوزارة فيما يخص موضوع التغيرات المناخية، وظهر ذلك بنسبة ٥٥,٣٪ وقد جاء من بينها: "وزير

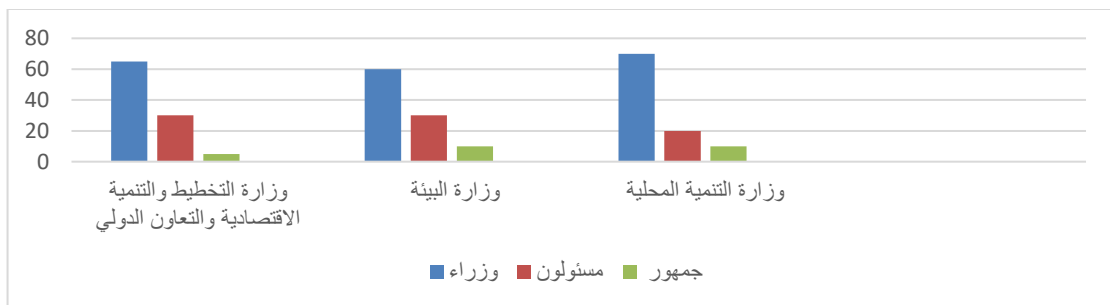
البيئة تفتتح احتفالية البنك الدولي تحت عنوان: العمل المناخي والتحول الأخضر"، "وزيرة البيئة تشارك في احتفالية أبطال المناخ من المزارعين المصريين"، "وزيرة البيئة تعقد اجتماعاً للتنسيق الوطني للإعداد لمشاركة مصر بمؤتمر المناخ COP30". في حين بلغت نسبة عرض صفحة وزارة التنمية المحلية للأنشطة والفاعليات التي تقوم بها الوزارة في موضوع قضايا المناخ ٥٨,٨٪ ومن تلك الفاعليات "وزارة التنمية المحلية تطلق ورشة عمل لإعداد استراتيجياتها للتنمية المستدامة وتغير المناخ"، "توقيع عقد تشغيل مصنع تدوير المخلفات بالمنيا خطوة جديدة نحو الاستدامة ومواجهة التغيرات المناخية"، "وزارة التنمية المحلية تطلق أطلس المدن المصرية المستدامة أداة لدعم التكيف مع التغيرات المناخية".



كما سعت الصفحات مجال الدراسة إلى توظيف استراتيجية الإقناع في تحفيز الجمهور على المشاركة في مواجهة التغيرات المناخية، وذلك بعرضها لعدد من المبادرات والحملات التوعوية التي تنظمها كل وزارة، وذلك بنسب متفاوتة من صفحة لأخرى. إلا أن هذه النتيجة توضح أن الدور التوعوي للوزارات في قضايا التغيرات المناخية عبر صفحاتها الرسمية مازال محدود وفي حاجة إلى جهد أكبر.

٦- الشخصيات الفاعلة في المواد المنشورة بالصفحات مجال الدراسة:

من خلال الاستقراء والتحليل الكيفي ظهر للباحثة عدة جهات فاعلة تم ذكرها في المواد المنشورة على الصفحات مجال الدراسة خلال فترة التحليل، وقد تم تحديدهم في ثلاث فئات هي: الوزراء، المسئولون، الجمهور.



شكل رقم (٣)

الشخصيات الفاعلة في المواد المنشورة بالصفحات مجال الدراسة

يوضح الشكل رقم (٣) أن الوزراء هم أكثر الشخصيات الفاعلة التي ذكرتها البوستات عينة الدراسة التحليلية على الصفحات الثلاث مجال الدراسة، وذلك لكون الصفحات منصات رسمية تنشر ما يخص الوزارة من أخبار وفاعليات وأنشطة تقوم بها الوزارة المسئولة عن الوزارة، وفي خلال فترة الدراسة كان السادة الوزراء بالوزارات مجال الدراسة هم: الدكتورة رانيا المشاط وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، الدكتورة ياسمين فؤاد وزيرة البيئة، الدكتورة منال عوض وزيرة التنمية

