

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الاليكترونية

في تحقيق اهدافها

دراسة تحليلية ميدانية

د. ريم احمد عادل *

المقدمة :

تستفيد كل انماط المنظمات من التواصل مع جمهورها عبر مواقعها الاليكترونية الا ان المنظمات النشطة قد تكون هي الاكثر استفادة من هذا الاتصال الحواري المحتمل عبر المواقع الاليكترونية للمنظمات .

من منظور المنظمات تعتبر المواقع الاليكترونية وسيلة اتصالية يمكن التحكم فيها وتستطيع من خلالها نقل ثقافة المنظمة الى المجتمع ،وتوضيح اهدافها للجمهور الداخلى والخارجى، كما انها تستخدمها للتعبير عن احداث وانجازات المنظمة ووسيلة يعبر بها الجمهور عن افكاره ورائه ومن خلال ذلك تتمكن المنظمة من تدعيم علاقتها بالجمهور ومتابعة اتجاهات الراى العام ورد فعله تجاه سياساتها والرد على المفاهيم الخاطئة والانتقادات التى توجه لها¹. الى جانب تأسيس علاقة مع قادة الراى فى المجتمع والقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع من خلال دعم البرامج الصحية او الثقافية او التعليمية او الرياضية او الانسانية ،وتقديم معلومات عن أنشطة وتطور اعمال المنظمة الى اعضائها ودفعهم للمشاركة فى اعمال المنظمة.² ومن منظور جماعات المصالح تعتبر المواقع الاليكترونية وسيلة اتصالية يمكن استخدامها فى متابعة اخبار المنظمات وتقييمها جيدا، كما تضمن له السيطرة على ما يتعرض له من مضمون ،كما انها توفر له مجالا واسعا للاختيار بصورة اكبر من الوسائل الاخرى ،كما تتيح له حرية تبادل المعلومات والحصول عليها بسرعة وبشكل متزامن مع القائم بالاتصال.³

* المدرس بقسم العلاقات العامة والاعلان - كلية الإعلام جامعة القاهرة

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

من الهام دراسة المنظمات النشطة فى مجال العلاقات العامة وذلك لان لها طبيعة خاصة فيما يتعلق باحتياجاتها الاتصالية واقامة العلاقات مع جمهورها. فهذه المنظمات تهتم بالحفاظ على عضوية افرادها، وبالتطور فى السوق التنافسى الخاص بها وهو سوق الافكار والقضايا، وبالتوافق مع التغيرات التى تحدث فى بيئة عملها. تعتمد الكثير من هذه المنظمات -ذات الميزانية المحدودة- على وسائل العلاقات العامة التقليدية باعتبارها طرق غير مكلفة وفعالة للتواصل مع الجمهور. الا انه من الصعب الحفاظ على استمرار المنظمات النشطة لان هناك الكثير من المنظمات النشطة المختلفة -الكبيرة والصغيرة فى الحجم⁴.

ذكر W.T.Coombs ان الانترنت يعتبر وسيلة اتصالية متوازنة بالنسبة للمنظمات النشطة لانه يقدم ادوات اتصالية مباشرة ومنخفضة التكلفة ويمكن التحكم بها والتى من خلالها تستطيع المنظمات النشطة تعظيم جهودها واقامة روابط بينها وبين جماعات المصالح الاخرى ذات الفكر المشابه⁵. وترجع هذه الاهمية والفاعلية الاتصالية للانترنت لافتقاد المنظمات غير الربحية غالبا الى الخبرة والتطوير فى ممارستها للعلاقات العامة. لذلك يعتبر الانترنت احد افضل الوسائل الاتصالية التى تستطيع المنظمات النشطة توصيل رسائلها عن طريقه وكسب مساندة جماهيرية للقضايا التى تتبناها.وتستطيع المنظمات النشطة استخدام الانترنت فى اقامة علاقات مع جمهورها عن طريق تعزيز الاتصال الحوارى⁶.

اقترح كل من M.L.Kent and M.Taylor (1998) خمس مبادئ حوارية يمكن ان توجه المنظمات المهتمة بتشكيل علاقات حوارية فى اتجاهين مع جمهورها عبر الوسائط الاتصالية . ولذلك تهدف هذه الدراسة لتحليل المواقع الالكترونية لاحد انماط المنظمات النشطة لتحديد مدى فعالية تطبيقها لمبادئ الاتصال الحوارى بهدف اقامة علاقات بين المنظمة وجمهورها وتلبية احتياجاتهم المعلوماتية،بالاضافة الى التعرف على وجهة نظر جمهور هذه المنظمات فى المواقع وتقييمهم لها .

يعتبر تعريف ما هو المقصود بمصطلح المنظمات النشطة هو اول التحديات التى تواجه الباحثون عند مناقشة هذا الموضوع . فهناك مصطلحات متنوعة تستخدم للاشارة للمنظمات النشطة مثل الجماعات ذات الاهتمامات الخاصة،جماعات

الضغط، منظمات المجتمع المدني، الحركات الاجتماعية. ⁷ قدمت L.Grunig (1992) تعريفا للجماعة النشطة بانها "تنظيم يتكون من فردين او مجموعة من الافراد ويهدف الى التأثير على فئة جماهيرية او اكثر عن طريق اتخاذ اجراءات معينة لتحقيق اهدافا سياسية او اقتصادية او اجتماعية." الا ان هذا التعريف يمكن ان يصف الكثير من المنظمات. ⁸ عرف J.M.Berry (1984) الجماعة النشطة بانها تنظيم مكون من مجموعة من الافراد يجمعهم هدف مشترك ويحاولون التأثير على السياسة العامة من اجل تحقيق هذا الهدف. ⁹ ذكر M.F.Smith (1997) ان الهدف الرئيسى للمنظمات النشطة هو التأثير على السياسة العامة او السلوكيات التنظيمية او العادات والقيم الاجتماعية. ومن الهام التأكيد على ان الجماعات النشطة ما هى التنظيم وبالتالي تواجه نفس التحديات التى تواجهها اية منظمة، كما انها تستخدم ايضا الاستراتيجيات الاتصالية من اجل تحقيق اهدافها. ¹⁰

وقع اختيار الباحثة فى هذه الدراسة على النقابات المهنية باعتبارها احد انماط المنظمات النشطة لىتم تطبيق الدراسة عليها .

ولدت النقابة كشكل للتنظيم الدائم والمستمر للطبقة العاملة ، وهي كيان ديمقراطي يؤسس العمال ويسيرونه للدفاع عن أنفسهم ، وتحسين ظروف معيشتهم وظروف عملهم بالمفاوضات. وعرفت الإضرابات كوسيلة من وسائل التفاوض من أجل أجور أعلى وشروط عمل أفضل. فالنقابات منظمات طوعية ديمقراطية يكونها العمال وينضمون إليها لتحقيق مصالحهم الجماعية . وضروري للقيام بأغراضها وتحقيق أهدافها أن تكون مستقلة عن أصحاب الأعمال والحكومات والأحزاب والحركات السياسية كلها، وان لاتخضع إلا لإرادة أعضائها من خلال جمعياتها العمومية التي لها وحدها تحديد أهداف وقوانين ولوائح النقابات وسياستها وطريقة عملها واختيار قيادتها ومحاسبتهم.

بدأت الحركة النقابية المصرية مسيرتها مثل كل الحركات النقابية في العالم نتيجة تطور الصناعة المصرية وظهور محالج القطن ومصانع السكر والغزل والزيوت والصابون ثم شركة الأسمنت والترام والملح والصودا. ولدت النقابات من رحم الاضرابات الأولى للطبقة العاملة . تتميز هذه المرحلة من التاريخ العمالي بغياب

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

التفرقة بين العمال والمهنيين فالنقابات أما نقابة عامة تضم كل عمال القطاع أو نقابة مصنع أو منشأة مثل نقابة عمال الترام أو نقابة عمال شركة السكر. وعندما تأسس أول اتحاد عمال عام 1920 ضم جميع النقابات دون تفرقة.¹¹

انواع النقابات فى مصر طبقا للقوانين والدستور الحالى :¹²

نقابات مهنية :

وهى نقابات يتم تأسيسها عن طريق تشريع قانون خاص بها يصدر من مجلس الشعب او باصدار قانون من رئيس الجمهورية مباشرة بذلك .وهذا النوع من النقابات ينوب عن الدولة فى تنظيم مهنة محددة وتحديد شروط ممارستها وما الى ذلك من امور تتعلق بمهنة محددة .بالاضافة للقيام بحماية حقوق اعضاء النقابة وتقديم خدمات لهم .تعد نقابة المحامين أقدم النقابات المهنية فى مصر حيث تأسست عام 1912. ثم نقابة الصحفيين 1941، نقابة المهندسين 1946، نقابة الاطباء البشريين ونقابة اطباء الاسنان ونقابة الصيادلة ونقابة الاطباء البيطريين 1949. و آخر نقابة مهنية تم الموافقة على تأسيسها كان فى عام 1994 .

النقابات العمالية :

وهى نقابات يتم تأسيسها من خلال تصريح من وزارة القوى العاملة وتكون تابعة لما يسمى باتحاد النقابات العمالية. وهذا النوع من النقابات يهتم فى الاساس بحقوق اعضاء النقابة العمالية فى مواجهة اصحاب العمل وعضويتها فى الاساس تبنى على وحدة العمل وليس وحدة المهنة او المؤهل العلمى لذا فهذا النوع من النقابات لا يملك الصلاحيات والسلطات القانونية الكافية لتنظيم شئون مهنة محددة .

وجدت النقابات من اجل تحقيق الاهداف التالية:

-صيانة حقوق العاملين ورفع مستواهم الأدبي والمادي ويكون ذلك بشتي الطرق ومن بينها الاشتراك فى وضع عقود عمل مشتركة بين العاملين وأصحاب الأعمال. وتتناول عقود العمل كافة شروط العمل مثل الأجور والأجازات والمكافآت وغير ذلك .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

-التدريب المهني والثقافة العمالية لكي يتمكنوا من مسايرة العصر الذي يعيشون فيه والتجاوب مع المجتمع الذي يعملون من أجله -تهتم النقابات بوضع مستويات للمهارة الفنية في المهن المختلفة حتي تتضح العلامات الفنية المميزة لكل مهنة -العمل في مجال التأمين الاجتماعي وتقديم المعونات للعاملين قبل ميلاد النظم التأمينية المتعارف عليها حالياً .

تتطور أهداف النقابات دائماً لتساير تطور الحقوق الاقتصادية والاجتماعية في العالم حيث اصبحت تشمل.

- الدفاع عن الحق في العمل وعن سياسات توفير وتوسيع فرص العمل - المشاركة في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- التعاون مع المنظمات الجماهيرية والغير حكومية لفرض السياسات الاجتماعية التي ترعى مصالح أصحاب الأجور خاصة في حقوق الإسكان والعلاج والرعاية الصحية والتعليم والنقل والاتصال وغيرها من الخدمات العامة الاجتماعية والثقافية والترفيهية.
- العمل على زيادة القدرة الشرائية للأجور والمعاشات وتعويض البطالة مع الرقابة على الأسعار، ومقاومة التبذير الرأسمالى وتحميل الأزمات الاقتصادية على الفقراء .
- الحق في المفاوضة الجماعية وحمايتها من أي تحكيم إجباري، وحمايتها من التأثير والضغط، والإشراف على تنفيذ نتائجها بعد إبرامها في عقود واتفاقيات جماع.
- مشروعية استخدام وسائل الكفاح الجماعية للعمال وعلى رأسها الإضراب عن العمل والإضراب التضامنى و الاجتماع والتظاهر والاعتصام وحرية الإعلام.
- تشجيع التقدم نحو الديمقراطية، وإشاعة الشفافية وتوفير المعلومات والممارسة المتكافئة لعلاقات العمل والقضاء على التمييز.

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- تعميم الحماية التعاقدية والتأمينية والنقابية على جميع العمال في كل القطاعات بلا تمييز، ومقاومة استغلال البطالة والأطفال والمرأة والمهاجرين والأجانب للعمل بشروط أقل وبدون حماية نقابية.

يوضح العرض السابق ان النقابات المهنية ينطبق عليها سمات المنظمات النشطة والتي هى احد الاهتمامات الاساسية للباحثين فى مجال الاتصال والعلاقات العامة .

تهدف هذه الدراسة الى تحليل مضمون المواقع الالكترونية للنقابات المهنية فى جمهورية مصر العربية للتعرف على طبيعة استخداماتها لمواقعها الالكترونية لتحقيق اهدافها المتنوعة والاستراتيجيات الاتصالية التى تركز عليها وذلك بالاعتماد على مبادئ نظرية الاتصال الحوارى،بالاضافة الى استطلاع اراء عينة من اعضاء هذه النقابات المهنية فى خصائص هذه المواقع وتقييمهم لها ،واخيرا التوصل الى مدى الاتساق بين نتائج الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية .

من خلال مسح الادبيات التى تتناول المنظمات النشطة توصلت الباحثة الى ان هناك تعدد وتنوع فى مداخل دراسة وفهم المنظمات النشطة،وهذه المداخل هى :
اولا:المنظور الشامل:

يقدم المدخل الاول والرئيسى تحليلا شاملا لكيفية تشكل المنظمات النشطة .يقترح التفسير الاول على المستوى الشامل ان نظام الدولة المكون من الحكومة والمناخ السياسى ووسائل الاعلام والثقافة المجتمعية يهيهى الظروف المسبقة لنشأة المنظمات النشطة .¹³اختبرت غالبية الدراسات التى تبنت هذا التفسير ممارسات العلاقات العامة على المستوى الدولى خاصة فى الدول التى تتعرض لتحولات سياسية واقتصادية .حيث استكشف الباحثون الظروف السياسية والاقتصادية والثقافية الضرورية لممارسة المبادئ المعيارية للعلاقات العامة خاصة امكانية ممارسة هذه المبادئ العامة فى المجتمعات الاشتراكية المركزية .¹⁴اقترحت الكثير من هذه الدراسات عدد من العوامل التى تؤدى بشكل عام الى تطور العلاقات العامة وهى :وجود وسائل اعلام تتسم بالتحدى واليقظة ،قيم ثقافية تدعو الى حرية التعبير وتوزيع السلطات ،وجود منظمات نشطة .كما اكدت هذه الدراسات على ان البنية الاتصالية

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

والثقافية لتهيء فقط الظروف لنشأة المنظمات النشطة ولكن تساهم هذه المنظمات ايضا فى تحديد طبيعة ممارسات العلاقات العامة فى هذه الدول.¹⁵

افترض الباحثون فى الولايات المتحدة الامريكية ان قيم مثل الديمقراطية وحرية التعبير واحترام الراى المعارض هى التى اسست لوجود المنظمات النشطة. حيث كان من المعتاد التعامل مع المنظمات النشطة من منظور المستوى الاجتماعى والاقتصادى لاعضاءها وبناء على ذلك يشكل مجموعة من الافراد من ذوى الاهتمامات الاقتصادية المتماثلة تنظيما بهدف تحقيق مكاسب اقتصادية مباشرة. الا انه حديثا اتضح ان المنظمات النشطة تتجاوز حدود الطبقات الاجتماعية والاقتصادية وترتبط بين فئات جماهيرية من مستويات اجتماعية متنوعة.¹⁶

ينعكس الاتجاه السابق فى التفسير الثانى على المستوى الشامل والذى يحاول التمييز بين انماط المنظمات النشطة. فيمكن الفرق بين المنظمات ذات الاهتمامات الخاصة والمنظمات المهتمة بقضية معينة فى طبيعة اعضائها والاهداف التى يسعون الى تحقيقها. حيث تهتم الاولى بشكل اساسى بحماية المصالح الخاصة باعضائها - او من يمثلهم هولاء الاعضاء - والذين تجمعهم سمات ديمجرافية او مهنية واحدة، وفى حالة نجاح جهود هذه المنظمات يجنون هم المكاسب.¹⁷ اما اعضاء المنظمات المهتمة بقضايا معينة فيحتكمون الى القناعات المعنوية المتعلقة بعدالة السياسات المطبقة، فالمنظمات المهتمة بقضايا معينة او التى لا تستهدف تحقيق الربح تمثل اهتمامات شعبية واهداف جماهيرية اكثر من كونها تمثل مصالح اقتصادية خاصة لمنظمة ما او صناعة بعينها.¹⁸

ثانيا : المنظور الجماهيرى :

يتناول المدخل الرئيسى الثانى لدراسة المنظمات النشطة العملية الاتصالية التى يعرف الافراد خلالها المشكلات المشتركة ويقترحون حولا لها. ترجع جذور هذا المدخل الى الفكرة التى قدمها Dewey عن نشأة الجمهور عندما يدرك مجموعة من الافراد وجود مشكلات مشتركة ويكونون تنظيما من اجل حل هذه المشكلات. وطورت هذه الفكرة فى اطار العلاقات العامة عندما قدم J.Grunig واخرون النظرية الموقفية للجمهور. حيث حدد الباحثون عدد من المتغيرات المستقلة (وهى ادرك وجود مشكلة ماء، القيود المحيطة بهذا الادراك، مستوى الانغماس). وعددا من المتغيرات التابعة (وهى

سلوك البحث عن المعلومات ،سلوك معالجة المعلومات) وهذه المتغيرات تقدم مؤشرا لتوقيت قيام المنظمة بتوجيه انشطتها الاتصالية للجمهور .¹⁹ اوضح J.Grunig and T.Hunt ان ما يميز الجمهور النشط هو ارتفاع مستوى ادراكهم لوجود مشكلات معينة ،وانخفاض مستوى القيود المحيطة بهذا الادراك، وارتفاع مستوى الانغماس فى هذه المشكلات.²⁰ وبناء عليه فان هناك اربعة انماط من الجماهير هى :جمهور لكل القضايا ،جمهور القضية الواحدة ،جمهور القضايا الساخنة،جمهور فاتر الشعور .يستند هذا التصنيف للفئات الجماهيرية على رد فعل الجمهور نحو القضايا.

اقترح R.E.Crable and S.L.Vibbert ان القضية تتشكل عندما يضى فرد او مجموعة من الافراد اهمية على موقف ما او يدركون وجود مشكلة به ،ويشكل هؤلاء الافراد او يعيدون تشكيل اجراءات معينة يعتقدون انها تمثل حولا مقبولة للتساؤلات المثارة حول الموقف الحالى .²¹ وبالمثل تبني G.M.Vasquez نموذج الرؤى المتماثلة للجمهور مقترحا ان مصطلح الجمهور يشير الى مجموعة من الافراد شكلوا واثاروا وعى جماعة من الافراد حول موقف مشكل .²²

اذن ما كشفت عنه النظرية الموقفية للجمهور هو ان بعض الفئات الجماهيرية قد تكون اكثر نشاطا من فئات اخرى ،وان هذه الفئات الجماهيرية تحتاج الى المعلومات وتعمل من اجل حل مشكلاتها . فتبعا لهذا المنظور تعتبر اتصالات ادارة القضايا عاملا رئيسيا لتشكل الجمهور النشط .وهو ما يعنى ضمنا - بالنسبة للمنظمات النشطة - ان القضية وحدها ليست هى السبب فى تشكل المنظمات النشطة ولكنها يمكن ان تعمل بمثابة محفز لجذب اعضاء جدد.

ثالثا :المنظور التطورى :

يستند هذا المدخل على المدخلين السابقين ،ولكنه يحاول تفسير تطور المنظمات النشطة بداية من مرحلة ادراك وجود المشكلة وصولا الى مرحلة التفاعل بين هذا الجمهور النشط والمنظمات المستهدفة .تعامل الباحثون فى ظل هذا المنظور مع المنظمات النشطة باعتبارها ظاهرة اجتماعية ديناميكية .وتم تجاوز صعوبة فهم الطبيعة الديناميكية للمنظمات النشطة عن طريق تبني فكرة دورة الحياة والتي تستند على التطور الزمنى للظاهرة ليس فقط من حيث النمو ولكن ايضا من حيث التغيير والانحلال .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

قدم العديد من الباحثين تصوراتهم عن مراحل دورة حياة المنظمات النشطة -ومنهم: H.Blumer (1986)، L.M.Griffin (1992)، B.E.Hainsworth (1990)، C.J.Stewart, C.A.Smith and (1992)، J.Lofland (1997)، R.L.Heath (1994)، R.E.Denton (1994) - تتسم كل مرحلة من هذه المراحل بتحدياتها المتنوعة والتي تستلزم بدورها القيام بنشطة اتصالية متنوعة لمواجهةها .ومن هذه النماذج النموذج الدائرى الذى قدمه R.L.Heath (1997) ويتكون من خمس مراحل هي (1) مرحلة الترشيح strain: حيث يدرك الجمهور وجود قضايا معينة ويضع تعريفا لها ويسعى لاضفاء الشرعية عليها . (2) مرحلة التعبئة mobilization: حيث يقوم النشطاء بتكوين تنظيمات وتأسيس نظم اتصالية والبدء فى حشد الموارد من اجل تحقيق اهدافهم. (3) مرحلة المواجهة confrontation: حيث تدفع المنظمات النشطة الحكومة و/او المنظمات لتوجد حولا للمشكلات . (4) مرحلة التفاوض negotiation: والتي فى اطارها يتبادل اطراف الخلاف الرسائل الاتصالية الهادفة الى تحقيق قدر من التسوية . (5) مرحلة التوصل الى حل resolution: فى هذه المرحلة يتم حل الخلاف ولو بشكل جزئى .²³ يرجع الباحثون فى مجال الاتصال اهمية مراحل تطور المنظمات النشطة الى انها تعرض التحديات المختلفة التى تواجه المنظمات النشطة والمنظمات التى تستهدفها .

