التحول الرقمي علي صفحات المؤسسات الحكومية في مواقع التواصل الإجتماعي

أ.محمد نبيل الألفي*

إشراف :أ.د/ خالد صلاح الدين حسن **

ملخص الدراسة

يؤثر التحول الرقمي على جميع قطاعات المجتمع، حيث يتيح المنظمات والمؤسسات الحكومية فرصة لتغيير نماذج أعمالها بشكل جذري من خلال
التقنيات الرقمية الجديدة مثل الشبكات الاجتماعية ، والهواتف المحمولة ، والبيانات الضخمة ، وإنترنت الاشياء ، والابتكارات الأخري وهذا ينطوي
في الغالب على تغييرات في العمليات الاساسية ، للوصول إلى مستويات أعلى من الكفاءة الإنتاجية، وتحقيق قدرات تنافسية عالية؛ حيث إن العولمة والضغوط التنافسية والحصول على موقع متقدم وتزايد تطلعات المستفيدين والمتعاملين معها وانفتاح الفرص البديلة أمامهم للوصول إلي أعلي انتاجية

الكلمات المفتاحية

التقنيات الرقمية الجديدة – التحول الرقمي – المواقع الالكترونية الحكومية

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة

Digital transformation on the pages of government institutions on social media.

Mr. Mohamed Nabil Al-Afif*
Prof. Dr. Khaled Salah El-Din Hassan **

Abestract:
Organizations in different areas of activity in general, and face increasing challenges for them to work towards the continuous development of higher levels of productive efficiency, high competitiveness; Globalization, competitive pressures and advanced position, The growing aspirations of beneficiaries and their clients and the openness of alternative opportunities represent some of the most important sources of pressure and challenge for calling for the imperative of development and modernization in all its components and activities.

Keywords:
New digital technologies – digital transformation – government websites

* phd researcher at the faculty of mass communication- Cairo University
** Professor in the Department of Radio and Television Faculty of Media – Cairo University

مقدمة:

دفع انتشار تقنية الاتصال والمعلومات الحكومات إلى التفكير بتحويل معاملاتها تقنياً إلى ما يسمى بالحكومة الإلكترونية حيث إن التطور الكبير في وسائل الاتصال وظهور ثورة المعلومات أثرً بشكل كبير على المجتمعات والحكومات والأنشطة الحياتية، وبدأ التحول إلى التعاملات الإلكترونية أو ما يعرف بالحكومة الإلكترونية، وقد ساهم في وجودها التطورات التكنولوجية الحديثة، والتقدم في البنى التحتية للاتصالات، وظهور ما يعرف بالمعرفة واقتصاد المعرفة، ولكي تحقق الحكومة الإلكترونية أهدافها كان لابد أن توفر جميع المعلومات، والوثائق والنماذج الحكومية لمواطنيها عبر الإنترنت، وإنشاء وسيط تفاعلي لتفعيل التواصل بين الجمهور والحكومة بشكل يخلو من الإجراءات الروتينية المعتادة في المصالح الحكومية التقليدية، وعلى أساس من الشفافية والمساواة وضمان السرعة والأمن حيث اتجهت الحكومات إلى إنشاء حسابات رسمية لها علي مواقع التواصل الإجتماعي بهدف التواصل والتفاعل مع المواطنين وبناء علاقات حوارية معهم من خلال تقديم المعلومات عن جهود الدولة في المجالات المختلفة والخدمات التي تقدمها لهم، فضًلا عن التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه سياسات الدولة وقراراتها والتفاعل مع استفسارات الجمهور وارائهم.

ولم تكن الحكومة المصرية بمؤسساتها بعيده عن هذه التغييرات التكنولوجية حيث سعت إلى إنشاء العديد من الصفحات الرسمية لها، واستخدمت لإغراض متنوعة من ضمنها إعلام المواطنين بالخدمات التى تقدمها والمشروعات التي يتم تنفيذها وفي ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، وتراجع استخدام وسائل الإتصال التقليدية.

حيث أصبحت المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية الإلكترونية، منابر للتعبير عن الآراء ووجهات النظر وبث الأفكار المختلفة بحرية تامة دون وجود أي قيود أو ضوابط يمكن بواسطتها التحكم في تدفق هذه الأفكار والآراء، سواء أكانت إيجابية تساهم في تطوير ورقي المجتمع، أو سلبية تؤدي إلى هدم المجتمع والإضرار به، ومن هنا تبرز أهمية دراسة استخدامات وتأثيرات المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف على النماذج المتاحة للجمهور ومدى الاستفادة منها، ومدى فاعليتها في تقديم الخدمات المطلوبة للمواطنين في جميع المجالات، ومدى ارتباطها بالإجراءات الإدارية في كل من الأنشطة التي تقدمها البوابة إلكترونيا والدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحوهما.

ثانياً: أهمية الدراسة:

التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه سياسات الدولة وقراراتها والتفاعل مع استفسارات الجمهور وآرائهم، ونظرًا لأهمية الخدمات الإلكترونية المتاحة على بوابة الحكومة المصرية، فإن دراسة هذه الخدمات بجميع أنواعها المنشورة على البوابة يساعد على اكتشاف وتقييم الوسائل المعدة لاستخدامات المستفيدين من المواطنين وغيرهم من الفئات، وستكون هذه الخدمات في حد ذاتها دليلاً على جاهزية بوابة الحكومة الإلكترونية لتحقيق أهدافها المعلن عنها.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

عملت الحكومة المصرية من خلال بوابتها الإلكترونية منذ إنشائها على تقديم جميع الخدمات المطلوبة لجمهور المستفيدين.

ولذا فقد قامت المواقع بعرض الخدمات التي تمت ميكنتها بشكل مجمع بصرف النظر عن الجهات الحكومية المختلفة المسئولة عن أداء تلك الخدمات، فعرضت المواقع الخدمات بشكل مباشر يساعد طالب الخدمة على الوصول إليها بسهولة، كما وفر أيضًا إمكانية الحصول على بعض الخدمات بشكل كامل من خلال شبكة الإنترنت، بداية من الاستعلام و مرورًا بجميع المراحل الأخرى التي تضمنت الحصول على (الوثائق، والاستمارات، والتعرف على خطوات وإجراءات تنفيذ النشاط المطلوب... إلخ)، ووصولا إلى السداد والحصول على الخدمة بالكامل.