المحلية؛ لذا فكانت أغلب الأخبار التي تخص الوزارة يتم بها ذكر الوزيرة المعنية. ومن خلال الاستقراء لما يقدم على الصفحات من أخبار وإنجازات قدمتها الشخصيات الفاعلة الممثلة في السادة الوزراء، لاحظت الباحثة أن هذه الشخصيات لها أدوار فعلية وإنجازات ملموسة في ملف التغيرات المناخية (موضوع الدراسة) تقدم أغلبها من خلال وسائل الاتصال الشخصي ممثلة في الاتصال المباشر مع المسؤولين في القطاعات المختلفة عن طريق الاجتماعات واللقاءات التي تعقدها كل وزارة مع كل قطاع، وهو ما ترتب عليه أن ذكر المسؤولين قد جاء في المرتبة الثانية على كافة الصفحات، حيث تم ذكر الفاعليات التي تقوم بها الوزارة ومنها ما ذكر على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي: "بحثت الدكتورة رانيا المشاط، وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي مع السيد سيمون ستيل الأمين التنفيذي لاتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ". كما ظهر ذلك أيضًا على صفحة وزارة البيئة ممثلًا في عدد من المنشورات منها: "وزيرة البيئة تشهد توقيع بروتوكول تعاون يهدف إلى نشر الوعي البيئي وتطوير منظومة الرصد البيئي بين جهاز شئون البيئة ومؤسسة حماية البيئة البحرية، شهد التوقيع الأستاذ خالد رسلان المدير التنفيذي للمؤسسة، والدكتور علي أبو سنه الرئيس التنفيذي للجهاز"، "عقدت الدكتورة ياسمين فؤاد وزيرة البيئة، اجتماعًا موسعًا بمقر الوزارة بالعاصمة الإدارية مع عدد من ممثلي الوزارات المعنية لبحث التنسيق الوطني بشأن التحضير لمشاركة مصر بمؤتمر المناخ cop30 والذي سيعقد في البرازيل". وذكرت صفحة وزارة التنمية المحلية العديد من الفاعليات التي تقوم بها الوزارة مع المسؤولين في الجهات المختلفة ومنها: "وزيرة التنمية المحلية الدكتورة منال عوض تبحث مع محافظ الإسكندرية تداعيات الطقس السيء على المحافظة".

من خلال عرض المواد التي ضمت جهات فاعلة من المسؤولين ظهر أنها لم تخل من ذكر الوزيرة المعنية وذلك لكونها الجهة الحكومية المختصة، كما أن ثقة الجمهور في المعلومات التي تذكر باسم الوزراء والمسؤولين، تفوق غيرهم من الشخصيات، وهو ما يجعل القائمين على ملف التوعية يهتمون بذكر جهود الوزراء في هذا الملف من أجل تحقيق قدر أكبر من تفاعل الجمهور تجاه القضايا، وهو ما أشارت إليه دراسة أسماء محمد (٢٠٢٣) التي أوضحت أن الشخصيات الحكومية والوزراء هم أهم الشخصيات الفاعلة المساعدة على الإقناع في تناول موضوع التغيرات المناخية على المواقع الإلكترونية. ولكون الجمهور هو الجهة المستهدفة من المواد المنشورة على الصفحة، وفي ضوء سعي الوزارات لتوضيح إنجازاتها في الموضوعات التي تهتم المواطنون، وتشجعهم على المشاركة في جوانب التنمية المختلفة، فقد تم ذكر الجمهور في عدد من المواد المنشورة منها ما ذكر: "وزيرة البيئة تؤكد على استمرار الدعم والمساعدة لفاعلي مصر فيما يخص شهادة الكربون، وتقوم بتسليم حوافز شهادات الكربون على المزارعين أبطال المناخ"، "وزيرة التنمية المحلية تتلقي تقريرًا حول شكاوى وطلبات المواطنين المقدمة من خلال حملة صوتك مسموع".