رابعا : منظور اهداف المنظمات النشطة :

تستخدم المنظمات النشطة أنشطة العلاقات العامة من اجل تحقيق هدفين رئيسيين:

الهدف الاول والاكثر وضوحا هو تصحيح الظروف المدركة من قبل الجمهور النشط .فاذا ادرك اعضاء احد التنظيمات البيئية النشطة ان السياسات الحكومية قد تساهم فى حل المشكلات البيئية فانهم يستخدمون الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة فى كسب التأييد للاصلاحات التشريعية فى هذا المجال.وتواجه المنظمات النشطة العديد من التحديات اثناء محاولتها تحقيق هذا الهدف .تقترح ادبيات ادارة القضايا ان مؤيدى قضية ما يجب ان يجذبوا انتباه الجمهور للمشكلة ،وان يقدموا انفسهم باعتبارهم مؤيدين شرعيين لها ،وان يتجادلون بنجاح حول الحلول التى يوصون بها للمشكلة . وبتطبيق ذلك على التنظيمات النشطة نجد انه من خلال

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة يقدم التنظيم وضعه فى القضية ويكسب التأيد للاجراءات المقترحة لادارة القضية ويتشارك مع المنظمات المستهدفة فى مناقشات حول السياسات المقترحة .²⁴

اما **الهدف الثانى** للمنظمات النشطة فهو الحفاظ على التنظيم الذى تم تأسيسه من اجل تحقيق مجموعة من الاهداف .وهذا ما اكد عليه العديد من الباحثين فى دراساتهم²⁵ من ان هذه المنظمات النشطة تبذل جهودا كبيرة لجمع التبرعات واجتذاب اعضاء جدد والحفاظ على عضوية الافراد المنتمين اليها ، والتواصل المستمر مع جماعات مصالحتها ، والتوافق مع التغيرات التى تحدث فى بيئتها وذلك بشكل اكبر من حجم الجهود التى تبذلها لاقناع الجمهور المستهدف بالفكر التى تعتقدها او فى ممارسة الضغط على معارضيتها . وترجع صعوبة تحقيق الهدف الثانى للمنظمات النشطة - الحفاظ على التنظيم- الى حقيقة ان المنظمات النشطة مثلها مثل منظمات الاعمال -التي تعمل فى اطار السوق التنافسى - لا تخصص مواردها المحدودة للنضال فقط لصالح قضية ما ولكن تتنافس مع غيرها من المنظمات النشطة حول الموارد المحدودة ومن اجل جذب الانتباه للقضايا التى تتبناها على الرغم من اختلاف اجندة كلا منهم والاستراتيجيات الاتصالية التى تستخدمها لتحقيق اهدافها والتى قد تكون متشابهة .²⁶

واذا كانت المنظمات النشطة تهدف للحفاظ على استمرار بقاءها -مثلها مثل منظمات الاعمال- فانها يجب ايضا ان تتوافق مع التغيرات التى تحدث فى بيئتها . ومن اكثر السمات المميزة لبيئة المنظمات النشطة هو وضع القضايا التى تتبناها هذه المنظمات . حيث اوضحت ادبيات المنظمات النشطة ان الحافز الاساسى للافراد الراغبين فى الانضمام لاحد المنظمات النشطة هو مدى بروز اهداف هذا التنظيم والقضايا التى يتبناها . كما ان موقف التنظيم النشط من القضية الرئيسية التى يتبناها لا يعكس فقط اهداف التنظيم ولكن يتضمن ايضا مجموعة من القيم التى يمكن ان تستخدم فى اجتذاب اعضاء جدد والاحتفاظ بالاعضاء الحاليين بالتنظيم .²⁷ وهو ما اكدت عليه ادبيات ادارة القضايا من ان القضايا تمر بعدد من المراحل فى اطار دورة حياتها تعكس وضعها فى اجندة الجمهور .وعندما تكتسب القضية وضعا معينيا يكتسب

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

التنظيم اهتماما به ممثلا لهذا الوضع بالاضافة الى الافراد الجدد الذين يلتحقون بعضوية التنظيم واكتساب المزيد من الموارد. وعندما تصل القضية الى مرحلة الحل والانحسار من اجندة الجمهور يبدأ التنظيم النشط فى المعانة وحتى يستمر فى البقاء يجب عليه ان يتوافق مع التغيرات التى تحدث فى بيئة القضايا التى يتبناها.²⁸

المنظور الخامس: الاستراتيجيات الاتصالية التى تستخدمها المنظمات النشطة :

فى اطار محاولات المنظمات النشطة لتحقيق هدفها بحل الموقف المشكل تقوم بشكل عام اما بمواجهة المنظمات المستهدفة مباشرة او تسعى لاستصدار تشريعات مقيدة لنشاط هذه المنظمات . يتم اختيار الاستراتيجية الاتصالية المستخدمة من قبل المنظمات النشطة لتحقيق اهدافها بناء على عدة معايير هى ²⁹:

- موارد المنظمة وتشمل عدد الاعضاء وحجم التمويل ومستوى خبرتها الادارية والاتصالية .
 - الفاعلية المدركة للاجراءات المقترحة للتعامل مع القضايا المطروحة.
 - شرعية المشكلة المطروحة والحلول المقترحة والمنظمات المؤيدة لهذه الحلول.
 - مستوى تفاعل المنظمات المستهدفة مع جهود المنظمات النشطة .
- يمكن تصنيف الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل المنظمات النشطة لتحقيق اهدافها الى خمس فئات عامة هى ³⁰:
- استراتيجية معلوماتية وتتضمن القيام ببعض الانشطة الاتصالية مثل عقد مقابلات مع ممثلين عن الفئات الجماهيرية اطراف القضية المطروحة واقامة علاقات مع وسائل الاعلام.
 - استراتيجية رمزية تتضمن ممارسة بعض الانشطة مثل المقاطعة .
 - استراتيجية تنظيمية تتضمن القيام ببعض الانشطة الاتصالية مثل عقد الاجتماعات وتوزيع المطبوعات .
 - استراتيجية قانونية وتتضمن تقديم التماس قانونى او رفع دعوى قضائية .
 - العصيان المدنى ويتضمن ممارسة بعض الانشطة مثل الاعتصامات ، الاضرابات ، اعاقة حركة المرور .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

يمكن استخلاص الملاحظات التالية من العرض السابق للاستراتيجيات الاتصالية التى يمكن ان تستخدمها المنظمات النشطة لتحقيق اهدافها:

- ان الكثير من الدراسات التى تناولت هذا الموضوع ركزت على الطبيعة الموجهية لبعض الوسائل الاتصالية المستخدمة فى اطار هذه الاستراتيجيات .حيث ان اكثر النتائج المثمرة تحققها هذه المنظمات عبر التفاوض والتسوية ويمكن تفسير ذلك بانه فى بعض الاحيان تواجه المنظمات النشطة المنظمات المستهدفة بشكل مباشر فقط من اجل صدها وبذلك تكون مجبرة على استخدام وسائل اتصالية موجهية.³¹

- حظيت الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل المنظمات النشطة للحفاظ على استمرار بقاءها باهتمام بحثى محدود. فبالرغم من ان هذا الهدف يتحقق بشكل اساسى عبر استخدام المطبوعات الداخلية الموجهة للاعضاء الحاليين والمحتملين (تستخدم هذه المطبوعات فى تعريف الاعضاء باخبار التنظيم والقضايا التى يتبناها وعدد وقيمة وانماط اهدافه وفاعلية الاجراءات التى يتخذها لادارة القضايا ومدى احتياجه الى تبرعات مادية) فان نجاح الاستراتيجيات الاتصالية سابقة الذكر يؤثر ايضا على قدرة المنظمات النشطة على الحفاظ على استمرار بقاءها .³²

الدراسات السابقة :

بعد مراجعة الباحثة للادبيات المتعلقة بموضوع الدراسة توصلت الى انه يمكن تقسيم الدراسات السابقة فى هذا الموضوع الى اربعة محاور هى على النحو التالى:

دراسات تتناول استخدامات التنظيمات النشطة للمواقع الالكترونية	دراسات تتناول مدركات واتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو المواقع الالكترونية كوسيلة اتصال	دراسات تتناول خصائص المواقع الالكترونية للمنظمات واستخدامها فى تحقيق اهداف العلاقات العامة	دراسات تتناول التنظيمات النشطة بشكل عام
--	---	--	---

المحور الاول: الدراسات التى تتناول التنظيمات النشطة بكل اشكالها بوجه عام:
الدراسة المسحية التى اجراها K.L.Schlozman and J.T.Tierney (1986) لاستكشاف الخصائص المميزة للمنظمات النشطة وذلك بالتطبيق على عينة من اعضاء (20) منظمة نشطة. اوضحت نتائج الدراسة ان من ابرز الخصائص المميزة للمنظمات النشطة مدى جاذبية القضايا التى تتبناها.³³
استخلصت L.Grunig (1997) من خلال نتائج دراستها المسحية التى طبقتها على عدد(34) منظمة نشطة متنوعة ان سياسات المنظمات النشطة يمكن تصنيفها على متصل لتشمل العلاقات مع وسائل الاعلام، حملات اتصالية لكسب التعاطف، ممارسة الضغط على الهيئات التشريعية، اقامة محاكم علنية، اقامة دعاوى قضائية، تنظيم احداث خاصة، حملات اعلام عام، حملات مقاطعة، اعتصام، الاضرابات. وتتوقف استعانة المنظمات النشطة باحد هذه الاساليب على حجم مواردها.³⁴

الدراسة النظرية التى اجراها Katharine S.karagianni and Joep Cornelissen (2006) بهدف تقديم نموذجا نظريا عن الحركات الاجتماعية . فى هذا النموذج المقترح تم تصنيف هذه الحركات تبعا لبعدين الاول هو الاهداف والايولوجية(وعلى هذا الاساس تصنف هذه الحركات الى حركات اصلاحية ومتطرفة ومحافظة)، والبعث الثانى هو الخصم من منظور هذه الحركة(وعلى هذا الاساس تصنف هذه الحركات الى حركات ضد المنظمات وحركات تتبنى قضايا معينة ويكون خصومها المسئولون عن نشاتها). ينتج عن الدمج بين هذين البعدين خمس انماط من الحركات الاجتماعية هى: مراقبى المنظمات (وهى حركات اصلاحية او متطرفة /ضد المنظمات)، اصلاحية (وهى حركات اصلاحية /تتبنى قضية معينة)، حركات مثالية (وهى حركات متطرفة /تتبنى قضايا معينة)، المحافظين (وهى حركات محافظة /تتبنى قضايا معينة)، small boxers (وهى حركات محافظة /ضد المنظمات).³⁵

**المحور الثانى :الدراسات التى تتناول استخدامات المنظمات لمواقعها الالكترونية
وخصائص هذه المواقع :**

تناولت بعض الدراسات بداية معدل اهتمام المنظمات بوجود مواقع اليكترونية لها على
الانترنت ومن هذه الدراسات:

الدراسة التحليلية التى اجراها كل من C.Liu,K.P.Arnett,L.M.Capella,and R.C.Beatty (1997) للتعرف على كيفية استخدام المنظمات لمواقعها الالكترونية فى اداء وظائفها وذلك بالتطبيق على المنظمات الممثلة فى قائمة fortune500. كشفت نتائج الدراسة عن ان ثلثى المنظمات فى القائمة تمتلك موقعا اليكترونيا واحدا على الاقل ،وان اكثر من (93%) من هذه الشركات تعرض ما تقدمه من منتجات وخدمات على صفحات مواقعها ،(86%) منها قد استغلت مواقعها فى تقديم صورة عامة عن المنظمة.استخلص الباحثون ان هذه المنظمات الكبرى تهدف من اطلاق مواقعها على الانترنت الاعلان عن وجودها على شبكة الانترنت والترويج للصورة الذهنية للمنظمة مما يعظم من جهود العلاقات العامة الخاصة بها .³⁶

فى حين تناولت الدراسة الميدانية التى اجراها Naser M.Abu Ghazaleh,Amer Qasim and Ayman E.Haddad (2012) لاستكشاف العوامل المؤثرة على قرار ادارة المنظمة بوجود موقع اليكترونى لها على الانترنت وذلك من خلال المقابلات المتعمقة مع ممثلين عن الادارة العليا بعدد من المنظمات الاردنية .اوضحت نتائج الدراسة ان الحافز الرئيسى لادارة المنظمة لاتخاذ قرارها بوجود موقع اليكترونى لها على الانترنت هو رغبتها فى تعزيز صورة المنظمة وسمعتها او اعادة تقديم ماركتها التجارية خاصة عند وجود منافسين او شركاء جدد لها على المستوى الدولى .وبشكل عام يعتبر تأييد الادارة العليا عاملا اساسيا فى تحديد اسلوب استخدام المنظمة لموقعها الالكتروني او فى استخدامه فى التواصل مع المستثمرين بشكل خاص .كما اشارت نتائج الدراسة الى ان السبب الرئيسى فى عدم وجود مواقع اليكترونية لبعض المنظمات الاردنية هو اعتقاد ادارة هذه المنظمات ان جماعات مصالحها وخاصة المستثمرين الاردنيين ما زالوا غير مستعدين لاستخدام الانترنت فى الحصول على معلومات عن منظماتهم هذا بالاضافة الى ان المنافسة فى هذا المجتمع تتم على نطاق محدود اما التغيرات الادارية فتتم بشكل متكرر.³⁷

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

ثم تطرقت الدراسات لتحديد الاسلوب الذى تتبعه المنظمات فى التخطيط لمواقعها الالكترونية ومن هذه الدراسات :

الدراسة المسحية التى اجراها Candace White and Niranj Raman (1999) بهدف تحديد الى اى مدى تتبع المنظمات اسلوبا علميا فى تخطيط مواقعها الالكترونية .وذلك من خلال المقابلة الشخصية مع عدد(22) من ممارسى العلاقات العامة بالمنظمات .كشفت نتائج الدراسة عن قيام المنظمات بتخطيط مواقعها على شبكة الانترنت من خلال اتباع اسلوب التجربة والخطأ واستنادا الى المعرفة الشخصية بمعنى غياب البحث والتقييم ،واضاف المبحوثون ان مواقع المنظمات على شبكة الانترنت جرى انشاؤها كرد فعل لانشاء المنافسين مواقع مشابه على الانترنت الامر الذى ادى الى عدم الاستفادة من تلك التقنية اثناء تفاعلهم معها.³⁸

اما الدراسات التى تناولت استخدامات المنظمات لمواقعها الالكترونية فتناول بعضها الاستخدامات العامة للمنظمات لمواقعها الالكترونية ومنها :

الدراسة المسحية التى اجرتها شريفة رحمة الله سليمان (2006) بهدف اختبار تأثير استخدام المواقع الالكترونية فى الاتصال بالجمهور على عمل العلاقات العامة من منظور الممارسين ومدى حصولهم على التغذية المرتدة بعد قيامهم بعملية الاتصال وذلك بالتطبيق على ممارسى العلاقات العامة فى عينة عمدية قوامها (204) شركة .كشفت نتائج الدراسة عن ان ممارسى العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة يستخدمون اليات الاتصال التقليدية فى الاتصال بالجمهور الخارجى مثل الاتصال المباشر والاتصال عبر وسائل الاتصال الجماهيرى وخاصة المطبوعة ،اما الانترنت فيتم استخدامه فى جزء من مهام العلاقات العامة مثل تغطية الاحداث والايخبار المتعلقة بالمنظمة ونشرها عبر موقع المنظمة على الانترنت .³⁹

فى حين ركزت نسبة كبيرة ممن هذه الدراسات على دور المواقع الالكترونية للمنظمات فى مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ومن هذه الدراسات :

الدراسة التحليلية التى اجراها S.L.Esrock, and G.B.Leichty (1998) بهدف التعرف على الكيفية التى تستغل بها الكيانات التنظيمية الكبرى الانترنت فى تقديم نفسها باعتبارها كيان اجتماعى يساهم فى تحقيق رفاهية المجتمع وللترويج وطرح

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

مواقفها وسياستها .وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية حجمها (500) منظمة تعمل فى مجالات متنوعة .كشفت نتائج الدراسة عن ان (90%) من المنظمات بعينة الدراسة لها موقع على الانترنت ،ويتضمن محتويات مرتبطة بصورة مباشرة بالمسئولية الاجتماعية للمنظمة لخلق انطباع ايجابى عنها لدى الجمهور .كما تضمنت (80%) من المواقع نقاط اتصال بالبريد الالكتروني مع الزوار لابداء ما لديهم من تساؤلات وتعليقات.⁴⁰

الدراسة التحليلية التى اجرتها امل فوزى (2014) بهدف تقييم استخدام منظمات الاعمال الدولية لمواقعها الالكترونية على الانترنت فى وصف فلسفة وبرامج مسئوليتها الاجتماعيةوالكيفية التى يتم بها نشر وتنظيم هذا المضمون وصلا الى معرفة مدى كفاءة المنظمة فى توظيف امكانيات موقعها لهذا الغرض ، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية مكونة من (25) موقع لمنظمات تنتمى الى قائمة fortune500 .اعتمدت الدراسة على نظرية الاتصال الحوارى والنموذج الفكرى ثلاثى الابعاد لاداء المنظمة الذى قدمه كارول 1991.كشفت نتائج الدراسة عن ان (96%) من المنظمات بعينة الدراسة تعتمد على مواقعها كاداة اتصال لبرامج المسئولية الاجتماعية .وان (76%) من المواقع تقدم مضمونا يتعلق بممارسات وفكر المسئولية الاجتماعية على الصفحة الافتتاحية للموقع وهو مؤشر لمدى اهتمام المنظمة بهذا المضمون .⁴¹

فى حين تناولت دراسات اخرى استخدام المنظمات لمواقعها الالكترونية فى اقامة ودعم علاقاتها بجماعات المصالح ومنها :

الدراسة التحليلية التى اجراها Hyojung Park and Bryan H.Reber(2008) لاختبار الخصائص الحوارية للمواقع الالكترونية للمنظمات بهدف تحديد معدل استخدام المنظمات لمواقعها الالكترونية على الانترنت فى اقامة علاقات مع جمهورها على الانترنت وذلك بالتطبيق على عدد (100) موقع الكترونى لمنظمات العضوة فى fortune500 .كشفت نتائج الدراسة عن ان المنظمات تصمم مواقعها الالكترونية من اجل خدمة جماهيرها الهامة و تعزيز الاتصالات الحوارية معهم .كما اوضحت نتائج الدراسة ان المواقع بعينة الدراسة نجحت فى تحقيق المبادئ التالية :الثقة ،الرضا ،الانفتاح ،المودة .الا ان المنظمات

فى حاجة الى التواصل بشكل متكرر مع جمهورها من اجل تعزيز مبادئ الثقة والالتزام والعلاقات المتبادلة.⁴²

تطرق بعض الدراسات فى هذا المجال لتحديد الخصائص العامة لفاعلية المواقع الاليكترونية للمنظمات ومنها:

الدراسة النظرية التى قام بها Joe E.Heimlich and Katy Wang (1999) وتوصلوا من خلالها الى خصائص المواقع الاليكترونية الفعالة والتى تمثلت فى سهولة عرض المعلومات ووضوح الهدف منها ،سهولة الخروج والدخول الى الموقع ،نشاط الصلات وعدم خمولها ،قلة الرسومات حيث ان كثرتها يؤدى الى بطء التحميل ،وجود وصلات للصور والنصوص.⁴³

كما اضافت الدراسة التحليلية التى اجراها Felix B.Tan and Lai Lai Tung (2003) خصائص اخرى لفاعلية المواقع الاليكترونية للمنظمات وذلك بعد تحليل مضمون (9) مواقع لمنظمات تعمل فى مجالات متنوعة .تمثلت هذه الخصائص فى صحة توثيق المعلومات بالموقع ،المضمون النصى الجيد،جودة التخطيط والتصميم والهيئة الشكلية والاخراجية للموقع ،ملاءمة العناوين الرئيسية للموضوعات، سرعة تحميل الموقع ،الشخصية والهوية المنفردة للموقع ،سهولة التنقل بين صفحاته.⁴⁴ تناولت الدراسة التحليلية الميدانية التى اجراها عبد الرشيد حافظ وهناء الضحوى خصائص اخرى بعد تحليل مضمون عينة من مواقع الجمعيات المهنية بالاضافة الى استطلاع اراء عينة عشوائية من (35) خبير فى مجال تكنولوجيا المعلومات وتمثلت الخصائص فيما يلى :الربط (سهولة وسرعة الوصول للموقع بكل متصفحات الانترنت) ، الاعتراف (ان يكون من المواقع المصنفة التى تم الاستشهاد بها فى مواقع او مصادر اخرى)،بناء الموقع (ان تعبر الايقونات بالموقع عن المقصود منها بشكل واضح ،والصياغة اللغوية السليمة ،التنوع ما بين خطوط ورسومات ووسائط مرئية وصوتية متعددة)، تضمين نظام تشفير امن عند الحاجة الى ارسال معلومات سرية خارج الموقع وتحقيق التكامل والربط بين محركات البحث داخل وخارج الموقع.⁴⁵

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

وايضا من خصائص فاعلية المواقع الالكترونية للمنظمات تحديد الجمهور المستهدف فجاءت

الدراسة التحليلية التى اجراها Stuart L.Esrock and Greg B.Leichty (2000) والتي ركزت بشكل اساسى على تحديد جماعات المصالح التى تستهدفها المنظمات من خلال مواقعها الالكترونية وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية منتظمة لعدد من المواقع الالكترونية للمنظمات الممثلة فى قائمة fortune 500. كشفت نتائج الدراسة عن ان ما يقرب من (65%) من المواقع الالكترونية بعينة الدراسة تلبى الاحتياجات المعلوماتية لثلاث فئات جماهيرية على الاقل من اجمالى خمس فئات جماهيرية تستهدفها المنظمات. وان نسبة المواقع الالكترونية التى يتعامل مضمونها مع الاحتياجات المعلوماتية لفئة جماهيرية واحدة لم تزيد عن (10%) من اجمالى المواقع بعينة الدراسة. وان هناك موقعين فقط بعينة الدراسة لا توجه مضمونها الى فئة جماهيرية محددة. كما اظهرت نتائج الدراسة ان المستثمرين والعملاء /المستهلكين والباحثين عن وظائف شاغرة هم اكثر الفئات الجماهيرية التى تحظى باهتمام المواقع الالكترونية للمنظمات مقارنة بفئات جماهيرية اخرى حظيت باهتمام محدود وهى وسائل الاعلام والموزعين والموظفين الحاليين والمنظمات النشطة.⁴⁶

اتفقت الدراسة التحليلية التى اجراها احمد فاروق رضوان (2006)⁴⁷ بهدف التعرف على دور المواقع الالكترونية للمنظمات الربحية العربية فى بناء العلاقة مع الجمهور من خلال تحليل مضمون (100) موقع اليكترونى لمنظمات ربحية عربية مع الدراسة التحليلية التى اجرتها امل فوزى (2004) فى ان المواقع الالكترونية للمنظمات تستهدف فئات متعددة من الجماهير يأتى فى مقدمتها العملاء /المستهلكين والاعلاميين. وازافت دراسة امل فوزى ان المواقع الالكترونية لمنظمات الاعمال تخصص مواقع فرعية مستقلة لخدمة الاعلاميين تقدم لهم من خلالها معلومات تفصيلية عن الجهود التى تبذلها المنظمة لخدمة مجتمعها بما يدعم الصورة الذهنية الايجابية للمنظمة، كما تقدم من خلالها معلومات عن فرص العمل بالمنظمة توجه للعاملين المرتقبين، ويقدم معلومات مالية لخدمة المستثمرين الفعليين والمرتقبين والمجتمع المالى.⁴⁸

اما فيما يتعلق بمدى التزام المواقع الالكترونية للمنظمات بتطبيق مبادئ الاتصال الحوارى فى مواقعها الالكترونية فكان محور اهتمام بعض الدراسات ومنها :

الدراسة التحليلية التى اجرتها امل فوزى (2004) بهدف التوصل الى الكيفية التى تستخدم بها منظمات الاعمال مواقعها على الانترنت للاتصال بجماهيرها الرئيسية وذلك من خلال تحليل مضمون (50) موقع اليكترونى لمنظمات اعمال استنادا على مبادئ الاتصال الحوارى .كشفت نتائج الدراسة عن ان اهم مؤشرات التفاعل على المواقع الالكترونية تتمثل فى وجود روابط البريد الالكتروني للمنظمة او المسئول عن الموقع بالاضافة الى اتاحة الفرصة للجمهور لطلب المعلومات.⁴⁹

دراسة الحالة التى قامت بها لبنى مسعود (2013) بهدف التعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على فاعلية العلاقات العامة التسويقية وذلك بالتطبيق على المواقع الالكترونية لعدد(4)مؤسسات ،وعدد (21)من ممارسى العلاقات العامة بهذه المؤسسات و(400) مفردة من جمهورها المستهدف.كشفت نتائج الدراسة التحليلية التى اعتمدت على مبادئ نظرية الاتصال الحوارى ان المواقع الالكترونية للمنظمات تخلو من غرف الدردشة التى لها اهمية كبيرة فى تفعيل الاتصال والحوار مع الجمهور المستهدف والتعرف على رغباته واحتياجاته واشباعها ،والرد على كافة الاستفسارات والشكاوى والمقترحات .واوضحت الباحثة ان من اهم معايير فاعلية المواقع الالكترونية للمنظمات محل الدراسة وجود بريد اليكترونى يمكن من خلاله مراسلة المنظمة بالشكوى او المقترح والرد عليها ،وتحديث الموقع بكل ما هو جديد من معلومات، واستطلاع راي الجمهور فى مستوى الخدمة ،واستخدام التكنولوجيا الجديدة بكل امكانياتها من تصميم واللوان واعلانات متحركة ،والفورية فى التعديل استجابة لمطالب الجمهور ،وتوظيف كل ما سبق فى موقع اليكترونى يسهل وصول الجمهور اليه .كما كشفت النتائج عن وجود فروق بين المواقع الالكترونية للمنظمات فى متغير التفاعلية ومتغير الحفاظ على زوار الموقع ومتغير الادوات التى تشجع على تكرار الزيارة بينما تتوافر عناصر سهولة استخدام الموقع فى كل المواقع الالكترونية للمنظمات عينة الدراسة .⁵⁰

المحور الثالث: الدراسات التى تتناول اتجاهات ممارسى العلاقات العامة بالمنظمات نحو استخدام المواقع الالكترونية:

تناولت بعض الدراسات فى اطار هذا المحور اتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو هذه التكنولوجيا ومن هذه الدراسات :