-تحليل عناصر الهُوية التي تظهرها المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

-قياس طبيعة الخدمات المُقدمة بواسطة المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

-الكشف عن طبيعة استخدام الرأي العام المصري للمواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

-تحديد مدى رضا الرأي العام المصري عن خِدمات المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعا: الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى العديد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة للاستفادة بما تناولته من موضوعات وما توصلت إليه من نتائج في إجراء هذه الدراسة، ويمكن عرض أهم هذه الدراسات وذلك من خلال المحورين التاليين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

أهتمت بالبيئة الحقيقية في الوسيط الالكترونى للصور وتعزيزها بمعطيات افتراضية لم تكن جزءا منها، وذلك عن طريق وتقديم عرضا مركبا للمتلقى يمزج بين المشهد الحقيقي الذي ينظر إليه والمشهد الظاهري الذى تم إنشاؤه بالوسيط الإكترونى من خلال التقنيات الرقمية الجديدة التى تسمى تكنولوجيا الواقع المعزز أو الواقع الإفتراضي والتي تستخدم تقنيات الذكاء الإصطناعي،وفيها يتم مزج الحالة الرقمية بالعالم الحقيقى مما يتيح للفنان إعادة تصور الرؤى الإبداعية بفكر متطور وإستيعاب أبعاد أخرى للتصوير لم تكن موجودة من قبل تحقق حالة الابهار الفنى الحادث نتيجة العبور من العالم الحقيقى إلى العالم الموازى،و من المرئى إلى غير المرئى لتصبح الحالة الرقمية والبعد الإفتراضى جزء لا يتجزء من العمل الفنى،تعد هذه الدراسة من الدراسات التطبيقية وخرجت بعدد من النتائج من اهمها صور تجمع بين البعد الحقيقي للمشهد وبعد آخر يضيفه الذكاء الإصطناعي والواقع المعزز كما اشارت دراسة (**سماح داود،٢٠٢٣**) [١].

حيث ساعد الإعلام الجديد تخطي حاجزي الزمان والمكان، بتبادل الرسائل في نفس الوقت واللحظة وهي الميزة التي حققت الحضور العالي لكل طرف لدى الآخر، والتفاعل الاجتماعي الذي يجعله الأقرب إلى الاتصال المواجهي Communication

Interpersonal [٢] وذلك بواسطة **أدوات الاتصال التزامنية** كغرف الدردشة Chat Rooms، والمراسلة الفورية Instant Messaging، ويكون بين فرد وآخر أو لمجموعة من الأفراد في وقت محدد، ويتم تنظيمه حول موضوع محدد، ويدخل في تطبيقات هذا النوع من الاتصال برامج المحادثة[٣]، وكذلك **أدوات الاتصال اللاتزامنية** كالبريد الإلكتروني E-mail، والمنتديات Forums، والمدونات Blogs، إلا أن خاصية الاتصال اللاتزامنية أدت في بعض الأحيان لافتقار التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الطرف الآخر وقت حدوث الفعل، مما يفقد العملية الاتصالية ديمومتها وديناميكيتها[٤].

ارتفاع إقبال عينة الدراسة على مواقع الشبكات في المواقع الإلكترونية، حيث تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (Bellarmine A. Ezumah, 2013)[٥] بأن موقع الفيسبوك جاء أفضل مواقع الشبكات الاجتماعية المفضلة في المقدمة، ويرجع ذلك لسهولة الاستخدام والانتقائية العالية والتفاعل النشط، هي الصفات التي حصل عليها الفيسبوك لكونه الأكثر تفضيلاً كموقع تواصل اجتماعي، كما أشارت دراسة (**نورهان رجب، ٢٠١٧**) [٦] إلى أن نسبة من ٦٨.٧٥% من عينة الدراسة (١٧-٢١) عامًا تستخدم الفيس بوك لأكثر من مرة في اليوم، وأن نسبة ٤٥% لم تستطع تحديد الوقت الذي تقضيه في استخدام الموقع في الجلسة الواحدة، وكان دافع التسلية والترفيه في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة، والفيس بوك خاصة، وأيدت هذه النتيجة كل من دراسة (**محمد مصطفى رفعت محرم عزت، ٢٠١٧**) [٧]، ودراسة (**لوجين محمد، ٢٠١٧**)،[٨] ودراسة (**نصير صالح بو علي، ٢٠١٤**)، [٩] ودراسة (**منال منصور، ٢٠١١**)[١٠] مُشيرة إلى حرص الشباب على متابعة الفيس بوك في المقدمة، تلاه موقع اليوتيوب ثم التويتر، ويعود كثافة الاستخدام عموماً لثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، التي أحدثت حراكاً سياسياً في المجتمع المصري كما أثبتت بعض الدراسات عن تصدر اليوتيوب قائمة المواقع المفضلة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جاء في تقرير (**وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي ٢٠١٥**)[١١] أن نسبة ٥% من مستخدمي التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية يستخدمون اليوتيوب، حيث يشترك حوالي ٢ من بين كل ٥ مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي في يوتيوب حالياً، وأن نسبة ١٦% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمصر مشتركون في موقع اليوتيوب، وأن نسبة ٦٣% من المشتركين في اليوتيوب يستخدمونه يومياً، وقد حققت مصر نسبة ١٢% من معدل استخدام الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي للدخول على اليوتيوب.

وعن كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كشفت دراسة (**دعاء الغوابي، ٢٠١٧**)[١٢] أن هناك ارتفاعًا في المتوسط الحسابي لكثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت قيمته (٢,٧) وعند النظر إلى النتائج الكمية نجد أن ٧٩,٤%من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة مرتفعة، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (**ياسمين محمد، ٢٠١٤**) [١٣] بأن هناك استخدام يومي لموقع الفيس بوك تحديدًا وأن الأفراد يقضون أوقاتاً طويلة في استخدام الموقع، كما أكدت دراسة (**عمرو محمد أسعد، ٢٠١١**) بارتفاع قضاء طلاب الجامعة فترات طويلة في استخدام موقع الفيس بوك تحديداً ومواقع التواصل الاجتماعي عامة، كما أضافت دراسة (**بندر الحارثي ٢٠١٤**)[١٤] أن الذكور أكثر استخداماً للإنترنت عموماً عن الإناث، فضلاً عن تنوع أماكن استخدام الإنترنت من قبل عينة

الدراسة سواء في المنازل، أو في منازل أقاربهم أو أصدقائهم أو في الأماكن العامة، طالما توفر الحساب الآلي أو عبر الهاتف المحمول وغيره، وهذا أثارته دراسة **(نيل وآخرون، ٢٠٠٥)**[١٥].