سادسًا- النتائج العامة:

جاءت أهم النتائج على النحو التالي:

١- من حيث الموضوعات: أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن أكثر الموضوعات التي ذُكرت في المواد المنشورة للوزارات الثلاث (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي، وزارة البيئة، وزارة التنمية المحلية) كانت تتمثل في إظهار الإنجازات الخاصة بالوزارة في القضايا المختلفة، ولاسيما قضايا التنمية المستدامة التي جاء على رأسها موضوع تغير المناخ، وذلك من أجل نشر الدور الذي تقوم به ونقله إلى الرأي العام، وبالتالي تحسين الصورة الذهنية للوزارة، وجذب الجمهور لمتابعة أخبارها، وهو

ما يتفق مع سياسة التحول الرقمي الذي تبنتها الحكومة المصرية في استخدام وتوظيف كل وسائل الإعلام الرقمي في إنجاز المهام الخاصة بكل مؤسسات الدولة ونشر الأخبار الصحيحة للجمهور.

٢- اعتمدت الوزارات الثلاث في عرضها للمحتوى المنشور على صفحاتها على موقع الفيس بوك على اللغة العربية بوصفها لغة أساسية في نقل الرسالة للجمهور المتابع لها، واستخدمت بعض الكلمات والعبارات العامية لكنها في نطاق محدود للغاية، فكان النصيب الأكبر للغة العربية الفصحى وذلك وفقاً لكونها مؤسسات حكومية تتحدث باسم الدولة المصرية، في حين لم يتم إغفال اللغة الإنجليزية التي استخدمت في ترجمة بعض البوستات المنشورة على صفحة وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي خاصة في عرض الفاعليات التي تقوم بها الوزارة على النطاق الإقليمي والدولي، وجاء ذلك متوافقاً مع ما أشار إليه التراث النظري الذي أوضح أن من عوامل نجاح الوسيلة الاتصالية تعدد اللغات المستخدمة مع مراعاة تقديم الموقع باللهجة المحلية لبلد الموقع.

٣- ولسعي الوزارات لجذب عدد كبير من الجمهور للمواد المنشورة على صفحاتها وتحقيق أكبر قدر من التفاعل لإمكانية قياس رجع الصدى وردود أفعال الجمهور تجاه المواد المنشورة، فقد قام المسؤولون عن صفحات الفيس بوك بالوزارات بالاستفادة من الوسائط المتعددة التي يتيحها موقع الفيس بوك في نشر المحتوى بطرق متعددة، مثل: الاعتماد على الصور التي جاء في مقدمتها الصور الحية وصور السادة الوزراء، واستخدام تقنية الفيديو في عرض عدد من الفاعليات التي تنظمها الوزارات، إضافة إلى اهتمام صفحات وزارتي التخطيط والتنمية المحلية باستخدام الإنفوجراف في عرض بعض التقارير الخاصة بالوزارة. في حين جاء أكثر الوسائط استخداماً في الصفحات الثلاث الاعتماد على الأسلوب المتعدد المتمثل في النص مصاحب لصورة وهاشتاج، وهو ما يتفق مع دراسة سوسن سكي (٢٠٢٠)، التي أشارت إلى أن تناول عناصر الإبراز المتعددة يسهم بصورة كبيرة في جذب الجمهور للمادة المنشورة وزيادة عدد المتابعين على الصفحات، وهو ما يتفق مع القضايا المشتقة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية التي أوضحت أن وسيلة الإعلام الرقمي الممثلة في الفيس بوك في الدراسة الراهنة تتيح تعدد الرموز في نقل الرسالة سواء كانت تلك الرموز لفظية من خلال النص المستخدم أو مقاطع الفيديو أو الرموز غير اللفظية التي يعبر عنها بالصور والرسوم وغيرها.