الدراسة المسحية التى اجراها Laura Newland Hill and Candace White (2000) لاستكشاف مدركات واتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو المواقع الالكترونية كوسيلة اتصالية وكيفية توظيفها فى اطار المزيج الاتصالى للمنظمة، وذلك بالتطبيق على عينة من ممارسى العلاقات العامة بعدد (13) منظمة لديها مواقع اليكترونية. كشفت نتائج الدراسة عن اعتقاد الممارسين بان الموقع الاليكترونى للمنظمة يرمز الى وضعها التنافسى وانه يعزز صورتها الذهنية الايجابية، ويحسن من مكانة مهنة العلاقات العامة. و اضاف المبحوثين انهم غالبا ما يتحملون مسئولية ادارة هذه المواقع الاليكترونية بدون اضافة ايه موارد الى ميزانية العلاقات العامة ولذلك فادارة هذه المواقع لاتأتى فى مقدمة اولويات اهتماماتهم.⁵¹

الدراسة المسحية التى اجراها Michael Rayan (2003) بهدف اختبار اتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو استخدام منظماتهم للمواقع الاليكترونية ومعدل مشاركتهم و طبيعة دورهم فى هذه المواقع واهم المضامين التى يجب توافرها بها، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية حجمها (109) من ممارسى العلاقات العامة الاعضاء فى Public Relations Society of America. كشفت نتائج الدراسة عن ان 98% من المبحوثين بعينة الدراسة يشاركون فى تصميم المواقع الخاصة بمنظماتهم من حيث الشكل والمضمون. وان اهم ما يجب تضمينه بمواقع المنظمات ما يلى : طرق التواصل المباشر مع قادة المنظمات ، صور فوتغرافية لقادة المنظمات والعاملين وللعلماء ، فيديوهات مختلفة عن المنظمات ومنتجاتها. لم يؤثر جنس المبحوثين ولا نوع المنظمة من حيث كونها هادفة او غير هادفة لتحقيق الربح على اتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو اهمية استخدام المواقع الاليكترونية فى مجال العلاقات العامة.⁵²

الدراسة المسحية التى اجراها خيرت عياد (2006) بهدف وصف وتحليل اتجاهات ممارسى العلاقات العامة فى المنظمات الانتاجية والخدمية فى مملكة البحرين نحو

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

استخدام الانترنت كوسيلة اتصال بالتطبيق على عينة حجمها (124) ممارسا فى عدد (25) منظمة .كشفت نتائج الدراسة عن وجود اتجاهات قوية لدى ممارسى العلاقات العامة نحو استخدام المواقع الالكترونية لمنظماتهم فى تقديم معلومات عن المنتجات والخدمات ورسالة المنظمة وبرامج المسؤولية الاجتماعية بها .وان التباين فى اتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو ابعاد دراسته لا يختلف كثيرا فى المنظمات الانتاجية عنها فى المنظمات الخدمية .⁵³

كما تناولت دراسات اخرى العلاقة بين بعض المتغيرات التنظيمية واستخدام ممارسى العلاقات العامة للمواقع الالكترونية ومنها:

الدراسة المسحية التى اجراها Lynne M.Sallot,Lance V.Porter, and Carolina Acosta-Alzuru (2004) لاختبار العلاقة بين مدركات ممارسى العلاقات العامة عن سلطتهم ودوارهم ومعدل استخدامهم للمواقع الالكترونية فى اداء مهام العلاقات العامة ،وذلك من خلال تنظيم اربعة جماعات مناقشة مركزة مع عدد (35) من ممارسى العلاقات العامة العاملين فى منظمات ذات نشاط متنوع .ذكر الممارسون المشاركون فى الدراسة ان استخدام المواقع الالكترونية فى ممارسة العلاقات العامة ساهم فى تعزيز ادوارهم وتطوير اوضاعهم حيث يستخدم الممارسون المواقع الالكترونية باعتبارها اداة بحثية اساسية ،واداة للتواصل مع الجمهور وتحسين العلاقات مع وسائل الاعلام،وفى تقييم برامج وحملات العلاقات العامة وتعريف وادارة القضايا والازمات وتحسين العلاقات مع ادارة المنظمة والعملاء وتطوير المهنة ككل .كما كشفت نتائج الدراسة عن ان الانماط الاربعة لسلطة ممارسى العلاقات العامة -مصنفة تبعا لنموذج 1992finkelsteinالى سلطة اعتبارية وسلطة بناءية وسلطة مستمدة من الملكية وسلطة مستمدة من الخبرة -يتم تعزيزها من خلال براعة الممارسون فى استخدام المواقع الالكترونية فى اداء مهام عملهم.⁵⁴

الدراسة المسحية التى اجراها Sora Kima,Jae-Hee Parkb,and Emma K.Wertz (2010) للتعرف على كيفية استخدام ممارسى العلاقات العامة لمواقع المنظمات عينة الدراسة فى تلبية احتياجات جماعات المصالح .كشفت نتائج الدراسة عن وجود ثغرات بين توقعات جماعات المصالح عن تلبية احتياجاتهم وجهود العلاقات العامة ،فهدف ممارسى العلاقات العامة هو توفير الوقت والجهد والموارد

والاتصال بشكل فعال بجماعات المصالح عن طريق تجزئتهم وتوجيه رسائل اتصالية مناسبة الى كل فئة على حدة .⁵⁵

المحور الرابع: الدراسات التى تتناول المواقع الالكترونية للمنظمات النشطة بكل انواعها :

الدراسة التحليلية التى اجراها Maureen Taylor, Michael L.Kent ,and William J.White (2001) بهدف التعرف على الخصائص العامة للمواقع الالكترونية للمنظمات النشطة ومدى تطبيقها لمبادئ الاتصال الحوارى فى هذه المواقع وذلك بالتطبيق على عدد(100)منظمة نشطة فى مجال البيئة.كشفت نتائج الدراسة انه على الرغم من مراعاة غالبية المنظمات النشطة محل الدراسة للجوانب الفنية والتصميم اللازمان لاقامة علاقة حوارية مع جمهورها على مواقعها الالكترونية الا انه لا توجد اتصالات كاملة فى اتجاهين مع هذا الجمهور.كما اوضحت نتائج الدراسة ان المواقع الالكترونية للمنظمات النشطة معدة لتلبية الاحتياجات المعلوماتية لاعضاءها بدرجة اكبر من تلبية الاحتياجات المعلوماتية لوسائل الاعلام.⁵⁶

الدراسة النظرية التى اجراها W.Timothy Coombs (2002) بهدف تطوير فهم الممارسين والاكاديمين لتأثير المواقع الالكترونية على الانترنت على عملية ادارة القضايا وكيفية استخدام جماعات المصالح ومنهم التنظيمات النشطة -هذه المواقع فى جعل المنظمات تواجه موقف مشكل او قضية. قدم الباحث فى هذه الدراسة مدخل نظريا اطلق عليه عدوى القضية باعتباره اداة لوصف وشرح هذه العملية .حيث يستند هذا المدخل على فكرة ان الانترنت يتيح وسائل تغيير ترتيب القضايا تبعا لاولوياتها بسرعة فائقة. واحد طرق هذا التغيير هو تعديل نقاط ترجيح القضية ،وهى الاداة الشائعة للتقييم التى تستخدم لترتيب القضايا تبعا لاولوياتها وهو ما يترتب عليه احتمالية ان تصبح القضية اكثر قوة مما يستلزم اتخاذ اجراءات معينة للتعامل معها .ومن خلال الادوات الاتصالية المتنوعة عبر الانترنت يمكن اجراء محاولات لتغيير نقاط الترجيح الخاصة بالقضية ومستوى الاهتمام بها والاساليب المقترحة للتعامل معها .تقدم هذه الدراسة تفاصيل تتعلق باهمية نقاط الترجيح للقضية وكيف يمكن

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

تغييرها عن طريق الانترنت خاصة من قبل المنظمات النشطة وانعكاسات ذلك على مهام مديرى القضايا بمنظمات الاعمال.⁵⁷

الدراسة المقارنة التى اجراها Michael L.Kent ,Maureen Taylor and William J.White (2003) لاختبار العلاقة بين تصميم المواقع الالكترونية للمنظمات واستجابة هذه المنظمات للاحتياجات المعلوماتية لجماعات مصالحها ذلك عن طريق تحليل مضمون المواقع الالكترونية لأثنين من المنظمات النشطة فى مجال البيئة مختلفة فى هدفها- فالمنظمة الاولى تهدف الى زيادة الاعضاء المنتمين اليها وكسب دعمهم المادى للمنظمة من اجل مساندة القضايا البيئية، فى حين ان المنظمة الثانية اقل اهتماما بكسب مساندة اعضائها وتهدف بشكل اساسى الى تقديم معلومات للجمهور العام عن المنظمات غير الصديقة للبيئة -، وايضا عن طريق المقابلات مع عينة من اعضاء هذه المنظمات. كشفت نتائج الدراسة - التى استندت على مبادئ نظرية الاتصال الحوارى - ان مهمة المنظمة النشطة ودرجة اعتمادها على اعضائها من اجل تحقيق هذه المهمة تؤثر على معدل وطبيعة استخدام هذه المنظمات للمواقع الالكترونية. فكلما ارتفع معدل اعتماد المنظمة على اعضائها فى تحقيق اهدافها كلما زاد معدل توظيفها لمبادئ الاتصال الحوارى فى مواقعها الالكترونية حيث ارتفع معدل توظيف مبادئ الاتصال الحوارى التالية فى المواقع الالكترونية للمنظمة الاولى مقارنة بالمنظمة الثانية: توافر فرص الحوار التفاعلى، التشجيع على معاودة زيارة الموقع، تقديم معلومات مفيدة لوسائل الاعلام والاعضاء.⁵⁸

الدراسة التحليلية الميدانية التى اجراها Annelie M.E. Naude, Johannes D.Froneman, and Roy A.Atwood (2004) لاختبار الطبيعة التفاعلية للمواقع الالكترونية للمنظمات النشطة استنادا على نموذج الاتصالات المتناسقة فى اتجاهين وبالتطبيق على عدد (10) مواقع الالكترونية لمنظمات غير حكومية وغير هادفة تحقيق الربح فى جنوب افريقيا ومن خلال المقابلات المتعمقة مع مسئولى العلاقات العامة فى هذه المنظمات تم التوصل الى النتائج التالية: ان الكثير من المنظمات محل الدراسة لاتعطى اهتماما واضحا للمواقع الالكترونية الخاصة بها فهى ليس من

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الاليكترونية فى تحقيق اهدافها

ضمن اولويات اهتماماتها حيث ان الاهتمام الرئيسى لهذه المنظمات هو استمرار البقاء. وان غالبية هذه المنظمات لا تعتبر ان من ضمن اهداف العلاقات العامة بها اقامة علاقات وفهم متبادل مع الجمهور وهو ما عكسه تطبيق مفاهيم نموذج الاتصالات المتناسقة فى اتجاهين فى موقع اليكترونى واحد فقط من المواقع الاليكترونية التى طبقت عليها الدراسة. وان غالبية المواقع الاليكترونية محل الدراسة تفنقت الى التفاعلية وتطبيق مبادئ الاتصالات المتناسقة فى اتجاهين وتستخدم غالبا باعتبارها وسيلة لنشر المعلومات.⁵⁹

الدراسة التحليلية التى اجراها D.Ingenholf and M.Koelling (2009) بهدف التعرف على مدى فاعلية استخدام المنظمات غير الحكومية وغير الربحية للمواقع الاليكترونية كاداة للتواصل مع الجمهور وبناء علاقات معهم خاصة وسائل الاعلام، وذلك بالتطبيق على عدد(134)موقع الكترونى لمنظمات مجتمع مدنى سويدية. كشفت نتائج الدراسة عن فشل هذه المنظمات فى استخدام المواقع الاليكترونية بفاعلية فى ادارة العلاقات مع وسائل الاعلام، حيث ان العديد من المواقع بعينة الدراسة كانت تخاطب وسائل الاعلام على صفحتها الرئيسية فقط ولا تخصص لهذه الفئة الجماهيرية جزء من مواقعها.⁶⁰

الدراسة المسحية التى اجراها Hyunjin Seo, Ji Young Kim and Sung-UnYang (2009) لاختبار معدل استخدام منظمات المجتمع المدنى متعددة الجنسية للوسائل الاتصالية الحديثة فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وتحديد العوامل المؤثرة على معدل استعانتها بهذه الوسائل، وذلك بالتطبيق على عينة من مسئولى الاتصال بعدد (75) منظمة من منظمات المجتمع المدنى متعددة الجنسية فى الولايات المتحدة الامريكية. كشفت نتائج الدراسة عن ان تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة وجمع التبرعات هى اكثر الاهداف التى تسعى هذه المنظمات الى تحقيقها من خلال الاستعانة بالمواقع الاليكترونية فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وان امكانيات المنظمة وهدفها هما اهم المعايير الحاكمة لمعدل استخدام هذه التكنولوجيا وليس الفاعلية التنظيمية.⁶¹

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

من خلال العرض السابق يمكن استخلاص ما يلى :

- محدودية الدراسات التى تناولت المنظمات النشطة بالدراسة ، وندرة الدراسات العربية فى هذا المجال .
- لم تتعرض الدراسات العربية التى تتناول فاعلية المواقع الالكترونية للمنظمات لمواقع المنظمات النشطة، ولهذا النمط من المنظمات النشطة بالاحص وهو النقابات المهنية .
- اعتماد غالبية الدراسات السابقة العربية والاجنبية على مبادئ نظرية الاتصال الحوارى كاساس نظرى للدراسة والتحليل .
- اكدت غالبية الدراسات السابقة العربية والاجنبية باجراء تحليل للمواقع الالكترونية ، ومحدودية الدراسات التى جمعت بين استطلاع اراء الجمهور وتحليل المواقع الالكترونية للمنظمات .
- بالنسبة للدراسات التى تناولت المواقع الالكترونية للمنظمات النشطة فاكتفت غالبيتها ايضا بتحليل مضمون المواقع بدون اجراء دراسة ميدانية لاستطلاع راي الجمهور فى مدى فاعلية هذه المواقع او تطبيقها لمبادئ الاتصال الحوارى ، وهو ما ستحاول هذه الدراسة تلافيه.

النموذج النظرى الذى تعتمد عليه الدراسة :

نظرية الاتصال الحوارى: (Michael L.Kent and Maureen Taylor)⁶²

يعود مفهوم الحوار الى قيام المنظمة بالاتصال بجمهورها الاساسية لمناقشة القضايا المختلفة . تعد هذه النظرية تطويرا للنموذج الرابع للاتصالات المتناسقة فى اتجاهين من النماذج المعيارية لممارسة العلاقات العامة الذى قدمه جيمس جروننج 1992 . حيث راي الباحثان ان الحوار لايعتبر بمثابة الحل الامثل للمنظمة فى كل الحالات ، وان قيام المنظمة بانشاء هياكل اتصال حوارية مع الجمهور لايعنى بالضرورة انها تتصرف بشكل حوارى فالحوار ليس عملية او سلسلة من الخطوات انما هو نتاج استمرارية الاتصالات والعلاقات . وضع الباحثان اطارا نظريا متوازنا للعلاقات العامة الحوارية يقوم على وضع الجماهير على قدر المساواة مع المنظمة حيث ناقشا تصميم المواقع الالكترونية وادارتها والتى يمكن ان تتيح للمنظمات فرصا للانخراط فى

اتصال حوارى وذلك من خلال تقديم خمس مبادئ متداخلة تمثل المعانى الضمنية والصريحة التى يكمن خلفها مفهوم الحوار .

مبادئ مفهوم الاتصال الحوارى

- التبادلية: وهو يشير الى التسليم بان المنظمة وجمهورها مرتبطان ببعضهم البعض ارتباطا وثيقا وتتصف التبادلية بشعور الطرفين (المنظمة وجماعات مصالحها) بالمساواة المتبادلة وسيادة روح التعاون بينهما.
- التواصل/التقارب:يعنى من وجهة نظر المنظمة وجوب استشارة الجماهير فى الموضوعات التى تهمهم ،ومن وجهة نظر الجمهور يشير الى استعداد الجمهور وقدرته على تقديم مطالبه للمنظمة. ويتضمن ذلك قيام المشاركين فى الحوار بالتواصل الفورى لمناقشة القضايا المثارة قبل اتخاذ اى قرار بشأنها ،وفهم ماضى وحاضر كل المشاركين فى الحوار ،الاشتراك الفعلى فى الحوار وعدم الاكتفاء بالاستماع .
- التقمص: اى تقمص المنظمة لدور الجمهور واخذ مصالح وحاجات الجماهير بعين الاعتبار. ويندرج منه قيمة التدعيم او تشجيع الطرف الاخر على التعبير عن رايه دون تمييز فالمنظمة تتفاعل مع كل الفئات الجماهيرية حتى المختلفة معها فى الرؤى والتوجهات .
- المخاطرة: قد يؤدى الحوار الى نتائج غير متوقعة ومع ذلك يجب على المنظمة ان تخاطر بالدخول فى حوار متواصل مع جماهيرها لانه يحقق اهداف المنظمة .
- الالتزام:يتحتم لتطبيق نظرية الحوار تدريب الممارسين على اسس الحوار وقواعده.فالالتزام بالحوار على الرغم من المخاطرة التى يمكن ان تنتج عنه ينعكس فى فوائد تتحقق للمنظمة .ويلتزم المشاركون فى الحوار بالكشف عن مواقفهم مما يمكن الطرفين من الوصول الى حلول للمشكلات وتحقيق المصالح المتبادلة.كما يلزمهم بفهم مواقف الاخرين .كما قد يعرض الحوار المنظمة لاستغلال الاطراف المتعاملة معها لمعلوماتها مما قد يعرضها لنقد سياساتها وهو ما يفرض ضرورة تمتعها بالمرونة والديناميكية الكافية للتكيف مع التوجهات المختلفة لجمهورها .

ثم حدد الباحثان ثلاث خطوات لتطبيق نظرية الاتصال الحوارى فى ممارسة العلاقات العامة عبر الانترنت: اولا: بناء علاقات شخصية: ويتطلب ذلك تدريب القائمين على ادارة الحوار على مهارات الاستماع وتحديد ارضية مشتركة للاطراف المشاركة فى الحوار والتركيز على الاهداف طويلة المدى وليس قصيرة المدى وطرحها للحوار، وتحديد الافراد او الجماعات المعارضة لتوجهات المنظمة وتطبيق هذه المهارات فى أنشطة العلاقات العامة من اجل استخدامها لبناء علاقات بين المنظمة وجمهورها الداخلى والخارجى بكل فئاته.

ثانيا: بناء علاقات حوارية وسيطة: حيث تدعم المنظمة التزامها بالحوار وتقوى علاقاتها مع الجماهير باستخدام قنوات اتصالية وسيطة (الموقع الالكترونى للمنظمة).

ثالثا: تطوير النيات مساعدة تسهل اجراء الحوار وتعييله للوصول الى فهم متبادل وحلول مشتركة للمشكلات. ومن هذه الاليات: الاتفاق على القواعد التى تحكم بداية واستمرار ونهاية الحوار، القواعد التى تحدد الزمن المستغرق بين طرح القضية والاستجابة لها، القواعد التى تحكم اختيار وسائل الحوار، القواعد التى تغير اى من القواعد السابقة .

مؤشرات فاعلية الاتصال الحوارى عبر الموقع الالكترونى للمنظمة:

-تقديم المعلومات المفيدة: التى تجيب على تساؤلات الزوار على ان يتم تقديمها بشكل هرمى بداية من المعلومات العامة ثم الاكثر خصوصية لموضوع الموقع. وهناك مجموعات معينة من الجماهير عادة ما تستهدفها مواقع المنظمات على الويب بصورة اكبر من غيرها مثل وسائل الاعلام والمستثمرين والعملاء، كما ان هناك عناصر اخرى يضمن توافرها جودة معلومات الموقع مثل: تعدد لغات الموقع، مصداقية المعلومات ودقتها وصحتها اللغوية، تضمين الهدف من الموقع ولأحتته وتاريخ اخر تحديث للمعلومات .

-سهولة استخدام الموقع: حيث لابد وان تكون هناك سهولة فى الحركة داخل الموقع فسهولة استخدام الموقع شرط للحوار مع المنظمة عبر الويب حيث انه اذا لم يجد

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

الزائر سهولة فى استخدام الموقع ربما لايعود الى زيارته مرة اخرى.وهناك مجموعة من العوامل تسهل من استخدام الموقع منها :وضع خرائط للموقع او روابط لخرائط الموقع بطريقة واضحة فى الصفحة الافتتاحية للموقع،تزويد الموقع بمحرك بحث فى الصفحة الافتتاحية للموقع ،انتاج خرائط واضحة لصور الموقع ،مرونة الموقع وقابليته للتعديل فى نصوصه ومحتواه،التقليل من الاعتماد على الصور والرسوم فى تصميم الموقع لتسهيل عملية التحميل وسرعة التنقل عبر الصفحات،سهولة اجراء المعاملات الالكترونية المختلفة من خلاله كالطباعة وارسال التعليقات ورسائل البريد الالكتروني، الامن وسرية المعلومات وتضمين نظام تشفير امن عند الحاجة لارسال معلومات خارج الموقع .

-الاحتفاظ بزوار الموقع:ويتحقق ذلك من خلال توافر عناصر معينة فى الموقع منها وضع المعلومات الهامة فى الصفحة الافتتاحية مع عرض المعلومات عالية الطلب وكذلك الاخبار التى تهتم المتصفح خاصة المعلومات الحديثة،تضمين الويب بوصلات للمواقع ذات الصلة ،احتواء الموقع على الخدمات المتنوعة التى تجذب المستخدمين ومنها الاله الحاسبة واسعار العملات واحوال الطقس فضلا عن امكانية تحميل وممارسة الالعاب وبرامج التسلية والترفيه المختلفة من الموقع،مراعاة المظهر الجمالى للموقع مع تضمينه بالصور والرسوم الجذابة الثابتة والمتحركة بالاضافة الى الوسائط الاعلامية ومؤثراتها السمعية والبصرية .

-تشجيع معاودة زيارة الموقع:كى يبنى الموقع علاقات طويلة الامد مع زواره ويشجعهم على تكرار زيارته يجب ان يراعى عدة اعتبارات منها التعرف على خصائص زوار الموقع ومعدلات زيارتهم وتطوير قواعد بيانات الموقع وفقا لتفضيلات الزوار،التحديث المستمر لمعلومات الموقع وتقديم دعوة صريحة لتكرار ومعاودة الزيارة،تضمين الموقع بالعروض الترويجية المختلفة،الرد على الاسئلة المتكررة من الزوار .

-توافر فرص الحوار التفاعلى :تعد التفاعلية من اهم خصائص الموقع الحوارى وحتى تحقق المواقع فرص الحوار التفاعلى مع زوارها لابد من ان تشتمل على مجموعة من العناصر منها:تخصيص رابط لتلقى استفسارات المستخدم وتخصيص خبراء للرد على

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

هذه الاسئلة فى وقت قصير ،توفير مختلف بيانات الاتصال بموظفى العلاقات العامة بالموقع من تليفون ارضى وفاكس ومحمول وبريد اليكترونى وعناوين مباشرة للمنظمة صاحبة الموقع ،اتاحة الفرصة للمستخدم للتصويت والتعبير عن ارائه تجاه القضايا المختلفة من خلال استطلاعات الراى الالكترونية ،اتاحة فرص الدردشة والحوار والمناقشة حول موضوع ما عبر صفحات التواصل الاجتماعى .

الاطار المنهجى للدراسة :

يتناول هذا الاطار مشكلة الدراسة والتساؤلات التى تسعى للاجابة عنها وفروض الدراسة ومنهجها والمجتمع الذى تجرى عليه وفيما يلى هذه النقاط:

مشكلة الدراسة :

تتبلور هذه المشكلة فى توصيف وتحليل المواقع الالكترونية للنقابات المهنية المصرية والوقوف على مدى توظيفها لمبادئ الاتصال التفاعلى ومدى استفادتها من هذه الوسيلة الاتصالية الحديثة فى تحقيق اهدافها وربط ذلك بمعدل تعرض اعضاء النقابات محل الدراسة لهذه المواقع الالكترونية واستفادتهم منها وتقييمهم لها.

تساؤلات الدراسة :

فى ضوء الاطار النظرى للدراسة والمشكلة البحثية تسعى هذه الدراسة الى الاجابة على التساؤلات التالية :

- ما هى سمات المواقع الالكترونية للنقابات المهنية من حيث الشكل والمضمون واجراءات التعامل مع الموقع؟
- ما هى اهم الاستراتيجيات الاتصالية التى تستخدمها النقابات المهنية عبر مواقعها الالكترونية على الانترنت؟
- ما هى ابرز اهداف النقابات المهنية و التى تساهم مواقعها الالكترونية فى تحقيقها ؟
- الى اى مدى تطبق المواقع الالكترونية للنقابات المهنية فى مصر مبادئ الاتصال الحوارى ؟

فروض الدراسة :

- هناك علاقة ارتباطية بين جنس /عدد سنوات عضوية المبحوثين ومستوى معرفتهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة.
- هناك علاقة ارتباطية بين جنس/عدد سنوات عضوية المبحوثين ومعدل زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية .
- يؤثر جنس /عدد سنوات عضوية المبحوثين على اسباب زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية .
- يؤثر جنس /عدد سنوات عضوية المبحوثين على تقييمهم لفاعلية المواقع الالكترونية للنقابات المهنية .

منهج الدراسة واداة القياس:

للجابة على تساؤلات الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفى وفى اطاره تم جمع البيانات باستخدام:

- استمارة تحليل المضمون تتضمن مجموعة من الفئات التى تقيس متغيرات الدراسة .وقد مرت اداة القياس بعدة اجراءات للتأكد من صدق المقاييس وثباتها .فبالنسبة لصدق المقياس تم عرض اداة القياس على عدد من المتخصصين ممن لديهم الخبرة فى موضوع الدراسة وتم تعديل المقياس فى ضوء مقترحات هؤلاء الخبراء.اما فيما يتعلق بالثبات فقد تم تحليل مضمون اثنين من المواقع الالكترونية بعينة الدراسة لاختبار ثبات المقياس والتأكد من مدى تمثيل فئات التحليل لمتغيرات الدراسة وقد كان هذا التحليل مهما فى تكوين الشكل النهائى لبنود القياس لمتغيرات الدراسة .وبعد هذه الاختبارات تم تصميم استمارة التحليل التى تتضمن فئات تمثل طبيعة المضمون المقدم وشكل الموقع وسماته العامة والاجراءات المتبعة فى التعامل معه .
- استمارة استقصاء موجهة لاعضاء النقابات المهنية محل الدراسة .

مجتمع الدراسة والعينة :

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى المواقع الرسمية على الوب لكل النقابات المهنية المصرية .اعتمدت الدراسة على دليل النقابات المهنية فى مصر الموجود على موقع

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

وزارة الدولة للتنمية الادارية،البوابة الالكترونية لمحافظة القاهرة⁶³،وموقع مجلس الوزراء،مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بوابة معلومات مصر⁶⁴فى تحديد مجتمع الدراسة.توصلت الباحثة الى ان اجمالى عدد النقابات المهنية فى مصر (24) نقابة. وان عدد النقابات المهنية التى لديها مواقع اليكترونية مفعلة عددها فقط (14) نقابة،وهذه المواقع تمثل العينة العمدية للدراسة والتى يوضحها الجدول التالى :

الموقع الالكتروني	النقابة
http://www.baegypt.org	نقابة المحامين
www.ejs.org.eg	نقابة الصحفيين
http://www.eea.org.eg	نقابة المهندسين
http://www.ems.org.eg/index.php	النقابة العامة لاطباء مصر
http://www.egy-vet-synd.org	نقابة الاطباء البيطريين
http://www.eps-egypt.net	نقابة الصيادلة
www.alzera3een.com	نقابة الزراعيين
http://www.ets.eg	نقابة المعلمين
http://www.togareen-egypt.com	نقابة التجار
http://www.egtgs.org	نقابة المرشدين السياحيين
http://www.ds-eg.org	نقابة مصممي الفنون التطبيقية
http://www.sport-syndicate.com	النقابة العامة للمهن الرياضية
www.essp-egypt.com	نقابة العلميين
http://www.gpts-egypt.org	نقابة العلاج الطبيعى
غير متاح	نقابة المهن التطبيقية
غير متاح	نقابة الاجتماعيين
غير متاح	نقابة المهن الموسيقية
غير متاح	نقابة السينمائيين
غير متاح	نقابة اطباء الاسنان
غير متاح	نقابة المهن التمثيلية
غير متاح	نقابة مستخلصى الجمارك
غير متاح	نقابة محفظى القران
غير متاح	نقابة التمريض
غير متاح	نقابة الفنانين التشكيليين

اما بالنسبة لمجتمع الدراسة الميدانية فيتمثل فى كل اعضاء النقابات المهنية محل الدراسة،تم سحب عينة عشوائية تمثل مجتمع الدراسة حجمها (200) مفردة من اعضاء النقابات المهنية محل الدراسة يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة الميدانية :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

الخصائص الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكر	100	50
	أنثى	100	50
العمر	قديمة	98	49
	جديدة	100	51

نتائج الدراسة التحليلية :

سوف يتم عرض نتائج الدراسة التحليلية فى ضوء تساؤلات الدراسة وذلك على النحو التالى :

التساؤل الاول :ما هى الخصائص العامة للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية ؟
للإجابة على هذا التساؤل تم تحديد عدد من الخصائص العامة للمواقع الالكترونية بشكل عام وتحديد مدى توافرها فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة وهذه الخصائص هى :

اولا :المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (1)

اهم المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

المضمون	ك	%
اخبار عن أنشطة النقابة العامة	14	100%
اخبار عن أنشطة النقابات الفرعية	14	100%
مواد منشورة او مذاعة فى وسائل الاعلام	14	100%
تاريخ النقابة	12	85,7%
رؤية النقابة ورسالتها	2	14,3%
الخدمات التى تقدمها الى الاعضاء	13	92,9%
قيادات النقابة	10	71,4%
قواعد واجراءات العضوية	13	92,9%
المعايير المهنية والأخلاقية	2	14,3%
الموقف المالى للنقابة	-	-
المشاركة فى قضايا المجتمع	7	50%
قوانين وتشريعات مرتبطة بالمهنة	11	78,6%
دليل النقابة	10	71,4%
نتائج بحوث ودراسات	2	14,3%
ندوات /مؤتمرات	4	28,6%

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

نماذج وطلبات متنوعة	9	64,3%
---------------------	---	-------

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان اهم المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بعينة الدراسة هى تلك المضامين الخاصة بالاعخبار عن أنشطة النقابة العامة ،ولان غالبية النقابات محل الدراسة لها فروع بالمحافظات فتم تضمين اخبار عن أنشطة النقابات الفرعية ايضا فى هذه المواقع وذلك بنسبة (100%). كما جاءت المواد الصحفية او الاذاعية او التلفزيونية نقلا عن وسائل الاعلام فى مقدمة المضامين الموجودة بهذه المواقع حيث لم يخلو موقع من هذه المواقع من مادة اعلامية تتعلق بالنقابة او قياداتها .
- جاءت فى المرتبة الثانية المضامين المتعلقة بالاعضاء الحاليين او المرتقبين بشكل مباشر والتي تمثلت فى الخدمات المتنوعة التى تقدمها النقابة الى الاعضاء ،وقواعد واجراءات الالتحاق بعضوية النقابة وذلك بنسبة (92,9%) لكلا منهما .
- شغلت المضامين المتعلقة بالنقابة المرتبة الثالثة وتمثلت هذه المضامين فى :تاريخ النقابة (85,7%)،قيادات النقابة ودليل النقابة والذى يتضمن معلومات عن الهيئات وثيقة الصلة بعمل النقابة وسبل التواصل معها (71,4%)،وبفارق كبيرجاءت رؤية ورسالة النقابة (14,3%)،فى حين لم تقدم اى نقابة معلومات تتعلق بموقفها المالى على موقعها .
- اهتمت المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بتوعية زوارها باهم القوانين والتشريعات الحالية والمقترحة فى مجال المهنة وعرضها بشكل تحليلى مبسط لهم وذلك بنسبة (78,6%).
- اظهرت هذه المواقع اهتماما متوسطا بقضايا المجتمع ومشاركة النقابة فى هذه القضايا وذلك بنسبة (50%).
- من المضامين التى تحظى باهتمام محدود على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية عرض فاعليات الندوات والمؤتمرات سواء التى تنظمها النقابة او جهة اخرى ولكن فى نطاق المهنة (28,6%)،ونتائج البحوث والدراسات وثيقة الصلة

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

بالمهنة ،واخيرا المعايير المهنية والاخلاقية الحاكمة للعمل فى هذا المجال وذلك بنسبة (14,3%) لكلا منهما.

ثانيا :القوالب الاتصالية الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية:

جدول رقم (2)

اهم القوالب الاتصالية الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

القوالب	ك	%
اخبار	14	100%
صور ثابتة	12	85,7%
تقارير سنوية	6	42,9%
بيانات صحفية	3	21,4%
فيديو	14	100%
خرائط ورسوم	3	21,4%
ملفات قابلة للتحميل	8	57,1%
اعلانات	10	71,4%
رسوم متحركة وجرافيك	1	7,1%
وثائق وملفات	5	35,7%
ملفات صوتية	3	21,4%
طلبات توظيف	2	14,3%
مجلة النقابة	5	35,7%
نشرات اخبارية	7	50%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان فى مقدمة القوالب الاتصالية شائعة الاستخدام فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية الاخبار وذلك بنسبة (100%)،وهو ما يتسق مع النتيجة السابقة التى تشير الى ان ابرز المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بعينة الدراسة هى تلك المضامين الخاصة بالاخبار عن أنشطة النقابة العامة و النقابات الفرعية.

- جاءت الفيديوهات والصور الثابتة فى المرتبة الثانية وذلك بنسبة (100%،85,7%) لكلا منهما على الترتيب وهوما يتسق مع النتيجة السابقة التى تشيرالى ان المواد الصحفية او الاذاعية او التلفزيونية نقلا عن وسائل الاعلام فى مقدمة المضامين الموجودة بهذه المواقع وتقدم فى صورة فيديوهات او اخبار مصحوبة بصور .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- كما تنتشر الاعلانات على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية خاصة تلك المتعلقة باعلانات عن خدمات تقدمها النقابة الى الاعضاء وذلك بنسبة (71,4%).
 - لا تهتم النقابات المهنية بتضمين مجلة النقابة على موقعها الالكتروني فيما عدا خمس نقابات مهنية فقط فى مقدمتها نقابة المهندسين .
 - غالبية الملفات والوثائق الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية والتي لم تتجاوز نسبتها (35,7%) كان مضمونها يتعلق بالقوانين والتشريعات الحالية او المقترحة فى مجال عمل النقابة .
 - نادرا ما تستخدم القوالب الاتصالية التالية فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :نشرات اخبارية، البيانات الصحفية ،الخرائط ،الرسوم ،ملفات صوتية ،طلبات توظيف ،رسوم متحركة وجرافيك .
- ثالثا :الجمهور المستهدف من المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (3)

الجمهور المستهدف من المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الجمهور المستهدف	ك	%
العاملون بوسائل الاعلام	2	14,3%
الاعضاء الحاليون بالنقابة	14	100%
الاعضاء المرتقبون	14	100%
الهيئات الحكومية	6	42,9%
الوزارة /الوزارات ذات الصلة بعمل النقابة	5	35,7%
البنوك	2	14,3%
شركات التأمين	1	7,1%
منظمات المجتمع المدنى	3	21,4%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان اعضاء النقابات الحاليين و المرتقبين هم الفئة الجماهيرية التى تستهدفها المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بشكل اساسى (100%) للفئتين .
- وبفارق كبير جاءت الهيئات الحكومية بنسبة (42,9%) ثم الوزارات ذات الصلة بعمل النقابة بنسبة (35,7%).
- استهدفت بعض هذه المواقع البنوك وشركات التأمين بنسب محدودة (14,3%)،(7,1%) ويرتبط ذلك ايضا بتقديم النقابة لخدمات لاعضاءها .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- اظهرت النقابات المهنية محل الدراسة اهتماما متوسطا بمنظمات المجتمع المدنى حيث لم تتجاوز نسبة اهتمام المواقع الالكترونية لهذه النقابات بهذه الفئة الجماهيرية (21,4%)، تتسق هذه النتيجة مع النتيجة التى اشار لها جدول رقم (1) من ان مضامين هذه المواقع اظهرت اهتماما متوسطا بقضايا المجتمع وبمشاركة النقابة فى هذه القضايا.
- لم تستهدف المواقع الالكترونية للنقابات المهنية الاعلاميين الا بنسبة محدودة (14,3%) على الرغم من اهتمام هذه المواقع بالمواد الاعلامية المتنوعة وهو ما كشفت عنه نتيجة الجدول رقم (1).

رابعا: اللغة المستخدمة فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية:

جدول رقم (4)

اللغة المستخدمة فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

اللغة	ك	%
اللغة العربية فقط	14	100%
اللغة الانجليزية فقط	-	-
الاثنين معا	-	-
اكثر من لغتين	-	-
المجموع	14	100%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان جميع المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة تستخدم اللغة العربية فقط دون غيرها من اللغات الاخرى ويرجع ذلك الى ان الفئة الجماهيرية الرئيسية المستهدفة من هذه المواقع الالكترونية هى الاعضاء الحاليين او المرتقبين .
- خامسا: عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية:

جدول رقم (5)

الوسائط المتعددة المستخدمة فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

العناصر	ك	%
النص	14	100%
الصورة	14	100%

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

%100	14	مقاطع الفيديو
%71,4	10	ملف الصوت
%7,1	1	الرسوم

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- تعتمد المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بشكل اساسى على النصوص والصور ومقاطع الفيديو وذلك بنسبة (100%) لكلا منهم ،تتنسق هذه النتيجة مع النتيجة التى يشير لها جدول رقم (1) من ان اخبار انشطة النقابة و المواد الصحفية او الاذاعية او التلفزيونية نقلا عن وسائل الاعلام جاءت فى مقدمة المضامين الموجودة بهذه المواقع وهذه المضامين غالبا ما تقدم فى شكل نصوص مصحوبة بالصور او فى شكل مقاطع فيديو .
- انخفض بشدة معدل استخدام المواقع الالكترونية للنقابات المهنية للرسوم فلم تتجاوز نسبتها (7,1%) من اجمالى عينة الدراسة .

سادسا: نوع المادة المصورة بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (6)

نوع المادة المصورة بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

%	ك	النوع
%100	14	صور للاحداث
-	-	صور للاعضاء
-	-	صور مباني النقابة
%28,6	4	صور للقيادات
%42,9	6	صور شخصيات شهيرة فى مجال عمل النقابة
%35,7	5	صور شخصيات عامة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان جميع المواد المصورة بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة (100%) هى عبارة عن صور لاحداث غالبا ما تكون وثيقة الصلة بالمهنة (مؤتمرات ،ندوات ،افتتاح فرع جديد للنقابة فى احد المحافظات ،.....).كما توجد ايضا صور لشخصيات شهيرة فى مجال المهنة وذلك بنسبة (42,9%) ،وصور لشخصيات عامة بنسبة (35,7%)،وصور لقيادات النقابة بنسبة (28,6%).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- خلال فترة اجراء الدراسة التحليلية لم تستخدم المواقع الالكترونية للنقابات المهنية اى صور للاعضاء على الرغم من اهمية هذه الفئة الجماهيرية للنقابات المهنية واعتبارها الفئة الجماهيرية الاولى المستهدفة من الموقع الالكترونية لهذه النقابات . كما لم تستخدم ايه مادة مصورة بها صور عن مبانى النقابة بالمواقع الالكترونية خلال فترة التحليل.

سابعاً: اهم الادوات الفنية المستخدمة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (7)

الادوات الفنية المستخدمة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

%	ك	الادوات الفنية
%100	14	روابط فنية لباقي المضامين
%100	14	خريطة للموقع
%100	14	امكانية الدخول والتصفح ببسر وفى وقت قصير
-	-	امكانية تغيير اللغة
%50	7	محركات البحث
%42,9	6	روابط لمواقع اخرى ذات صلة
%21,4	3	ارشيف
%100	14	امكانية الاشتراك والعضوية

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان جميع المواقع الالكترونية للنقابات المهنية يتوافر بها فى المقام الاول امكانية الدخول والتصفح بسهولة ويسر ، ثم روابط فنية لباقي المضامين ، وخريطة للموقع ، ولان اعضاء النقابة الحاليين والمرتبطين هم الجمهور الرئيسى المستهدف من هذه المواقع فتوفر لهم هذه المواقع امكانية الاشتراك والعضوية من خلالها.
 - ان نصف المواقع الالكترونية بعينة الدراسة فقط (50%) يتوافر بها محركات بحث وبنسبة اقل (42,9%) روابط لمواقع اخرى ذات صلة .
 - وفى المقابل لايتوافر فى هذه المواقع بشكل كبير فى المقام الاول ارشيف فلم تتجاوز نسبة المواقع الالكترونية التى بها ارشيف (21,4%).
- ثامناً : اهم الوسائل التفاعلية على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (8)

الوسائل التفاعلية على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الوسائل التفاعلية	ك	%
الاتصال بالنقابة:تليفون-فاكس-بريد الكترونى	14	100%
امكانية تقديم مقترحات	10	71,4%
امكانية تقديم شكاوى وتوجيه النقد للنقابة	6	42,9%
امكانية التعبير عن الراى فى مخرجات النقابة	4	28,6%
امكانية الاتصال بقسم العلاقات العامة مباشرة	7	50%
امكانية الاتصال بقيادات النقابة مباشرة	3	21,4%
امكانية الدخول فى محادثة مباشرة	-	-
الدعوة لمناقشة قضية معينة داخل النقابة	8	57,1%
التصويت حول موضوع معين	9	64,3%
استطلاعات راي للاعضاء	12	85,7%
اسئلة واجوبة تهم الاعضاء	11	78,6%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان الوسيلة الرئيسية التى تعتمد عليها النقابات المهنية للتفاعل مع جمهورها هى وسائل الاتصال المعتادة :التليفون والفاكس والبريد الالكترونى وذلك بنسبة (100%). ويليها استطلاعات الراى والتى توجه للاعضاء فقط وذلك بنسبة (85,7%)، كما يوجد على غالبية المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة نافذة مخصصة لعرض الاسئلة الشائعة للاعضاء واجوبتها (78,6%)، وتخصص نافذة اخرى ليقدم الاعضاء من خلالها مقترحاتهم وذلك بنسبة (71,4%)، واخيرا تتيح غالبية النقابات المهنية على مواقعها موضوع ما للتصويت حوله وذلك بنسبة (64,3%)،
- هناك بعض الوسائل التفاعلية التى تستخدم على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بدرجة متوسطة مثل :الدعوة لعقد مناقشات حول موضوع او قضية ما محل جدل داخل النقابة (57,1%)، التواصل المباشر مع ادارة العلاقات العامة او

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

ما يمثلها من الادارات التى تقوم بنفس النشاط (50%)، تخصيص نافذة لتلقى الشكاوى (42,9%).

- فى حين ينخفض معدل استخدام الوسائل التفاعلية التالية على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية: تخصيص نافذة للتعبير عن الراى فى مخرجات النقابة (28,6%)، امكانية الاتصال بقيادات النقابة مباشرة (21,4%).

تاسعا: معدل تحديث المواقع الالكترونية للنقابات المهنية:

جدول رقم (9)

معدل تحديث المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

معدل التحديث	ك	%
تم تحديد تاريخ التحديث	5	35,7%
لم يتم تحديد تاريخ التحديث	9	64,3%
المجموع	14	100%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

ان غالبية المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة (64,3%) لا يتم بها تحديد تاريخ تحديث البيانات ،مقارنة بنسبة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية التى يتم بها تحديد تاريخ تحديث بيانات الموقع والتى لم تتجاوز (35,7%) من اجمالى المواقع محل الدراسة .

عاشرا : الزمن المستغرق للدخول الى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

جدول رقم (10)

الزمن المستغرق للدخول الى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الزمن	ك	%
اقل من 4 ثوان	14	100%
من 4 ثوان فاكثر	-	-
المجموع	14	100%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

ان جميع المواقع الالكترونية للنقابات المهنية التى خضعت للدراسة لا يستغرق زمن الدخول اليها اكثر من 4 ثوانى وهى فترة مناسبة تعكس سرعة تحميل الموقع .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

الحادى عشر :مستوى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة:

جدول رقم (11)

مستوى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

المستوى	ك	%
بسيط	14	%100
مركب	-	-
المجموع	14	%100

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

من خلال مجمل العرض السابق يتضح لنا ان جميع المواقع الالكترونية للنقابات المهنية مواقع بسيطة وليست مركبة سواء من حيث المضمون او الشكل او اجراءات الاستخدام .

التساؤل الثانى :ما هى ابرز اهداف النقابات المهنية و التى تساهم مواقعها الالكترونية فى تحقيقها ؟تم التوصل الى اجابة هذا التساؤل من خلال نتائج الجدول التالى :

جدول رقم (12)

اهداف المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة خلال فترة التحليل

الاهداف	ك	%
تدعيم العلاقات مع وسائل الاعلام	2	%14,3
بناء صورة ذهنية ايجابية للنقابة	13	%92,9
تدعيم العلاقات مع اعضاء النقابة	14	%100
تدعيم العلاقات مع المجتمع	7	%50
تدعيم العلاقات الحكومية	6	%42,9
جذب مزيد من الاعضاء	14	%100
حث الجمهور على المشاركة فى فاعليات النقابة	3	%21,4
ادارة القضايا /الازمات	5	%35,7

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان فى مقدمة اهداف المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة تدعيم علاقة النقابة بالاعضاء الحاليين ،ومحاولة جذب اعضاء جدد وذلك بنسبة (%100)مقارنة باهتمامها بتدعيم علاقاتها مع باقى الفئات الجماهيرية سواء

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- كانت المجتمع (50%)، الهيئات الحكومية (42,9%)، واخيرا وبفارق كبير وسائل الاعلام (14,3%). تتسق هذه النتيجة مع نتائج جدول رقم (3) والتي تشير الى ان ان اعضاء النقابات الحاليين او المرتقبين هم الفئة الجماهيرية التى تستهدفها المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بشكل اساسى.
- ان الهدف الثانى للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة هو بناء صورة ذهنية ايجابية عن النقابة وذلك بنسبة (92,9%).
- تهتم ايضا النقابات المهنية باستخدام مواقعها الالكترونية فى ادارة القضايا والازمات التى تتعرض لها وذلك بنسبة (35,7%) خاصة القضايا والازمات المتعلقة بالمهنة وغالبيتها فى فترة اجراء الدراسة كانت متعلقة بقضيتين: كادر لاعضاء المهنة، تشريعات مقترحة مثيرة للجدل او لدى العاملين فى هذه المهنة اعتراضات عليها .

