

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية
الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة أزمة العمالة غير
المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م
"دراسة تطبيقية على الوزارات الخدمية المصرية"

الباحثة/دينا سيد قاسم سيد

لدرجة ماجستير التخصص (الماجستير) في الإعلام في العلاقات العامة والإعلان
تخصص الحملات الإقناعية

بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

تحت إشراف

أ.م.د / نهلة زيدان الحوراني

أستاذ العلاقات العامة المساعد

بكلية الآداب - جامعة المنصورة

مقدمة:

تُمثل العمالة غير المنتظمة أو عمال اليومية نسبة كبيرة في سوق العمل المصري كما
تنتشر هذه العمالة في جميع الأنشطة. وتعتبر هذه النوعية من العمالة التي تسيطر على
أكثر من ٥٠% من حجم القوى العاملة المصرية من ضمن الفئات المهمشة التي تواجه
العديد من المشكلات، تتمثل في: "تدني الأوضاع الاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية،
وضعف حصول طبقة العمالة غير المنتظمة على حقوقها" وتعد العمالة غير المنتظمة من
أكثر الفئات تضرراً خلال أزمة كورونا، بسبب توقفهم عن العمل، لذلك حرصت الحكومة
المصرية ممثلة في وزارة القوى العاملة على دعم العمالة غير المنتظمة ولو بمبلغ ضئيل
لسد احتياجاتها المطلوبة منها.

وحملت سنة ٢٠٢٠ أعباء إضافية على العمالة غير المنتظمة، ففي ١١ مارس
٢٠٢٠ أعلنت منظمة الصحة العالمية "فيروس كورونا" المستجد "كوفيد-١٩" كجائحة
نظراً لانتشار المرض في معظم دول العالم، وتم الإعلان عن أول حالة بمصر في ٥
مارس ٢٠٢٠م^(١)، وأصبح من أهم المخاطر التي هددت البشرية على مر التاريخ،

وأصبح من الضروري أن تقوم الحكومات والأنظمة الصحية في كل دول العالم باتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية، وتراوحت القرارات الحكومية من أجل الحد من انتشار فيروس كورونا بين الإغلاق العام والإغلاق الجزئي وتوقف السياحة والكثير من الأنشطة الترفيهية والصناعية التي تستوعب نسبة كبيرة من العمالة غير المنتظمة، مما كان له بالغ الأثر على العمالة غير المنتظمة بشكل خاص، وقامت معظم دول العالم بتقديم منح وبرامج مساعدات خاصة للفئات المختلفة من العمالة غير المنتظمة، كما قامت وزارة القوى العاملة باتخاذ مجموعة من الإجراءات للاستعداد والتعامل مع أزمة العمالة غير المنتظمة في ظل أزمة انتشار فيروس كورونا في مراحلها المختلفة، وفي ديسمبر ٢٠٢٠ كان العالم على موعد مع الموجة الثانية للفيروس والتي شهدت تحورات لسلالات أخرى للفيروس وذلك بالتزامن مع اعتماد بعض اللقاحات المضادة للفيروس.

وتمثل العلاقات العامة الرقمية إحدى الأنشطة الاتصالية التي وظفت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في خدمة نشاط الوزارة أو المؤسسة وعلاقتها بجماهيرها الداخلية والخارجية، وخاصة في أوقات الأزمات، لذا فقد سعت العديد من الوزارات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في استخدام أساليب الاتصال الإلكترونية في ممارسة نشاطها الاتصالي مع الجماهير بهدف بناء وتدعيم الصورة الإيجابية، ومحاولة التعرف على رجع الصدى الموجود لدى الجمهور تجاه الخدمات التي تقدمها أو عند اتخاذ قرار معين، وتأتي وزارات القوى العاملة والمالية من أهم تلك الوزارات الخدمية وخاصة أثناء أزمة كورونا والتي شغلت وما زالت تشغل اهتمام الجمهور وتحظى بمتابعته بشكل كبير جداً سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

وقد غيرت الأدوات التفاعلية التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عميق العلاقات بين المنظمات وجمهورها بسبب قدرتها على نشر المحتوى، وتوفير التفاعل، وتعزيز العلاقات الدائمة. لقد مكّنت الأدوات التفاعلية جمهور المنظمة بشكل أكبر من العمل كلاعبين رئيسيين في مجال إدارة السمعة، وبالتالي منحهم أهمية كبيرة في التأثير على مستقبل العديد من المنظمات. اليوم، يبدو أن النجاح يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتصورات

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

جمهورية المنظمة حول القيادة التنظيمية، والمنتجات والخدمات، والثقافة التنظيمية، والأداء والإبتكار^(٢).

وانطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة للكشف عن مدى اهتمام الوزارات الخدمية في توظيف الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية كتقنيات حديثة للاتصالات في تطوير عملها، وكذلك الكشف عن فاعلية الاتصال الإلكتروني بها، ومدى تأثير عمل العلاقات العامة فيها بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، عبر تطبيقها الخدمة الإلكترونية الواسعة والمختلفة.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة بشكل مباشر؛ وذلك من خلال عرض الإنتاج العلمي من الدراسات السابقة كرسائل الماجستير والدكتوراه والأبحاث العربية والأجنبية المنشورة في دوريات علمية، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وسوف يتم عرض الدراسات السابقة وذلك من خلال تقسيمها إلى ثلاثة محاور كالآتي:

– المحور الأول: الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية.

على مستوى الدراسات التي تناولت الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية، ركزت الدراسات السابقة في هذا المحور على كل من الإنترنت بصفة عامة ووسائل الاعلام الاجتماعية "فيسبوك"، وتويتر" بصفة خاصة، هذا وقد ركزت العديد من الدراسات في السنوات الأخيرة على التطور التقني السريع لتكنولوجيا الاتصال، وكيف استفادت المؤسسات والمنظمات المختلفة من هذا التطور في وسائل الاتصال، خاصة فيما يخص عملية الاتصال والتواصل مع الجماهير وتحقيق التفاعلية معه من خلال العلاقات العامة وأنشطتها؛ فقد جاءت نتائج دراسة (Arguanda Pribadi & Nurhasanah Nasution, 2021)^(٣)، والتي أكدت على أن التقدم المستمر للتكنولوجيا أعطى الفرصة لممارسي العلاقات العامة لبناء علاقات مع الجمهور بطرق مبتكرة من خلال استخدام وسائل الإعلام الرقمية، حيث يمكن للممارسين الوصول إلى الحياة اليومية للجمهور الكبير والمستهدف والتحاور معهم والتعامل معهم نيابةً عن المنظمة، كما أن الأدوات التفاعلية

التي توفرها الشبكات الاجتماعية تساعد المنظمة على رصد ردود أفعال الجمهور والتعرف عليها ودراساتها والتعامل الأمثل معها.

وفي نفس الإطار فقد أشارت نتائج دراسة (Karen Sutherland & Other, 2020)^(٤) بأن هناك عصر جديد من أنشطة العلاقات العامة والتي تركز بدورها على استخدام التكنولوجيات التي تم إحداثها من خلال الإنترنت وذلك بهدف تسهيل استخدامها بالأدوات الحديثة، وفي سياق متصل فقد جاءت نتائج دراسة (S. Ngondo, 2019)^(٥) لتؤكد على أن إجماع على أن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الإعلام الجديد قد غير الطريقة التي يتواصل بها ممارسي العلاقات العامة في زيمبابوي مع الجمهور في اتصالاتهم الداخلية والخارجية، وفي ضوء الاستخدام الفعلي للأدوات التفاعلية وتحليلها فقد أوضحت دراسة (Lisa Tam & Jeong-Nam Kim, 2019)^(٦) والتي هدفت إلى التعرف على كيف تدعم تحليلات الشبكات الاجتماعية عمل العلاقات العامة، وذلك من خلال استطلاع رأي (٨٠٠) من خبراء العلاقات العامة حول العالم، وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة الرقمية تحولت إلى صناعة ضخمة وتكبر وتتسع باستمرار، وأن هناك عوامل مؤثرة عليها أهمها ما يلي: رواية القصص الرقمية، مهارات التواصل الاجتماعي، والبيانات الضخمة والمعلومات التي توفرها الشبكات الاجتماعية عن الجمهور والبحث السلوكي.

٢- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الرقمية في الوزارات

الحكومية.

فقد سعت دراسة Ylva Arwidson (٢٠٢٠)^(٧) إلى التعرف على عمل العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الثقافية السويدية من خلال معرفة وكيفية تحديد وتنفيذ الاتصالات الفعالة والناجحة عبر الانترنت، معتمدين على رؤيتهم في أن التواصل حول الثقافة والتراث الثقافي أمرًا ضروريًا وأولوية رئيسية من أجل ضمان توعية الجمهور بالماضي والحاضر، بينما جاءت دراسة "نجم العيساوي، وسلطان القاسمي" (٢٠١٧)^(٨) والتي هدفت إلى معرفة مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد في مقرات وزارات سلطنة عُمان، من خلال استخدام أسلوب المسح الشامل على

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

موظفي العلاقات العامة في مقرات الوزارات والبالغ عددهم (٩٥)، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، حيث كان من أهمها؛ هو تفاوت مستويات استخدام القائم بالاتصال للإعلام الجديد في العلاقات العامة في المقرات الرئيسية لوزارات سلطنة عُمان باختلاف أعمارهم، وأن بعض الفئات العمرية لاسيما الشباب منهم هم أكثر مرونة واستجابة لمستجدات وتطبيقات الإعلام الجديد، كما أن التطبيقات الأكثر استخدامًا من قبل القائم بالاتصال في العلاقات العامة في الوزارات قد تركزت في البريد الإلكتروني ثم الواتساب، وأن هناك حاجة لتأهيل القائمين بالاتصال على استخدام تطبيقات الإعلام الجديد بشكل أكثر فاعلية.

في حين أظهرت نتائج كلا من "Abdulhadi Almfleah" (٢٠١٧)^(٩) ودراسة "حسن نيازي" (٢٠١٦)^(١٠)، أن غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية يتبنون استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال العلاقات العامة، وذلك لما له من نتائج إيجابية ومتنوعة، حيث تساعد على توفير الأخبار والأحداث الراهنة الخاصة بالمنظمة، وسرعة إرسال الأخبار ونقل المعلومات إلى الجمهور، هذا إلى جانب متابعة ورصد مشاركات الجمهور.

– المحور الثالث: الدراسات التي تناولت الأزمات المتعلقة بأزمة العمالة غير المنتظمة.

هدفت دراسة وليد عبدالحليم (2020)^(١١) للتعرف على أشكال الاستبعاد في الحياة اليومية لدى العمالة اليومية غير المنتظمة، حيث يمثل الاستبعاد ضغط نفسي واجتماعي واقتصادي وصحي وبدني نتيجة الشعور بالفقر، أو لظروف خارجية تجعل العامل غير راغب في إكمال العمل أو التواجد في المكان، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أشكال مختلفة للاستبعاد في الحياة اليومية لدى العمالة اليومية غير المنتظمة منها الاستبعاد الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي والسياسي والصحي، وفي إطار آخر استهدفت دراسة فوزي عبدالرحمن الزعبلوي (٢٠١٩)^(١٢) رصد وتحليل وتفسير خصائص وسمات الخطاب الصحفي المصري والعوامل المؤثرة فيه إزاء سياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة في إطار رؤية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠، وتحديد الحجج والبراهين التي يعتمد عليها منتج الخطاب لإثبات الأفكار الواردة في خطابه، وأظهرت الدراسة إلى

أن دعم السلع والخدمات الرئيسية جاءت في مقدمة الأطروحات التي تبنتها الصحف المصرية، فيما هدفت دراسة وليد عاشور (٢٠١٨)^(١٣) التعرف على المتغيرات السوسولوجية المرتبطة بتحقيق الأمن الاجتماعي وتوصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من المتغيرات أهمها العدالة الاجتماعية والتعليم والعمل والدخل التي لها دور أساسي في تحقيق الامن الاجتماعي، وأكدت دراسة زيزيت إبراهيم أحمد (٢٠١٧)^(١٤) على أن الآثار الاجتماعية هي أكبر المساوئ التي ترتبت على عملية الخصخصة، إضافة إلى وجود تأثيرات وتداعيات مباشرة لسياسات الإصلاح الاقتصادي على القوى الاجتماعية في مصر تمثلت أهم ملامحها في صعود شريحة رجال الأعمال وتآكل الطبقة المتوسطة وتدهور أحوال الفقراء، نظراً لانحياز هذه السياسات لعنصر رأس المال على حساب العمل، وإضعافها لقوة الدولة الاقتصادية، كما أوضحت الدراسة ضعف شبكة الأمان الاجتماعي التي توفر الحماية والمساعدة للفقراء والعاطلين وكبار السن وأصحاب المعاشات والعمالة غير المنتظمة .. الخ، وفي إطار آخر توصلت دراسة fornier^(١٥) (2009) anneleen Erika hendrika cornelia إلى أن العمالة غير المنتظمة قد أصبحت من الظواهر التي تتزايد بشكل واضح للغاية ومنتشرة في الأسواق، وتشعر هذه الفئة دوماً بفقدان الأمن وعدم الشعور بالطمأنينة، كما توصلت الدراسة إلى أن هذا الشعور يكاد يكون السبب الرئيسي لحالة اليأس ونقص الخدمات المقدمة لهم، واستهدفت دراسة Eunice^(١٦) (2004) استخدام شبكات الأمان الاجتماعي لمنع العمالة غير المنتظمة من أن يصبحوا أكثر فقراً، حيث من خلالها قدمت الحكومة الخدمات الصحية المجانية للأسر الفقيرة كعنصر من عناصر المشروع، وتوصلت الدراسة إلى أنه في أقل من سنة واحدة أفاد هذا البرنامج عدداً من العمالة وتوسعت هذه الرعاية في المراكز الصحية، فيما هدفت دراسة Sung Han^(١٧) (2003) إلى استكشاف العلاقة بين العولمة المالية والتحول الديمقراطي في حالات كلاً من كوريا الجنوبية وتايلاند والبرازيل وروسيا وتوصلت إلى أن شبكات الأمان الاجتماعي أسهمت في تحسين الحقوق السياسية والحريات المدنية فضلاً عن ترسيخ الديمقراطية لسكان هذه الدول.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

١. يتضح من العرض العام للدراسات السابقة أن تقنيات الأدوات التفاعلية في الوسائط الرقمية أثرت على العلاقات العامة بطرق مختلفة؛ فقد انتقلت بالعلاقات العامة من إطارها التقليدي إلى إطار آخر أكثر تطوراً، حيث كشفت العديد من الدراسات السابقة عن قدرة استخدام الأدوات التفاعلية في ممارسة العلاقات العامة من أجل الاتصال والتواصل مع الجمهور بطرق غير تقليدية عبر تطبيقات جديدة وديناميكية، مثل دراسة (Karen Sutherland & Other, 2020) و (S. Ngondo, 2019).