٤- ظهرت أهم نتائج الدراسة التحليلية في أن الرسائل التوعوية للجمهور نحو قضايا التغيرات المناخية موضوع الدراسة، جاء معظمها في نطاق ضمني أكثر من الاعتماد على العبارات الصريحة، من خلال عرض الإنجازات التي تقدم في مجال ترشيد الاستهلاك والمحافظة على البيئة وإعادة تدوير المنتجات وغيرها، وتم الاعتماد على الاستمالات الإقناعية التي ظهر أهمها في الاستمالات العقلية المنطقية أكثر من استخدامها لأسلوب التحذير والتخويف، وربما يرجع ذلك إلى اهتمام القائمين على الصفحات بإقناع المواطنين باستخدام الأدلة العقلية المنطقية بأهمية الإنجازات والجهود التي تبذلها الدولة من أجل الإصلاح والتنمية؛ وهو ما أكدته دراسة حنان موسى (٢٠٢٤).

٥- كما كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن أن الدور التوعوي تجاه قضايا التغيرات المناخية بوزارتي التخطيط والتنمية الاقتصادية والتعاون الدولي ووزارة التنمية المحلية ظهر في نطاق محدود مقارنة بوزارة البيئة، وإن كانت هي الأكثر تخصصاً بالموضوع، فبالنظر إلى استراتيجية مصر لتغير المناخ ٢٠٥٠ يلاحظ أنها ألقت الدور على جميع الوزارات المصرية كلّ حسب تخصصه في الإسهام في تحقيق أهداف الاستراتيجية بالطرق المتعددة ومنها توعية الجمهور بأهمية ترشيد الاستهلاك والمحافظة على العناصر البيئية المحيطة من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، كما أن وزارة التخطيط والتنمية

الاقتصادية والتعاون الدولي تقع ضمن الهيكل التنظيمي للمجلس الوطني للتغيرات المناخية الذي من بين أهدافه رفع وعي المسؤولين ومتخذي القرار والجمهور بكل ما يتعلق بالتغيرات المناخية.

٦- أظهرت النتائج التحليلية توظيف الوزارات الثلاث لبعض الاستراتيجيات الاتصالية في عرضها للموضوعات المنشورة على صفحاتها على موقع الفيس بوك، حيث كشفت عن اهتمام الصفحات مجال الدراسة باستراتيجية الأخبار والإعلام في عرض الأنشطة والفاعليات وعرض المعلومات التي تعكس جهود وإنجازات الدولة في ملف التغيرات المناخية، إلى جانب الاعتماد على استراتيجية الإقناع والترغيب من خلال عرض معلومات عن جهود الدولة المستمرة للتصدي لمخاطر التغيرات المناخية، إضافةً إلى عرضها لبعض من الحملات والمبادرات التي تقوم بها الوزارة، وذلك لحث الأفراد على ممارسة السلوكيات الصحيحة في تعاملهم مع البيئة، وهو العنصر الأهم في التوعية.

التوصيات:

كشفت نتائج الدراسة عن عدد من الإشكاليات والتحديات جاءت على النحو التالي:

- غلبة الطابع الإخباري على المحتوى.
 - ضعف الطابع التفاعلي والاكتفاء بنشر البيانات.
 - قصور في المحتوى التوعوي نحو قضايا المناخ.
 - قصور في استثمار عناصر الثراء الإعلامي لتحقيق حوار متبادل وفعال مع الجمهور.
- لذا توصي الدراسة بعدد من التوصيات تتمثل في:

- (١) إنشاء خطة اتصال رقمي وطنية للمناخ تحت إشراف مجلس الوزراء.
- (٢) عمل حملات وطنية موحدة مثل "أسبوع المناخ المصري الرقمي" بالتعاون بين جميع الوزارات.
- (٣) تعزيز التنسيق بين الوزارات عبر لجنة عليا للاتصال المناخي.
- (٤) التزام القائمين بالنشر بالرد على تعليقات الجمهور واستفساراته.
- (٥) الاستثمار في الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي لإنتاج محتوى متطور يحاكي آثار المناخ والاستفادة منه في رصد وتحليل المنشورات والتغريدات المرتبطة بقضايا المناخ وتحليلها وتدقيقها.
- (٦) استخدام الهاشتاج الموحد لتجميع جهود الوزارات في التوعية بقضايا المناخ.