التساؤل الثالث: ما هى اهم الاستراتيجيات الاتصالية التى تستخدمها النقابات المهنية عبر مواقعها الالكترونية على الانترنت؟ تم التوصل الى اجابة هذا التساؤل من خلال نتائج الجدول التالى :

جدول رقم (13)

الاستراتيجيات الاتصالية التى توظفها النقابات المهنية فى مواقعها الالكترونية من اجل تحقيق اهدافها خلال فترة الدراسة

الاستراتيجية	ك	%
المعلوماتية	10	71,4%
الرمزية	3	21,4%
تنظيمية	1	7,1%
قانونية	6	42,9%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان الاستراتيجية الرئيسية التى تستخدمها النقابات المهنية فى مواقعها الالكترونية هى الاستراتيجية المعلوماتية وذلك بنسبة (71,4%) وهو ما يتسق مع النتيجة التى يشير لها جدول رقم (1) من ان اهم المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بعينة الدراسة هى تلك المضامين الخاصة بالاعبار عن أنشطة النقابة العامة والنقابات الفرعية ، ومع النتيجة التى يشير لها جدول

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- رقم (2) من ان فى مقدمة القوالب الاتصالية شائعة الاستخدام فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية الاخبار، وايضا مع النتيجة التى يشير لها جدول رقم (12) ان فى مقدمة اهداف المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة تدعيم علاقة النقابة بالاعضاء الحاليين، ومحاولة جذب اعضاء جدد.
- تأتى الاستراتيجية القانونية فى المرتبة الثانية من الاستراتيجيات الاتصالية التى تستخدمها النقابات المهنية فى مواقعها الالكترونية وذلك بنسبة (42,9%)، تتسق هذه النتيجة مع النتيجة التى يشير لها جدول رقم (1) من ان المواقع الالكترونية للنقابات المهنية تهتم بتوعية زوارها باهم القوانين والتشريعات الحالية والمقترحة فى مجال المهنة وعرضها بشكل تحليلى مبسط لهم .
- توظف النقابات المهنية الاستراتيجيات التالية فى مواقعها الالكترونية بشكل محدود: الاستراتيجية الرمزية وذلك بنسبة (21,4%) وبفارق كبير الاستراتيجية التنظيمية وذلك بنسبة (7,1%) . وتتسق هذه النتيجة مع النتيجة التى يشير لها جدول رقم (12) من ان النقابات المهنية تهتم باستخدام مواقعها الالكترونية فى ادارة القضايا والازمات التى تتعرض لها خاصة القضايا والازمات المتعلقة بالمهنة وغالبيتها فى فترة اجراء الدراسة كانت متعلقة بقضيتين : كادر لاعضاء المهنة ،تشريعات مقترحة مثيرة للجدل او لدى العاملين فى هذه المهنة اعتراضات عليها .
- التساؤل الرابع للدراسة : الى اى مدى تطبق المواقع الالكترونية للنقابات المهنية فى مصر مبادئ الاتصال الحوارى ؟

جدول رقم (14)

ملامح توظيف المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (سهولة استخدام الموقع الالكترونى)

عناصر المبدأ الاول	ك	%
منطقية عرض وتنظيم المعلومات	14	100%
سهولة ايجاد المعلومات	14	100%
امكانية اختيار لغة الموقع من البداية	-	-
وضوح مسميات الروابط الموجودة على الموقع	14	100%
وجود روابط للتصفح على كل صفحة	14	100%
وجود روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة	14	100%
قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية	14	100%
امكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور	1	7,1%
اتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى	14	100%

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

%100	14	وجود روابط واضحة لباقي مضمون الموقع على الصفحة الاولى
%71,4	10	وجود محرك بحث على الصفحة الرئيسية

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان غالبية عناصر المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى (سهولة استخدام الموقع الالكترونى) مطبقة فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية وذلك على النحو التالى :
هناك منطوقية فى عرض وتنظيم المعلومات ،وسهولة فى وصول الزوار الى المعلومات ،كما ان مسميات الروابط الموجودة على الموقع واضحة ،وتتوافر روابط للتصفح على كل صفحة من صفحات المواقع محل الدراسة ،وروابط للعودة الى الصفحة الرئيسية ،وروابط واضحة لباقي مضمون الموقع على الصفحة الاولى ،واخيرا تتوافر كل المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى .
- فى حين لم يتوفر محرك بحث على الصفحة الرئيسية لبعض المواقع محل الدراسة .ولم يتيح ايا من المواقع محل الدراسة لزواره امكانية اختيار لغة الموقع من البداية حيث ان جميع المواقع الخاصة بالنقابات المهنية تستخدم اللغة العربية فقط دون غيرها من اللغات .

جدول رقم (15)

ملاحح توظيف المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع)

عناصر المبدأ الثانى	ك	%
تقديم المعلومات بلغات متنوعة	-	-
ايراز مجموعات المصالح المستهدفة بمضمون الموقع	14	%100
توافر معلومات عن تاريخ النقابة	2	%14,3
حقائق مرتبطة بمجال عمل النقابة	2	%14,3
ايراز مهمة النقابة وفسفتها على الموقع	3	%21,4
توفير مطبوعات النقابة على الموقع	6	%42,9
معلومات عن شهادات الجودة او التميز التى حصلت عليها النقابة	-	-
معلومات عن انجازات النقابة وبرامجها	12	%85,7
معلومات عن التواصل مع النقابة	14	%100
معلومات عن الانضمام الى عضوية النقابة	14	%100

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان ما يقرب من نصف عناصر المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع) مطبقة بشكل كامل فى المواقع الالكترونية

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- للقابات المهنية وذلك على النحو التالى :تحدد هذه المواقع الفئة الجماهيرية المستهدفة ،وتتوافر بهذه المواقع معلومات عن كيفية الانضمام الى عضوية النقابة ،وعن كيفية التواصل مع النقابة ،وعن انجازات وبرامج النقابة .
- تتوافر العناصر التالية من المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى بدرجة محدودة على المواقع الالكترونية للقابات المهنية محل الدراسة وهى بالترتيب :مطبوعات النقابة ،فلسفة النقابة ،تاريخ النقابة ،حقائق مرتبطة بمجال عملها .
- ولم يتيح ايا من المواقع محل الدراسة لزواره معلومات عن شهادات الجودة والتميز التى حصلت عليها النقابة ،وتقديم المعلومات بلغات متنوعة .

جدول رقم (16)

ملاحح توظيف المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة(الاحتفاظ بزوار الموقع)

عناصر المبدأ الثالث	ك	%
قصر زمن تحميل الصفحات	14	100%
سهولة الوصول للمعلومات المطلوبة من خلال تنظيمها	14	100%
وضوح روابط للمواقع الضرورية فقط المرتبطة بالنقابة	14	100%
وجود الرمز المميز للنقابة فى كل صفحة على الموقع	12	85,7%
ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع	5	35,7%
وجود رابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة	14	100%
الاشترك فى خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكترونى	-	-
فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع	-	-
وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع	-	-
عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان	14	100%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان نصف العناصر المتضمنة فى المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى (الاحتفاظ بزوار الموقع) مطبقة بشكل كامل فى المواقع الالكترونية للقابات المهنية وذلك على النحو التالى:قصر زمن تحميل صفحات الموقع ،وتنظيم المعلومات مما يسهل الوصول اليها ،وضوح روابط للمواقع ذات الصلة بالنقابة ،ووجود روابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة ،وعدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان،وبدرجة اقل وجود الرمز المميز للنقابة فى كل صفحة من صفحات الموقع.

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- يتوافر العنصر التالي من المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى بدرجة محدودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة وهو ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع.
- ولم يتيح ايا من المواقع محل الدراسة لزواره الاشتراك فى خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكتروني، فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع، وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع.

جدول رقم (17)

ملامح توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكتروني للنقابة (تشجيع معاودة زيارة الموقع)

عناصر المبدأ الرابع	ك	%
وجود معلومات حديثة باستمرار	10	71,4%
تنوع القضايا والخدمات المطروحة على الموقع	12	85,7%
وجود روابط واضحة للأسئلة الشائعة لجماعات المصالح	14	100%
وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستفسارات والاستجابة	14	100%
امكانية الحصول على معلومات فنية اكثر تخصصا عبر البريد الالكتروني	14	100%
وجود ملفات صوتية او مرئية يمكن تحميلها او ارسالها للاخرين	-	-
وجود دعوة صريحة لمعاودة زيارة الموقع	-	-
وجود رابط لوضع الموقع على مفضلات المستخدم	-	-
روابط لمواقع اخرى فى نفس المجال	6	42,9%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان ثلاث عناصر فقط من عناصر المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى (تشجيع معاودة زيارة الموقع) متحققة بشكل كامل فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية وذلك على النحو التالى :وجود روابط واضحة للأسئلة الشائعة لكل جماعات المصالح ،وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستجابة لها ،امكانية الحصول على معلومات فنية اكثر تخصصا عبر البريد الالكتروني .وبدرجة اقل تحققت العناصر التالية :وجود تنوع فى القضايا والخدمات المطروحة على الموقع وتحديث المعلومات باستمرار .
- يتوافر العنصر التالي من المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى بدرجة محدودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة وهو وجود روابط لمواقع اخرى فى مجال المهنة .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- ولم يقدم ايا من المواقع محل الدراسة لزواره دعوة صريحة لمعاودة الزيارة ،ولم يوفر لزواره ملفات صوتية ومرئية يمكن تحميلها وارسالها للاخرين ،او امكانية وضع الموقع على مفضلات المستخدم.

جدول رقم (18)

ملامح توظيف المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى

على الموقع الالكترونى للنقابة(توافر فرص الحوار التفاعلى)

عناصر المبدأ الخامس	ك	%
امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة	14	100%
توفير امكانية طلب تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الالكترونى	-	-
امكانية التصويت على الموقع تجاه قضايا محددة	14	100%
وجود استطلاعات لآراء الجمهور على الموقع	14	100%
توافر غرف الدردشة والمنتديات التفاعلية	4	28,6%
وجود مدونات او روابط لها على الموقع	-	-
وجود معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية	14	100%
تخصيص روابط مستقلة لكيفية تواصل كل مجموعة مصالح مع النقابة	-	-
وجود طلب مباشر لمقترحات وآراء واستفسارات الجمهور	14	100%
فرص ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس	-	-

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان نصف عناصر المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى(توافر فرص الحوار التفاعلى) متحققة بشكل كامل فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية وذلك على النحو التالى:امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة ،والتصويت على الموقع تجاه قضايا محددة ،وجود استطلاعات لآراء الجمهور على الموقع ،ووجود معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية ،وجود طلب مباشر لمقترحات وآراء واستفسارات الجمهور .
- يتوافر العنصر التالى من المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى بدرجة محدودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسةوهو توافر غرف للدردشة والمنتديات التفاعلية .
- ولم يتيح ايا من المواقع محل الدراسة لزواره فرص ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس ، روابط مستقلة لتواصل كل مجموعة مصالح مع النقابة، تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الالكترونى، وجود مدونات او روابط لها على الموقع.

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

نتائج الدراسة الميدانية

خصصت الباحثة الجزء الاول من الاستمارة التى وجهت الى اعضاء النقابات المهنية لتحديد مستوى معرفتهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات ،مصدر معرفتهم بوجود هذه المواقع الالكترونية للنقابات المهنية ومعدل تصفحهم لها ومصادر معلوماتهم عن النقابات المهنية بشكل عام واسباب زيارتهم للمواقع واسباب عدم زيارتهم لهذه المواقع بانتظام وتأثير هذه الزيارة على معدل مشاركتهم فى أنشطة النقابات المهنية .

سوف يتم عرض نتائج الدراسة الميدانية فى ضوء الفروض وذلك على النحو التالى:

جدول رقم (19)

مستوى معرفة المبحوثين بوجود موقع اليكترونى للنقابة مصنفة تبعا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالى	
المعرفة بالموقع		%	ك	%	ك	%	ك
يعرف		50	100	50	100	100	200
لا يعرف		-	-	-	-	-	-
الإجمالى		50	100	50	100	100	200

جدول رقم (20)

مستوى معرفة المبحوثين بوجود موقع اليكترونى للنقابة مصنفة تبعا لعدد سنوات العضوية

العضوية		الجديدة		القديمة		الإجمالى	
المعرفة بالموقع		%	ك	%	ك	%	ك
يعرف		49	98	51	102	100	200
لا يعرف		-	-	-	-	-	-
الإجمالى		49	98	51	102	100	200

توضح بيانات الجدولين السابقين ما يلى :

اجماع المبحوثين بعينة الدراسة على معرفتهم بوجود موقع اليكترونى للنقابة على الانترنت ،ولم يكن هناك تأثير لمتغير جنس المبحوثين ،او متغير عدد سنوات عضويته على مستوى المعرفة بوجود هذه المواقع .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

وبذلك يكون قد تم اثبات عدم تحقق الفرض الاول للدراسة وهو هناك علاقة ارتباطية بين جنس /عدد سنوات عضوية المبحوثين ومستوى معرفتهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة.

جدول رقم (21)

مصدر معرفة المبحوثين بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية			الإجمالي (ن=200)		إناث (ن=100)		ذكور (ن=100)		النوع
مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	8	16	4	8	4	8	من اعضاء النقابة
0.579	1	0.307	7	14	3	6	4	8	من ادارة النقابة بالصدفة
0.516	1	0.421	5	10	2	4	3	6	من الزملاء العاملين فى نفس المجال
0.093	1	2.829	13	26	8.5	17	4.5	9	من وسائل الاعلام
0.788	1	0.072	7.5	15	3.5	7	4	8	من مطبوعات النقابة
0.179	1	1.802	7.5	15	2.5	5	5	10	من خلال روابط اليكترونية على مواقع اخرى
0.671	1	0.180	51.5	103	26.5	53	25	50	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان المصدر الاول لمعرفة المبحوثين بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية هو من المصادر التكنولوجية الحديثة للمعلومات حيث اوضح نصف المبحوثين بعينة الدراسة (51,5%) ان مصدر معرفتهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية هو الروابط الالكترونية على المواقع الاخرى .وبفارق كبير جاءت العلاقات الشخصية فى المرتبة الثانية فى ترتيب مصادر معرفة المبحوثين بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت حيث ذكر (13%) من المبحوثين بعينة الدراسة انهم عرفوا بوجود هذه المواقع من زملائهم العاملين فى نفس المجال، وذكر (8%) منهم ان اعضاء اخرين بالنقابة هم من اعلموهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت، (7%) منهم تعرفوا على هذه المواقع من ادارة النقابة ذاتها .تساوت وسائل الاعلام مع الوسائل الخاصة بالنقابة والممثلة فى مطبوعات النقابة باعتبارهما مصادر لمعرفة المبحوثين بوجود هذه

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

المواقع حيث حصل كلاهما على نسبة (7,5%) .لم تتجاوز نسبة من عرفوا بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت بالصدفة (5%) من اجمالى حجم العينة .

- لم يؤثر ادخال متغير نوع المبحوثين على ترتيب مصادر معرفة المبحوثين بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت وهو ما توضحه قيمة كا2 فى الجدول السابق .

جدول رقم (22)

مصدر معرفة المبحوثين بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا لعدد سنوات العضوية

مؤشرات إحصائية			الإجمالي (ن=200)		قديمة (ن=102)		جديدة (ن=98)		المصدر / العضوية
مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 (0.278)	1	16.709	8	16	8	16	-	-	من اعضاء النقابة
0.000 (0.260)	1	14.463	7	14	7	14	-	-	من ادارة النقابة
0.001 (0.219)	1	10.114	5	10	5	10	-	-	بالصدفة
0.000 (0.354)	1	28.713	13	26	13	26	-	-	من الزملاء العاملين فى نفس المجال
0.000 (0.269)	1	15.580	7.5	15	7.5	15	-	-	من وسائل الاعلام
0.000 (0.269)	1	15.580	7.5	15	7.5	15	-	-	من مطبوعات النقابة
0.000 (0.689)	1	180.963	51.5	103	2.5	5	49	98	من خلال روابط اليكترونية على مواقع اخرى

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين مصدر معرفة المبحوثين بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية وعدد سنوات العضوية وذلك على النحو التالى :

كان المصدر الاول والاساسى للاعضاء الجدد بالنقابة لمعرفتهم بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية هو مصدر حديث للمعلومات وتمثل فى الروابط على مواقع اخرى مقارنة بالاعضاء القدامى والاكبر سنا حيث كانت قيمة كا2 (180,9)

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

بمستوى معنوية (0,0) كما تشير قيمة معامل التوافق (0,689) الى قوة هذه العلاقة. فى حين ان العلاقات الشخصية هى المصدر الاول لمعرفة الاعضاء القدامى بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت مقارنة بالاعضاء الجدد سواء كان ذلك من خلال العلاقات مع زملاء المهنة (قيمة كا2 28.713، بمستوى معنوية 0,00) او من خلال الاعضاء الاخرين بالنقابة (قيمة كا2 16.709 بمستوى معنوية 0,00) او من خلال ادارة النقابة (قيمة كا2 14.463 بمستوى معنوية 0,00). تساوت وسائل الاعلام مع الوسائل الخاصة بالنقابة والمثلة فى مطبوعات النقابة باعتبارهما مصادر لمعرفة الاعضاء القدامى بوجود مواقع اليكترونية للنقابات المهنية على الانترنت مقارنة بالاعضاء الجدد حيث كانت قيمة كا2 (15.580) بمستوى معنوية (0,00) لكلاهما .

ايضا الاعضاء القدامى فقط هم الذين عرفوا بالمواقع الالكترونية للنقابات المهنية بالصدفة حيث كانت قيمة كا2 10.114 بمستوى معنوية 0,001 .

جدول رقم (23)

معدل تصفح المبحوثين بعينة الدراسة للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة

تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية	الإجمالى		إناث		ذكور		النوع		
	كا2	درجة الحرية	%	ك	%	ك		معدل التصفح	
0.265	3	3.967	14.5	29	9.5	19	5	10	يوميًا
			34.5	69	15	30	19.5	39	أسبوعيًا
			1	2	0.5	1	0.5	1	شهريًا
			50	100	25	50	25	50	على فترات متباعدة
			100	200	50	100	50	100	الإجمالى

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- تساوى معدل تصفح المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية بشكل منتظم سواء يوميا او اسبوعيا او شهريا (50%) مع معدل تصفحهم لهذه المواقع بشكل غير منتظم او على فترات متباعدة (50%) .
- لم يؤثر ادخال متغير النوع على معدل تصفح المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية حيث كانت قيمة كا2 (3.967) بمستوى معنوية (0.265).

جدول (24)

معدل تصفح المبحوثين بعينة الدراسة للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا لعدد سنوات العضوية

مؤشرات إحصائية			الإجمالى		قديمة		جديدة		العضوية معدل التصفح
مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 (0.702)	3	194.136	14.5	29	0.5	1	14	28	يوميًا
			34.5	67	-	-	34.5	67	أسبوعيًا
			1	2	0.5	1	0.5	1	شهريًا
			50	100	50	100	-	-	على فترات متباعدة
			100	200	51	102	49	98	الإجمالى

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- هناك علاقة ارتباطية قوية بين عدد سنوات عضوية المبحوثين (اعضاء قدامى ،اعضاء جدد) ومعدل تصفحهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية وهو ما توضحه قيمة معامل التوافق (0,702) ومستوى المعنوية (0,000) حيث ان الاعضاء الجدد معدل تصفحهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية اكثر انتظاما سواء بشكل يومي (14%)، اسبوعى (34,5%)، ونسبة منخفضة شهريا (0,5%) مقارنة بالاعضاء القدامى الذين غالبيتهم (50%) يتصفحون هذه المواقع على فترات متباعدة ونسبة محدودة جدا منهم لا تتجاوز (0,5%) تتصفح هذه المواقع شهريا او بصفة يومية . وبذلك يكون قد تم اثبات عدم تحقق الجزء الاول من الفرض الثانى للدراسة حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين جنس المبحوثين ومعدل زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية. فى حين قد تحقق الجزء الثانى من الفرض الثانى حيث توجد علاقة ارتباطية بين عدد سنوات عضوية المبحوثين ومعدل زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية.

جدول رقم (25)

مصادر معلومات المبحوثين عن النقابات المهنية بشكل عام

النوع	الوسائل الاتصالية	
	ك	%
التليفزيون	منخفض	48
	متوسط	122
	مرتفع	30
الراديو	منخفض	50
	متوسط	126
	مرتفع	24
الصحف العامة	منخفض	49
	متوسط	125
	مرتفع	26
المجلات العامة	منخفض	50
	متوسط	124
	مرتفع	26
رسائل المحمول	منخفض	63
	متوسط	110
	مرتفع	27
من الاعضاء الاخرين	منخفض	56
	متوسط	121
	مرتفع	23
من الزملاء فى نفس مجال العمل	منخفض	47
	متوسط	128
	مرتفع	25
الموقع الالكترونى للنقابة	منخفض	80
	متوسط	20
	مرتفع	100
مطبوعات النقابة	منخفض	55
	متوسط	122
	مرتفع	23

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- تحتل الوسائل التكنولوجية الحديثة المرتبة الاولى فى مصادر المعلومات التى يرتفع معدل اعتماد المبحوثين عليها فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية محل الدراسة وذلك بنسبة (63,5%) وتمثلت هذه الوسائل فى المواقع الالكترونية بنسبة (50%) ثم رسائل المحمول بنسبة (13,5%).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- جاءت وسائل الاعلام فى المرتبة الثانية لمصادر المعلومات التى يرتفع معدل اعتماد المبحوثين عليها فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية محل الدراسة وذلك بنسبة (53%) وتمثلت هذه الوسائل فى: التلفزيون (15%)، الصحف والمجلات العامة (13%) لكلا منهما، الراديو (12%) على الترتيب.

- جاءت العلاقات الشخصية فى الترتيب الثالث والاخير لمصادر المعلومات التى يرتفع معدل اعتماد المبحوثين عليها فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية محل الدراسة وذلك بنسبة (24%) وتمثلت فى العلاقات مع الزملاء فى نفس المهنة (12,5%)، من الاعضاء الاخرين (11,5%).

جدول رقم (26)

مصادر معلومات المبحوثين عن النقابات المهنية بشكل عام مصنفة تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوسائل الاتصالية	
					قيمة T	مستوي المعنوية
0.495	198	0.556	2.88	100	ذكور	التلفزيون
					0.684	
1.000	198	0.544	2.87	100	ذكور	الراديو
					0.000	
0.726	198	0.544	2.87	100	ذكور	الصحف العامة
					0.351	
0.244	198	0.533	2.83	100	ذكور	المجلات العامة
					1.168	
0.276	198	0.601	2.77	100	ذكور	رسائل المحمول
					1.092	
0.908	198	0.587	2.83	100	ذكور	من الاعضاء الاخرين
					0.116	
0.233	198	0.598	2.84	100	ذكور	من الزملاء فى نفس مجال العمل
					1.197	
0.766	198	0.961	3.08	100	ذكور	الموقع الالكترونى للنقابة
					0.298	
0.653	198	0.631	2.81	100	ذكور	مطبوعات النقابة
					0.450	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- ان ادخال متغير النوع لم يؤثر على ترتيب مصادر معلومات التى يعتمد عليها المبحوثين (سواء من الذكور او الاناث) للحصول على معلومات عن النقابات المهنية بشكل عام وهو ما توضحه قيمة قيمة ت ومستوى المعنوية بالجدول السابق.