٢. أوضحت الدراسات السابقة أهمية توظيف التقنيات الحديثة في توظيف أنشطة العلاقات العامة، فضلاً عن كونها تسهم بشكل فاعل ومؤثر في تحقيق أهداف المؤسسة الحديثة؛ إذ تناول العديد من الباحثين من جهات مختلفة دور العلاقات العامة وإدارتها في تحقيق أهداف المؤسسات وخلق الرضا لدى الجمهور تجاه هذه المؤسسات، وتجاه أهمية استخدام العلاقات العامة الإلكترونية وما يوفره الإنترنت من خدمات للمؤسسات في الاتصال الفوري والاستجابة السريعة لمستخدمي مواقع المؤسسات، مثل دراسة (سليم البباح، ٢٠١٧)، ودراسة (محمد فرحات خليل، ٢٠١٦)، ودراسة (Lee & Van Dyke, 2015)، ودراسة (خالد الرويلي، ٢٠١٣)، ودراسة (حاتم عاطف، ٢٠١٠).

٣. أظهرت بعض الدراسات السابقة أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بأنواعها بدأت في خلق ثقافة جديدة تماماً؛ فبينما في السابق كانت الحكومات والمؤسسات توجه رسائلها إلى الجمهور، صارت الآن مطالبة بالحوار مع الجمهور، لأن الشبكات الاجتماعية خلقت ديمقراطية جديدة من نوعها تتمثل في الاتصال ثنائي الاتجاه، وعلى مديري العلاقات العامة مواكبة ذلك التطور مما يؤكد أهمية دراسة محتوى ما تقدمه هذه الوسائل وتحديداً فيما يتعلق بعمل الوزارات والمؤسسات الخدمية، مثل دراسة (منى عبد الجليل، ٢٠١٦)، ودراسة (حاتم الصالحي، ٢٠١٥)، ودراسة (شيماء عبد العاطي، ٢٠١٥)، ودراسة (David Lynn Painter, 2015)، ودراسة (Megan Amanda Stockhausen, 2014).

٤. أظهرت بعض الدراسات السابقة أن العمالة غير المنتظمة تواجه العديد من المشكلات أبرزها عدم وجود التأمين الاجتماعي، وعدم وجود عقود عمل طويلة الأجل مثل دراسة (fornier, anneleen Erika hendrika, 2009 cornelia) ودراسة (Eunice, 2004) ودراسة (Sung Han, 2003)، كما رصدت بعض الدراسات أثر شعور الاستبعاد اليومي الذي يشعر به العاملين غير المنتظمين مثل دراسة (وليد عبدالحليم، ٢٠٢٠)، فيما اهتمت دراسة (وليد عاشور، ٢٠١٨) بالتعرف على المتغيرات السوسولوجية المرتبطة بتحقيق الأمن الاجتماعي، فيما أكدت دراسة (زيزيت إبراهيم، ٢٠١٧) على أن الآثار الاجتماعية هي أكبر المساوئ التي ترتبت على عملية الخصخصة والتي ضاعفت من معاناة العمالة غير المنتظمة.
٥. تعددت وتنوعت المناهج البحثية المستخدمة في هذه الدراسات إلا أن المنهج الأكثر استخداماً هو منهج المسح، كما تعددت أدوات جمع البيانات ما بين أدوات كمية كاستمارة الاستقصاء (الميدانية- البريد الإلكتروني)، وأدوات كيفية كدراسة الحالة والملاحظة، إلى جانب استخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي لمواقع المؤسسات على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

تسعى الباحثة في دراستها هذه إلى معرفة طبيعة الأدوات التفاعلية المستخدمة وأنواع التفاعلية عليها، ومدى قدرة الوسائل الاتصالية المستخدمة على تحقيق اتصال متناسق بين الوزارة وجمهورها، وبناء على ذلك فإن مشكلة الدراسة تتحدد في معرفة الأدوات التفاعلية المستخدمة في الوزارات عينة الدراسة، وطبيعتها، وطريقة عملها، وأنواع التفاعلية عليها وعلاقتها بإدارة الأزمة عبر الوسائل الاتصالية المستخدمة الخدمية، ومدى تحقيق الأدوات التفاعلية للاتصالات الفاعلة بين الوزارة والجمهور.

أهمية الدراسة:

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

١. تعد هذه الدراسة إضافة إلى المكتبة العربية حيث قلة الدراسات التي تناولت أزمة العمالة غير المنتظمة.
٢. تهتم الدراسة باستخدام الأدوات التفاعلية والتقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة بما يتناسب مع حاجات الجمهور والوزارات الخدمية عينة الدراسة لتحقيق الرضا لدى الطرفين؛ لذا فإن أهمية هذا البحث تأتي متوافقة مع الرغبة والحاجة الماسة لمواكبة التطور السريع في وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقاتها الفائقة وأثرها في صياغة الرسالة الاتصالية عبر صفحات الوزارات الخدمية عينة الدراسة على موقع الفيسبوك بالقدر الذي يساهم على التوصل إلى مؤشرات علمية جديدة ومفيدة وهادفة عن دور الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الإلكترونية في إدارة أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م.
٣. حاجة الوزارة أو المؤسسة اليوم لاستخدام التكنولوجيا الحديثة أصبحت ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة، خاصة أن نشاط العلاقات العامة يركز بالأساس على عملية الاتصال ونشر الحقائق للجمهور بهدف كسب ثقته ووده.
٤. جاءت هذه الدراسة لتكشف قدرة هذه التكنولوجيا والمتمثلة في الإنترنت بشكل عام وما يندرج تحتها من تقنيات متطورة مثل: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها من طرف الوزارات الخدمية عينة الدراسة وإدارة العلاقات العامة بالتحديد، ما يمكنها من تحقيق التفاعلية والانسجام والحوار مع الجمهور، ومدى نشاط وفاعلية إدارة العلاقات العامة في الوزارات الخدمية عينة الدراسة على استخدام هذه التكنولوجيات في تحقيق اتصال متكامل ومتناسق بينها وبين جمهورها.
٥. الوقوف على أهمية وفاعلية العلاقات العامة الرقمية في الوزارات الخدمية عينة الدراسة في إدارة أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م، ومدى تحقيق التغذية العكسية بعد القيام بعملية الاتصال.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على طبيعة استخدام الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م، وكذلك عدد من الأهداف الفرعية المتمثلة بما يأتي:

- ١- التعرف على طبيعة استخدامات وعمل التكنولوجيا الحديثة في الوزارات الخدمية عينة الدراسة.
- ٢- معرفة إلى أي مدى نجحت الوزارات الخدمية عينة الدراسة في تحقيق شروط ومراحل بناء العلاقة الحوارية بينها وبين الجمهور.
- ٣- التعرف على المميزات التي يحققها الاتصال الإلكتروني للجمهور من خلال صفحات الوزارات الخدمية على الفيسبوك.
- ٤- قياس مدى ثقة الجمهور في الخدمات الإلكترونية التي يقدمها ممارسو العلاقات العامة عبر صفحات الوزارات الخدمية عينة الدراسة على الفيسبوك فيما يتعلق بأزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الأسباب التي تدفع الجمهور لاستخدام خدمة الاتصال الإلكتروني بالوزارات الخدمية عينة الدراسة؟
- ٢- ما مدى ثقة الجمهور في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارات الخدمية عينة الدراسة من خلال صفحاتها على الفيسبوك؟
- ٣- ما المزايا التي تحققها وسائل الاتصال الحديثة للجمهور المتعامل مع موقع الوزارات الخدمية عينة الدراسة؟
- ٤- إلى أي مدى نجحت الوزارات الخدمية عينة الدراسة في إقامة اتصال تفاعلي ثنائي بينها وبين جماهيرها أثناء أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م؟
- ٦- إلى أي مدى يستشعر الجمهور لأهمية الاتصال الإلكتروني المقدم من قبل الوزارات الخدمية عينة الدراسة؟

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

- ٧- ما مدى استفادة الجمهور من الأدوات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الخدمية عينة الدراسة عبر الوسائل الاتصالية المختلفة؟
- ٨- ما مقترحات جمهور الوزارات الخدمية عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام وسائل الاتصال الحديثة؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار مدى صحة الفروض التالية:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للأدوات التفاعلية الحكومية واتجاههم نحوها.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للأدوات التفاعلية وبين الآثار المعرفية، والسلوكية، والوجدانية، الناتجة عن ذلك التعرض.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين (النفعية والطقوسية) للأدوات التفاعلية واتجاههم نحوها.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الأدوات التفاعلية الرقمية الحكومية والتفاعل معها.
- **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه المبحوثين من الجمهور نحو الأدوات التفاعلية في الصفحات والمواقع عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- الوظيفة أو المهنة- المستوى الاقتصادي- الحالة الاجتماعية - مكان السكن).
- **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تعرض المبحوثين من الجمهور للأدوات التفاعلية في الصفحات والمواقع عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- الوظيفة أو المهنة- المستوى الاقتصادي- الحالة الاجتماعية - مكان السكن).

• نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوع البحوث الوصفية حيث تسعى الدراسة إلى وصف وتحليل وتفسير الواقع الفعلي لمدى دور الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح (Survey Method)، وهو المنهج الملائم للإجابة عن تساؤلات الدراسة، حيث يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأفراد والتعرف على وجهات نظرهم وما يفكرون فيه وما يقترحونه. وتسعى الباحثة لاستخدام هذا المنهج للكشف عن مدى توظيف الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية وفائدتها وإسهامها في تحقيق اتصال متوازن بين الوزارات الخدمية عينة الدراسة وبين الجمهور أثناء أزمة العمالة غير المنتظمة في عام ٢٠٢٠ م.

مجتمع الدراسة:

هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه، وكذلك هو المجتمع الذي يريّ تعميم النتائج عليه^(١٨)، وهو كما يلي:

مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل في جمهور المصري المتابع لأزمة العمالة المنتظمة، عبر وسائل الإعلام المختلفة.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية: تستهدف الدراسة تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة، من الجمهور المصري من عمر (١٨) عاماً إلى (٦٠) عاماً وما فوقها، باستخدام أسلوب كرة الثلج Snow Ball Sampling، وذلك يرجع لعدم إمكانية الحصول على بيان أو قوائم تفصيلية بمجتمع الدراسة، وتعتبر هذه الطريقة (كرة الثلج) أسلوباً منهجياً ذا اعتبار، إذ يُلبّي المتطلبات والمعايير المعينة والمحددة سلفاً في ضوء أهداف الدراسة وفروضها، ومن ناحية أخرى، فإن الأسلوب المرجعي The referrals

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

method في سحب العينة يشبه إلى حد كبير مفهوم إطار العينة الذي يتم توظيفه في سحب العينات العشوائية^(١٩).