المراجع العربية:

- أسماء محمد مصطفى (٢٠٢٣). الاستراتيجيات الخطابية الإقناعية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الإخبارية - دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٤.
- اعتماد محمد علام (٢٠١٩). الإحصاء في البحوث الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- إيناس رضوان (٢٠٢٣). أثر المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالتغيرات المناخية: بالتطبيق على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٤ الجزء ٢، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ ٢٨ لكلية الإعلام.

- حازم ناصر (٢٠٢٤). توظيف الخدمات الرقمية في الوزارات المصرية وتأثيرها على الجمهور في ضوء نموذج ATAUT، ونموذج E-service Quality Modell ، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٦٩، الجزء الثاني.
- حنان موسى عبدالعال (٢٠٢٤). دور العلاقات العامة الرقمية بالوزارات المصرية في تعزيز سمعة الدولة داخليًا" وزارة التنمية المحلية نموذجًا"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦٩، الجزء ٣.
- دعاء عبد الفتاح (٢٠٢٤). اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية على صفحات (الفيسبوك) cop27 نموذجًا "دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- ريم الشريف (٢٠٢٢). التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٠، الجزء ١.
- ريم عبد الرازق أحمد (٢٠٢٥). دور العلاقات العامة الرقمية بمواقع الوزارات الخدمية في زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية "دراسة ميدانية"، دورية علمية محكمة، كلية الآداب، جامعة أسوان، المجلد الثاني.
- سالي جاد (٢٠٢١). حملات التوعية الصحية في صفحات وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٧.
- سالي ماهر (٢٠١٩). الأداء الإعلامي للجهات الوزارية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر نموذجًا"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ١٨.
- سامح فوزي (٢٠٢٣). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية". المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف
- سهير عثمان عبد الحليم (٢٠٠٦). علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- سوسن سكي (٢٠٢٠). التناول الإعلامي لظاهرة التغيرات المناخية عبر المدونات الإلكترونية البيئية - مدونة المنظمة العالمية لحماية البيئة: دراسة تحليلية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية العدد ٢، مجلد ١٧.
- شيماء ذو الفقار (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- طارق بشرى (٢٠١٥). جهاز الدولة وإدارة الحكم في مصر المعاصرة، دار نهضة مصر للنشر.
- عبد السلام شكر (٢٠١٩). الإعلام التوعوي: المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الطبعة الأولى.
- عبير عثمان (٢٠١٩). "العلاقة بين النمو السكاني والتغيرات المناخية في مصر" المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة. العدد ٣، كلية التجارة، جامعة عين شمس
- كايد خالد عبد السلام (٢٠١٥). التغير المناخي بالعالم، الطبعة الأولى، دار الجنادرية للطبع والتوزيع.

- لمياء عرابي (٢٠٢٢). الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية "دراسة ميدانية"، عدد خاص، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- محمد عبد الحميد (٢٠٠٤). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة.
- محمد فؤاد، هناء حمدي (٢٠٢٣). التماس الجمهور المصري للمعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي حول مؤتمر قمة المناخ cop27 وعلاقته بمستوى الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، العدد ٢٩.
- مروة صبحي (٢٠٢٠). دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "اتحضر للأخضر"، مجلة قانون العمل والتشغيل، المجلد الخامس، العدد الثالث.
- مريم عيد (٢٠٢٢). مصر في عالم يشغل، دار سما للنشر والتوزيع.
- مريم يوسف حسن (٢٠١٣). أثر استخدام الفيس بوك في تنمية الوعي بالتغيرات المناخية لدى طلبة الصف العاشر الأساسي واتجاهاتهم نحو استخدامه في التعلم، رسالة ماجستير منشورة، كلية التربية، جامعة السلطان قابوس، عُمان.
- مها بخيت (٢٠٢٤). دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٦٩، العدد ٢.
- هاجر حلمي (٢٠٢٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو الجرائم البيئية وتغير المناخ، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦٤، الجزء ١.
- هدير محمود (٢٠٢٢). استخدام الحكومة المصرية لوسائل التواصل الاجتماعي للترويج لأهداف التنمية المستدامة، الصفحة الرسمية لرؤية مصر ٢٠٣٠ على موقع الفيس بوك نموذجًا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٠، الجزء ٢.