جدول (27)

مصادر معلومات المبحوثين عن النقابات المهنية بشكل عام مصنفة تبعا عدد سنوات العضوية

مؤشرات إحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوسائل الاتصالية		
					قيمة T	مستوى المعنوية	
0.000	8.162	176	0.632	2.61	98	عضوية جديدة	التلفزيون
			0.419	3.22	102	عضوية قديمة	
0.000	9.356	181	0.574	2.55	98	عضوية جديدة	الراديو
			0.405	3.20	102	عضوية قديمة	
0.000	8.632	177	0.604	2.58	98	عضوية جديدة	الصحف العامة
			0.405	3.20	102	عضوية قديمة	
0.000	8.755	177	0.605	2.57	98	عضوية جديدة	المجلات العامة
			0.405	3.20	102	عضوية قديمة	
0.000	11.918	190	0.432	3.24	98	عضوية جديدة	رسائل المحمول
			0.551	2.41	102	عضوية قديمة	
0.000	9.677	175	0.593	2.50	98	عضوية جديدة	من الاعضاء الاخرين
			0.389	3.18	102	عضوية قديمة	
0.000	8.672	180	0.586	2.59	98	عضوية جديدة	من الزملاء فى نفس مجال العمل
			0.405	3.20	102	عضوية قديمة	
0.000	37.885	101	0.000	4	98	عضوية جديدة	الموقع الالكترونى للنقابة
			0.470	2.24	102	عضوية قديمة	
0.000	9.036	188	0.455	3.17	98	عضوية جديدة	مطبوعات النقابة
			0.593	2.50	102	عضوية قديمة	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

هناك فروق دالة احصائيا بين الاعضاء الجدد والاعضاء القدامى بالنقابات المهنية فيما يتعلق بالمصادر التى يعتمدون عليها فى الحصول على معلومات عن نقاباتهم بشكل عام وذلك على النحو التالى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- يعتمد الاعضاء الجدد على الوسائل الاتصالية الحديثة متمثلة فى الموقع الالكتروني للنقابة ورسائل المحمول فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية مقارنة بالاعضاء القدامى حيث كانت قيمة المتوسط الحسابى فى هذه الحالة لصالح الاعضاء الجدد وكانت قيمة ت 37.885 بمستوى معنوية 0,00 بالنسبة للموقع الالكتروني للنقابة ، وكانت قيمة ت 11.918 بمستوى معنوية 0,00 بالنسبة لرسائل المحمول.
- يعتمد الاعضاء القدامى على الوسائل الاتصالية التقليدية المتمثلة فى وسائل الاعلام من مجلات وصحف ورايو وتليفزيون فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية مقارنة بالاعضاء الجدد حيث كانت قيمة المتوسط الحسابى فى هذه الحالة لصالح الاعضاء القدامى وكانت قيمة ت 9.356 بالنسبة بالراديو ، وكانت قيمة ت 8.755 بالنسبة للمجلات العامة ، وكانت قيمة ت 8.632 بالنسبة للصحف العامة ، وكانت قيمة ت 8.162 بالنسبة للتليفزيون بمستوى معنوية 0,00 لجميع مصادر المعلومات السابقة . وايضا يعتمد الاعضاء القدامى على العلاقات الشخصية المتمثلة فى العلاقات مع الاعضاء الاخرين بالنقابة او العلاقات مع الزملاء العاملين فى نفس المهنة فى الحصول على معلومات عن النقابات المهنية مقارنة بالاعضاء الجدد حيث كانت قيمة المتوسط الحسابى لصالح الاعضاء القدامى وكانت قيمة ت 9.677 بالنسبة للعلاقات مع الاعضاء الاخرين بالنقابة ، وكانت قيمة ت 8.672 بالنسبة للعلاقات مع الزملاء العاملين فى نفس المهنة بمستوى معنوية 0,00 لجميع مصادر المعلومات السابقة .
- اما مطبوعات النقابة كمصدر معلومات فيعتمد عليه الاعضاء الجدد بمعدل اكبر من الاعضاء القدامى حيث كانت قيمة المتوسط الحسابى لصالح الاعضاء الجدد وكانت قيمة ت 9.036 بمستوى معنوية 0,00.

جدول رقم (28)

اسباب زيارة المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية			الإجمالي (ن=200)		إناث (ن=100)		ذكور (ن=100)		النوع الاسباب
مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%		
0.396	1	0.720	51	102	27	54	24	48	للحصول على معلومات عن أنشطة النقابة
0.027 (0.154)	1	4.861	28	56	10.5	21	17.5	35	للمشاركة فى أنشطة النقابة
0.165	1	1.929	21	42	12.5	25	8.5	17	التسجيل الالكترونى فى أنشطة النقابة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان اول الاسباب التى تدعو المبحوثين لزيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة هو الحصول على معلومات عن أنشطة النقابة وذلك بنسبة (51%) من اجمالى حجم العينة .ويليه وبفارق واضح للمشاركة فى أنشطة النقابة بنسبة (28%) واخيرا للتسجيل الالكترونى فى أنشطة النقابة وذلك بنسبة (21%).
- ان ادخال متغير النوع لم يؤثر بقوة على اسباب زيارة المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية الا فى حالة واحدة وهى رغبة المبحوثين فى زيارة الموقع من اجل المشاركة فى أنشطة النقابة حيث كانت نسبة الذكور من المبحوثين الذين يزورون المواقع الالكترونية للنقابات المهنية من اجل المشاركة فى الأنشطة (17,5%) اكبر من نسبة الاناث (10,5%) و كانت قيمة كا 4,861 بمستوى معنوية 0.027

جدول رقم (29)

اسباب زيارة المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا لعدد سنوات العضوية

مؤشرات إحصائية			الإجمالي (ن=200)		قديمة (ن=102)		جديدة (ن=98)		العضوية الاسباب
مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%		
0.000 (0.584)	1	103.64	51	102	44	88	7	14	للحصول على معلومات عن أنشطة النقابة
0.000 (0.309)	1	21.040	28	56	7	14	21	42	للمشاركة فى أنشطة النقابة
0.000 (0.466)	1	55.335	21	42	-	-	21	42	التسجيل الالكترونى فى أنشطة النقابة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

هناك علاقة ارتباطية قوية بين عدد سنوات عضوية المبحوثين فى النقابات المهنية محل الدراسة واسباب زيارتهم للمواقع الالكترونية لهذه النقابات .فالسبب الرئيسى لزيارة المبحوثين من الاعضاء الجدد للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية التسجيل الالكترونى فى أنشطة النقابة والمشاركة الفعلية فى هذه الأنشطة وذلك مقارنة بالاعضاء القدامى حيث كانت قيمة كا 21.040، 55.335 للسببين بمستوى معنوية 0,000. اما السبب الرئيسى لزيارة الاعضاء القدامى للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة فهو الحصول على معلومات عن أنشطة النقابة مقارنة بالاعضاء الجدد حيث كانت قيمة كا 2 103.64 بمستوى معنوية 0,000.

وبذلك يكون قد تم اثبات عدم تحقق الجزء الاول من الفرض الثالث للدراسة حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين جنس المبحوثين واسباب زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية. فى حين قد تحقق الجزء الثانى من الفرض الثالث حيث توجد علاقة ارتباطية بين عدد سنوات عضوية المبحوثين واسباب زيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية.

جدول رقم (30)

اسباب عدم انتظام المبحوثين فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية
مصنفة تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية			الإجمالي (ن=100)		إناث (ن=50)		ذكور (ن=50)		النوع الاسباب
مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا2	%	ك	%	ك	%	ك	
0.280	1	1.169	31	31	13	13	18	18	الاحتياج لمهارات تقنية متخصصة لاستخدامه
0.646	1	0.211	5	5	3	3	2	2	صعوبة الوصول الى المعلومات التى اريدها عن طريقه
0.687	1	0.162	56	56	27	27	29	29	الارهاق الجسدى والذهنى من الجلوس على الحاسب الالى
0.169	1	1.895	5	5	4	4	1	1	عدم توافر المعلومات والتفاصيل التى احتاجها
0.079	1	3.093	3	3	3	3	-	-	بطء الموقع وصعوبة التحميل

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان الاسباب التى منعت غالبية المبحوثين بعينة الدراسة (87%) من الانتظام فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية هى اسباب متعلقة بالمبحوثين انفسهم وهى بالترتيب الارهاق الجسدى والذهنى الناتج من الجلوس على الحاسب الالى بنسبة (56%)، عدم اتقان المبحوثين لمهارات التعامل مع الحاسب الالى بنسبة (31%).

- اما الاسباب الاخرى التى منعت نسبة محدودة من المبحوثين من الانتظام فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية فكانت متعلقة بالمواقع ذاتها وتمثلت فى الاسباب التالية :صعوبة الوصول الى المعلومات ،عدم توافر المعلومات التى يحتاجها المبحوثين (5%) لكلاهما ،بطء المواقع وصعوبة التحميل (3%).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- لم يؤثر متغير نوع المبحوثين على ترتيب الاسباب التى تمنعهم من الانتظام فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة وهو ما توضحه قيمة كا2 بالجدول السابق .

جدول (31)

اسباب عدم انتظام المبحوثين فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية مصنفة تبعا لعدد سنوات العضوية

الإجمالي (ن=100)		قديمة (ن=100)		جديدة (ن=0)		العضوية	الاسباب
%	ك	%	ك	%	ك		
31	31	31	31	-	-		يحتاج لمهارات تقنية متخصصة لاستخدامه
5	5	5	5	-	-		صعوبة الوصول الى المعلومات التى اريدها عن طريقه
56	56	56	56	-	-		الارهاق الجسدى والذهنى من الجلوس على الحاسب الالى
5	5	5	5	-	-		عم توافر المعلومات والتفاصيل التى احتاجها
3	3	3	3	-	-		بطء الموقع وصعوبة التحميل

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان الاعضاء الجدد يزورون المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بشكل منتظم فى حين ان المبحوثين الذين ذكروا انهم غير منتظمين فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية جميعهم من الاعضاء القدامى .

جدول (32)

تأثير زيارة المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية على مشاركتهم فى أنشطة النقابة مصنفة تبعا للنوع

مؤشرات إحصائية			الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	التأثير
مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا2	%	ك	%	ك	%	ك		
0.322	1	0.982	52.5	105	28	56	24.5	49	ارتفع معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة	
			47.5	95	22	44	25.5	51	لم يتأثر معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة	
			-	-	-	-	-	-	-	انخفض معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة
			100	200	50	100	50	100	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- ان اكثر من نصف المبحوثين فى عينة الدراسة (52,5%) قد ارتفع معدل مشاركتهم فى أنشطة النقابة نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية فى مقابل (47,5%) لم تتأثر مشاركتهم فى أنشطة النقابة بزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية ،فى حين لم ينخفض معدل مشاركة اى من المبحوثين بعينة الدراسة فى أنشطة النقابة نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية .

- لا توجد علاقة ارتباطية بين نوع المبحوثين (ذكور /اناث) وتأثر معدل مشاركتهم فى أنشطة النقابة بزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية حيث كانت قيمة كا(0,982) بمستوى معنوية (0,322).

جدول (33)

تأثير زيارة المبحوثين للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية على مشاركتهم فى أنشطة النقابة مصنفة تبعا لسنوات العضوية

مؤشرات إحصائية			الإجمالى		قديمة		جديدة		العضوية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا	%	ك	%	ك	%	ك		
0.000 (0.657)	1	152.169	52.5	105	5	10	47.5	95	ارتفع معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة	
			47.5	95	46	92	1.5	3	لم يتأثر معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة	
			-	-	-	-	-	-	-	انخفض معدل مشاركتى فى أنشطة النقابة
										الإجمالى

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان هناك علاقة ارتباطية قوية بين عدد سنوات عضوية المبحوثين بعينة الدراسة وتأثر معدل مشاركتهم فى أنشطة النقابات نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية وهو ما توضحه قيمة معامل التوافق (0,657)، كا(152,1) بمستوى معنوية (0,00) حيث يرتفع معدل مشاركة النسبة الاكبر من الاعضاء الجدد بعينة الدراسة فى أنشطة النقابات المهنية نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية لهذه النقابات لتصل نسبتهم الى (47,5%) فى حين ان معدل مشاركة النسبة الاكبر من الاعضاء القدامى بعينة الدراسة فى أنشطة النقابات المهنية (47,5%) لم تتأثر نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية لهذه النقابات .

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

خصصت الباحثة الجزء الثانى من الاستمارة التى وجهت الى اعضاء النقابات المهنية لتحديد تقييمهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية من حيث الشكل والمضمون واجراءات الاستخدام وذلك باستخدام مجموعة من العناصر التى تعبر عن المبادئ الخمسة للاتصال الحوارى فجاءت النتائج على النحو التالى:

جدول (34)

ملامح توظيف المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	70,5	2.5	5	48	96	14.5	29	35	70	سهولة ايجاد المعلومات
2	70	4	8	46.5	93	15	30	34.5	69	تتوافر روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة
3	69,4	8	16	42	84	14.5	29	35.5	71	منطقية عرض وتنظيم المعلومات
4	67	6.5	13	44	88	24.5	49	25	50	وضوح مسميات الروابط الموجودة على الموقع
5	66,5	12	24	39	78	20	40	29	58	تتوافر روابط واضحة لباقي مضمون الموقع على الصفحة الاولى
6	66,3	8	16	43	86	25	50	24	48	تتوافر روابط للتصفح على كل صفحة
7	66,1	8	16	44	88	23.5	47	24.5	49	اتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى
8	65,9	8.5	17	42.5	85	26	52	23	46	يتوافر محرك بحث على الصفحة الرئيسية
9	65,3	11	22	41	82	24	48	24	48	امكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور
10	65	9.5	19	44	88	23.5	47	23	46	قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية
11	64,9	12	24	38.5	77	27.5	55	22	44	امكانية اختيار لغة الموقع من البداية

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- شغلت العناصر المتعلقة بتوافر المعلومات وسهولة التعامل معها على المواقع الاليكترونية للنقايات المهنية ترتيب متقدم فى اطار ترتيب العناصر الخاصة بالمبدأالاول من مبادئ الاتصال الحوارى (سهولة استخدام المواقع الاليكترونية) وذلك على النحو التالى :جاء العنصر الخاص بسهولة ايجاد المعلومات التى يحتاجها زوار المواقع فى الترتيب الاول من منظور المبحوثين بعينة الدراسة وذلك بوزن نسبي (70,5)،جاء العنصر الخاص بمنطقية عرض وتنظيم المعلومات فى الترتيب الثانى بوزن نسبي (69,4)،اما العنصر الخاص باتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى فجاء فى الترتيب السابع بوزن نسبي (66,1)،كما جاء العنصر الخاص بامكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور فى الترتيب التاسع بوزن نسبي (65,3).
- فى حين شغلت العناصر المتعلقة بالروابط المتاحة على المواقع الاليكترونية للنقايات المهنية المراكز التالية فى اطار ترتيب العناصر الخاصة بالمبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى وذلك على النحو التالى :جاء العنصر الخاص بوجود روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة من صفحات الموقع فى الترتيب الثانى بوزن نسبي (70)،ثم العنصر الخاص بوضوح مسميات الروابط الموجودة على المواقع فى الترتيب الرابع بوزن نسبي (67)،ثم العنصر الخاص بتوافر روابط واضحة لباقي مضمون المواقع على الصفحة الاولى فى الترتيب الخامس بوزن نسبي (66,5)،ثم العنصر الخاص بتوافر روابط للتصفح على كل صفحة فى الترتيب السادس بوزن نسبي (66,3).
- اما العناصر المتعلقة باجراءات بداية التعامل مع المواقع الاليكترونية للنقايات المهنية فشغلت مراتب متأخرة على النحو التالى :توافر محرك بحث على الصفحة الرئيسية فى الترتيب الثامن بوزن نسبي (65,9)،قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية فى الترتيب العاشر بوزن نسبي (65)،امكانية اختيار لغة الموقع من البداية فى الترتيب الحادى عشر بوزن نسبي (64,9).

جدول (35)

العلاقة بين جنس المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية مستوى المعنوية	T قيمة	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						ذكور	إناث
0.837	0.207	198	1.076	2.79	100	ذكور	منطقية عرض وتنظيم المعلومات
			0.976	2.76	100	إناث	
0.656	0.446	198	0.978	2.85	100	ذكور	سهولة ايجاد المعلومات
			0.924	2.79	100	إناث	
0.662	0.438	198	0.965	2.83	100	ذكور	امكانية اختيار لغة الموقع من البداية
			0.973	2.77	100	إناث	
0.879	0.153	198	0.929	2.69	100	ذكور	وضوح مسميات الروابط الموجودة على الموقع
			0.922	2.67	100	إناث	
0.546	0.605	198	1.002	2.69	100	ذكور	تتوافر روابط للتصفح على كل صفحة
			0.863	2.61	100	إناث	
0.212	1.251	198	1.014	2.68	100	ذكور	تتوافر روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة
			0.904	2.51	100	إناث	
0.371	0.897	198	0.945	2.66	100	ذكور	قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية
			0.947	23.54	100	إناث	
0.561	0.582	198	0.957	2.65	100	ذكور	امكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور
			0.987	2.57	100	إناث	
0.708	0.375	198	0.922	2.67	100	ذكور	اتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى
			0.962	2.62	100	إناث	
1	0.000	198	1.037	2.66	100	ذكور	تتوافر روابط واضحة لباقي مضمون الموقع على الصفحة الاولى
			1.017	2.66	100	إناث	
0.820	-	198	0.896	2.62	100	ذكور	يتوافر محرك بحث على الصفحة الرئيسية
			0.968	2.65	100	إناث	
0.637	0.472	198	9.822	29.79	100	ذكور	إجمالي العنصر الأول
			9.334	29.15	100	إناث	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

لا توجد علاقة دالة احصائيا بين جنس المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (سهولة استخدام الموقع الالكترونى) وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت(0.472) بمستوى معنوية (0,637).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

جدول (36)

العلاقة بين عدد سنوات عضوية المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية	قيمة T	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						عضوية جديدة	عضوية قديمة
0.000	29.188	196	0,454	3,71	98	منطقية عرض وتنظيم المعلومات	عضوية جديدة
			0,483	1,87	102	عضوية قديمة	
0.000	31.581	165	0,459	3,70	98	سهولة ايجاد المعلومات	عضوية جديدة
			0,297	1,97	102	عضوية قديمة	
0.000	30.417	177	0,463	3,69	98	امكانية اختيار لغة الموقع من البداية	عضوية جديدة
			0,340	1,94	102	عضوية قديمة	
0.000	22.761	190	0,522	3,48	98	وضوح مسميات الروابط الموجودة على الموقع	عضوية جديدة
			0,447	1,91	102	عضوية قديمة	
0.000	21.801	192	0,540	3,45	98	تتوافر روابط للتصفح على كل صفحة	عضوية جديدة
			0,473	1,88	102	عضوية قديمة	
0.000	23.890	196	0,499	3,44	98	تتوافر روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة	عضوية جديدة
			0,480	1,78	102	عضوية قديمة	
0.000	20.742	178	0,605	3,40	98	قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية	عضوية جديدة
			0,447	1,83	102	عضوية قديمة	
0.000	22.544	189	0,558	3,45	98	امكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور	عضوية جديدة
			0,468	1,80	102	عضوية قديمة	
0.000	23.743	170	0,560	3,47	98	اتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى	عضوية جديدة
			0,383	1,85	102	عضوية قديمة	
0.000	26.523	190	0,516	3,58	98	تتوافر روابط واضحة لباقي مضمون الموقع على الصفحة الاولى	عضوية جديدة
			0,443	1,77	102	عضوية قديمة	
0.000	24.719	179	0,521	3,46	98	يتوافر محرك بحث على الصفحة الرئيسية	عضوية جديدة
			0,392	1,84	102	عضوية قديمة	
0.000	49.889	195	2,704	38,84	98	إجمالي المبدأ الأول	عضوية جديدة
			2,492	20,74	102	عضوية قديمة	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

هناك علاقة دالة إحصائياً بين عدد سنوات عضوية المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الأول من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الإلكتروني للنقابة (سهولة استخدام الموقع الإلكتروني) لصالح الأعضاء الجدد والذين كان تقييمهم أكثر إيجابية (ممتاز أو جيد جداً) من الأعضاء القدامى والذين كان تقييمهم يتراوح ما بين جيد وضعيف وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابي وقيمة ت(49.889) بمستوى معنوية (0,000).

جدول (37)

ملاحح توظيف المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى فى المواقع الالكترونية
للنقابات المهنية محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم العنصر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	65,1	10.5	21	39.5	79	29	58	21	42	توافر معلومات عن انجازات النقابة وبرامجها
2	64,8	11	22	40.5	81	27	54	21.5	43	ابرار مهمة النقابة وفلسفتها على الموقع
3	64,8	10.5	21	41	82	27.5	55	21	42	توافر معلومات عن شهادات الجودة او التميز التى حصلت عليها النقابة
4	64,5	8.5	17	42	84	32.5	65	17	34	توافر حقائق مرتبطة بمجال عمل النقابة
5	64,5	10.5	21	41.5	83	27.5	55	20.5	41	توفير مطبوعات النقابة على الموقع
6	64	6.5	13	45.5	91	33.5	67	14.5	29	توافر معلومات عن تاريخ النقابة
7	63,9	12.5	25	39	78	29	58	19.5	39	توافر معلومات عن التواصل مع النقابة
8	63,6	14.5	29	36	72	30	60	19.5	39	توافر معلومات عن شروط الانضمام الى عضوية النقابة
9	62,6	9.5	19	44.5	89	32	64	14	28	الجمهور المستهدف بمضمون الموقع واضح

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- شغلت العناصر المتعلقة بمضمون المعلومات المتاحة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية خاصة تلك المتعلقة بالنقابة ذاتها ترتيبا متقدما فى اطار ترتيب العناصر الخاصة بالمبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع) وذلك على النحو التالى: جاء العنصر الخاص بتوافر معلومات عن انجازات النقابة وبرامجها فى الترتيب الاول بوزن نسبى (65,1)، معلومات عن مهمة النقابة وفلسفتها شهادات التميز التى حصلت عليها فى الترتيب الثانى والثالث بوزن نسبى (64,8) لكلاهما، معلومات عن المهنة التى

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- تعمل النقابة فى اطارها فى الترتيب الرابع بوزن نسبى 64,5 ،تاريخ النقابة فى الترتيب السادس بوزن نسبى (64).
- اما العناصر المتعلقة بتوفير معلومات للزوار تساعدهم على التواصل او الانضمام للنقابة فشغلت المراتب التالية :معلومات عن سبل التواصل مع النقابة فى الترتيب السابع بوزن نسبى (63,9)،شروط العضوية بالنقابة فى الترتيب الثامن بوزن نسبى (63,6).
- اما العنصر المتعلق بوضوح الجمهور الذى يستهدفه كل نمط من انماط المعلومات السابقة فجاء فى الترتيب التاسع والاخير بوزن نسبى (62,6).

جدول (38)

العلاقة بين جنس المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية مستوي المعنوية	قيمة T	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						ذكور	إناث
1.000	0.000	198	0.223	1.03	100	ذكور	تقدم المعلومات بلغات متنوعة
			0.223	1.03	100	إناث	
0.158	1.417	198	0.900	2.59	100	ذكور	الجمهور المستهدف بمضمون الموقع واضح
			0.794	2.42	100	إناث	
0.227	1.211	198	0.837	2.63	100	ذكور	توافر معلومات عن تاريخ النقابة
			0.798	2.49	100	إناث	
0.627	0.487	198	0.886	2.61	100	ذكور	توافر حقائق مرتبطة بمجال عمل النقابة
			0.857	2.55	100	إناث	
0.882	-	193	1.017	2.58	100	ذكور	ابراز مهمة النقابة وفلسفتها على الموقع
			0.876	2.60	100	إناث	
0.880	-	198	0.946	2.57	100	ذكور	توفير مطبوعات النقابة على الموقع
			0.922	2.59	100	إناث	
0.763	0.301	193	0.863	2.61	100	ذكور	توافر معلومات عن شهادات الجودة او التميز التى حصلت عليها النقابة
			1.008	2.57	100	إناث	
0.706	-	198	0.923	2.58	100	ذكور	توافر معلومات عن انجازات النقابة وبرامجها
			0.950	2.63	100	إناث	
0.411	0.823	198	0.952	2.61	100	ذكور	توافر معلومات عن التواصل مع النقابة
			0.937	2.50	100	إناث	
0.715	-	198	0.969	2.52	100	ذكور	توافر معلومات عن شروط الانضمام الى عضوية النقابة
			0.967	2.57	100	إناث	
0.713	0.368	198	7.405	24.33	100	ذكور	إجمالي العنصر الثانى
			7.189	23.95	100	إناث	

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

لا توجد علاقة دالة احصائيا بين جنس المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع) وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت(0.368) بمستوى معنوية (0,713).