أدوات جمع البيانات:

تمثلت أدوات الدراسة في صحيفة الاستقصاء، والتي تم إعدادها بشكل منهجي؛ كي تُستخدم في جمع البيانات الأولية والأساسية من الجمهور عينة الدراسة، وذلك للتعرف على دوافع استخدامهم للأدوات التفاعلية والآثار التي تحدث لهم، وكذلك كيفية استخدام الجمهور للأدوات التفاعلية في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة، هذا وقد مرّت عملية إعداد استمارتي تحليل المضمون والاستقصاء بعدد من الخطوات، نستعرضها فيما يلي:

أولاً: صحيفة الاستبيان:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستبيان الإلكترونية باستخدام موقع Google forms^(٢٠) وهي خاصية من خصائص محرر المستندات المدمجة Google Drive كأداة لجمع البيانات الكمية من الجمهور الخارجي من المُستفيدين والمُتعاملين مع الوزارات الخدمية عينة الدراسة عبر الوسائل الاتصالية المختلفة، للتعرف على مدى الاستفادة من الأدوات التفاعلية للوزارات الخدمية عينة الدراسة، ومدى تحقيق هذا النمط الاتصالي اتصالاً فعالاً ومتوازناً بين الطرفين وكذلك تحقيق التغذية العكسية، وقد رُوِيَ في تصميم الاستمارة تحقيق أهداف الدراسة، وتغطية كافة المحاور اللازمة للإجابة عن تساؤلاتها، واختبار فروضها الرئيسية، وجاءت محاور الاستبانة على النحو التالي:

أولاً: كيفية استخدام الجمهور الخدمات الإلكترونية التفاعلية التي تقدمها الوزارات المصرية عينة الدراسة: من الوسيلة التي تابع من خلالها الأزمة، وتفاعله معها، والأدوات التفاعلية، ورأيه فيها، ودوافع الاستخدام، وإسهام الأدوات التفاعلية في تحقيق الهدف منها.

ثانياً: معرفة الجمهور بأزمة العمالة غير المنتظمة: وذلك من حيث معرفة الجمهور بالمقصود بالعمالة غير المنتظمة، وأسباب الأزمة، وأبرز المشكلات التي تواجه العمالة غير المنتظمة.

ثالثاً: تفاعل الجمهور مع الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارات عينة الدراسة: من حيث الخدمات التي تلقاها الجمهور من خلال الأدوات التفاعلية، ورأيه في الممارسات الرقمية التي تقدمها الوزارات عينة الدراسة، وتفاعل مقمّي الخدمات الإلكترونية مع الجمهور، والأساليب الرقمية التي تعزز التفاعل الإيجابي بين القائم بالاتصال في الوزارات عينة الدراسة والجمهور.

رابعاً: تقييم المبحوثين للأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة: من حيث مدى اعتماد الجمهور على الأدوات التفاعلية وأسباب هذا الاعتماد وظروف زيادة هذا الاعتماد، إضافة لقياس مدى الاعتماد على الأدوات التفاعلية، وكذلك العوامل المؤثرة في درجة الاعتماد، إضافة إلى مقياس للآثار الناتجة عن هذا الاعتماد (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية)، والتعرف على مدى ثقة المبحوثين في الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة واتجاهاتهم نحوها.

– إجراءات الصدق والثبات:

– أولاً: إجراءات الصدق:

أ-الصدق الظاهري للأداة:

قامت الباحثة بعرض استمارة الاستقصاء والمقابلة الشخصية على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها وملاءمتها للدراسة^(٢١)، حيث روعي في اختيارهم تخصصهم في مجال العلاقات العامة والإعلام. وبناء على آراء السادة المحكمين في الاستثمارتين، قام الباحث بتعديل بعض فئات الاستثمارة، مثل (إضافة بعض القضايا، وتعديل مسميات بعض الفئات الفرعية)، وغيرها، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة على الاستثمارة، وذلك بعد مراجعة اللجنة المشرفة، لتكون الاستثمارتين صالحتين للتطبيق وقياس متغيرات الدراسة وتلبية أهدافها.

ب- صدق المحتوى:

للتحقق من هذا النوع من الصدق قامت الباحثة بما يلي:

❖ الاطلاع على الأدبيات والكتب والأطر النظرية والدراسات والبحوث السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة.

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

❖ تحليل هذه الأدبيات والبحوث والدراسات، للوصول إلى الأبعاد المختلفة والعبارات المرتبطة بهذه الأبعاد ذات الصلة بمشكلة الدراسة.

— ثانيًا: إجراءات الثبات:

ويقصد به درجة الاتساق العالية لأداة جمع البيانات، بما يتيح لها قياس ظواهر الدراسة ومُتغيراتها والحصول على نتائج مُتطابقة أو مُتشابهة، إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع البيانات ذاتها أو في قياس الظواهر أو المُتغيرات نفسها، للتحقق من هذا النوع من الثبات اعتمدت الباحثة معامل ألفا كرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي معاملات الثبات للاستبيان الخاص بالدراسة على النحو التالي:

جدول (أ)

يوضح معامل الثبات للاستبانة

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
١	الوزارات التي تابعت من خلالها أزمة العمالة غير المنتظمة	٦	٠.٨٧٦
٢	الوسيلة التي تابعت من خلالها أزمة العمالة غير المنتظمة	٥	٠.٨٦١
٣	استخدام الأدوات التفاعلية مع مضامين الصفحات الحكومية	١١	٠.٨٣٦
٤	دوافع الاهتمام بمتابعة المواقع والصفحات الحكومية المصرية	١٣	٠.٧٧٦
٥	الممارسات الرقمية في التواصل مع الوزارات المعنية	١٦	٠.٨٩٩
٦	الأساليب الرقمية التي تعمل على تعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور	٥	٠.٨٤٥
٧	اتجاه الجمهور نحو الأدوات التفاعلية الرقمية	١٣	٠.٨٧٦
	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض للأدوات التفاعلية الرقمية	١٦	٠.٨٣٧
	اجمالي الثبات لجميع المحاور	٨٥	٠.٩٢٦

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطى نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبيان المستخدم في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (٠.٩٢٦) لعدد العبارات (٨٥). بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (٠.٧٧٦) كحد أدنى إلى

(٠.٨٩٩) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical Package for Social Science) (SPSS). وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي ثم ضرب النتائج $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠ : ٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

ستعتمد الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل. المداخل النظرية للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Dependency Theory):

تنطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من مقولة رئيسة مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته وإشباعاته زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة هذا الفرد، وتنطبق هذه المقولة أيضاً على مستوى المجتمع ككل، حيث إنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على هذا المجتمع، ومن ثمَّ تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع^(٢٢)، والفكرة الرئيسية التي تتبلور حولها هذه النظرية هي أن المُتلقي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، بحيث تُسهم في تكوين معارفه واتجاهاته ومدرّكاته إزاء ما يقع في المجتمع^(٢٣).

أوجه الإفادة من النظرية في الدراسة الحالية:

تُعَدُّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً ملائماً لهذه الدراسة، والتي تسعى في دراستها للجمهور إلى التعرف على الآثار (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) المُتولدة لدى المستخدمين نتيجة اعتمادهم على الأدوات التفاعلية للوزارات عينة في متابعة أزمة العمالة غير المُنظمة، والتعرف على تأثير بعض العوامل على مستوى هذه الآثار، وهو ما يتفق مع الهدف الرئيس للنظرية وهو: تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة؟^(٢٤).

وتم الاستعانة بنظرية الاعتماد في بناء المقياس المناسب للتعرف على مستويات الآثار الناتجة عن اعتماد الجمهور على الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة، وبخاصة الآثار المعرفية المتولدة لدى المستخدمين عن هذا الاعتماد، والتعرف على المتغيرات التي يجب اختبار علاقتها بمستوى الآثار الناتجة عن اعتماد الجمهور على تلك الصفحات، كما قامت الدراسة بتوظيف فروض النظرية في صياغة معظم فروضها الرئيسية، وذلك كما يلي:

- تم توظيف فرض النظرية القائل باختلاف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام، بحسب العديد من العوامل المميزة لفئات الجماهير المختلفة، وذلك في صياغة الفرض الأول والثاني والثالث للدراسة، وذلك لقياس تأثير كل من: استخدام المبحوثين للأدوات التفاعلية، ومستوى ثقة المبحوثين في الأدوات التفاعلية، والعوامل الديموغرافية للمبحوثين، في درجات الاعتماد على الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة.
- تم توظيف فرض النظرية القائل بأنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل، وذلك في صياغة الفرضين الرابع والخامس للدراسة، وذلك لقياس تأثير درجة اعتماد المبحوثين على الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة على مستوى الآثار المعرفية المتولدة لديهم، وكذلك قياس تأثير درجة اعتمادهم على الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة على مستوى الآثار المعرفية المتولدة لديهم.
- تم توظيف فرض النظرية القائل بتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور، وذلك في صياغة الفرض الثاني والثالث والخامس للدراسة، وذلك لقياس تأثير كل من: مستويات الثقة في الأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة، والعوامل الديموغرافية للمبحوثين، ودرجات تفاعلهم مع الأدوات التفاعلية للوزارات عينة

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

الدراسة في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة على مستوى الآثار المعرفية المتولدة لديهم.

التعريفات الإجرائية المرتبطة بالدراسة:

❖ الأدوات التفاعلية:

هي عبارة عن الأدوات التفاعلية التي يتيحها موقع الفيسبوك والتي تبدأ من الإعجاب بالبوست أو المنشور، أو استخدام أي تعبير من الضحك أو الغضب أو الدعم في التعبير عن المشور، وكذلك التعليق على المنشور أو التعليق على تعليقات المستخدمين على المنشور وأخيراً مشاركة المنشور على الصفحة الشخصية أو في صفحات أخرى يشترك فيها المستخدم.

❖ العلاقات العامة الرقمية:

هي وظيفة تسيير الاتصال بين الوزارة وجمهورها باستخدام الاتصال الإلكتروني بغرض التعريف بهويتها، بناء وتحسين صورتها، وتوطيد علاقتها بجمهورها، محققة بذلك الحوار التفاعلي المبني على المصادقية والشفافية وأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

❖ أزمة العمالة غير المنتظمة:

هي الأزمة التي مرت بها العمالة غير المنتظمة سواء كانت هذه العمالة في الداخل المصري أو تعمل في الخارج وخاصة دول الخليج، وسواء كانت هذه الأزمة من تداعيات انتشار فيروس كورونا أو من تداعيات قرارات حكومية مثل قرار وقف البناء على مستوى القطر المصري.

❖ العمالة غير المنتظمة:

يعرف العامل غير المنتظم بأنه من يعمل خارج أي مظلة تأمينية أو اجتماعية، ويعتمد على تحصيل أجره بشكل يومي^(٢٥).

النتائج العامة للدراسة

أولاً: الخصائص الديموغرافية للمبحوثين:

١. البيانات الأساسية:

جدول رقم (١)

الخصائص الديموغرافية لجمهور الدراسة

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	٢٦٥	٦٦.٢٥
	أنثى	١٣٥	٣٣.٧٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
السن	من ١٨ لأقل من ٣٠ عام	٥١	١٢.٧٥
	من ٣٠ لأقل من ٤٥ عام	٢٨٠	٧٠.٠٠
	من ٤٥ لأقل من ٦٠ عام	٦٨	١٧.٠٠
	٦٠ عام فأكثر	١	٠.٢٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	١٠٧	٢٦.٧٥
	مؤهل جامعي	١٩٠	٤٧.٥٠
	مؤهل فوق الجامعي (دراسات عليا - ماجستير - دكتوراه)	١٠٣	٢٥.٧٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
العمل	موظف حكومي	٧٠	١٧.٥٠
	موظف قطاع خاص	٢٠٩	٥٢.٢٥
	أعمال حرة	٦٦	١٦.٥٠
	متقاعد	٩	٢.٢٥
	بدون عمل	٤٦	١١.٥٠

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

١٠٠٠٠٠	٤٠٠	المجموع	
٢٦.٠٠	١٠٤	أقل من ٢٠٠٠ جنيه	إجمالي الدخل الشهري
٢٦.٧٥	١٠٧	من ٢٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٤٠٠٠ جنيه	
٢٥.٧٥	١٠٣	من ٤٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٦٠٠٠ جنيه	
٦.٧٥	٢٧	من ٦٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٨٠٠٠ جنيه	
١٤.٧٥	٥٩	٨٠٠٠ جنيه فأكثر	
١٠٠٠٠٠	٤٠٠	المجموع	
٣٠.٧٥	١٢٣	منطقة شعبية	مكان الإقامة
٥٨.٥٠	٢٣٤	منطقة متوسطة	
١٠.٧٥	٤٣	منطقة راقية	
١٠٠٠٠٠	٤٠٠	المجموع	
٣٢.٠٠	١٢٨	أعزب	الحالة الاجتماعية
٦٥.٢٥	٢٦١	متزوج	
١.٢٥	٥	مطلق	
١.٥٠	٦	أرمل	
١٠٠٠٠٠	٤٠٠	المجموع	
٧٨.٧٥	٣١٥	القاهرة الكبرى	المحافظة
١٢.٧٥	٥١	الوجه البحري	
٨.٥٠	٣٤	الوجه القبلي	
١٠٠٠٠٠	٤٠٠	المجموع	