خامساً: التعليق علي الدراسات السابقة:

هدفت تلك الدراسات إلى معرفة أثر التطور التكنولوجي على الخدمات الحكومية في عصر الرقمنة والإتصال الإلكتروني، ودورها في دعم نشاط تلك المؤسسات وأعمالهم، ورصد وتقييم استخدام المؤسسات في تدعيم الحوار مع الجماهير حيث ركزت الدراسات التي تناولت الحوكمة الإلكترونية ايضاح مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات، ودراسة تأثير تطبيق مفهوم الحوكمه على تخفيض فجوة المخاطر في نظم المعلومات الإلكترونية، وفحص مختلف الخدمات التي تقدمها الحوكمه الإلكترونية بمختلف المؤسسات الحكومية

رصدت الدراسات أن الإدارة الإلكترونية تواجه العديد من المعوقات في أثناء تطبيقها مثل: ضعف البنية التحتية والتكنولوجية، والاعتماد على الهياكل الهرمية التقليدية، والتنظيمات الجامدة، وضعف استخدام الوسائل التكنولوجية، وقصور استخدام وتصميم نظم المعلومات، وقلة المُخصصات المالية، وغياب التدريب والتأهيل الجيد للقوى البشرية، وعلى الرغم من الجهود التي نفذتها الحكومة المصرية من أجل تفعيل استخدام نظم المعلومات والتكنولوجيا في التعليم، إلا أن الوضع الراهن يشير إلى تدني مستوى إدارة المدارس الثانوية العامة، ولا تزال النظم التقليدية (الورقية) هي السائدة في معظم المدارس.

استخدمت الدراسات السابقة مداخل علمية ونظريات مختلفة، ولكن مدخل الاستخدامات والإشباعات استخدم في معظمها، حيث أثبت هذا المدخل صلاحيته لدراسة الإشباعات المتحققة من استخدام الإنترنت عموماً والشبكات الاجتماعية خصوصاً، باعتبار أن الشبكات الاجتماعية تشبع رغبات لدى المستخدمين، وتخلق دوافع جديدة ومجالات استخدام جديدة هذه الشبكات.

اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة ومجتمع وفئة الدراسة للمبحوثين.

اعتمدت غالبية الدراسات السابقة التي تم الرجوع إليها علي منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، كما اعتمدت بعض هذه الدراسات علي المنهج التجريبي، واعتمد البعض الآخر على منهج دراسة الحالة.

وأخيراً مع تنوع أدوات جمع البيانات والأساليب المنهجية التي استخدمت في الدراسات السابقة، بمدى الاستفادة في تحديد وبلورة المشكلة البحثية.

وفيما يتعلق بمدى الاستفادة من عرض الدراسات السابقة:

-تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثها، من أجل تناولها بالبحث، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي العربي في هذا المجال.

-التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، ووضع تصور لفصول الدراسة النظرية، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة.

-صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء علي نتائج الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات والفروض البحثية الخاصة بالدراستين التحليلية والميدانية.

-الإفادة في مناقشة نتائج هذه الدراسة وتعميق التحليل والتفسير على ضوء النتائج التي توصل إليها الباحثون الآخرون، فضلاً عن تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.

ساعدت الدراسات السابقة في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة، بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

١-ما خصائص الهيئة الشكلية للمواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢-ما طبيعة المحتوى المقدم في المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٣-ما إشارات التفاعل التي تتيحها المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٤-ما مستوى رضا الجمهور المصري عن خدمات المواقع الإلكترونية، لمؤسسات الدولة عينة الدراسة وصفحاتها على مواقع التواصل الإجتماعي ؟

سابعا: فروض الدراسة:

١-**الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين لصفحات ومواقع المؤسسات التنفيذية والتشريعية، وبين حجم معلوماتهم عن تلك المؤسسات.

٢-**الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لصفحات ومواقع المؤسسات التشريعية والتنفيذية، وبين مستوى الثقة في جودة الخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات.

٣-**الفرض الثالث**: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي اعتماد المبحوثين على الصفحات والمواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية، وبين الصورة الذهنية لدى المبحوثين عن تلك المؤسسات.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

-نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر، كالسلوك أو الاتجاه وغيره من العناصر في سياق مجتمع معين بالاعتماد على الأساليب الكمية Quantitative، وكذلك الأساليب الكيفية Qualitative والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات،[١٦] دون إحداث أي تغيير في طبيعة بيانات هذه الظاهرة،[١٧] فهي تسعى للتعرف على طبيعة العلاقات المكونة للظاهرة محل الدراسة وقوتها وتكرار حدوثها، وهو ما يعطي معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها،[١٨]حيث تسعي الدراسة إلى معرفة طبيعة وحدود التأثير الذي تقوم به المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها.

-مناهج الدراسة:

تنوعت المناهج التي تم الاعتماد عليها في جمع بيانات دراستها، وذلك على النحو التالي:

أولاً: منهج المسح: استخدم الباحث منهج **المسح Survey** الذى يُعد من المناهج الرئيسة للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، ويُعد المنهج الرئيس في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي،[١٩] وبهذا فقد استخدمت الباحث منهج المسح بشقيه هما:

١-**مسح المضمون**: إنه ليس منهجاً قائماً بذاته وإنما هو مجرد أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل، هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، بهدف تحليل المنتج الإعلامي أياً كانت نوعيته والذي يتضمن الانتظام والموضوعية والكمية، ويُعرف برلسون Berelson تحليل المضمون بأنه أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفاً موضوعياً وكمياً ومنهجياً،[٢٠] وتستهدف الدراسة التحليلية شرح وتفسير لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، وعادة يستخدم التحليل لتفسير أو اختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية[٢١]، لذا سيتم تحليل مضمون المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي بناء على دراسة استطلاعية.