جدول (39)

العلاقة بين عدد سنوات عضوية المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

العناصر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مؤشرات إحصائية	
					قيمة T	مستوى المعنوية
تقدم المعلومات بلغات متنوعة	98	1,04	0,284	198	0.674	0.501
	102	1,02	0,139			
الجمهور المستهدف بمضمون الموقع واضح	98	3,21	0,561	176	19.988	0.000
	102	1,82	0,408			
توافر معلومات عن تاريخ النقابة	98	3,27	0,509	172	22.252	0.000
	102	1,88	0,353			
توافر حقائق مرتبطة بعمل النقابة	98	3,34	0,496	187	23.052	0.000
	102	1,85	0,408			
ايراز مهمة النقابة وفلسفتها على الموقع	98	3,41	0,553	186	22.529	0.000
	102	1,80	0,446			
توفير مطبوعات النقابة على الموقع	98	3,38	0,566	182	21.784	0.000
	102	1,81	0,439			
توافر معلومات عن شهادات الجودة او التميز التي حصلت عليها	98	3,40	0,551	185.176	22.426	0.000
	102	1,81	0,439			

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

						النقابة	
0.000	24.307	192	0,497	3,43	98	عضوية جديدة	توافر معلومات عن انجازات النقابة وبرامجها
			0,439	1,81	102	عضوية قديمة	
0.000	23.233	190	0,528	3,38	98	عضوية جديدة	توافر معلومات عن التواصل مع النقابة
			0,449	1,76	102	عضوية قديمة	
0.000	24.563	196	0,492	3,40	98	عضوية جديدة	توافر معلومات عن شروط الانضمام الى عضوية النقابة
			0,470	1,73	102	عضوية قديمة	
0.000	47.195	178	2,368	31,24	98	عضوية جديدة	إجمالي العنصر الثاني
			1,746	17,31	102	عضوية قديمة	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

هناك علاقة دالة احصائيا بين عدد سنوات عضوية الباحثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع) لصالح الاعضاء الجدد والذين كان تقييمهم اكثر ايجابية (ممتاز او جيدا) من الاعضاء القدامى والذين كان تقييمهم يتراوح ما بين جيد وضعيف وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت(47.195) بمستوى معنوية (0,000).

جدول (40)

ملاحح توظيف المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحواري فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم العنصر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	66,1	6.5	13	43	86	30	60	20.5	41	سهولة الوصول للمعلومات المطلوبة من خلال تنظيمها
2	66,1	8.5	17	42	84	26	52	23.5	47	عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان
3	65,9	7.5	15	43	86	28	56	21.5	43	وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع
4	65,6	12.5	25	38	76	24	48	25.5	51	ايراز مواعيد تحديث مضمون الموقع
5	65,3	9.5	19	41	82	28.5	57	21	42	وضوح روابط للمواقع الضرورية فقط والمرتبطة بالنقابة
6	65	9	18	41.5	83	30	60	19.5	39	وجود رابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة
7	64,8	13	26	38	76	26	52	23	46	امكانية الاشتراك فى خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكتروني
8	64,6	15	30	35	70	26.5	53	23.5	47	وجود الرمز المميز للنقابة فى كل صفحة على الموقع
9	64,6	12	24	39	78	27.5	55	21.5	43	فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع
10	62,6	17	34	32.5	65	33.5	67	17	34	قصر زمن تحميل الصفحات

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان هناك مجموعة من العناصر الشكلية التى يطبق من خلالها المسئولون عن المواقع الالكترونية للنقابات المهنية المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى (الحفاظ على زوار الموقع) وهى بالترتيب: عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان فى الترتيب الثانى بوزن نسبى (1,66)، وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع فى الترتيب الثالث بوزن نسبى (9,65)، ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع فى الترتيب الرابع بوزن نسبى (6,65)، وضوح روابط للمواقع الضرورية فقط والمرتبطة بالنقابة فى الترتيب الخامس بوزن نسبى (3,65)، وجود رابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة فى الترتيب السادس بوزن نسبى (65)، وجود الرمز المميز للنقابة فى كل صفحة على الموقع فى الترتيب الثامن بوزن نسبى (6,64)،
- كما ان هناك مجموعة من الاجراءات التى يتبعها المسئولون عن المواقع الالكترونية للنقابات المهنية لتطبيق المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى (الحفاظ على زوار الموقع) وهى على الترتيب: تنظيم المعلومات الواردة على الموقع مما يسهل الوصول اليها فى الترتيب الاول بوزن نسبى (1,66)، ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع فى الترتيب الرابع (6,65)، توفير خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكترونى فى الترتيب السابع (7,64)، توفير فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع فى الترتيب التاسع بوزن نسبى (4,64)، قصر زمن تحميل الصفحات فى الترتيب العاشر والاخير بوزن نسبى (6,62).

جدول (41)

العلاقة بين جنس المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحواري بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية مستوى المعنوية	قيمة T	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						ذكور	إناث
0.827	0.219	198	0.948	2.52	100	ذكور	قصر زمن تحميل الصفحات
			0.990	2.49	100	إناث	
0.471	-	198	0.876	2.60	100	ذكور	سهولة الوصول للمعلومات المطلوبة من خلال تنظيمها
			0.884	2.69	100	إناث	
0.445	-	198	0.946	2.56	100	ذكور	وضوح روابط للمواقع الضرورية فقط والمرتبطة بالنقابة
			0.901	2.66	100	إناث	
0.727	0.350	198	1.014	2.61	100	ذكور	وجود الرمز المميز للنقابة في كل صفحة على الموقع
			1.008	2.56	100	إناث	
0.725	-	198	1.005	2.60	100	ذكور	إبراز مواعيد تحديث مضمون الموقع
			0.999	2.62	100	إناث	
0.639	0.469	198	0.917	2.63	100	ذكور	وجود رابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة
			0.891	2.57	100	إناث	
0.566	-	193	0.925	2.55	100	ذكور	امكانية الاشتراك في خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكتروني
			1.041	2.63	100	إناث	
0.418	-	198	0.958	2.53	100	ذكور	فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع
			0.959	2.64	100	إناث	
0.815	-	198	0.862	2.62	100	ذكور	وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع
			0.947	2.65	100	إناث	
0.706	-	198	0.896	2.62	100	ذكور	عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان
			0.975	2.67	100	إناث	
0.758	-	198	8.429	25.84	100	ذكور	إجمالي العنصر الثالث
			8.543	26.21	100	إناث	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

ان ادخال متغير جنس المبحوثين لم يؤثر على تقييمهم لملامح توظيف المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحواري على الموقع الالكتروني للنقابة (الحفاظ على زوار الموقع) وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابي وقيمة ت (-0.308) بمستوى معنوية (0,758).

جدول (42)

العلاقة بين عدد سنوات عضوية الباحثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحواري بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية مستوي المعنوية	قيمة T	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						عضوية جديدة	عضوية قديمة
0.000	19.739	198	0,485	3,31	98	قصر زمن تحميل الصفحات	عضوية جديدة
			0,628	1,74	102	عضوية قديمة	
0.000	20.961	197	0,490	3,39	98	سهولة الوصول للمعلومات المطلوبة من خلال تنظيمها	عضوية جديدة
			0,493	1,93	102	عضوية قديمة	
0.000	21.662	196	0,513	3,40	98	وضوح روابط للمواقع الضرورية فقط والمرتبطة بالنقابة	عضوية جديدة
			0,495	1,85	102	عضوية قديمة	
0.000	23.884	197	0,502	3,47	98	وجود الرمز المميز للنقابة في كل صفحة على الموقع	عضوية جديدة
			0,525	1,74	102	عضوية قديمة	
0.000	24.827	196	0,502	3,51	98	ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع	عضوية جديدة
			0,468	1,77	102	عضوية قديمة	
0.000	22.354	193	0,508	3,38	98	وجود رابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة	عضوية جديدة
			0,454	1,85	102	عضوية قديمة	
0.000	21.618	197	0,573	3,43	98	امكانية الاشتراك في خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكتروني	عضوية جديدة
			0,538	1,78	102	عضوية قديمة	
0.000	21.270	197	0,532	3,40	98	فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع	عضوية جديدة
			0,527	1,80	102	عضوية قديمة	
0.000	22.838	188	0,516	3,42	98	وجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع	عضوية جديدة
			0,429	1,88	102	عضوية قديمة	
0.000	24.391	191	0,502	3,47	98	عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان	عضوية جديدة
			0,431	1,85	102	عضوية قديمة	
0.000	40.581	196	2,599	34,16	98	إجمالي العنصر الثالث	عضوية جديدة
			2,956	18,21	102	عضوية قديمة	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

هناك علاقة دالة احصائيا بين عدد سنوات عضوية المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (الحفاظ على زوار الموقع) لصالح الاعضاء الجدد والذين كان تقييمهم اكثر ايجابية (ممتاز او جيد جدا) من الاعضاء القدامى والذين كان تقييمهم يتراوح ما بين جيد وضعيف وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت (40.581) بمستوى معنوية (0,000).

جدول (43)

ملامح توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم العنصر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	68,9	5.5	11	45.5	91	17	34	32	64	تنوع القضايا والخدمات المطروحة على الموقع
2	68	6	12	45	90	20	40	29	58	وجود روابط واضحة للاسئلة الشائعة للزوار
3	66,7	10.5	21	40.5	81	20.5	41	28.5	57	وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستفسارات والاستجابة لها
4	66,6	12.5	25	38.5	77	19	38	30	60	وجود معلومات حديثة باستمرار
5	66,3	11.5	23	39	78	22.5	45	27	54	الدعم الفنى عبر البريد الالكترونى للزوار
6	66,1	8.5	17	44	88	22	44	25.5	51	وجود ملفات صوتية او مرئية يمكن تحميلها او ارسالها للاخرين
7	66,1	11.5	23	39.5	79	22	44	27	54	وجود رابط لوضع الموقع على مفضلات المستخدم
8	65,8	14	28	38	76	19	38	29	58	وجود دعوة صريحة لمعاودة زيارة الموقع
9	65,8	11	22	41.5	83	21	42	26.5	53	امكانية الاشتراك فى عضوية النقابة عبر الموقع
10	65,4	9	18	43	86	25.5	51	22.5	45	روابط لمواقع اخرى فى نفس المجال

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- يراعى المسئولون عن المواقع الاليكترونية للنقابات المهنية مجموعة من العناصر الشكلية ومجموعة من العناصر المتعلقة بالمضمون واخرى تتعلق باجراءات التعامل مع الموقع فى اطار تطبيقهم للمبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى (تشجيع معاودة زيارة الموقع). تمثلت العناصر المتعلقة بالمضمون فى : تنوع القضايا والخدمات المطروحة على الموقع فى الترتيب الاول بوزن نسبى (9,68)، وجود معلومات حديثة باستمرار فى الترتيب الرابع بوزن نسبى (6,66)، وجود ملفات صوتية او مرئية يمكن تحميلها او ارسالها للاخرين فى الترتيب السادس بوزن نسبى (1,66)، وجود دعوة صريحة لمعاودة زيارة الموقع فى الترتيب الثامن بوزن نسبى (8,65). فى حين تمثلت العناصر الشكلية فيما يلى على الترتيب من وجهة نظر المبحوثين : وجود روابط واضحة للاسئلة الشائعة للزوار فى الترتيب الثانى بوزن نسبى (8,68)، وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستفسارات والاستجابة لها فى الترتيب الثالث بوزن نسبى (7,66)، وجود رابط لوضع الموقع على مفضلات المستخدم فى الترتيب السابع بوزن نسبى (1,66)، وجود روابط لمواقع اخرى فى نفس المجال فى الترتيب العاشر والاخير بوزن نسبى (4,65). اما العناصر المتعلقة باجراءات التعامل مع الموقع فتمثلت فى : توفير خدمة الدعم الفنى فى الترتيب الخامس بوزن نسبى (3,66)، امكانية الاشتراك فى عضوية النقابة عبر الموقع فى الترتيب التاسع بوزن نسبى (8,65).

جدول (44)

العلاقة بين جنس المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحواري بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية مستوى المعنوية	قيمة T	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
						ذكور	إناث
0.839	0.204	198	1.034	2.68	100	ذكور	وجود معلومات حديثة
			1.048	2.65	100	إناث	باستمرار
0.513	0.656	198	0.964	2.80	100	ذكور	تنوع القضايا والخدمات
			0.977	2.71	100	إناث	المطروحة على الموقع
0.374	0.817	198	0.949	2.78	100	ذكور	وجود روابط واضحة للأسئلة
			0.977	2.66	100	إناث	الشائعة للزوار
0.574	0.563	198	1.018	2.71	100	ذكور	وجود رابط لتلقى الأسئلة
			0.991	2.63	100	إناث	والاستفسارات والاستجابة
0.673	0.423	198	0.973	2.68	100	ذكور	امكانية الحصول على
			1.033	2.62	100	إناث	معلومات فنية أكثر تخصصا
0.507	0.665	198	0.971	2.69	100	ذكور	وجود ملفات صوتية او مرئية
			0.943	2.60	100	إناث	يمكن تحميلها او ارسالها
0.591	0.539	193	1.045	2.67	100	ذكور	وجود دعوة صريحة لمعاودة
			10.55	2.59	100	إناث	زيارة الموقع
0.833	-	198	1.012	2.63	100	ذكور	وجود رابط لوضع الموقع على
			0.997	2.66	100	إناث	مفضلات المستخدم
0.497	0.681	198	0.977	2.66	100	ذكور	روابط لمواقع اخرى فى نفس
			0.891	2.57	100	إناث	المجال
0.155	1.426	198	1.014	2.73	100	ذكور	امكانية الاشتراك فى عضوية
			0.969	2.53	100	إناث	النقابة عبر الموقع
0.577	0.55	198	10.014	29.66	100	ذكور	إجمالي العنصر الرابع
			9.707	28.88	100	إناث	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

لا توجد علاقة دالة احصائيا بين جنس المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحواري على الموقع الالكتروني للنقابة (تشجيع معاودة زيارة الموقع) وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابي وقيمة ت(0,55) بمستوى معنوية (0,577).

جدول (45)

العلاقة بين عدد سنوات عضوية المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر	
					قيمة T	مستوي المعنوية
0.000	26.927	192	0,513	3,60	98	وجود معلومات حديثة باستمرار
			0,449	1,76	102	عضوية جديدة
0.000	27.260	178	0,505	3,63	98	تنوع القضايا والخدمات المطروحة على الموقع
			0,375	1,91	102	عضوية قديمة
0.000	23.393	186	0,540	3,55	98	وجود روابط واضحة للاستشارة للزوار
			0,438	1,92	102	عضوية قديمة
0.000	22.980	196	0,540	3,54	98	وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستفسارات والاستجابة
			0,509	1,83	102	عضوية قديمة
0.000	23.120	197	0,522	3,52	98	امكانية الحصول على معلومات فنية اكثر تخصصا عبر البريد الالكتروني للزوار
			0,521	1,81	102	عضوية قديمة
0.000	22.309	170	0,596	3,47	98	وجود ملفات صوتية او مرئية يمكن تحميلها او ارسالها للآخرين
			0,408	1,85	102	عضوية قديمة
0.000	25.102	188	0,557	3,56	98	وجود دعوة صريحة لمعاودة زيارة الموقع
			0,465	1,74	102	عضوية قديمة
0.000	23.509	194	0,542	3,52	98	وجود رابط لوضع الموقع على مفضلات المستخدم
			0,488	1,80	102	عضوية قديمة
0.000	22.207	184	0,555	3,42	98	روابط لمواقع اخرى فى نفس المجال
			0,439	1,84	102	عضوية قديمة
0.000	20.863	191	0,596	3,47	98	امكانية الاشتراك فى عضوية النقابة عبر الموقع
			0,515	1,82	102	عضوية قديمة
0.000	43.530	189	3,268	38,81	98	إجمالي العنصر الرابع
			2,754	20,11	102	عضوية قديمة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

هناك علاقة دالة احصائيا بين عدد سنوات عضوية الباحثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملاحم توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحواري على الموقع الالكتروني للنقابة (تشجيع معاودة زيارة الموقع) لصالح الاعضاء الجدد والذين كان تقييمهم اكثر ايجابية (ممتاز او جيد جدا) من الاعضاء القدامى والذين كان تقييمهم يتراوح ما بين جيد وضعيف وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت(43,530) بمستوى معنوية (0,000).

جدول (46)

ملاحم توظيف المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحواري فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم العنصر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	68,9	6.5	13	44	88	17	34	32.5	65	امكانية التصويت على الموقع تجاه قضايا محددة
2	67,4	10	20	40.5	81	19.5	39	30	60	امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة
3	67,3	11	22	39.5	79	19	38	30.5	61	توفير امكانية طلب تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الالكتروني
4	66,6	8.5	17	43	86	22	44	26.5	53	وجود مدونات او روابط لها على الموقع
5	66,3	11	22	40	80	22	44	27	54	فرص ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس
6	66,1	10	20	41	82	23.5	47	25.5	51	وجود طلب مباشر لمقترحات وازراء واستفسارات الجمهور
7	65,5	13	26	39.5	79	20	40	27.5	55	تخصيص روابط مستقلة لكيفية تواصل كل فئة جماهيرية مع النقابة
8	65	12	24	40.5	81	23	46	24.5	49	توافر غرف الدردشة والمندديات التفاعلية
9	64,6	14.5	29	38.5	77	21	42	26	52	وجود معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية
10	64,6	12	24	39.5	79	27.5	55	21	42	وجود استطلاعات لآراء الجمهور على الموقع

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

يراعى المسئولون عن المواقع الالكترونية للنقابات المهنية مجموعة من العناصر الشكلية ومجموعة من العناصر المتعلقة بالمضمون واخرى تتعلق باجراءات التعامل مع الموقع فى اطار تطبيقهم للمبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى (توافر فرص الحوار التفاعلى) وذلك على النحو التالى :

- تمثلت العناصر المتعلقة باجراءات استخدام الموقع والتعامل مع مضمونه فى العناصر التالية على الترتيب من وجهة نظر المبحوثين : امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة وجاءت فى الترتيب الثانى بوزن نسبى (4,67)، طلب الزوار لتحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الالكترونى فى الترتيب الثالث بوزن نسبى (3,67)، ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس فى الترتيب الخامس بوزن نسبى (3,66).

- تمثلت العناصر الشكلية فى العناصر التالية بالترتيب من وجهة نظر المبحوثين : طلب مباشر لمقترحات واء واستفسارات الجمهور فى الترتيب السادس بوزن نسبى (1,66)، تخصيص روابط لتواصل كل فئة جماهيرية مع النقابة فى الترتيب السابع بوزن نسبى (5,65)، توافر غرف دردشة فى الترتيب الثامن بوزن نسبى (65).

- تمثلت العناصر المتعلقة بالمضمون فى وجود تصويت على الموقع تجاه قضايا محددة فى الترتيب الاول بوزن نسبى (9,68)، مدونات او روابط لها فى الترتيب الرابع بوزن نسبى (6,66)، معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية وجاءت فى الترتيب التاسع و قبل الاخير بوزن نسبى (6,64)، وجود استطلاعات لاراء الجمهور على الموقع فى الترتيب العاشر والاخير بوزن نسبى (4,64).

جدول (47)

العلاقة بين جنس المبحوثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر		
					قيمة T	مستوى المعنوية	
0.727	-	198	1.025	2.67	100	ذكور	امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة
			0.996	2.72	100	إناث	
0.783	0.687	198	1.045	2.67	100	ذكور	توفير امكانية طلب تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الإلكتروني
			1.008	2.71	100	إناث	
0.721	-	198	0.993	2.73	100	ذكور	امكانية التصويت على الموقع تجاه قضايا محددة
			980.0	2.78	100	إناث	
0.416	0.815	198	0.884	2.63	100	ذكور	وجود استطلاعات لآراء الجمهور على الموقع
			1.020	2.52	100	إناث	
0.887	0.143	198	0.994	2.61	100	ذكور	توافر غرف الدردشة والمنتديات التفاعلية
			0.986	2.59	100	إناث	
0.510	0.660	198	1.018	2.71	100	ذكور	وجود مدونات أو روابط لها على الموقع
			0.908	2.62	100	إناث	
0.537	0.618	193	1.014	2.63	100	ذكور	وجود معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية
			1.019	2.54	100	إناث	
0.783	0.275	198	1.030	2.64	100	ذكور	تخصيص روابط مستقلة لكيفية تواصل كل فئة جماهيرية مع النقابة
			1.025	2.60	100	إناث	
0.828	0.218	198	0.997	2.66	100	ذكور	وجود طلب مباشر لمقترحات وآراء واستفسارات الجمهور
			0.950	2.63	100	إناث	
0.777	0.283	198	0.985	2.67	100	ذكور	فرص ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس
			1.012	2.63	100	إناث	
0.826	0.220	198	9.116	26.62	100	ذكور	إجمالي العنصر الخامس
			8.899	26.34	100	إناث	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

لا توجد علاقة دالة احصائيا بين جنس المبحوثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الإلكتروني للنقابة (توافر فرص الحوار التفاعلى) وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت(0,220) بمستوى معنوية (0,826).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

جدول (48)

العلاقة بين عدد سنوات عضوية الباحثين وتقييمهم لمدى تطبيق عناصر المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى بمواقع النقابات المهنية

مؤشرات إحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العناصر		
					قيمة T	مستوى المعنوية	
0.000	27.944	190	0,490	3,61	98	عضوية جديدة	امكانية قيام الزوار بممارسة النقابة
			0,416	1,81	102	عضوية قديمة	
0.000	28.093	192	0,487	3,62	98	عضوية جديدة	توفير امكانية طلب تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الالكترونى
			0,430	1,79	102	عضوية قديمة	
0.000	29.998	178	0,475	3,66	98	عضوية جديدة	امكانية التصويت على الموقع تجاه قضايا محددة
			0,353	1,88	102	عضوية قديمة	
0.000	23.496	188	0,534	3,41	98	عضوية جديدة	وجود استطلاعات لآراء الجمهور على الموقع
			0,443	1,77	102	عضوية قديمة	
0.000	22.148	188	0,577	3,45	98	عضوية جديدة	توافر غرف الدردشة والمنتديات التفاعلية
			0,480	1,78	102	عضوية قديمة	
0.000	23.868	185	0,542	3,51	98	عضوية جديدة	وجود مدونات او روابط لها على الموقع
			0,431	1,85	102	عضوية قديمة	
0.000	22.150	190	0,596	3,47	98	عضوية جديدة	وجود معلومات عن كيفية التواصل مع ادارة النقابة على الصفحة الرئيسية
			0,506	1,74	102	عضوية قديمة	
0.000	22.956	190	0,579	3,51	98	عضوية جديدة	تخصيص روابط مستقلة لكيفية تواصل كل فئة جماهيرية مع النقابة
			0,491	1,76	102	عضوية قديمة	
0.000	25.342	185	0,523	3,51	98	عضوية جديدة	وجود طلب مباشر لمقترحات وإراء واستفسارات الجمهور
			0,416	1,81	102	عضوية قديمة	
0.000	25.800	188	0,521	3,54	98	عضوية جديدة	فرص ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس
			0,430	1,79	102	عضوية قديمة	
0.000	50.835	191	2,573	35,30	98	عضوية جديدة	إجمالي العنصر الخامس
			2,214	18,01	102	عضوية قديمة	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

هناك علاقة دالة احصائيا بين عدد سنوات عضوية الباحثين بعينة الدراسة وتقييمهم لملامح توظيف المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى على الموقع الالكترونى للنقابة (توافر فرص الحوار التفاعلى) لصالح الاعضاء الجدد والذين كان تقييمهم اكثر ايجابية (ممتاز او جيد جدا) من الاعضاء القدامى والذين كان تقييمهم يتراوح ما بين جيد وضعيف وهو ما توضحه قيمه المتوسط الحسابى وقيمة ت (50,835) بمستوى معنوية (0,000).