تُشير بيانات الجدول (١) إلى ما يلي:

تُشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع السمات الديموغرافية للمبحوثين، وهو الأمر الذي يزيد من احتمالية تمثيل العينة لخصائص وسمات المجتمع الأصلي للدراسة، مما يزيد

بدوره من إمكانية تعميم نتائج الدراسة الميدانية على كامل مجتمع الدراسة، وجاءت سمات المبحوثين كما يلي:

- **بالنسبة لمُتغير (النوع):** جاءت نسبة الذكور ٦٦.٢٥% من إجمالي عينة الدراسة وجاءت نسبة الإناث ٣٣.٧٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية فالذكور أكثر تعرضاً للأنشطة والاستبانات الإلكترونية، كما أن الذكور أكثر إهتماماً وتماساً مع أزمة العمالة غير المنتظمة.
- **وبالنسبة لمُتغير (المرحلة العمرية):** فقد جاء غالبية المبحوثين في المرحلة العمرية (من ٣٠ لأقل من ٤٥ عام) بنسبة ٧٠.٠٠%، كما جاءت الفئة العمرية (من ٤٥ لأقل من ٦٠ عام) بنسبة ١٧.٠٠%، بينما جاءت الفئة العمرية (من ١٨ لأقل من ٣٠ عام) بنسبة ١٢.٧٥%، وأخيراً جاءت الفئة العمرية (٦٠ عام فأكثر) في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٢٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتوافق مع طبيعة وظروف المجتمع المصري، حيث أن القوى العاملة يتكلم محورها الرئيسي من الفئتين (من ٣٠ لأقل من ٤٥ عاماً) والفئة من (٤٥ لأقل من ٦٠ عاماً) واللذان شكلنا ٨٧% من عينة الدراسة.
- **وبالنسبة لمُتغير (المستوى التعليمي):** فقد جاء (المؤهل الجامعي) ليكون هو السمة الغالبة لمستويات المبحوثين بنسبة بلغت ٤٧.٥٠%، يليه (المؤهل المتوسط) بنسبة بلغت ٢٦.٧٥%، وأخيراً جاءت فئة (المؤهل فوق الجامعي دراسات عليا، ماجستير، دكتوراه) بنسبة بلغت ٢٥.٧٥%، وترى الباحثة أن هذا الترتيب منطقي حيث أن أغلب المتفاعلين مع الأنشطة والاستبانات الإلكترونية من الذين حصلوا على مستوى تعليمي، كما أن التعليم العالي والمتوسط هم الأكثر إنتشاراً في المجتمع المصري بحسب مؤشرات تقارير التنمية (٢٦).
- **وبالنسبة لمُتغير (الوظيفة والعمل):** فقد جاءت فئة (العاملين في القطاع الخاص) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٢.٢٥%، تليها فئة (العاملين في القطاع الحكومي) بنسبة بلغت ١٧.٥٠%، ثم فئة (العاملين في الأعمال الحرة) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦.٥٠%، تليها في المرتبة الرابعة فئة (بدون عمل) بنسبة بلغت ١١.٥٠%، وأخيراً جاءت فئة (مُتقاعد) بنسبة بلغت ٢.٢٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس الوضع

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

الاقتصادي لجمهورية مصر العربية فالقطاع الخاص هو المُشغل الأول للعمالة، كما أن العمالة غير المنتظمة تكثر في القطاع الخاص.

- وبالنسبة لمُتغير (إجمالي الدخل الشهري): فقد جاءت فئة (من ٢٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٤٠٠٠ جنيه) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٢٦.٧٥%، تليها فئة (أقل من ٢٠٠٠ جنيه) بنسبة بلغت ٢٦.٠٠%، ثم فئة (من ٤٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٦٠٠٠ جنيه) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٥.٧٥%، تليها في المرتبة الرابعة فئة (٨٠٠٠ جنيه فأكثر) بنسبة بلغت ١٤.٧٥%، وأخيراً فئة (من ٦٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٨٠٠٠ جنيه) في المرتبة الخامسة بنسبة ٦.٧٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس الوضع الاقتصادي لسوق العمل في المجتمع المصري والذي يشهد إنخفاضاً في الرواتب وإجمال الدخول طبقاً للمؤشرات الدولية (٢٧).

- وبالنسبة لمُتغير (مكان الإقامة): فقد جاءت فئة (منطقة متوسطة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٨.٥٠%، تليها فئة (منطقة شعبية) بنسبة بلغت ٣٠.٧٥%، وأخيراً فئة (منطقة راقية) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠.٧٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتناغم مع نتيجتي العمل والدخل الشهري، وهو ما يتناسب مع الوضع الاقتصادي والاجتماعي في مصر.

- وبالنسبة لمُتغير (الحالة الاجتماعية): فقد جاء غالبية المبحوثين فئة (متزوج) في المرتبة الأولى بنسبة ٦٥.٢٥%، تليها في المرتبة الثانية فئة (أعزب) بنسبة بلغت ٣٢.٠٠%، كما جاءت (أرمل) في المرتبة الثالثة بنسبة ١.٥٠، وأخيراً وبفارق بسيط جداً جاءت فئة (مطلق) في المرتبة الأخيرة بنسبة ١.٢٥%، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتناغم مع نتيجة الفئة العمرية من (٣٠ لأقل من ٤٥ عاماً) حيث أنها الفئة الأكثر إقبالاً على الزواج وبناء الأسرة.

- وبالنسبة لمُتغير (المحافظة): جاءت (محافظة القاهرة الكبرى) في المرتبة الأولى من عدد المبحوثين بنسبة بلغت ٧٨.٧٥%، تلتها (محافظة الوجه البحري) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٢.٧٥%، ثم (محافظة الوجه القبلي) في المرتبة الثالثة ٨.٥٠%، وترى الباحثة أن كون محافظة القاهرة الكبرى في المرتبة الأولى يرجع إلى أن

القاهرة الكبرى هي المحافظة الأكبر من حيث تعداد السكان، كما يعكس ضعف اهتمام الحكومة بالأقاليم وخاصة الصعيد أو محافظات الوجه القبلي حيث شكلت استجاباتهم على الاسبانة نسبة ضعيفة.

ثانيًا: النتائج الخاصة بالإجابة عن تساؤلات الدراسة:

٢- الوزارات التي تابعت من خلالها أزمة العمالة غير المنتظمة

جدول (٢)

الوزارات والمؤسسات التي تابعت من خلالها أزمة العمالة غير المنتظمة

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة						الوزارات التي تابعت من خلالها أزمة العمالة غير المنتظمة
				نادراً		أحياناً		دائماً		
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٨٢.٨٣	٠.٦٩٣٥٣	٢.٤٨٥٠	١١.٥٠	٤٦	٢٨.٥٠	١١٤	٦٠.٠٠	٢٤٠	وزارة القوى العاملة
مرتفع	٨٢.٨٣	٠.٦٦٠٢٠	٢.٤٨٥٠	٩.٢٥	٣٧	٣٣.٠٠	١٣٢	٥٧.٧٥	٢٣١	وزارة التضامن الاجتماعي
متوسط	٥٧.١٦	٠.٧٢٨٠٨	١.٧١٥٠	٤٤.٧٥	١٧٩	٣٩.٠٠	١٥٦	١٦.٢٥	٦٥	مجلس الوزراء
منخفض	٥٤.٥٨	٠.٦٥٣٥٨	١.٦٣٧٥	٤٦.٠٠	١٨٤	٤٤.٢٥	١٧٧	٩.٧٥	٣٩	وزارة المالية
منخفض	٥٠.٨٣	٠.٦٨٩٦١	١.٥٢٥٠	٥٨.٧٥	٢٣٥	٣٠.٠٠	١٢٠	١١.٢٥	٤٥	الرئاسة المصرية
منخفض	٤٧.٩١	٠.٦١٤٠٣	١.٤٣٧٥	٦٢.٧٥	٢٥١	٣٠.٧٥	١٢٣	٦.٥٠	٢٦	وزارة الهجرة والمصريين في الخارج

تُشير بيانات الجدول (٢) إلى ما يلي:

- ارتفاع مُعدل مُتابعة المبحوثين لوزارتي القوى العاملة والتضامن الاجتماعي في مُتابعة أزمة العمالة غير المنتظمة، حيث بلغت نسبة من يتابعون هذه الصفحات بصورة دائمة ٦٠% و ٥٧.٧% على الترتيب من إجمالي عينة الدراسة، في حين جاءت نسبة من يتابعون هذه الصفحات بصفة غير دائمة (أحياناً) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٨.٥٠% و ٣٣% على الترتيب، وجاء في الترتيب الأخير نسبة من يتابعون هذه الصفحات بصورة نادرة بنسبة ١١.٥٠% و ٩.٢٥% على الترتيب.
- يكشف الجدول السابق ارتفاع درجة مُتابعة الجمهور لوزارتي القوى العاملة والتضامن الاجتماعي؛ حيث جاءت قيمة الوسط الحسابي للجدول ٢.٤٨ بمستوى عام (دائماً)،

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تُظهر مدى الثقة التي يوليها الجمهور المصري للوزارتين خلال متابعة الأزمة، وأن ذلك يعود إلى الاتصال الفعال بين الوزارة والجمهور.

٣- وسيلة متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة

جدول (٣)

وسيلة متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة

الوسيلة	درجة المتابعة									
	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
صفحة الفيسبوك	٢٦٤	٦٦.٠٠	٩٤	٢٣.٥٠	٤٢	١٠.٥٠	٢.٥٥٥٠	٠.٦٧٦٨٥	٨٥.١٦	مرتفع
الموقع الإلكتروني	١٧٠	٤٢.٥٠	١٥٣	٣٨.٢٥	٧٧	١٩.٢٥	٢.٢٣٢٥	٠.٧٥١٥٧	٧٤.٤١	متوسط
حساب تويتر	٤٤	١١.٠٠	١٦١	٤٠.٢٥	١٩٥	٤٨.٧٥	١.٦٢٢٥	٠.٦٧٥٣٨	٥٤.٠٨	منخفض
الواتساب	٣١	٧.٧٥	١٢١	٣٠.٢٥	٢٤٨	٦٢.٠٠	١.٤٥٧٥	٠.٦٣٥٧٧	٤٨.٥٨	منخفض
الخط الساخن	٣٣	٨.٢٥	٩٦	٢٤.٠٠	٢٧١	٦٧.٧٥	١.٤٠٥٠	٠.٦٣٧٩٦	٤٦.٨٣	منخفض

تُشير بيانات الجدول (٣) إلى ما يلي:

- جاءت صفحة الفيسبوك في المرتبة الأولى من بين أكثر وسيلة متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة يحرص أفراد العينة على متابعتها بمتوسط حسابي ٢.٥٥٥، وقد تنوعت صور متابعة المبحوثين لهذه الصفحة، حيث بلغت نسبة من يتابعونها (بصفة دائماً) ٦٦.٠٠%، وبفارق كبير جاءت نسبة من يتابعونها بصورة غير منتظمة (أحياناً)، حيث بلغت نسبتهم ٢٣.٥٠%، وبنسبة متواضعة جاءت نسبة من يتابعون هذه الصفحة بصفة نادرة حيث بلغت نسبتهم ١٠.٥٠%، وأن ذلك يعود إلى سهولة الاستخدام وسعة الانتشار لصفحة افيسبوك بين المبحوثين.

- في حين جاء الموقع الإلكتروني في المرتبة الثانية من بين وسائل متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة التي يحرص أفراد العينة على متابعتها بمتوسط حسابي ٢.٢٣٢٥، وقد جاءت

صور متابعة المبحوثين لهذه المواقع (بصفة دائمة) بنسبة بلغ ٤٢.٥٠%، وبين من يتابعونها بصورة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة بلغت ٣٨.٢٥%، وجاءت نسبة من يتابعونها (نادراً) بنسبة بلغت ١٩.٢٥%.

- ثم توالت بعد ذلك وسائل متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة والتي يحرص أفراد عينة الدراسة على متابعتها، كما هو موضح بالجدول.

٤- وسيلة معرفة الخدمات الإلكترونية

جدول (٤)

وسيلة معرفة الخدمات الإلكترونية

طريقة معرفة الخدمات الإلكترونية التفاعلية للوزارة	ك	%
من خلال الفيسبوك	٢٥٦	٦٤.٠٠
من خلال صديق	٧٤	١٨.٥٠
من إعلانات الصحف أو التلفاز أو الإذاعة	٥٩	١٤.٧٥
من خلال تليجرام أو الواتساب	٧	١.٧٥
من خلال تويتر	٤	١.٠٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠

تُشير بيانات الجدول (٤) إلى ما يلي:

- حيث أشارت النسبة الأعلى من المبحوثين بلغت ٦٤.٠٠% إلى أنهم تعرفوا على الخدمات الإلكترونية للعمالة غير المنتظمة من خلال (موقع الفيسبوك)، وفي الترتيب الثاني من صور التعرف على الخدمات الإلكترونية كان عن طريق (من خلال من خلال صديق بخصوص هذه الخدمات) بنسبة بلغت ١٨.٥٠%، وفي المرتبة الثالثة جاءت من خلال (ما نشرته الوسائل الإعلامية التقليدية من إعلانات الصحف أو التلفاز أو الإذاعة) بنسبة ١٤.٧٥%، وأخيراً جاءت فئة (تليجرام أو الواتساب) حيث بلغت نسبتها ١.٧٥%، وبفارق بسيط جداً جاءت فئة (تويتر) في المرتبة الخامسة حيث بلغ نسبته ١.٠٠%.