Arabic References — Romanized and Translated

- ‘Abd al-‘Āl, Ḥanān Mūsā. (2024). *Dawr al-‘alāqāt al-‘Āmmah al-raqamīyah bāl-wizārāt al-Miṣriyyah fī ta‘zīz sam‘at al-dawlah dāhiliyyan: Wizārat al-Tanmīyah al-Maḥallīyah namūdhajan* [The role of digital public relations in Egyptian ministries in enhancing the state's internal reputation: A case study of the Ministry of Local Development]. *Majallat al-Buḥūth al-lāmīyah* [Journal of Media Research], (69), Part 3.
- ‘Abd al-Fattāḥ, Du‘ā’. (2024). *Ittijhāt al-jumhūr naḥw mutāba‘at quḍāyā al-tagāyyurāt al-manākiyyah ‘alā ṣafḥāt (al-Fīs Būk) COP27 namūdhajan: Dirasah mīdāniyyah* [Public attitudes towards following climate change issues on COP27 Facebook pages: A field study]. *Majallat al-Buḥūth al-lāmīyah* [Journal of Media Research], Faculty of Media, Al-Azhar University.

- ‘Abd al-Rāziq, Rīm Aḥmad. (2025). *Dawr al-‘alāqāt al-‘Āmmah al-raqamīyah bīmawāqī‘ al-wizārāt al-ḳidamīyah fī zīyādat wa‘ī al-jumhūr bi-quḍāyā al-tagayyurāt al-manāḳiyyah: Dirasah mīdāniyyah* [The role of digital public relations in service ministries' websites in increasing public awareness of climate change issues: A field study]. *Dawriyah ‘Ilmīyah Maḥkūmah* [Peer-reviewed Scientific Journal], Faculty of Arts, Aswan University, 2nd Volume.
- ‘Abu al-Qāsim ‘Abū Sabīḥah, al-Mabrūk Muḥammad. (2023). *Ta‘tīr al-amn al-mujtama‘ī fī al-insijām al-mujtama‘ī: al-ḥāl al-Lībiyyah namūdhajan* [The impact of community security on social cohesion: The Libyan case study]. *Majallat al-I‘lām wa-al-‘Ulūm al-Ijtimā‘iyyah lil-Abḥāth al-Taḥaṣṣuṣiyyah* [Journal of Media and Social Science Research], (1), Libya.
- Fawzī, Sāmiḥ. (2023). *Ta‘tīr al-ta‘arruḍ lil-mawāqī‘ al-‘iḥbārīyah ‘alā al-wa‘ī bimukhaṭṭarāt al-tagayyurāt al-manāḳiyyah ladā al-jumhūr al-miṣrī: Dirasah mīdāniyyah* [The impact of exposure to news websites on awareness of climate change risks among the Egyptian public: A field study]. *Al-Majallah al-Miṣriyyah li-Buḥūth al-I‘lām* [The Egyptian Journal of Media Research], Faculty of Media, Beni Suef University.
- Jād, Sālī. (2021). *Ḥamalāt al-taw‘iyah al-ṣiḥḥīyah fī ṣafḥāt Wizārat al-ṣiḥḥah al-Miṣriyyah ‘alā mawāqī‘ al-tawāṣul al-ijtimā‘ī* [Health awareness campaigns on the Egyptian Ministry of Health's social media pages]. *Al-Majallah al-Miṣriyyah li-Buḥūth al-I‘lām* [The Egyptian Journal of Media Research], (77).
- Mūsā, Marwā Ṣubḥī. (2020). *Dawr al-ṣafḥāt al-rasmīyah al-Miṣriyyah ‘alā wasā’il al-tawāṣul al-ijtimā‘ī fī da‘m al-tanmīyah al-bi‘iyyah al-mustadāmah: Bil-taṭbīq ‘alā ṣafḥat "Ittaḥaḍar lil-Aḳḍar"* [The role of Egyptian official social media pages in supporting sustainable environmental development: A case study of the "Get Ready for Green" page]. *Majallat Qānūn al-‘Amal wa-al-Taṣḡīl* [Journal of Labor Law and Employment], 5(3).
- Mūsā ‘Abd al-‘Āl, Ḥanān. (2024). *Dawr al-‘alāqāt al-‘Āmmah al-raqamīyah bāl-wizārāt al-Miṣriyyah fī ta‘zīz sam‘at al-dawlah dāḥilīyyan: Wizārat al-Tanmīyah al-Maḥallīyah namūdhajan* [The role of digital public relations in Egyptian ministries in enhancing the state's internal reputation: A case study of the Ministry of Local Development]. *Majallat al-Buḥūth al-I‘lāmīyah* [Journal of Media Research], (69), Part 3.
- Maḥmūd, Ḥadīr. (2022). *Istikhdām al-ḥukūmah al-Miṣriyyah li-wasā’il al-tawāṣul al-ijtimā‘ī li-al-tarwīj li-ahdāf al-tanmīyah al-mustadāmah: Al-ṣafḥah al-rasmīyah li-Ru’yah Miṣr 2030 ‘alā Mawqī‘ al-Fīs Būk namūdhajan* [The use of Egyptian government social media to promote sustainable development goals: The official page of Egypt Vision 2030 on Facebook as a case study]. *Al-Majallah al-Miṣriyyah li-Buḥūth al-I‘lām* [The Egyptian Journal of Media Research], (80), Part 2.