جدول رقم (49)

ترتيب المبادئ الخمس للاتصال الحوارى تبعا لتقييم الباحثين بعينة الدراسة

الترتيب	الوزن النسبى	ضعيف		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم	العنصر
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	73,8	0.5	1	49.5	99	4.5	9	45.5	91	مجمّل المبدأ الرابع	
2	71,5	4	8	46.5	93	9	18	40.5	81	مجمّل المبدأ الأول	
3	69,7	8	16	42.5	85	12	24	37.5	75	مجمّل المبدأ الخامس	
4	67,4	9	18	41	82	21.5	43	28.5	57	مجمّل المبدأ الثالث	
5	60,8	12.5	25	37.5	75	44.5	89	5.5	11	مجمّل المبدأ الثانى	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى :

- ان المبدأ الرابع من مبادئ الاتصال الحوارى وهو (تشجيع معاودة زيارة الموقع) جاء فى الترتيب الاول تبعا لتقييم الباحثين لعناصر تطبيقه فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بوزن نسبى (73,8).
- جاء المبدأ الاول من مبادئ الاتصال الحوارى وهو (سهولة استخدام الموقع الالكترونى) فى الترتيب الثانى الاول تبعا لتقييم الباحثين لعناصر تطبيقه فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بوزن نسبى (71,5).
- اما المبدأ الخامس من مبادئ الاتصال الحوارى وهو (توافر فرص الحوار التفاعلى) فجاء فى الترتيب الثالث تبعا لتقييم الباحثين لعناصر تطبيقه فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بوزن نسبى (69,7).
- جاء المبدأ الثالث من مبادئ الاتصال الحوارى وهو (الحفاظ على زوار الموقع) فى الترتيب الرابع تبعا لتقييم الباحثين لعناصر تطبيقه فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بوزن نسبى (67,4).

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

- جاء المبدأ الثانى من مبادئ الاتصال الحوارى وهو (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع) فى الترتيب الخامس والاخير تبعا لتقييم الباحثين لعناصر تطبيقه فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة بوزن نسبى (60,8).

من خلال العرض السابق يكون قد تم اثبات عدم تحقق الجزء الاول من الفرض الرابع للدراسة حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين جنس الباحثين وتقييمهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية. فى حين قد تحقق الجزء الثانى من الفرض الرابع حيث توجد علاقة ارتباطية بين عدد سنوات عضوية الباحثين وتقييمهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية.

فيما يلى عرض لابرز نتائج الدراسة التحليلية والميدانية واستخلاص مدى وجود اتساق بينهما :

اولا : السمات العامة للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية :

- ان اهم المضامين الموجودة على المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بعينة الدراسة هى تلك المضامين الخاصة بالاعلام عن أنشطة النقابة العامة والنقابات الفرعية، ثم المواد الاعلامية .
- ان اعضاء النقابة الحاليين والمرقبين هم الفئة الجماهيرية التى تستهدفها المواقع الالكترونية للنقابات المهنية بشكل اساسى . والوسيلة الرئيسية التى تعتمد عليها هذه النقابات فى التواصل مع جمهورها هى وسائل الاتصال المعتادة : التليفون - الفاكس - البريد الالكترونى ..
- تعتمد هذه المواقع بشكل اساسى على النصوص والصور ومقاطع الفيديو . وتستخدم اللغة العربية فقط دون غيرها من اللغات الاخرى . وبالرغم من ان الدخول الى هذه المواقع لا يستغرق اكثر من 4 ثوانى وهى فترة مناسبة للتحميل الا ان غالبيتها لا يتم به تحديد تاريخ تحديث البيانات .
- تتسق النتائج السابقة للدراسة التحليلية مع ما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية من ان ابرز الاسباب التى منعت غالبية الباحثين بعينة الدراسة من الانتظام فى زيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية هى اسباب متعلقة بالباحثين انفسهم

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

وهى بالترتيب الارهاق الجسدى والذهنى الناتج من الجلوس على الحاسب الالى عدم اتقان المبحوثين لمهارات التعامل مع الحاسب الالى وليست اسباب تتعلق بالسمات العامة للمواقع ذاتها .

ثانيا :الاهداف التى تسعى النقابات المهنية لتحقيقها من خلال مواقعها الالكترونية والاستراتيجية الاتصالية التى تستخدم فى هذه المواقع:

- هناك اتساق بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بالاهداف التى تسعى النقابات المهنية الى تحقيقها من خلال مواقعها الالكترونية والتى جاء فى مقدمتها تدعيم علاقة النقابة بالاعضاء الحاليين ومحاولة جذب اعضاء جدد ،ثم بناء صورة ذهنية ايجابية عن النقابة ،واخيرا ادارة القضايا والازمات التى تتعرض لها عبر هذه المواقع .ولذلك تعتبر الاستراتيجية المعلوماتية هى الاستراتيجية الرئيسية التى تستخدمها النقابات المهنية فى مواقعها الالكترونية ثم الاستراتيجية القانونية والاستراتيجية الرمزية .وهو ما يتسق مع ما ذكره المبحوثين من ان اول الاسباب التى تدعوهم لزيارة المواقع الالكترونية للنقابات المهنية محل الدراسة هو الحصول على معلومات عن أنشطة النقابة ويليه وبفارق واضح للمشاركة فى أنشطة النقابة واخيرا للتسجيل الالكترونى فى أنشطة النقابة .كما اوضح اكثر من نصف المبحوثين فى عينة الدراسة انه قد ارتفع معدل مشاركتهم فى أنشطة النقابة نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية فى حين لم ينخفض معدل مشاركة اى من المبحوثين بعينة الدراسة فى أنشطة النقابة نتيجة لزيارتهم للمواقع الالكترونية للنقابات المهنية.

ثالثا:معدل تطبيق مبادئ الاتصال الحوارى فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية:
المبدأالاول (سهولة استخدام الموقع الالكترونى):

هناك اتساق بدرجة كبيرة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية بالنسبة لملاحظ تطبيق هذا المبدأ فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية حيث اوضحت النتائج ان هناك (7)عناصر من اجمالى (11) عنصر مطبقة بالكامل فى هذه المواقع وهى :سهولة ايجاد المعلومات التى يحتاجها زوار المواقع، منطقية عرض وتنظيم المعلومات ،اتاحة المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى ،وجود روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية على كل صفحة من صفحات الموقع ،توافر روابط

استخدامات النقايات المهنية للمواقع الاليكترونية فى تحقيق اهدافها

واضحة لباقى مضمون المواقع على الصفحة الاولى ، وضوح مسميات الروابط الموجودة على المواقع ،توافر روابط للتصفح على كل صفحة. وان هناك عنصر واحد مطبق بدرجة كبيرة وهو :توافر محرك بحث على الصفحة الرئيسية .وعنصر واحد متحقق بدرجة منخفضة وهو امكانية تصفح المعلومات مع اغلاق الصور .وعنصر واحد غير متحقق على الاطلاق وهو امكانية اختيار لغة الموقع من البداية .وعنصر واحد حدث اختلاف حوله حيث يعتقد المبحوثين انه مطبق بدرجة منخفضة فى حين كشفت نتائج الدراسة التحليلية انه مطبق بشكل كامل وهو قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية .

المبدأ الثانى (تقديم المعلومات المفيدة لمستخدمى الموقع):

هناك اتساق محدود بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية بالنسبة لملامح تطبيق هذا المبدأ فى المواقع الاليكترونية للنقايات المهنية حيث حدث اتفاق حول ثلاث عناصر فقط من اجمالى (10) عناصر وهى :توافر معلومات عن انجازات النقاية على المواقع وهذا العنصر مطبق بدرجة كبيرة ،توافر مطبوعات النقاية على المواقع الاليكترونية للنقايات وهذا العنصر مطبق بدرجة متوسطة ،تقدم المعلومات على المواقع الاليكترونية بلغات متعددة وهذا العنصر غير مطبق على الاطلاق .اما العناصر التى حدث حولها اختلاف فهى :ابرار مهمة النقاية على الموقع ،وتوافر حقائق مرتبطة بمجال عمل النقاية على الموقع ،وتوافر معلومات عن تاريخ النقاية على موقعها مطبقة بدرجة كبيرة من وجهة نظر المبحوثين وهو عكس ما كشفت عنه نتائج الدراسة التحليلية .والعناصر التالية :توافر معلومات عن طرق التواصل مع النقاية ،وشروط الانضمام اليها ،والجمهور المستهدف من المعلومات التى على الموقع فى طبقة بدرجة متوسطة الى منخفضة من وجهة نظر المبحوثين وهو عكس ما كشفت عنه نتائج الدراسة التحليلية .

المبدأ الثالث(الحفاظ على زوار الموقع):

هناك اتساق كبير بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية بالنسبة لملامح تطبيق هذا المبدأ فى المواقع الاليكترونية للنقايات المهنية حيث حدث اتفاق حول (7) عناصر من اجمالى (10) عناصر وهى : تنظيم المعلومات مما يسهل الوصول اليها، عدم استخدام الشاشات المبهرة صارخة الالوان،وضوح روابط للمواقع ذات

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الالكترونية فى تحقيق اهدافها

الصلة بالنقابة ،وجود روابط للاخبار الحديثة المرتبطة بالنقابة، ابراز مواعيد تحديث مضمون الموقع وهذه العناصر متحقق بعضها بشكل كامل وبعضها بدرجة متوسطة، اما العناصر التالية : توفير فرص القيام بجولات افتراضية لمقر النقابة من خلال الموقع ،توفير خدمة وصول معلومات منتظمة عبر البريد الالكتروني وهى غير متحققة على الاطلاق فى نتائج الدراستين.وحدث اختلاف حول العناصر التالية : قصر زمن تحميل الصفحات، وجود الرمز المميز للنقابة فى كل صفحة على الموقع وهى مطبقة بدرجة منخفضة من وجهة نظر المبحوثين وهو على العكس مما كشفت عنه نتائج الدراسة التحليلية ،والعنصر المتعلق بوجود ملف فيديو تعريفى عن النقابة على الموقع وهو غير مطبق على الاطلاق كما اوضحت نتائج الدراسة التحليلية وعلى العكس من وجهة نظر المبحوثين .

المبدأ الرابع (تشجيع معاودة زيارة الموقع):

هناك اتساق كبير جدا بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية بالنسبة لملاح تطبيق هذا المبدأ فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية حيث حدث اتفاق حول (8) عناصر من اجمالى (9) عناصر وهى: تنوع القضايا والخدمات المطروحة على الموقع ، وجود معلومات حديثة باستمرار ،وجود روابط واضحة للاستشارة للشوار ، وجود رابط لتلقى الاسئلة والاستفسارات والاستجابة لها، توفير خدمة الدعم الفنى وهذه العناصر مطبقة بدرجة كبيرة او بشكل كامل. اما وجود ملفات صوتية او مرئية يمكن تحميلها او ارسالها للاخرين ، وجود دعوة صريحة لمعاودة زيارة الموقع ، وجود رابط لوضع الموقع على مفضلات المستخدم فهى غير مطبقة على الاطلاق تبعا لنتائج الدراستين .فى حين ان العنصر المتعلق بوجود روابط لمواقع اخرى فى نفس المجال فهو مطبق بدرجة متوسطة كما اوضحت نتائج الدراسة التحليلية وهو على العكس مما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية .

المبدأ الخامس(توافر فرص الحوار التفاعلى):

هناك اتساق متوسط بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية بالنسبة لملاح تطبيق هذا المبدأ فى المواقع الالكترونية للنقابات المهنية حيث حدث اتفاق حول (5) عناصر من اجمالى (10) عناصر وهى: امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة ،التصويت على الموقع تجاه قضايا محددة، طلب مباشر لمقترحات وازاء

استخدامات النقابات المهنية للمواقع الاليكترونية فى تحقيق اهدافها

واستفسارات الجمهور وهذه العناصر مطبقة بشكل كامل ، توافر غرف دردشة ، تخصيص روابط لتواصل كل فئة جماهيرية مع النقابة وهذه العناصر مطبقة بدرجة منخفضة جدا. اما الاختلاف فحدث حول العناصر التالية : طلب الزوار لتحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الاليكترونى، ارسال كروت معايدة من النقابة الى الجمهور والعكس، وجود مدونات او روابط لها وهى غير مطبقة على الاطلاق كما اوضحت نتائج الدراسة التحليلية وهو على العكس مما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية . و امكانية قيام الزوار بمراسلة النقابة، وجود استطلاعات لاراء الجمهور على الموقع وهذه العناصر مطبقة بشكل كامل كما اوضحت نتائج الدراسة التحليلية وهو على العكس مما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية .

- 1-Fraser P.Seitel,The practice of public relations,11th edition ,(USA:pearson education ,2004),p.252,294.
- 2 - Robert L. Hilliard ،الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة ،ترجمة مؤيد حسن فوزى ،(الامارات العربية :دار الكتاب الجامعى ،2003)،ص.32.
- 3-Joseph Strawbheer and Robert Larose,Media now :communication media in the information age ,3rd edition ,(USA:Wedsworth,2002),p.21.
- 4- M.F.Smith,and D.P.Ferguson,Activism ,in,R.L.Heath,Handbook of public relations ,(London:sage publications,2001),p.295
- 5 -W.T.Coombs,The internet as potential equalizer:new leverage for confronting social irresponsibility,Public relations review,v.24,n.3,1998,p.299.
- 6 -Rian van der Merwe,Leyland F.Pitt and Russell Abratt,Stakeholder strength:PR survival strategies in the internet age,public relations quarterly,v. 50,iss1,p.50.
- 7 - M.F.Smith,issue status and social movement organization maintenance :two case studies in rhetorical diversification .unpublished doctoral dissertation ,purdue university,2006.
- 8 - L.Grunig,Activism:how it limits the effectiveness of organizations and how excellent public relations departments respond ,in, J.E.Grunig,Exellence in public relations and communication management (Hillsdale,NJ:Lawrence Erlbaum,1992),p.510
- 9 -J.M.Berry,The interest group society,(Boston:little ,brown,1994),p.56.
- 10 -M.F.Smith,public relations from the bottom- up:toward a more inclusive view of public relations,paper presented at the meeting of the national communication association ,Chicago,1997.
- 11 -الهام الميرغنى ،مفهوم ودور النقابات المهنية فى مصر ،
<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=205774>
- 12 - موقع وزارة الدولة للتنمية الادارية ،البوابة الالكترونية لمحافظة القاهرة ،
<http://www.cairo.gov.eg/information/Civil%20Society/Lists/List3/DispForm.aspx?ID=13>
- 13 -D.P.Ferguson ,From communist control to glasnost and back ?media freedom and control in eastern Europe and the former soviet union and the implications for public relations ,public relations review ,v.24,1998,p. 174.
- 14-D.vercic, J.Grunig and L.Grunig,Global and specific principles of public relations :evidence from Slovenia,in,H.M.Culbertson and N.Chen, International public relations :a comparative analysis, (Mahwah,NJ:Lawrence Erlbaum,1996),p. 56.
- 15 -K.Sriramesh,The impact of societal culture on public relations :an ethnographic study of south Indian organizations ,unpublished doctoral dissertation ,university of Maryland ,college park,2002.
- 16- Robert L.Heath,Strategic issues management :organizations and public policy challenges (Thousand Oaks,CA:Sage publications ,1997),p.156.
- 17 -S.Tesh,In support of single issue politics,political science quarterly,v.99,2000,p.36.
- 18 -J.Scheuer,special interests and public discourse,Dissent,v.38,2001,p.417.
- 19 - J.Grunig and F.C.Repper,Strategic management ,publics and issues,in, J.E.Grunig,Exellence in public relations and communication management (Hillsdale,NJ:Lawrence Erlbaum,1992),p.136.

- 20 -J.Grunig and T.hunt,Managing public relations ,(Newyork:Holt,Rinehart and Winston ,1984),p. 148.
- 21 -R.E.Crable and S.L.Vibbert,Managing issues and influencing public policy ,public relations review,v.11,n.2,1985,p.12.
- 22-G.M.Vasquez ,A homo narrens paradigm for public relations :combining Bormanns symbolic convergence theory and grunig s situational theory of publics ,journal of public relations research ,v.5,n.3,2007,p.206.
- 23 - Robert L.Heath,Strategic issues management :organizations and public policy challenges,opcit,p.139.
- 24-R.E.Crable and S.L.Vibbert,Managng issues and influencing public policy ,public relations review,v.11,n.2,1985,p.14.
- 25 - من هذه الدراسات:
-C.J.Stewart,Afunctional approach to the rhetoric of social movements ,Central states speech journal,n.31,2010,303.
-H.W.Simons,Requirements,problems and strategies:a theory of persuation for social movements,Quarterly journal of speech,n.56,2000,p.1.
- 26 -J.D.McCarthy and M.N.Zald,Resource mobilization and social movements:a partial theory,American journal of sociology ,n.82,1987,p.1218.
- 27 -R.J.Hrebnar and R.K.Scott,Interest group politics in America,(Englewood Cliffs,NJ:Prentice HALL,2001),P.20.
- 28 -M.F.Smith,Sane/freeze ,issue status and rhetorical diversification,in,W.N.Elwood,Public relations inquiry as rhetorical criticism,(Westport,CT:Praeger,2005),p.195.
- 29 -اعتمدت الباحثة في هذه النقطة على المراجع التالية :
- L.A.Grunig,Activism:how it limits the effectiveness of organizations and how excellent public relations departments respond ,in, J.E.Grunig,Excellence in public relations and communication management,(Hillsdale,NJ:Lawrence Erlbaum,1992),p.503-530
-R.L.Heath,Strategic issues management :organizations and public policy challenges,(Thousand Oaks,CA:Sage,1997),p.107.
- 30 -P.Jackson,Tactics of confrontation ,in,J.S.Nagelschmidt ,The public affairs hanbook,(Newyork:American management association,2002),p.215.
- 31 -من هذه الدراسات :
-B.Short,Earth first and the rhetoric of moral confrontation,communication studies,v.42,n.2001,1,p.186.
-C.Ryan,Prime time activism,(Boston :south end ,1991),p.198.
- 32 -T.M.Moe,The organization of interests,(Chicago:university of chicago press,2000),p.41.
- 33 - K.L.Schlozman and J.T.Tierney,Organized interests and American democracy ,(Newyork:Harper and Row,1986).
- 34 - M.F.Smith, public relations from the bottom- up:toward a more inclusive view of public relations,opcit.
- 35 -Katharine S.Karagianni and Joep Cornelissen,Anti -corporate movements and ublic relations ,public relations review,v. 32,2006,p.168-170.

- 36 – C.Liu,K.P.Arnett,L.M.Capella,and R.C.Beatty,web sites of fortune 500 companies :facing customers through home pages,information and management,v.31,1997,p.335-345.
- 37 – Naser M.Abu Ghazaleh,Amer Qasim and Ayman E.Haddad, Perceptions and attitudes toward corporate website presence and its use in investor relations in the Jordanian context,Advances in accounting ,v.28,2012p.1-10
- 38 – Candace White and Niranjana Raman,The world wide web as a public relations medium :the use of research ,planning and evaluation in web site development ,public relations review , v.55,n.4,1999,p.205-416.
- 39 – شريفة رحمة الله سليمان،دراسة حالة على امانة دبي لدور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الالكترونية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2006.
- 40 –S.L.Esrock,and G.B.Leichty,Social responsibility and corporate web pages:self –presentation of agenda setting ,public relations review ,v.24,n.3,1998,p.305-317
- 41 – امل محمد فوزي،اتصال المسؤولية الاجتماعية عبر مواقع منظمات الاعمال على الانترنت :دراسة تحليلية لعينة من مواقع منظمات الاعمال الدولية على الويب،المجلة المصرية لبحوث الاعلام ،كلية الاعلام جامعة القاهرة ،مجلة اكتوبر -ديسمبر ،العدد،2012،ص445-469.
- 42 – Hyojung Park and Bryan H.Reber,Relationship building and the use of web sites :how fortune 500 corporations use their web sites to build relationships,public relations review,v.34,p.409-411
- 43– Joe E.Heimlich and Katy Wang,Evaluating the structure of websites,EETAP resource library,Ohio state university extension,first edition,1999.
- 44 – Felix B.Tan and Lai Lai Tung,Exploring websites evaluation criteria using the repertory grid technique:a web designers perspective ,proceedings of the second annual workshop on HCI research in MIS Seattle Washington ,12-13 december,2003.
- 45 –عبد الرشيد حافظ ،هناك الضحوى ،مصادر المعلومات المتاحة على الانترنت :معايير مقترحة للتقويم ،Cybrarians journal،جريدة اليكترونية فصلية محكمة متخصصة في مجال المكتبات والمعلومات ،العدد 10 ،2006،ص7.
- 46 –Stuart L.Esrock and Greg B.Leichty,Organization of corporate web pages:publics and functions,public relations review,v.26,n.3,2000,p.327-344.
- 47 –احمد فاروق رضوان ،دور المواقع الالكترونية للمنظمات الربحية العربية في بناء العلاقة مع الجمهور ،دراسات في العلاقات العامة والاعلان،الطبعة الاولى ،(القاهرة :دار العالم العربي ،2010)،ص15-71.
- 48 –امل فوزي ، مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية في الانشطة الاتصالية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2004.
- 49 – امل محمد فوزي ،2004،مرجع سابق.
- 50 –لبنى مسعود عبد العظيم ،تأثير التكامل بين وظائف العلاقات العامة والتسويق على الاتصالات التسويقية للمنظمة ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2013.
- 51 – Laura Newland Hill and Candace White,Public relations practitioners perception of the world wide web as a communications tool,public relations review,v.26,n.1,2000,p.31-51.
- 52 –Michael Ryan ,Public relations and the web :organizational problems ,gender,and institution type,public relations review,v.29,2003,p.335-349.

- 53 - خيرت عياد ، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت كوسيلة اتصال :دراسة على المؤسسات الانتاجية و الخدمية بمملكة البحرين ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،المجلد السابع ، العدد الاول (يناير -يونيو) ،2006،ص-39.
- 54 -Lynne M.Sallot,Lance V.Porter, and Carolina Acosta-Alzuru,Practitioners web use and perceptions of their own roles and power :qualitative study,public relations review,v.30,2004,p.269-278.
- 55 -Sora Kima,Jae-Hee Parkb,and Emma K.Wertz,c,Expectation gaps between stakeholders and web based corporate public relations efforts:focusing on fortune 500 corporate web sites,public relations review,v.36,2010,p.215-221.
- 56 - Maureen Taylor, Michael L.Kent ,and William J.White,How activist organizations are using the internet to build relationships,public relations review ,v.27,2001,p.263-284.
- 57 -W.Timothy Coombs Assessing online issue threats: issue contagions and their effect on issue prioritization,Journal of public affairs,v.2,n.4,2002,p.215-229
- 58 - Michael L.Kent ,Maureen Taylor and William J.White,The relationship between web site design and organizational responsiveness to stakeholders,public relations review,v.29,2003,p.63-77.
- 59 - Annelie M.E. Naude,Johannes D.Froneman,and Roy A.Atwood,The use of the internet by ten south African non-governmental organizations-a public relations perspective,public relations review,v.30,2004,p.87-94.
- 60 -D.Ingenholf and M.Koelling, The potential of Web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs, public relations review,v.35,2009,p.66-73.
- 61 -Hyunjin Seo, Ji Young Kim and Sung-UnYang,Global activism and new media :a study of transnational NGO online public relations,public relations review,v.35,2009,p.123-126.
- 62 -اعتمدت الباحثة على المراجع التالية في هذه النقطة :
- سماح عبدالرازق غلاب محمد ،استخدام الانترنت في ممارسة أنشطة أنشطة العلاقات العامة :دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الانتاجية والخدمية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2014 ،ص.30-37.
- محمود فوزى رشاد ،دور المواقع الالكترونية في تسويق الاحداث الخاصة :دراسة تطبيقية على عينة من المواقع الحكومية والخاصة والاجنبية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2014،ص.47-52.
- انجى محمد ابو سريع ،كفاءة ادارة علاقات المنظمة مع مجموعات المصالح ،رسالة دكتوراه غير منشورة ،كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ،2011،ص.153.
- Justin E.Petitgrew,The new dynamic of corporate media relations:engaging the press through dialogic components of world wide web sites ,partial fulfillment of the requirements for the degree master of arts,2008,p.17-19.
- Michael L.Kent and Maureen Taylor,Toward a dialogic theory of public relations ,public relations review,n.28,2002,p.21-37.
- Rashmi Gupta,Evaluation and analysis of quality in e-commerce B2C website,master of philosophy,Christ university Bangalore,2010,p.62-82.

- 63

<http://www.cairo.gov.eg/information/Civil%20Society/Lists/List3/DispForm.asp>

x?ID=13

<http://www.eip.gov.eg/Directories/Directory.aspx?id=75> - 64