جدول (٥)

التفاعل مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة

التفاعل مع مضامين المواقع والصفحات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائماً	١٠٥	٢٦.٢٥	٢.٠٦٠٠	٠.٦٨٠١١
أحياناً	٢١٤	٥٣.٥٠		
لا	٨١	٢٠.٢٥		
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠		

تُشير بيانات الجدول (٥) إلى ما يلي:

- بلغت نسبة من يتفاعل مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة بصفة (أحياناً) ٥٣.٥٠% من إجمالي عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة من يتفاعلون مع المضامين الخاصة بأزمة العمالة غير المنتظمة على الصفحات والمواقع الإلكترونية بصورة دائمة ، في حين جاءت نسبة من يتفاعلون مع مضامين هذه الصفحات بصورة دائمة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦.٢٥%، وجاءت في الترتيب الأخير نسبة من لا يتفاعلون مع مضامين أزمة العمالة غير المنتظمة بنسبة ٢٠.٢٥%.

٦- استخدام الأدوات التفاعلية مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية

جدول (٦)

استخدام الأدوات التفاعلية مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاستخدام						الأدوات التفاعلية
				نادرًا		أحيانًا		دائمًا		
				%	ك	%	ك	%	ك	
متوسط	٧٤.٢٩	٠.٦٩٢٠٤	٢.٢٢٨٨	١٥.٠٥	٤٨	٤٧.٠٢	١٥٠	٣٧.٩٣	١٢١	تسجيل إعجاب المنشور (Like) أو ردود أفعال أخرى
متوسط	٦٣.٦٣	٠.٧٥٣١١	١.٩٠٩١	٣٣.٢٣	١٠٦	٤٢.٦٣	١٣٦	٢٤.١٤	٧٧	عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention)
متوسط	٥٩.٠٣	٠.٧١٨٧٨	١.٧٧١٢	٣٩.٨١	١٢٧	٤٣.٢٦	١٣٨	١٦.٩٣	٥٤	التعليق على المنشور (Comment)
متوسط	٥٨.٠٩	٠.٧١٥٧٧	١.٧٤٢٩	٤١.٦٩	١٣٣	٤٢.٣٢	١٣٥	١٥.٩٩	٥١	التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين
متوسط	٥٧.٣٦	٠.٦٣٩٧٩	١.٧٢١٠	٣٨.٢٤	١٢٢	٥١.٤١	١٦٤	١٠.٣٤	٣٣	مشاركة المنشور أو إعادة نشره (Share)
متوسط	٥٧.١٥	٠.٦٣٧٠٢	١.٧١٤٧	٣٨.٥٦	١٢٣	٥١.٤١	١٦٤	١٠.٠٣	٣٢	المشاركة في الهاشتاجات التي تطلقها الصفحات.
متوسط	٥٦.٨٧	٠.٦٨٦٦١	١.٧٠٦٣	٤٢.٣٢	١٣٥	٤٤.٥١	١٤٢	١٣.١٧	٤٢	الإجابة على الاستبيانات التي تطرحها الصفحات
منخفض	٥٥.٤٨	٠.٦٩٣٨٩	١.٦٦٤٦	٤٦.٣٩	١٤٨	٤٠.٧٥	١٣٠	١٢.٨٥	٤١	التعليق على تعليقات الأدمن على ردود الأعضاء
منخفض	٥٤.٢٣	٠.٦٦٤٩٥	١.٦٢٧٠	٤٧.٦٥	١٥٢	٤٢.٠١	١٣٤	١٠.٣٤	٣٣	التفاعل مع البث المباشر الذي تعرضه الصفحات
منخفض	٥٣.٢٩	٠.٧٤٩٥١	١.٥٩٨٧	٥٦.١١	١٧٩	٢٧.٩٠	٨٩	١٥.٩٩	٥١	استخدم الواتساب whatsapp للتواصل مع الوزارات المعنية
منخفض	٥٣.٢٩	٠.٦٤٥٨٤	١.٥٩٨٧	٤٨.٩٠	١٥٦	٤٢.٣٢	١٣٥	٨.٧٨	٢٨	أرسل رسالة على الخاص للأدمن للاستفسار حول بعض المنشورات

ن=٣١٩

تُشير بيانات الجدول (٦) إلى ما يلي:

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

- أبرز أشكال استخدام المبحوثين للأدوات التفاعلية مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة، والتي تمثلت في تسجيل إعجاب للمنشور (Like) أو ردود أفعال أخرى في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٢٢٨٨، ثم عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention) في المركز الثاني بمتوسط حسابي ١.٩٠٩١، تلاها في المركز الثالث التعليق على المنشور Comment بمتوسط حسابي ١.٧٧١٢، تلاها في الترتيب الرابع التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين بمتوسط حسابي ١.٧٤٢٩، بينما جاء في المركز الخامس مشاركة المنشور أو إعادة نشره (Share) الآخرين بمتوسط حسابي ١.٧٢١٠، جاء في المركز السادس المشاركة في الهاشتاجات التي تطلقها الصفحات. بمتوسط حسابي ١.٧١٤٧، في المركز السابع الإجابة على الاستبيانات التي تطرحها الصفحات. بمتوسط حسابي ١.٧٠٦٣، ثم التعليق على تعليقات الأدمن على ردود الأعضاء في المركز الثامن بمتوسط حسابي ١,٦٦٤٦، التفاعل مع البث المباشر الذي تعرضه الصفحات في المركز التاسع بمتوسط حسابي ١,٦٢٧٠، وفي الأخير فقد جاءت نسبيتي استخدام الواتساب whatsapp للتواصل مع الوزارات المعنية ب و أرسل رسالة على الخاص للأدمن للاستفسار حول بعض المنشورات بمتوسط حسابي ١.٥٩٨٧، ويرجع ذلك إلي أن تسجيل الإعجاب بالمنشور Like هو أبسط وأيسر أساليب التفاعل وأكثرها استخداماً لذلك كان من الطبيعي أن يكون في المقدمة، كما أن عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention) في المرتبة الثانية من بين أساليب استخدام الأدوات التفاعلية

٧- طبيعة التعليق على مضامين الصفحات والمواقع الحكومية. (يُمكنك اختيار أكثر من بديل).

جدول (٧)

طبيعة التعليق على مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة

طبيعة التعليق	ك	%
تأييد بعض المضامين أو وجهات النظر المطروحة.	١٥٥	٤٨.٥٩
الرد على تعليقات الأعضاء حول منشورات الصفحة	١١٦	٣٦.٣٦
الرد على وجهة النظر الحكومية حول أزمة العمالة غير المنتظمة	١١١	٣٤.٨٠
مُعارضة المضامين ووجهات النظر التي تطرحها الصفحات الحكومية حول قضايا العمال.	٤٢	١٣.١٧
التعرض لمديري الصفحة أو أصحاب التعليقات المختلفة مع وجهة نظري بالسب والقذف	٣١	٩.٧٢
جملة من سُئِلوا	٣١٩	

تُشير بيانات الجدول (٧) إلى ما يلي:

- جاءت النسبة الأعلى للمبحوثين الذين يقومون بالتعليق على مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة تأييد بعض المضامين أو وجهات النظر المطروحة. بنسبة بلغت ٤٨.٥٩%، تلاها في الترتيب الرد على تعليقات الأعضاء حول منشورات الصفحة بنسبة بلغت ٣٦.٣٦، وفي الترتيب الثالث جاءت نسبة الرد على وجهة النظر الحكومية حول أزمة العمالة غير المنتظمة بنسبة بلغت ٣٤.٨٠%، وفي المرتبة الرابعة جاءت مُعارضة المضامين ووجهات النظر التي تطرحها الصفحات الحكومية حول قضايا العمال بنسبة بلغت ١٣.١٧%، وفي الترتيب الأخير وبنسبة ضعيفة بلغت ٩.٧٢% من أفراد عينة الدراسة التعرض لمديري الصفحة أو أصحاب التعليقات المختلفة مع وجهة نظري بالسب والقذف.

٨- أسباب عدم التفاعل. (يُمكنك اختيار أكثر من بديل).

جدول (٨)

أسباب عدم التفاعل مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة

عدم التفاعل مع الخدمة	ك	%
لا يوجد سبب لعدم التفاعل	٧٢	٨٨.٨٩
لأن التفاعل معها لا يفيد	٦٦	٨١.٤٨
أفضل عدم التفاعل بدون سبب	٦٦	٨١.٤٨
التفاعل ربما يسبب مشكلات	٥٦	٦٩.١٤
لتجنب التعليقات الهجومية	٥٢	٦٤.٢٠
جملة من سُئلوا	٨١	

تُشير بيانات الجدول (٨) إلى ما يلي:

- جاء في المقدمة بنسبة بلغت ٨٨.٨٩% أنه لا يوجد سبب لعدم التفاعل، وهي نتيجة منطقية ترتبط بجدول رقم (٧) طبيعة التعليق على مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة من حيث تأييد بعض المضامين أو وجهات النظر المطروحة، الرد على تعليقات الأعضاء حول منشورات الصفحة، الرد على وجهة النظر الحكومية حول أزمة العمالة غير المنتظمة، وهي جميعها أشكال لتفاعل المبحوثين مع مضامين الصفحات الحكومية.
- تلاها في ترتيب أسباب عدم تفاعلية نسبة من المبحوثين مع مضامين الصفحات والمواقع الحكومية عينة الدراسة وبنفس النسبة ٨١.٤٨%، خيار (لأن التفاعل معها لا يفيد) و (بأنه لا يتفاعل ولكن ليس لديه أسباب تذكر لعدم التفاعل مع مضامين ومحتوى تلك الصفحات).
- وفي المرتبة الرابعة من أجاب بأن التفاعل ربما يسبب مشكلات بنسبة بلغت ٦٩.١٤%.
- وفي المرتبة الخامسة والأخيرة وبنسبة بلغت ٦٤.٢٠% من أسباب عدم التفاعل يرجع من وجهة نظر المبحوثين إلى خوفهم من التعرض للتعليقات الهجومية.

٩- رأي الجمهور في الخدمات التفاعلية.

جدول (٩)

رأي الجمهور في الخدمات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الحكومية عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الرأي في الخدمة
٠.٦٢٩١٠	١.٩٨٥٠	١٩.٠٠	٧٦	جيدة
		٦٠.٥٠	٢٤٢	مقبولة
		٢٠.٥٠	٨٢	ضعيفة
		١٠٠.٠٠	٤٠٠	المجموع

تُشير بيانات الجدول (٩) إلى ما يلي:

- تمثل النسبة الأعلى لرأي الجمهور في الخدمات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الحكومية عينة الدراسة في كونها (مقبولة) بنسبة ٦٠.٥٠%، ثم (ضعيفة) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠.٥٠%، وبفارق بسيط جداً كونها (جيدة) في الترتيب الأخير وبنسبة بلغت ١٩.٠٠%، حيث جاءت قيمة الوسط الحسابي للجدول ١.٩٨٥٠ بمستوى عام (مقبول)

١٠- إسهام الخدمات التفاعلية في تحقيق الهدف منها.

جدول (١٠)

إسهام الخدمات التفاعلية في تحقيق الهدف منها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة إسهام الخدمات التفاعلية المقدمة
٠.٦١١٧٧٨	١.٩٥٧٥	١٧.٠٠	٦٨	نعم
		٦١.٧٥	٢٤٧	أحياناً
		٢١.٢٥	٨٥	لا
		١٠٠.٠٠	٤٠٠	المجموع

تُشير بيانات الجدول (١٠) إلى ما يلي:

- بلغت درجة إسهام الخدمات التفاعلية في تحقيق الهدف منها (أحياناً) ٦١.٧٥% من إجمالي عينة الدراسة، فيما بلغت درجة عدم إسهام الخدمات التفاعلية في

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

تحقيق الهدف منها (لا) ٢١.٢٥%، في حين أجاب ١٧% من المبحوثين بأن الخدمات التفاعلية أسهمت في تحقيق الهدف منها (نعم) في الترتيب الأخير.

١١ - دوافع الاستخدام.