English References

- Abdelsalam, H., et al. (2013). Social Media in Egyptian Government Websites: Presence, Usage, and Effectiveness. *Government Information Quarterly*, 30(1), 122–130.
- Balarabe, Y., et al. (2020). Climate change: Media coverage and perspectives of climate change in Kano, Nigeria. *Journal of Energy Research and Reviews*, 6(2), 1–12.
- Erik, A. (2020). Environmental education in the television media: Case study—Oromar TV. *Alteridad*, 15(1), 115–126. <https://doi.org/10.17163/alt.v15n1.2020.10>
- Kock, N. (2005). Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior Toward E-Communication Tools. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 48(2), 117–130.
- Kwnawy, G. (2015). Social media in Egypt: Case studies of three ministries (*master's thesis*). American University in Cairo, Egypt. *AUC Knowledge Fountain*.
- Iqbal, M., & Hussain, S. (2022). Media Reporting On Climate Change Crisis In Pakistan: Identifying Corrective Strategies. *Information Development*.
- Luqman, Y. (2021). Millennial information-seeking behavior about climate change. In *Proceedings of the 5th International Conference on Indonesian Social and Political Enquiries (ICISPE)*, Indonesia.
- Rafea, A. (2024). Humanity And Nature In Climate Change: Sustainable Agro-Ecology In Global Drylands. Wallingford, UK: *CABI*.
- Sulaiman, A., & Muzamil, M. (2014). Social media: Dynamism, issues, and challenges. In *Media richness theory for social media research: Opportunities and challenges* (pp. 120–145). IGI Global.
- Valerie, S., et al. (2021). Climate change in news media across the globe: An automated analysis of issue attention and themes in climate change coverage in 10 countries (2006–2018). *Global Environmental Change*, 70, 102–118.
- Wen, S., Xionng, J., & Chen, C. (2019). What framework promotes saliency of climate change issues on the online public agenda? A quantitative study of online knowledge community Quora. *Sustainability*, 11(6), 1650. <https://pubag.nal.usda.gov/catalog/6528601>
-