٢-**مسح الجمهور**: الذي يشمل عينة من الجمهور العام لمن هم فوق ١٨ عامًا ممثلين لمختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية، ومن مستخدمي المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة آرائهم عن أداء هذه المؤسسات.

ثانياً: أسلوب المقارنة: **The Comparative Method**

يُركز هذا المنهج على مقارنة جوانب التشابه والاختلاف بين المجتمعات المختلفة،[٢٢] كما يعين هذا المنهج في دراسة العلاقات السببية بين أوجه الاختلاف والتشابه بين المجتمعات أو الظواهر محل الدراسة[٢٣]، حيث إن هذا المنهج مرتبط بالدراسات المتعلقة بالاختلافات الثقافية والاجتماعية[٢٤].

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

١-مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع المواقع الإلكترونية، والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات التنفيذية والتشريعية، ونظرًا لكبر هذا المجتمع، تم إجراء دراسة استطلاعية على (١٠٠) مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق ١٨ عامًا لمعرفة أكثر المواقع الإلكترونية، وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات التنفيذية والتشريعية التي يتفاعل معها الجمهور المصري، لاختيار أعلى أربعة منهم لتمثل عينة الدراسة التحليلية، وكانت صيغة السؤال: "حدد أعلى أربع مؤسسات تنفيذية تتفاعل مع مواقعها الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟"، وكانت نتيجة الاستطلاع كما يلي:

١-حصدت وزارة الداخلية في المرتبة الأولى بنسبة ٢٩%.

٢-وجاءت وزارة التعليم العالي في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢٤%.

٣-وجاءت وزارة التربية والتعليم في الترتيب الثالث وذلك بنسبة ٢١%.

٤-وجاءت مؤسسة رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الرابع وذلك بنسبة ١٨%.

٥-وجاءت نسبة (٨%) المتبقية من العينة لاختيار مؤسسات تنفيذية أخرى، مثل وزارة الصحة، وزارة السياحة، وزارة التموين والتجارة الداخلية، وزارة التضامن الاجتماعي وغيره.

لذا تمثل هذه الجهات الأربع (وزارة الداخلية، وزارة التعليم العالي، وزارة التربية والتعليم، رئاسة مجلس الوزراء) أعلى أربع جهات تنفيذية تم اختيارها من قبل عينة الدراسة الاستطلاعية.

٢-ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئات الجمهور المصري كافة لمن هم فوق ١٨ عاماً والمتفاعل مع المواقع الإلكترونية والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات التنفيذية والتشريعية، ونظراً لكبر حجم المجتمع، سيتم سحب عينة متاحة Available Sample من مجتمع الدراسة، بلغ حجمها ٤٠٠ مفردة تمثل فئات المجتمع المصري ممن هم فوق ١٨ عاماً على الصعيد الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والنوعي.

-أدوات جمع البيانات:

وفي هذه الدراسة سيتم الاعتماد على أداتين هما:

أ-أداة تحليل المضمون Content Analysis:

سيتم الاستعانة بأداة تحليل المضمون والتي تُعد أداة تستهدف بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة[٢٥]، وهنا سيتم مسح شكل ومضمون المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة وفنون الأشكال المستخدمة بها، وذلك للوقوف على سمات وخصائص المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف الكشف عما تريد هذه الخدمة الإلكترونية أن توصله للجمهور المستخدم لها.

ب-**الاستبيان: Questionnaire**

سيتم تصميم استمارة استبيان خاصة بعينة من الجمهور المصري في الدراسة الميدانية وتوزيعها على ٤٠٠ مفردة بأسلوب العينة المتاحة من مستخدمي المواقع الإلكترونية، وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة بهدف معرفة مدى استخدامهم للمواقع الإلكترونية، وللصفحات على الشبكات الاجتماعية للمؤسسات التنفيذية والتشريعية محل الدراسة واتجاهاتهم نحو مضامينها.

-اختبار الصدق والثبات:

سيتم اختبار صلاحية استمارتي تحليل المضمون، وكذلك استمارتي الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لهما[٢٦]، وذلك على النحو التالي:

أ- **اختبار الصدق (Validity):**

-**الصدق الظاهري**: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه[٢٧]، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث سيتم عرض أدوات جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء، واستمارة تحليل المضمون) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

ب-**اختبار الثبات (Reliability)**: يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن عن طريق السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما سيتم على النحو التالي:

- **وفيما يتعلق بالدراسة التحليلية**: سيتم إجراء اختبار الثبات مع ثلاثة باحثين لعينة موحدة من المضمون، الذي تم تحليله للوصول إلى متوسط الثبات بين الباحثين بالدراسة التحليلية، سعياً للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل، وهو ما يعني

ضرورة توصل كل باحث إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، حيث سيتم تحليل نسبة ٥% من عينة الدراسة الكلية، ثم حساب الثبات بين الرمزين عن طريق معادلة هولستي Holsti لتحديد الثبات.

- **وبالنسبة للدراسة الميدانية**: سيقوم الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول.

عاشراً: التحليل الإحصائي للبيانات:

سيقوم الباحث بالاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية، ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، **وتتمثل هذه المعاملات الإحصائية فيما يلي:**

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع النقاط التي يحصل كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.
- الوزن النسبي (أو المئوي) والذي يحسب من المعادلة التالية:

المتوسط الحسابي × ١٠٠ ÷ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة

- اختبار كا^{2} لجداول الاقتران (Contingency-Tables Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).
- معامل ارتباط **بيرسون** (Pearson Coefficient) **أو معامل ارتباط سبيرمان** (Spearman Correlation) لدراسة شدة واتجاه الارتباط بين متغيرين من مستوى المسافة (Interval). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠، ومتوسطة ما بين ٠.٣٠-٠.٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠.٧٠.
- معامل **ألفا كرونباخ** Cronbach Alpha لقياس الاتساق في اتجاهات المبحوثين نحو الخدمات التي تقدمها الصفحات والمواقع الإلكترونية الحكومية.
- معامل ارتباط **جاما** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين ترتيبين.
- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة (Interval).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة (Interval).

الإطار النظري: نظرية التعلم الإجتماعي

يندرج مفهوم نموذج التعلم بالملاحظة ضمن حقل سيكولوجيا التربية، ويقوم على افتراض مفاده أن الإنسان ككائن اجتماعي، يتأثر باتجاهات الاخرين ومشاعرهم وتصرفاتهم وسلوكياتهم، أي أن باستطاعته التعلم منهم عن طريق ملاحظة استجاباتهم وتقليدها وامكانية

التأثر بها بالثواب والعقاب على نحو بديلي (غير مباشر) وهذا ما يعطي التعليم طابعاً تربوياً، لأن التعلم لا يتم في فراغ ، بل في محيط اجتماعي ويشار إلى العقوبة أحياناً بالتعزيز السلبي لأن نتائج السلوك غير مرضية أكثر من كونها مرضية ويشير التعزيز السلبي إلى إنسحاب أو توقف للمثير غير المرضي.(٢٨)

ويعتبر التعلم الاجتماعي: هو تغيير شبه دائم نسبيا في المعرفة والسلوك يحدث من خلال الموافقة التي تتضمن علاقة فرد باخر أو فرد بجماعة حينما يحدث تأثير متبادل بينهما وهكذا يتعلم الفرد المعايير والقيم والعادات الاجتماعية والمعارف والمهارات التي تساعد على التوافق الاجتماعي.

أولاً: الكثير من التعلم الانساني معرفي: ان الانسان لديه القدرة على اكتساب التمثيل الرمزي أو المعرفي الذي يتضمن الصور اللغوية أو الصور الذهنية والرموز الموسيقية والعددية ، وتتوقف قيمة هذا التمثيل في سلوك الانسان على المطابقة الوثيقة بين النظام الرمزي والاحداث الخارجية.(٢٩)

ثانياً: أحد المصادر الرئيسية للتعلم الانساني هو نتائج الاستجابات: عندما تحدث استجابة فانها تؤدي الى نتيجة ما ايجابية أو سلبية أو محايدة تمارس تأثيراتها في رصيد السلوك عند الفرد.

ثالثاً: التعلم يتم عن طريق الملاحظة: يكتسب الطفل الكثير من السلوك الانساني عن طريق مراقبة ما يفعله الاخرون مثل، القيم والاتجاهات والميول والخبرة والكثير من الانفعالات.

أما التوحد Identification فيشير إلى شكل معين من التقليد، يقلد فيه الفرد نموذج ما، ويحاول أن يكون شبيهه بهذا النموذج وعلى الرغم من أن القليل من أفراد الجمهور قد يقلدون السلوكيات التى يروها فى محتوى وسائل الإعلام فإن العديد من الأفراد يتوحدون مع الشخصيات التى يتعرضون إليها فى وسائل الإعلام سواء فى أسلوب حل المشكلات التى تواجههم أو فى إستخدام العنف والتقليد يمكن ملاحظته بشكل واضح ودرامى فى الحياة الواقعية فى حين أن التوحد لا يمكن ملاحظته بهذا الوضوح بالعالم الواقعى، ولكن التوحد مع نماذج وسائل الإعلام يمكن أن يكون مستمراً ومؤثراً.(٣٠)

ومن خلال إطلاع الباحث على المؤلفات الأجنبية والعربية والدراسات التى تناولت نظرية التعلم الاجتماعى وكذلك الدراسات العربية التى إعتمدت على تلك النظرية فى إستقاء فروضها.

ويمكن تلخيص الفروض الرئيسية للنظرية فيما يلى:

- هناك علاقة إرتباطية بين حدوث عملية التعلم بالملاحظة أو التقليد والعوامل البيئية والفروق الفردية.
- هناك علاقة إرتباطية بين تعلم السلوك والعمليات الإدراكية (الإنتباه، التذكر، المراجعة، الإسترجاع) وإعادة إنتاج السلوك.
- توجد علاقة إرتباطية بين الإقتداء بالنموذج والتعزيزات التي يتلقاها أو يتوقع الحصول عليها، نتيجة الإقتداء بالنموذج ومحاكاته.
- كلما تكرر حدوث السلوك المقلد إزداد إحتمال تقليد الشخص الملاحظ له.
- تلعب بعض العوامل المتعلقة بالنموذج دوراً في تقليد الشخص الملاحظ لسلوكه، من هذه العوامل: الجاذبية، مدى تشابه النموذج بالشخص الملاحظ له، خفة الظل وغيرها.

كيفية تطبيق النظرية على موضوع الدراسة:

ركز الباحثون على إختبار فروض نظرية التعلم الاجتماعي في دراساتهم حول تأثير التليفزيون على سلوكيات الأفراد وخاصة الأطفال، ولكن مع ظهور وسائل تكنولوجية حديثة للاتصال مثل ألعاب الفيديو، والحاسب الآلي، والإنترنت، والتليفزيون التفاعلي، أصبح من الضروري إجراء دراسات لإختبار فروض نظرية التعلم حول تأثير هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة خاصة وأن هذه الوسائل (تحديداً ألعاب الفيديو وألعاب الحاسب الآلي) توفر عنصر التفاعلية، الذي يتيح الإندماج الكامل مع أبطال وشخصيات اللعبة، ويكون الطفل أو اللاعب هو المحرك الرئيسي للعبة وللشخصية الرئيسية بها، وليس مجرد مشاهد سلبي يتلقى ما يتعرض له.

إن تأثير الألعاب الإلكترونية من المحتمل أن يكون أكثر خطراً من باقي وسائل الإتصال وأشهرها التليفزيون، لذا تسعى الباحثة إلى إختبار فروض النظرية لقياس تأثير الألعاب الإلكترونية على قيم وسلوكيات الأطفال الممارسين لها والاستفادة من الأفكار الرئيسية للنظرية في صياغة إستمارة تحليل محتوى الألعاب الإلكترونية، وإستمارة إستقصاء للتعرف على اتجاهات الأطفال نحو الألعاب الإلكترونية وتأثيراتها عليهم.

وتتمثل أوجه الاستفادة الفعلية من هذه النظرية فى الدراسة الحالية فى:

١- الإفادة فى صياغة بعض الفروض المتعلقة بتأثير درجة توحد الطفل مع الشخصيات المقدمة فى هذه الألعاب على إتجاهاته وسلوكياته.

٢- ساعدت فى وضع بعض الأسئلة فى الإستمارة الميدانية لقياس درجة توحد الطفل مع شخصيات الألعاب الإلكترونية.

٣- ساعدت فى تحديد بعض الفئات بالإستمارة التحليلية، للتعرف على أنماط العنف فى الألعاب الالكترونية وأساليب تقديمه، وعوامل تدعيمه إن وجدت.

٤- ساعدت فى وضع بعض الأسئلة فى الإستمارة الميدانية للتعرف على مدى وجود علاقة بين نوع وسن الطفل من جهة وتبنيه لسلوكيات الشخصيات الموجودة فى الألعاب الإلكترونية.

- **أنواع الروابط المستخدمة في المنشورات والأخبار على صفحات ومواقع المؤسسات التشريعية والتنفيذية في مصر عينة الدراسة:**

جدول رقم (١) أنواع الروابط بالمنشورات والأخبار للمؤسسات التشريعية والتنفيذية

أنواع الروابط	وزارة الداخلية		وزارة شئون المجالس النيابية		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي		وزارة التربية والتعليم		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	٤٥	٤١.٣	٢٠	٥٧.١	١٠	٣٥.٧	١٢	٤١.٤	٤٣.٣	٨٧
روابط للموقع على صفحات	٢٦	٢٣.٩	١٥	٤٢.٩	١٢	٤٢.٩	٩	٣١.٠	٣٠.٨	٦٢
روابط سريعة بالخدمات	٣٥	٣٢.١	٠	٠.٠	٦	٢١.٤	٨	٢٧.٦	٢٤.٤	٤٩
روابط لمواقع أخرى	٣	٢.٨	٠	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٠.٠	١.٥	٣
الإجمالي	**١٠٩**	**١٠٠**	**٣٥**	**١٠٠**	**٢٨**	**١٠٠**	**٢٩**	**١٠٠**	**٢٠١**	**١٠٠**

-اتضح من نتائج الجدول السابق أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل نسبة مهمة من الروابط في جميع المؤسسات، حيث تتراوح النسبة بين ٣٥.٧٪ و٥٧.١٪. يعكس ذلك استخدام المؤسسات لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات والأخبار بشكل سريع ومباشر.

-وفي المرتبة الثانية جاءت روابط للموقع على صفحات، وهي تستخدم لتوجيه الزوار إلى صفحات محددة داخل الموقع، وتتراوح نسبة استخدامها بين ٣١.٠٪ و٤٢.٩٪. يعكس ذلك الرغبة في توجيه الجمهور إلى محتوى معين داخل الموقع للحصول على المزيد من المعلومات أو الخدمات.

-وفي المرتبة الثالثة ظهرت روابط سريعة بالخدمات، والتي تستخدم لتوجيه الجمهور إلى الخدمات السريعة أو الصفحات الرئيسية للموقع، وتتراوح نسبة استخدامها بين ٢١.٤٪ و٣٢.١٪. تعكس هذه الروابط الحاجة إلى تسهيل الوصول إلى الخدمات الأساسية أو المعلومات الهامة بسرعة.

-أما عن روابط لمواقع أخرى في أنها تشكل نسبة صغيرة جدًا من الروابط المستخدمة، حيث لا تتجاوز ٢.٨٪ في أي من المؤسسات. يشير هذا إلى أن المؤسسات يمكن أن تعتمد بشكل رئيسي على موقعها الخاص ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والخدمات.

بشكل عام، يعكس هذا التوزيع الاستراتيجي للروابط استراتيجيات الاتصال والتواصل التي تهدف إلى تحقيق أهداف معينة مثل زيادة الوعي بالمؤسسة، وتوجيه الجمهور إلى المعلومات الهامة، وتسهيل الوصول إلى الخدمات الأساسية.

▪سهولة البحث داخل المواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

يبدو أن البيانات تظهرها نتائج التحليل للمواقع أن جميع المؤسسات المذكورة تولي اهتمامًا بسهولة البحث والوصول إلى المعلومات على مواقعها عبر تبني مجموعة من الإجراءات، حيث يُظهر وجود صندوق محركات البحث في جميع المؤسسات، مما يشير إلى توفير وسيلة للزوار للبحث عن المعلومات بسهولة وفعالية، كما توجد علامات إرشادية لتوجيه الزوار إلى كيفية الدخول والخروج بسهولة، مما يساهم في تحسين تجربة المستخدم وجعلها أكثر يسرًا وسلاسة، كما يُظهر وجود أيقونات توضيحية للمضمون التفاعلية في جميع المؤسسات، وهذا يعني توفير وسيلة بصرية للمستخدمين للوصول إلى المحتوى بسهولة وفهمه بشكل أفضل، ويتضمن وجود أرشيف تاريخي في جميع المؤسسات، وهذا يشير إلى توفير وسيلة للزوار للوصول إلى المعلومات التاريخية والأرشيفية بسهولة وسرعة، ومن هنا تظهر التزام المؤسسات المذكورة بتوفير بيئة موقع ويب سهلة الاستخدام ومستخدمة، حيث يتضح أن جميع المؤسسات تعتبر سهولة البحث والوصول إلى المعلومات من أولوياتها. يتم ذلك من خلال اعتماد عدد من الآليات والأدوات التي تُسهّل على الزوار العثور على المعلومات بسرعة وفعالية. فتوفير صندوق للبحث يساعد الزوار في العثور على المعلومات المحددة بسهولة، وتقديم علامات إرشادية تسهل التنقل داخل الموقع وفهم كيفية الدخول إلى الصفحات المختلفة والخروج منها بسهولة يعتبر مهمًا أيضًا. كذلك، توفير أيقونات توضيحية تسهل على الزوار فهم المحتوى المقدم وتفاعله معه، وتقديم أرشيف تاريخي يسهل الوصول إلى المعلومات السابقة يُعتبر جميعها عوامل مساهمة في تحسين تجربة المستخدم وتوفير بيئة تفاعلية ومريحة على مواقع الويب للمؤسسات المدرجة.

▪مدى جاهزية المواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

-تعكس نتائج الرصد والتحليل لمواقع عينة الدراسة جاهزية عالية لمواقع الويب التابعة للوزارات ومجلس النواب، حيث توفر الوزارات ومجلس النواب إمكانية إدراج الملفات على مواقعها بسهولة، مما يعزز من تنوع المحتوى المتاح للزوار ويساعدهم في الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة، وهناك تحقيق سرعة عالية في تحميل الصفحات وتصفحها يساعد في تحسين تجربة المستخدم، حيث يتمكن الزوار من الوصول إلى المعلومات بسرعة دون تأخير، هذا إلى جانب توفير برامج الطباعة يسمح للزوار بطباعة المحتوى بسهولة للاستخدام الشخصي أو المرجعي، مما يزيد من قابلية الوصول ومشاركة المعلومات، بالإضافة إلى تقديم مجموعة متنوعة من وسائل التواصل الجماهيري تتيح للزوار التفاعل بشكل مختلف وفقًا لتفضيلاتهم، مما يعزز التواصل الفعال والمباشر مع الجمهور، نتائج الدراسة تعكس استعدادًا عاليًا من قبل المؤسسات المدرجة، وهي وزارة التربية والتعليم العالي، ووزارة الداخلية، ومجلس النواب، لتوفير مواقع ويب متميزة وجاهزة للاستخدام. فجميع العوامل المقدمة في الجدول، مثل إمكانية إدراج الملفات، وسرعة التحميل والتصفح، وبرامج الطباعة، وتنوع أساليب التواصل الجماهيري، تم تحقيقها بنسبة ١٠٠٪، مما يدل على التزام هذه المؤسسات بتقديم تجربة موقع ويب مريحة وفعالة للمستخدمين. هذا التحضير الشامل يعكس الاهتمام بتلبية احتياجات وتوقعات الزوار، وتوفير بيئة رقمية مبتكرة ومتقدمة تسهم في تعزيز التواصل وتحسين تجربة المستخدم على الإنترنت.

▪مدى تنوع المعلومات بالمعالجات الإعلامية بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

تنوع المعلومات	وزارة التعليم العالي		وزارة الداخلية		وزارة التربية والتعليم		مجلس النواب		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تسهيل عملية التفاعل مع المحتوى المنشور والسؤال بخصوصه	٩٩	٢٦.٨	١٦٨	٢٠.٠	١٠٢	٣٧.٦	٦٨	٤٠.٥	٤٣٧	٢٦.٥
التحديث الدوري للمعلومات	١٠٢	٢٧.٦	٢٠٢	٢٤.١	٦٥	٢٤.٠	١٦	٩.٥	٣٨٥	٢٣.٤
جودة العرض شكلاً	٣٦	٩.٨	٢٣٠	٢٧.٤	٤٦	١٧.٠	٣٦	٢١.٤	٣٤٨	٢١.١
عرض الرأي والرأي الآخر في أي موضوع	٩٦	٢٦.٠	١١٢	١٣.٤	٢٦	٩.٦	١٩	١١.٣	٢٥٣	١٥.٤
تنويع المعلومات	٣٦	٩.٨	١٢٦	١٥.٠	٣٢	١١.٨	٢٩	١٧.٣	٢٢٣	١٣.٥
الإجمالي	٣٦٩	١٠٠	٨٣٨	١٠٠	٢٧١	١٠٠	١٦٨	١٠٠	١٦٤٦	١٠٠

-تُظهر نتائج الجدول السابق كيفية معالجة كل جهة من جهات عينة الدراسة للمنشورات التي على مواقعها الإلكترونية، حيث جاء في المرتبة الأول تسهيل عملية التفاعل مع المحتوى المنشور والسؤال بخصوصه بنسبة ٢٦.٥%، وجاءت أولى الجهات في هذا الإطار مجلس النواب بنسبة ٤٠.٥%، ثم وزارة التربية والتعليم٣٧.٦%، تلتها وزارة التعليم العالي ٢٦.٨%، وفي المرتبة الأخيرة وزارة الداخلية ٢٠.٠%، ومن هنا نجد أن وزارة التربية والتعليم ومجلس النواب يظهران نسبًا مرتفعة من تسهيل التفاعل، مقارنة بالوزارتين

الأخريين، يمكن تفسير ذلك بوجود آليات فعالة للتواصل مع الجمهور والاستجابة لاستفساراته.

-وفي المرتبة الثانية جاء التحديث الدوري للمعلومات بنسبة ٢٣.٤%، وجاءت وزارة التعليم العالي بنسبة ٢٧.٦%، ثم وزارة الداخلية بنسبة ٢٤.١%، ثم وزارة التربية والتعليم بنسبة ٢٤.٠%، وفي المرتبة الأخيرة مجلس النواب بنسبة ٩.٥%، يبدو أن وزارة الداخلية تبرز في هذا الجانب، مما يشير إلى رعاية خاصة لتحديث المعلومات الأمنية والداخلية بشكل منتظم.

-وفي المرتبة الثالثة جاءت جودة العرض شكلاً ٢١.١%، وأشارت النتائج إلى ظهور وزارة الداخلية في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٢٧.٤%، ثم مجلس النواب بنسبة ٢١.٤%، وفي المرتبة الثالثة وزارة التربية والتعليم بنسبة ١٧.٠%، ثم وزارة التعليم العالي بنسبة ٩.٨%، يبدو أن وزارة الداخلية تبرز في هذا الجانب، مما يشير إلى رعاية خاصة لتحديث المعلومات الأمنية والداخلية بشكل منتظم.

-وفي المرتبة جاءت المنشورات التي تهتم بعرض الرأي والرأي الآخر في أي موضوع وذلك بنسبة ١٥.٤%، وجاءت وزارة التعليم العالي في المرتبة الأولى بنسبة ٢٦.٠%، ثم وزارة الداخلية: ١٣.٤%، تلاهم مجلس النواب بنسبة ١١.٣%، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت وزارة التربية والتعليم: ٩.٦%، تظهر النتائج نقصًا في تنوع الآراء المقدمة، مما يشير إلى ضرورة تحسين في عرض الرأي والتعبير عن التنوع الفكري.

-وفي المرتبة الأخيرة ظهر تنويع المعلومات بنسبة ١٣.٥%، مجلس النواب بنسبة ١٧.٣%، ثم وزارة الداخلية بنسبة ١٥.٠%، ثم وزارة التربية والتعليم بنسبة ١١.٨%، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت وزارة التعليم العالي بنسبة ٩.٨%، يشير تقييم تنويع المعلومات إلى ضرورة تحسين الجهود لتقديم محتوى يغطي موضوعات أوسع ويخدم فئات متنوعة من الجمهور.

ومن خلال ما سبق يمكن ملاحظة أن وزارة التربية والتعليم ومجلس النواب يبرزان في تسهيل التفاعل مع المحتوى، بينما تظهر وزارة الداخلية قوة في التحديث الدوري للمعلومات وجودة العرض. من ناحية أخرى، يبدو أن عرض الرأي والرأي الآخر وتنويع المعلومات يحتاجان إلى تحسينات في جميع الجهات المعنية.

أهم النتائج:

-يعود نجاح الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات إلى مدى توافر المتطلبات الإدارية، وإلى وضوح الرؤية والإستراتيجية للادارة العليا في المنظمات المتبنّية لمنهج الإدارة الإلكترونية.

-عدم نشْر الوعي الإلكتروني لدى العاملين في المؤسسات الحكومية، وعدم تزويدهم بمعارف حديثة تُعّزز لديهم مفهوم الإدارة الإلكترونية وأهميتها، وذلك من خلال عقْد الورشات والندوات التثقيفية ذات الصلة بالتحول الرقمي

-العمل على ترسيخ المفاهيم والمضامين ذات العلاقة بتطوير العمل الإداري وتفعيلها لتتأصّل ضمن ثقافة المجتمع، إذ إنَّ نجاح تطبيق التحول الرقمي يعتمد وبصورة جوهرية على مدى تَكيُّف واستجابة أصحاب المصالح كافة

-وجود نظام مصمم جيدا ويعتمد عليه يمكن المواطنين من القيام بالمهام بشكل سلس وبدون تعقيدات تقنية فالمواطنين سترددون لاستخدامه خوفا من تسرب بياناتهم او نتيجة تجارب محبطة سابقة.

-استخدامات قواعد البيانات على صفحات البوابة قليلة ومحدودة تقتصر على حفظ النصوص الواردة في المعلومات والتعليمات والإجراءات الثابتة، وقليل من صور الوثائق بصيغة الـ (PDF).

المراجع:

المراجع العربية:

١-أسما حسين حافظ، **منهجية بحوث الإعلام والعلاقات العامة: في ضوء الاتجاهات العلمية الحديثة،** (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)، ص ص١٠٣–١٠٤.

٢-بندر عبد العزيز الحارثي، اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٤).

٣-**قرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي**. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٥.

٤-داليا عزت مؤمن (مترجم)، **سيكولوجية الطفل والمراهق**،(القاهرة: مكتبة مدبولي، ٢٠٠٤)، ص١٣٥.

٥- دعاء حامد الغوابي حلمي، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٧).

٦-ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة منها، دراسة مقارنة، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٤)، ص ٩٣.

٧-سماح داود، البعد الأفتراضى لتكنولوجيا الواقع المعزز كوسيط بصرى جديد فى فن التصوير فى القرن الواحد والعشرين مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، عدد يناير ٢٠٢٣.

٨-عاطف عدلي العبد، **تصميم وتنفيذ لاستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية،** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).

٩-عبد العزيز السيد عبد العزيز، **مناهج البحث العلمي،** (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر، ٢٠٠٧)، ص١٩.

١٠-غريب السيد أحمد، **تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي،** (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٦). ص٤٨.

١١-فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها**. ط١ (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١)، ص١٣٤.

١٢-لوجين محمد متولي عفيفي، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

١٣-محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،** (القاهرة: عالم الكتب. ١٩٩٧)، ص ص١٥٨-١٥٩.

١٤-محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،** (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص١٥٣.

١٥-محمد مصطفي رفعت محرم عزت، اتجاهات الرأى العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣، **رسالة دكتوراة غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧).

١٦-محمد منير حجازى. **أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية**. (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٣)، ص١٥٢.

١٧-منال منصور، التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٣٧ يناير–يونيو ٢٠١١.

١٨-نصير صالح بوعلي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، **مجلة رؤي استراتيجية،** الإمارات العربية المتحدة، ع ٧، مج ٢، يوليو ٢٠١٤.

١٩-نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).

٢٠-ياسمين محمد إبراهيم، الاتصال التفاعلي في مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي. **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٤).

المراجع الاجنبية:

1-Azarian, R. (2011). Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science. *International Journal of Humanities and Social Science.* 1(4), 119. Retrieved From: http://www.ijhssnet.com/journals/ Vol.1 No. 4; April 2011/15.pdf.

2-Baran, Standley. J. and Davis, Dennis K, **Mass communication theory: Foundations, Ferment, and Futur**, (Australia: Wadswonth, Cengag learning, 2009). PP. 182-183.

3- Bignell, J.(2000). *Post Modern Media Culture.* P.36. Great Britain: Bookcraft. Ltd.

4-Descriptive Studies, Retrieved From: **http://ori.hhs.gov/education/products**/ sdsu/res_des1.htm. Date of Search: 1/11/2018.

5-Ezumah, B. A., (2013). College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited, *International Journal of Business and Social Science*, 4(5). Retrieved From: https://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_5_May_2013/3.pdf

6-Hantrais, L.(1995).*Comparative Research Methods:Social Research Update.* The Department of Sociology, University of Surrey, Guildford, England. Retrieved From: http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU13.html. Date of Search: 11/10/2018.

7- Schultz, T. (2000). Mass Media & the concept of Interactivity: An Exploratory study Of Online Forums & Reader E-Mail, *Media culture & society.*, 22(2), 21. Retrieved From: https://doi.org/10.1177/016344300022002005

8-Selvyn, N., Gorard, S. and Furlong, J. (2005). Whose Internet is it Any Way? Exploring adults, (Non) Use OF the Internet in Everyday Life, *European Journal of Communication*, 20(1). Retrieved From: https://doi.org/10.1177/ 0267323105049631

9-Slomczynski, K. M. and Tomescu- Dubrow, I. (2010). *Comparative Methods in Social Sciences*, Retrieved From: http://www.slideshare.net/jdubrow2000/comparative-methods-in-social-sciences-lecture-1.

10-Williams, Kevin, ***Understanding media theory***, London: Arnold, 2003, P. 173.