جدول (١١)

دوافع استخدام الجمهور للخدمات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الحكومية عينة الدراسة

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الدوافع
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٨١.٣٣	٠.٥٩٧٧٤	٢.٤٤٠٠	٥.٥٠	٢٢	٤٥.٠٠	١٨٠	٤٩.٥٠	١٩٨	لأفهم ظروف وقوانين العمل وما يؤثر عليهما
مرتفع	٧٨.٧٤	٠.٦٣٨٠٥	٢.٣٦٢٥	٨.٧٥	٣٥	٤٦.٢٥	١٨٥	٤٥.٠٠	١٨٠	لأتعرف على الإجراءات الحكومية التي تؤثر على بيئة العمل
متوسط	٧٧.٥٨	٠.٦٧٩٢٦	٢.٣٢٧٥	١٢.٠٠	٤٨	٤٣.٢٥	١٧٣	٤٤.٧٥	١٧٩	لأتعرف على ما يتعلق بالعمالة غير المنتظمة
متوسط	٧٥.٨٣	٠.٧١١٠٨	٢.٢٧٥٠	١٥.٢٥	٦١	٤٢.٠٠	١٦٨	٤٢.٧٥	١٧١	لأساعدني على معرفة المعلومات حول برامج الرعاية الاجتماعية المقدمة من الدولة
متوسط	٧٤.٣٣	٠.٦٢٢٩٥	٢.٢٣٠٠	١٠.٥٠	٤٢	٥٦.٠٠	٢٢٤	٣٣.٥٠	١٣٤	لأنها تقدم لي معلومات عن فرص العمل المتاحة والمشروعات القومية
متوسط	٧٢.١٦	٠.٧٥٧٧٧	٢.١٦٥٠	٢١.٧٥	٨٧	٤٠.٠٠	١٦٠	٣٨.٢٥	١٥٣	لأنني أجد بها معلومات لا توجد في وسائل الاعلام الأخرى
متوسط	٦٤.٢٤	٠.٧٣٣٨٩	١.٩٢٧٥	٣٠.٧٥	١٢٣	٤٥.٧٥	١٨٣	٢٣.٥٠	٩٤	لأعبر عن رأيي وأشارك الآخرين في المضمون المقدم
متوسط	٦٣.١٦	٠.٦٢٨٤٦	١.٨٩٥٠	٢٥.٥٠	١٠٢	٥٩.٥٠	٢٣٨	١٥.٠٠	٦٠	لأعبر عن رأيي فيما يخص الإجراءات الحكومية
متوسط	٧١.٢٤	٠.٥٨٦٩٠	٢.١٣٧٥	١١.٢٥	٤٥	٦٣.٧٥	٢٥٥	٢٥.٠٠	١٠٠	لأنني أحب متابعة الصفحات الحكومية
متوسط	٧١.١٦	٠.٧٦٠٤١	٢.١٣٥٠	٢٣.٠٠	٩٢	٤٠.٥٠	١٦٢	٣٦.٥٠	١٤٦	من باب الفضول
متوسط	٦٨.٨٣	٠.٦٧٥٩٦	٢.٠٦٥٠	١٩.٧٥	٧٩	٥٤.٠٠	٢١٦	٢٦.٢٥	١٠٥	للتواصل مع الوزارات والمؤسسات الحكومية
متوسط	٦٧.٦٦	٠.٦٩٦٦٤	٢.٠٣٠٠	٢٢.٧٥	٩١	٥١.٥٠	٢٠٦	٢٥.٧٥	١٠٣	للتعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها
متوسط	٦١.٣٣	٠.٧١٤٦٢	١.٨٤٠٠	٣٤.٧٥	١٣٩	٤٦.٥٠	١٨٦	١٨.٧٥	٧٥	أصبحت عادة لي

تُشير بيانات الجدول (١١) إلى ما يلي:

تُشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع دوافع المبحوثين في استخدام الخدمات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الحكومية عينة الدراسة ما بين دوافع نفعية ودوافع طقوسية، وجاءت دوافع المبحوثين كما يلي:

- **بالنسبة للدوافع النفعية:** جاء دافع فهم ظروف وقوانين العمل وما يؤثر عليهما في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٤٤٠٠، تلاه في المرتبة الثانية دافع التعرف على الإجراءات الحكومية التي تؤثر على بيئة العمل بمتوسط حسابي ٢.٣٦٢٥، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع التعرف على ما يتعلق بالعمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢.٣٢٧٥، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع التعرف على المعلومات حول برامج الرعاية الاجتماعية المقدمة من الدولة بمتوسط حسابي ٢.٢٧٥٠، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع تقديم معلومات عن فرص العمل المتاحة والمشروعات القومية بمتوسط حسابي ٢.٢٣٠٠، ثم توالى بقية الدوافع النفعية كما هو موضح في الجدول السابق، و مجيء الدوافع المعرفية في المقدمة يؤكد على أهمية تلك الدوافع في استخدام المبحوثين للخدمات التفاعلية التي تقدمها الوزارات الحكومية وهو ما يوضح ضرورة التعرف على الآثار المعرفية المتولدة من متابعة هذه الصفحات.
- **وبالنسبة للدوافع الطقوسية:** جاء دافع لأنني أحب متابعة الصفحات الحكومية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٨٢٢.١٣٧٥، تلاه في المرتبة الثانية دافع الفضول بمتوسط حسابي ٢.١٣٥٠، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع التواصل مع الوزارات والمؤسسات الحكومية بمتوسط حسابي ٢.٠٦٥٠، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع للتعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها بمتوسط حسابي ٢.٠٣٠٠، وفي المرتبة الخامسة جاء دافع أصبحت عادة لي بمتوسط حسابي ١.٨٤٠٠.

جدول (١٢)

استخدام الخدمات الإلكترونية مع الوزارات عينة الدراسة

الخدمات الإلكترونية التي قُدمت	ك	%
تسجيل بيانات.	٨٧	٤٥.٥٥
تقديم شكوى أو اقتراح.	١٦٦	٨٦.٩١
لم أتواصل مع أي من الوزارات	١٤٦	٧٦.٤٤
طلب الحصول على منحة العمالة غير المنتظمة.	٤٨	٢٥.١٣
التوجيه لصرف المنحة.	٤١	٢١.٤٧
جملة من سُئلوا	١٩١	

تُشير بيانات الجدول (١٢) إلى ما يلي:

- حيث جاء في مقدمة ترتيب استخدام الخدمات الإلكترونية مع الوزارات عينة الدراسة نسبة تقديم شكوى أو اقتراح بلغت ٨٦.٩١%، بينما جاء في المرتبة الثانية نسبة الأشخاص الذين لم يتواصلوا مع أي من الوزارات بلغت ٧٦.٤٤%، وفي الترتيب الثالث وبنسبة بلغت ٤٥.٥٥% من يقومون بتسجيل بياناتهم ، في حين جاء في الترتيب الرابع والخامس طلب الحصول على منحة العمالة غير المنتظمة. بنسبة بلغت ٣٣.٥% و التوجيه لصرف المنحة. بنسبة ٢١.٤٧%.

جدول (١٣)

الأساليب الرقمية والتفاعل الإيجابي مع الجمهور

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الأساليب الرقمية التي تعمل على تعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٧٩.١٦	٠.٦٧٨٦٢	٢.٣٧٥٠	١١.٢٥	٤٥	٤٠.٠٠	١٦٠	٤٨.٧٥	١٩٥	الحرص على التواصل مع الجمهور
مرتفع	٧٨.٣٣	٠.٧٤٤٢٣	٢.٣٥٠٠	١٦.٢٥	٦٥	٣٢.٥٠	١٣٠	٥١.٢٥	٢٠٥	التحسين المستمر في جودة الخدمة المقدمة
متوسط	٧٧.٧٤	٠.٧٠٢٢٧	٢.٣٣٢٥	١٣.٥٠	٥٤	٣٩.٧٥	١٥٩	٤٦.٧٥	١٨٧	السرعة في الرد الإلكتروني
متوسط	٧٦.٦٦	٠.٧٠٠٨٨	٢.٣٠٠٠	١٤.٠٠	٥٦	٤٢.٠٠	١٦٨	٤٤.٠٠	١٧٦	الاهتمام برأي الجمهور
متوسط	٧٦.٥٨	٠.٦٦٧١٦	٢.٢٩٧٥	١١.٧٥	٤٧	٤٦.٧٥	١٨٧	٤١.٥٠	١٦٦	التحديث المُستمر للموقع أو الصفحة أو الحساب

تُشير بيانات الجدول (١٣) إلى ما يلي:

- جاء في مقدمة الأساليب الرقمية التي تعمل على تعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور التي إذا ما وجدت فإنه يترتب عليها زيادة في مستوى الثقة في مقدمي الخدمات الإلكترونية، الحرص على التواصل مع الجمهور بمتوسط حسابي ٢,٣٧٥٠، وجاء في الترتيب الثاني من الأساليب الرقمية والتفاعل الإيجابي مع الجمهور التحسين المستمر في جودة الخدمة المقدمة بمتوسط حسابي ٢,٣٥٠٠، تلاها في الترتيب الثالث وبمتوسط حسابي بلغ ٢,٣٣٢٥ السرعة في الرد الإلكتروني، وفي الترتيب الرابع وبمتوسط حسابي ٢,٣٠٠٠ الاهتمام برأي الجمهور، وفي الأخير جاءت التحديث المستمر للموقع أو الصفحة أو الحساب بمتوسط حسابي ٢,٢٩٧٥.

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

١٤ - المشكلات التي تواجه الجمهور في استخدام الأدوات الرقمية. (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

جدول (١٤)

المشكلات التي تواجه الجمهور عند استخدام الأدوات الرقمية

المعوقات والمشكلات التي واجهت الجمهور عند استخدام الأدوات الرقمية	ك	%
عدم التمكن من التعامل مع الوسائل الحديثة.	٢١٧	٥٤.٢٥
نقص الوعي بأهمية وجدوى الاتصال الإلكتروني من جانب الجمهور.	١٩٣	٤٨.٢٥
ضعف اهتمام الوزارات المصرية برضا الجمهور عن الخدمات الاتصالية الرقمية.	١٨٧	٤٦.٧٥
عدم تفعيل الاتصال الإلكتروني ثنائي الاتجاه بين الجمهور والوزارات.	١٦١	٤٠.٢٥
قلة المعلومات المتوافرة حول طبيعة الخدمات التي تقدمها الوزارات عبر الإنترنت	١٤٩	٣٧.٢٥
جملة من سُئلوا	٤٠٠	

تُشير بيانات الجدول (١٤) إلى ما يلي:

- جاء علي رأس المشكلات التي تواجه الجمهور عند استخدام الأدوات الرقمية هي عدم التمكن من التعامل مع الوسائل الحديثة. بنسبة بلغت ٥٤.٢٥%، وفي الترتيب الثاني جاءت نقص الوعي بأهمية وجدوى الاتصال الإلكتروني من جانب الجمهور. بنسبة بلغت ٤٨.٢٥%، وفي الترتيب الثالث من قال ضعف اهتمام الوزارات المصرية برضا الجمهور عن الخدمات الاتصالية الرقمية. بنسبة بلغت ٤٦.٧٥%، وفي الترتيب الرابع عدم تفعيل الاتصال الإلكتروني ثنائي الاتجاه بين الجمهور والوزارات. بنسبة بلغت ٤٠.٢٥%، وفي الترتيب الخامس قلة المعلومات المتوافرة حول طبيعة الخدمات التي تقدمها الوزارات عبر الإنترنت بنسبة بلغت ٣٧.٢٥%.

١٥ - اتجاهات الجمهور نحو استخدام الأدوات التفاعلية.

جدول (١٥)

اتجاهات الجمهور نحو استخدام الأدوات التفاعلية

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الاتجاهات
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
متوسط	٧٤.٩٩	٠.٦١٥١٨	٢.٢٥٠٠	٩.٥٠	٣٨	٥٦.٠٠	٢٢٤	٣٤.٥٠	١٣٨	أسهمت الأدوات التفاعلية في الإعلان عن المبادرات التي تقوم بها الوزارة لدعم العمالة غير المنتظمة
متوسط	٧٢.٢٤	٠.٦٣٢٨١	٢.١٦٧٥	١٣.٠٠	٥٢	٥٧.٢٥	٢٢٩	٢٩.٧٥	١١٩	استخدمت الأدوات التفاعلية الوسائل السمعية والبصرية لشرح كيفية الاشتراك في المبادرات المقدمة
متوسط	٧١.٩٩	٠.٥٧٤٦٥	٢.١٦٠٠	٩.٧٥	٣٩	٦٤.٥٠	٢٥٨	٢٥.٧٥	١٠٣	نقلت الأدوات التفاعلية قرارات وزير التضامن الاجتماعي مباشرة
متوسط	٧١.٥٨	٠.٦٠١٣٧	٢.١٤٧٥	١١.٧٥	٤٧	٦١.٧٥	٢٤٧	٢٦.٥٠	١٠٦	أسهمت الأدوات التفاعلية في نشر معلومات حقيقية ودقيقة عن طبيعة أزمة العمالة غير المنتظمة خلال عام ٢٠٢٠ حتى الآن
متوسط	٧١.٠٨	٠.٥٧٥١٣	٢.١٣٢٥	١٠.٧٥	٤٣	٦٥.٢٥	٢٦١	٢٤.٠٠	٩٦	ساعدت الأدوات التفاعلية الجمهور في الرد على استفساراته ومساعدته للاشتراك في المبادرات المناسبة لكل حالة
متوسط	٧٠.٩٩	٠.٦١٩٧٣	٢.١٣٠٠	١٣.٥٠	٥٤	٦٠.٠٠	٢٤٠	٢٦.٥٠	١٠٦	أوضحت الأدوات التفاعلية جهود الدولة في احتواء أزمة العمالة غير المنتظمة وتقديم الدعم المالي للمتضررين
متوسط	٧٠.٥٨	٠.٥٩٥٤٧	٢.١١٧٥	١٢.٥٠	٥٠	٦٣.٢٥	٢٥٣	٢٤.٢٥	٩٧	قدمت الأدوات التفاعلية تحديث للأخبار بشكل فوري
متوسط	٧٠.٤١	٠.٦٢٩١٥	٢.١١٢٥	١٤.٧٥	٥٩	٥٩.٢٥	٢٣٧	٢٦.٠٠	١٠٤	ساعدت الأدوات التفاعلية في متابعة تطورات أزمة العمالة غير المنتظمة على مستوى الجمهورية
متوسط	٦٩.٩٩	٠.٥٩٦٥٦	٢.١٠٠٠	١٣.٢٥	٥٣	٦٣.٥٠	٢٥٤	٢٣.٢٥	٩٣	أسهمت الأدوات التفاعلية في رفع درجة معرفة ووعي المواطن حول كافة الأحداث المتعلقة بأزمة العمالة غير المنتظمة
متوسط	٦٩.٤٩	٠.٥٩٠٤٦	٢.٠٨٥٠	١٣.٥٠	٥٤	٦٤.٥٠	٢٥٨	٢٢.٠٠	٨٨	قدمت الأدوات التفاعلية تقارير عن مستجدات أزمة العمالة غير المنتظمة خلال مراحل الأزمة بشكل دائم
متوسط	٦٩.٤١	٠.٥٩٢٩٤	٢.٠٨٢٥	١٣.٧٥	٥٥	٦٤.٢٥	٢٥٧	٢٢.٠٠	٨٨	وفرت الأدوات التفاعلية استجابة لاحتياجات الجمهور ومراعات مطالب الفئات الأكثر احتياجاً في القرارات الصادرة
متوسط	٦٩.٢٤	٠.٦١٨٤٣	٢.٠٧٧٥	١٥.٥٠	٦٢	٦١.٢٥	٢٤٥	٢٣.٢٥	٩٣	أسهمت الأدوات التفاعلية في توفير الوقت والجهد على الجمهور المتضررين من الأزمة في الحصول على الخدمات المقدمة من الدولة
متوسط	٦٧.٦٦	٠.٦٠٠٠٠	٢.٠٣٠٠	١٦.٥٠	٦٦	٦٤.٠٠	٢٥٦	١٩.٥٠	٧٨	أسهمت الأدوات التفاعلية في رفع درجة استجابة الجمهور للمشاركة في الأعمال التطوعية

تُشير بيانات الجدول (١٥) إلى ما يلي:

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

- حيثُ أشارت إلى الأسباب التي تؤدي إلى إتجاه الجمهور عينة الدراسة لإستخدام الأدوات التفاعلية ، والتي تمثلت في (أسهمت الأدوات التفاعلية في الإعلان عن المبادرات التي تقوم بها الوزارة لدعم العمالة غير المنتظمة) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٢٥٠٠، وفي المرتبة الثانية جاءت (استخدام الأدوات التفاعلية للوسائل السمعية والبصرية لشرح كيفية الاشتراك في المبادرات المقدمة) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.١٦٧٥٨، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة تتضمن (نقلت الأدوات التفاعلية قرارات وزير التضامن الاجتماعي مباشرة) بمتوسط حسابي ٢.١٦٠٠، وفي المرتبة الرابعة من الأسباب التي تؤدي إلى إتجاه الجمهور عينة الدراسة لإستخدام الأدوات التفاعلية جاء ما يفيد بأن (أسهام الأدوات التفاعلية في نشر معلومات حقيقية ودقيقة عن طبيعة أزمة العمالة غير المنتظمة خلال عام ٢٠٢٠ حتى الآن) بمتوسط حسابي ٢.١٤٧٥، وجاء في الترتيب الخامس ما يشير إلى أن (مساعدت الأدوات التفاعلية الجمهور في الرد على استفساراته ومساعدته للاشتراك في المبادرات المناسبة لكل حالة) بمتوسط حسابي بلغ ٢.١٣٢٥، وجاءت عبارة (أوضحت الأدوات التفاعلية جهود الدولة في احتواء أزمة العمالة غير المنتظمة وتقديم الدعم المالي للمتضررين) في الترتيب السادس بمتوسط حسابي ٢.١٣٠٠، يليه في المرتبة السابعة (قدمت الأدوات التفاعلية تحديث للأخبار بشكل فوري) بمتوسط حسابي ٢.١١٧٥، ثم في الترتيب الثامن عبارة (ساعدت الأدوات التفاعلية في متابعة تطورات أزمة العمالة غير المنتظمة على مستوي الجمهورية) بمتوسط حسابي بلغ ٢.١١٢٥، (أسهمت الأدوات التفاعلية في رفع درجة معرفة ووعي المواطن حول كافة الأحداث المتعلقة بأزمة العمالة غير المنتظمة) في المركز التاسع بمتوسط حسابي ٢.١٠٠٠، وجاء في الترتيب العاشر ما يشير إلى أن (تقديم الأدوات التفاعلية تقارير عن مستجدات أزمة العمالة غير المنتظمة خلال مراحل الأزمة بشكل دائم) بمتوسط حسابي بلغ ٢.٠٨٥٠، يليها في المرتبة الحادي عشر وبفارق طفيف (وفرت الأدوات التفاعلية استجابة لاحتياجات الجمهور ومراعات مطالب الفئات الأكثر احتياجًا في القرارات الصادرة) بمتوسط حسابي ٢.٠٨٢٥، وأخيرًا جاءت (أسهمت الأدوات التفاعلية في رفع درجة

الباحثة/دينا سيد قاسم سيد

استجابة الجمهور للمشاركة في الأعمال التطوعية في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي ٢٠٠٣٠٠.

١٦ - تأثيرات الأدوات التفاعلية.

جدول (١٦)

تأثيرات استخدام الأدوات التفاعلية

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						التأثيرات	
				معارض		محايد		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
متوسط	٧٠.٣٣	٠.٦١١٤٢	٢.١١٠٠	١٣.٧٥	٥٥	٦١.٥٠	٢٤٦	٢٤.٧٥	٩٩	أمدتني الأدوات التفاعلية للوزارات بالمعلومات والحقائق اللازمة لفهم الأخبار والقضايا المتعلقة بأزمة العمالة غير المنتظمة	التأثيرات المعرفية
متوسط	٦٩.٩٩	٠.٦٦٤١٦	٢.١٠٠٠	١٧.٥٠	٧٠	٥٥.٠٠	٢٢٠	٢٧.٥٠	١١٠	ساعدتني الأدوات التفاعلية للوزارات في تكوين رأيي واتجاهاتي تجاه أزمة العمالة غير المنتظمة	
متوسط	٦٩.٧٤	٠.٦٣٦٣٦	٢.٠٩٢٥	١٦.٠٠	٦٤	٥٨.٧٥	٢٣٥	٢٥.٢٥	١٠١	أتعرف من خلال الأدوات التفاعلية للوزارات على أحدث الأفكار والإجراءات في سوق العمل	
متوسط	٦٨.٩١	٠.٦١٩٦٠	٢.٠٦٧٥	١٦.٠٠	٦٤	٦١.٢٥	٢٤٥	٢٢.٧٥	٩١	دعمت الأدوات التفاعلية للوزارات من خبراتي ومعلوماتي المعرفية	
متوسط	٦٨.٦٦	٠.٦٢٦٤٠	٢.٠٦٠٠	١٦.٧٥	٦٧	٦٠.٥٠	٢٤٢	٢٢.٧٥	٩١	تعرفت من خلال ما تقدمه الأدوات التفاعلية للوزارات على أشخاص يطرحون أفكاراً جيدة وخلاقة في مجالات مختلفة	
متوسط	٦٧.٢٤	٠.٦٠٦٧٢	٢.٠١٧٥	١٧.٥٠	٧٠	٦٣.٢٥	٢٥٣	١٩.٢٥	٧٧	ساعدتني الأدوات التفاعلية للوزارات على فهم الأبعاد المختلفة للتغيرات التي تمرُّ بها العمالة غير المنتظمة	
متوسط	٦٥.٠٨	٠.٦٠٠٩٥	١.٩٥٢٥	٢٠.٥٠	٨٢	٦٣.٧٥	٢٥٥	١٥.٧٥	٦٣	مثّلت لي الأدوات التفاعلية للوزارات مصدراً وحيداً في الحصول على المعلومات تجاه قضية العمالة غير المنتظمة	

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						التأثيرات	
				معارض		محايد		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
متوسط	٧٤.٤١	٠.٦١١٨٧	٢.٢٣٢٥	٩.٧٥	٣٩	٥٧.٢٥	٢٢٩	٣٣.٠٠	١٣٢	التأثيرات الوجدانية	ساعدتني الأدوات التفاعلية للوزارات على إدراك أبرز القضايا والتحديات المتعلقة بسوق العمل المصري
متوسط	٧٣.٤٩	٠.٥٦٩٠٢	٢.٢٠٥٠	٨.٠٠	٣٢	٦٣.٥٠	٢٥٤	٢٨.٥٠	١١٤		توضح الأدوات التفاعلية للوزارات القضايا والموضوعات التي يجب أن تحتل مواجعتها صدارة الأولويات
متوسط	٦٩.٣٣	٠.٦٠٣٧٥	٢.٠٨٠٠	١٤.٥٠	٥٨	٦٣.٠٠	٢٥٢	٢٢.٥٠	٩٠		تفسر الأدوات التفاعلية للوزارات الأحداث بعمق مما يساعدني على معرفة أسبابها وأثارها المستقبلية
متوسط	٦٦.٧٤	٠.٦٠٢٨٣	٢.٠٠٢٥	١٨.٠٠	٧٢	٦٣.٧٥	٢٥٥	١٨.٢٥	٧٣		متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات ولد لدي إحساسا بالخوف والقلق من بعض الأحداث المتعلقة بسوق العمل
متوسط	٦٥.٣٣	٠.٦٣٥٩٣	١.٩٦٠٠	٢٢.٢٥	٨٩	٥٩.٥٠	٢٣٨	١٨.٢٥	٧٣		التعرض لمحتوى الأدوات التفاعلية للوزارات أصابني بحالة من اللامبالاة تجاه قضايا العمالة غير المنتظمة
متوسط	٧٣.١٦	٠.٦١٠٦٦	٢.١٩٥٠	١٠.٧٥	٤٣	٥٩.٠٠	٢٣٦	٣٠.٢٥	١٢١	التأثيرات السلوكية	غيرت الأدوات التفاعلية للوزارات من عاداتي في متابعة الأخبار عبر الوسائل التقليدية
متوسط	٦٨.٠٨	٠.٦٠١٣٣	٢.٠٤٢٥	١٦.٠٠	٦٤	٦٣.٧٥	٢٥٥	٢٠.٢٥	٨١		أثار محتوى الأدوات التفاعلية للوزارات لدي الشعور بالعزلة والوحدة
متوسط	٦٧.٩٩	٠.٦٠٣٥٨	٢.٠٤٠٠	١٦.٢٥	٦٥	٦٣.٥٠	٢٥٤	٢٠.٢٥	٨١		متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات جعلتني أشارك في النقاشات العامة وأتفاعل مع الموضوعات المطروحة
متوسط	٦٧.٦٦	٠.٥٩١٥٩	٢.٠٣٠٠	١٦.٠٠	٦٤	٦٥.٠٠	٢٦٠	١٩.٠٠	٧٦		متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات دفعتني للمشاركة في بعض الأنشطة والفعاليات الاجتماعية الخاصة بآزمة العمالة غير المنتظمة

تُشير بيانات الجدول (١٦) إلى ما يلي:

يحتوي الجدول السابق على عددٍ من العبارات تُمثل مقياساً للآثار (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عن تأثيرات استخدام الأدوات التفاعلية للمبحوثين علي للوزارات ، وقد جاءت استجابات المبحوثين على النحو التالي:

أولاً: التأثيرات المعرفية:

- جاء الاتجاه العام للمبحوثين (محايداً) لإمداد الأدوات التفاعلية للوزارات بالمعلومات والحقائق اللازمة لفهم الأخبار والقضايا المتعلقة بأزمة العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢,١١٠٠، وكذلك على أنها ساعدتني الأدوات التفاعلية للوزارات في تكوين آرائي واتجاهاتي تجاه أزمة العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢,١٠٠٠، والتعرف من خلال الأدوات التفاعلية للوزارات على أحدث الأفكار والإجراءات في سوق العمل بمتوسط حسابي ٢,٠٩٢٥، كما جاءت عبارة (دعمت الأدوات التفاعلية للوزارات من خبراتي ومعلوماتي المعرفية) بمتوسط حسابي ٢,٠٦٧٥، والتعرفت من خلال ما تقدمه الأدوات التفاعلية للوزارات على أشخاص يطرحون أفكاراً جيدة وخلقاً في مجالات مختلفة بمتوسط حسابي ٢,٠٦٠٠، كما ساعدتني الأدوات التفاعلية للوزارات على فهم الأبعاد المختلفة للتغيرات التي تمرُّ بها العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢,٠١٧٥، وأخيراً مثَّلت لي الأدوات التفاعلية للوزارات مصدراً وحيداً في الحصول على المعلومات تجاه قضية العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ١,٩٥٢٥.

ثانياً: الآثار الوجدانية:

- جاء الاتجاه العام للمبحوثين (محايداً) لمساعدت الأدوات التفاعلية للوزارات على إدراك أبرز القضايا والتحديات المتعلقة بسوق العمل المصري بمتوسط حسابي ٢,٢٣٢٥ ، كما الاتجاه العام توضح الأدوات التفاعلية للوزارات القضايا والموضوعات التي يجب أن تحتل مواجعتها صدارة الأولويات بمتوسط حسابي ٢,٢٠٥٠، يليها تفسر الأدوات التفاعلية للوزارات الأحداث بعمق مما يساعدني على معرفة أسبابها وآثارها المستقبلية بمتوسط حسابي ٢,٠٨٠٠، ثم متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات ولَد لدي إحساساً بالخوف والقلق من بعض الأحداث المتعلقة بسوق

الأدوات التفاعلية في العلاقات العامة الرقمية

العمل بمتوسط حسابي ٢٠٠٢٥، وأخيراً تعرض لمحتوى الأدوات التفاعلية للوزارات أصابني بحالة من اللامبالاة تجاه قضايا العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ١٩٦٠٠.

ثالثاً: الآثار السلوكية:

- جاء الاتجاه العام للمبحوثين (محايداً) لتغيير الأدوات التفاعلية للوزارات من عاداتي في متابعة الأخبار عبر الوسائل التقليدية بمتوسط حسابي ٢٠٠٤٢٥، يليها أثار محتوى الأدوات التفاعلية للوزارات لدي الشعور بالعزلة والوحدة بمتوسط حسابي ٢٠٠٤٢٥، ثم متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات جعلتني أشارك في النقاشات العامة وأنفاعل مع الموضوعات المطروحة بمتوسط حسابي ٢٠٠٤٠٠، وأخيراً متابعة الأدوات التفاعلية للوزارات دفعتني للمشاركة في بعض الأنشطة والفعاليات الاجتماعية الخاصة بأزمة العمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢٠٠٣٠٠.

خامساً: أهم النتائج العامة

- جاءت (محافظة القاهرة الكبرى) في المرتبة الأولى من عدد المبحوثين بنسبة بلغت ٧٨.٧٥%، تلتها (محافظة الوجه البحري) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٢.٧٥%، ثم (محافظة الوجه القبلي) في المرتبة الثالثة ٨.٥٠%.
- ارتفاع معدل متابعة المبحوثين لوزارتي القوى العاملة والتضامن الاجتماعي في متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة، حيث بلغت نسبة من يتابعون هذه الصفحات بصورة دائمة ٦٠% و ٥٧.٧٥ على الترتيب من إجمالي عينة الدراسة، وجاء الموقع الإلكتروني في المرتبة الثانية من بين وسائل متابعة أزمة العمالة غير المنتظمة يحرص أفراد العينة على متابعتها بمتوسط حسابي ٢٠٢٣٢٥.
- أشارت النسبة الأعلى من المبحوثين بلغت ٦٤.٠٠% إلى أنهم تعرفوا على الخدمات الإلكترونية للعمالة غير المنتظمة من خلال (موقع الفيسبوك)، وفي الترتيب الثاني من صور التعرف على الخدمات الإلكترونية كان عن طريق (من خلال من خلال صديق بخصوص هذه الخدمات) بنسبة بلغت ١٨.٥٠%، وفي المرتبة الثالثة جاءت من

خلال (ما نشرته الوسائل الإعلامية التقليدية من إعلانات الصحف أو التلفاز أو الإذاعة) بنسبة ١٤.٧٥%.

- جاء دافع فهم ظروف وقوانين العمل وما يؤثر عليهما في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٤٤٠٠، تلاه في المرتبة الثانية دافع التعرف على الإجراءات الحكومية التي تؤثر على بيئة العمل بمتوسط حسابي ٢.٣٦٢٥، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع التعرف على ما يتعلق بالعمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢.٣٢٧٥، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع التعرف على المعلومات حول برامج الرعاية الاجتماعية المقدمة من الدولة
- بالنسبة للدوافع النفعية: جاء دافع فهم ظروف وقوانين العمل وما يؤثر عليهما في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٤٤٠٠، تلاه في المرتبة الثانية دافع التعرف على الإجراءات الحكومية التي تؤثر على بيئة العمل بمتوسط حسابي ٢.٣٦٢٥، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع التعرف على ما يتعلق بالعمالة غير المنتظمة بمتوسط حسابي ٢.٣٢٧٥.
- وبالنسبة للدوافع الطقوسية: جاء دافع لأنني أحب متابعة الصفحات الحكومية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٨٢٢.١٣٧٥، تلاه في المرتبة الثانية دافع الفضول بمتوسط حسابي ٢.١٣٥٠، وفي المرتبة الثالثة جاء دافع التواصل مع الوزارات والمؤسسات الحكومية بمتوسط حسابي ٢.٠٦٥٠، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع للتعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها بمتوسط حسابي ٢.٠٣٠٠، وفي المرتبة الخامسة جاء دافع أصبحت عادة لي بمتوسط حسابي ١.٨٤٠٠.
- وعن اتجاهات الجمهور نحو استخدام الأدوات التفاعلية فقد جاءت متوسطة، والتي تمثلت في (أسهمت الأدوات التفاعلية في الإعلان عن المبادرات التي تقوم بها الوزارة لدعم العمالة غير المنتظمة) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٢٥٠٠، وفي المرتبة الثانية جاءت (استخدام الأدوات التفاعلية للوسائل السمعية والبصرية لشرح كيفية الاشتراك في المبادرات المقدمة) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.١٦٧٥٨.

١. قبول الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للأدوات التفاعلية للوزارات الحكومية عينة الدراسة واتجاههم نحوها.
٢. قبول الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة وبين التأثيرات المعرفية، والسلوكية، والوجدانية.
٣. قبول الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين (النفعية والطقوسية) للأدوات التفاعلية للوزارات عينة الدراسة واتجاههم نحوها.
٤. قبول الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الأدوات التفاعلية الرقمية للوزارات الحكومية عينة الدراسة والتفاعل معها.

المراجع

- ¹. بيان اعلامي مشترك بين وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية باكتشاف أول حالة إيجابية مصابة، متاح على:
<https://www.facebook.com/egypt.mohp/photos/a.123442675873020/133935498157071>
- ². Cristina Navarro, Angeles Moreno, & Fahed Al-Sumait., **Social media expectations between public relations professionals and their stakeholders: Results of the ComGap study in Spain**, Public Relations Review, Vol. 43, 2017, p. 701, Available at: www.elsevier.com/locate/pubrev.
- ³. Arguanda Pribadi & Nurhasanah Nasution. **Digital transformation to the sustainability of public relations profession in the era of disruption**, COMMICAST Vol. (2), No. (1), Maret 2021, pp. 52-57 ISSN 2723-7672, Available at: <http://journal2.uad.ac.id/index.php/commicast/index>
- ⁴- Karen Sutherland, Karen Freberg, Christina Drive, & Umi Khattab. **Public relations and customer service: Employer perspectives of social media**, Public Relations Review, , Vol.(46), 2020, Available at: www.elsevier.com/locate/pubrev
- ⁵- Melissa Aronczyk. & Lee Edwards, Anu Kantola, **Apprehending public relations as a promotional industry**, Public Relations Inquiry, Vol. 6(2), 2017, P.P. 139 -155, Available at:
<https://doi.org/10.1177/2046147X17706411>.
- ⁶- Lisa Tam & Jeong-Nam Kim. **Social media analytics: how they support company public relations**. Queensland University of Technology Business School, Brisbane, Queensland, Australia, JOURNAL OF BUSINESS STRATEGY, VOL. 40 NO. 1 2019, pp. 28-34.
- ⁴- Arwidson, Y., **Digital public relations in the Swedish Cultural Sector, A study of Effective PR and Two-Way Communication**, M.A. Thesis within Digital Humanities, Uppsala University, 2020.
- ⁸- نجم العيساوي، سلطان القاسمي، **مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد: دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عُمان ٢٠١٦**، بحث منشور، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المركز القومي للبحوث-فلسطين، العدد الأول، مارس ٢٠١٧، ص١٤٢-١٦٤.
- ⁹- Abdulhadi Almfleah, **Social Media use by Public Relations Departments in Saudi Arabia**, Doctor of Philosophy (PhD) in Arts and Media, University of Salford, Manchester, 2017.

- ^{١٠} - حسن نيازي، تبنى ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها، بحث منشور، المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، مايو ٢٠١٦، ص ١٤٣-١٨٢.
- ^{١١} - وليد محمد عبدالحليم، بحث بعنوان " أشكال الاستبعاد في الحياة اليومية لدى العمالة اليومية غير المنتظمة - دراسة ميدانية لبعض العمالة المستفيدة من شبكات الأمان الاجتماعي"، مجلة دراسات في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج ٣، عدد ٥، سبتمبر ٢٠٢٠، ص ص ٢٦٣ - ٢٩٣.
- ^{١٢} - فوزي عبدالرحمن الزعبلوي، بحث بعنوان " أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لسياسات الحماية الاجتماعية التي تتبناها الدولة في إطار إستراتيجية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٨، عدد ٣، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام)، ص ص ١٣٩-١٨٢.
- ^{١٣} - وليد محمد عبدالحليم عاشور، المتغيرات السوسولوجية المرتبطة بتحقيق الامن الاجتماعي، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة سوهاج.
- ^{١٤} - زيزيت إبراهيم أحمد، أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧).
- ^{١٥} - Fornier, Anneleen Erika hendrika cornelia: temporary employment, employability and training beldium, katholieke university leuven, 2003.
- ^{١٦} - Eunice Sri Teas Suck (2004): Utilization of Primary health Care by poor Children: the role of an Indonesian Social Safety Net program, Ph.D. Brown University.
- ^{١٧} - Sung Han Kim (2003): A Comparative analysis Of Financial globalization: financial market opening ,Social Safety Net ,and democratic Consolidation in South Korea ,Russia ,Thailand ,and Brazil ,Ph.D. the American University.
- ^{١٨} - ١٢٣ ص (٢٠٠١)، للجامعات، النشر دار: وتحليلها، (القاهرة وإجراؤها تصميمها: العام والرأي الإعلام بحوث الكامل، . فرج 18
- ^{١٩} - خالد صلاح الدين حسن، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٢٦، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مارس ٢٠٠٦)، ص ص ١٢٧:١٨٧.
- ^{٢٠} - Available At: <https://docs.google.com/forms/d/12Si15uFv75yjoOzOKGs9PR80QaXOM6Zl7E0fgG61XA/edit?fbclid=IwAR2nb0dpLsCNfxwApvK84htWEho3VcWrl2bvKqmxBS6iasgwTXftQFN-wE> .
- ^{٢١} - تم عرض الاستمارة على المحكمين التالية أسماءهم، مُرتبة أبجديًا وفقًا لدرجاتهم العلمية:
 ١. أ. د/ ثريا أحمد البدوي أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ووكيل كلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة ٦ أكتوبر سابقًا.
 ٢. أ. د/ حسن نيازي الصيفي أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام. جامعة الأزهر.
 ٣. أ. د/ داليا محمد عبدالله أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

٤. أ. د/ رزق سعد عبدالمعطي
مصر الدولية.
٥. أ. د/ محمد عتران
القاهرة.
٦. أ. د/ محمود يوسف
٧. أ. د/ منى محمود عبدالجليل
الإسلامية – جامعة الأزهر.
٨. د/ نرمين خضر
٩. أ. د/ وائل إسماعيل عبدالباري
١٠. أ. م. د/ إيمان رمضان
١١. أ. م. د/ أماني ألبرت
سوف.
١٢. أ. م. د/ طارق فتح الله
١٣. أ. م. د/ محمد فؤاد الدهراوي
الأزهر.

²² Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis, **Mass communication theory: Foundations, ferment, and future**. (New York, Wads Worth Publishing, 1995), p226.

- ^{٢٣} دينيس ماكويل، سفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، ترجمة: حمزة أحمد بيت المال، ط ٢ (الرياض: مطابع الفرزدق، ١٩٩٨)، ص ١٧٠.
- ^{٢٤} حسن عماد مكاي، ليلي حسين، مرجع سابق، ص ص ٣٢٦: ٣٢٩.
- ²⁵ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بحث القوى العاملة الربع سنوي، إصدار ديسمبر ٢٠٢٠، متاح على https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5106 الرابط التالي: