



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

قياس مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم (تواصل-وزارة التعليم) نموذجًا

هيا الزبيدي

د. ماريّا حمدان

باحث ماجستير - جامعة الملك عبد العزيز

أستاذ مساعد - جامعة الملك عبد العزيز

الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، والتعرف على واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين، والكشف عن الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين، وبيان الفروق ذات الدلالة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (الجنس، العمر، المؤهل التعليمي). اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة كأداة رئيسة للحصول على استجابات أفراد عينة الدراسة. واقتصرت عينة الدراسة على (300) مستفيد من خدمات وزارة التعليم. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: جاء المتوسط الحسابي لدرجات موافقة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم " ككل، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزّي لمتغير الجنس والعمر، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزّي لمتغير المسمى الوظيفي لصالح فئة (موظف إداري). وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة بما يلي: توسيع نطاق استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتشمل منصات جديدة ومتنوعة، مثل انستقرام، سناب شات، وغيرها، لضمان الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المستفيدين، وتوفير طاقم عمل مؤهل ومدرب على الرد على استفسارات المستفيدين بشكل سريع وفعال عبر منصات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية:

رضا المستفيدين، الجهات الحكومية، وسائل التواصل الاجتماعي، تواصل، وزارة التعليم.

المقدمة:

يلعب التواصل الحكومي دوراً كبيراً في بناء صورة المنظمة الحكومية، وإبراز دورها في المجتمع المحلي والعالمي، وإيصال رسالتها الخدمية أو التنموية وذلك لتحقيق تواصل فعال مع المجتمع بكافة فئاته، فالتواصل الحكومي يساهم في دعم ثقة المجتمع بالمؤسسة، وبيان دوره، والخدمات التي تقدمها للأفراد، وفي ظل التطور الملحوظ والمتسارع في الاتصال ووسائله، ومع تعدد وتنوع حاجات الجمهور المعلوماتية والخدمية، أصبح لزاماً على الحكومات تلبية تلك الحاجات عبر اتصال متفاعل حديث، ووفقاً لهذا المنطلق، نجد أن التواصل الحكومي الفعال يركز على مبادئ مهمة، أهمها خلق قدر عال من التفاعل مع الجمهور عبر التعرف على احتياجاته المختلفة، وتوفير المعلومات اللازمة، وإتاحة الفرصة له للتعبير عن آراءه ومقترحاته ومشكلاته، ومن أبرز أهداف الحكومة الإلكترونية تقديم المعلومات الموثوقة والواضحة والحقيقية إلى الجمهور حول سياساتها وأنشطتها وخدماتها، وذلك من خلال اتصالها المباشر بالجمهور عبر وسائلها المختلفة، وفي ظل نمو تطلعات ورغبات الجمهور ووسائل التواصل التكنولوجي، أصبح من الضروري على الحكومات تطوير اتصالاتها من حيث المضمون ومن حيث الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة للوصول إلى الجمهور (عايش ورضوان، 2019).

ويعتبر استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي أحد مجالات استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة المرتبطة باستخدام شبكات الإنترنت والحاسوب لربط المؤسسات الحكومية مع بعضها لتسهيل الحصول على البيانات والمعلومات من خلال إتاحة المعلومات بصورة متكافئة لكافة الجهات المستفيدة، وتقديم الخدمات الحكومية بطريقة أفضل وأسهل للاستعمال، وتتيح للمواطن من مقر إقامته أداء وإنجاز معاملاته الحكومية بشفافية وجودة عالية، وبأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن، كما لا تقتصر الحكومة الإلكترونية على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتقديم الخدمات، إنما هي فكر متطور يعيد صياغة المؤسسات بشكل جديد له أبعاده الإدارية والمالية والاجتماعية والسياسية، كما أنها لا تقتصر على تقديم خدمات إلكترونية للمستفيدين وإنما تستخدم أساليب إلكترونية لإنجاز كافة الأعمال التي تتم داخل وخارج المؤسسات (رشوان، 2017).

كما تعتبر وسيلة لتحسين الأداء الحكومي ليصبح أكثر كفاءة وفاعلية، كما أنها تؤدي إلى زيادة الشفافية والفعالية في إدارة الدولة، وعليه فإن اعتماد المؤسسات على وسائل التواصل الاجتماعي يشكل عملية تغيير من شأنها أن تساعد على توسيع مجالات المواطنين ورجال الأعمال للمشاركة في الاقتصاد الجديد القائم على المعرفة والتكنولوجيا والتطبيقات الحديثة وتوفير إمكانية إشراك المواطنين والمجتمع المدني في مناقشة السياسات من خلال الحوار المباشر، ودعم اتخاذ القرارات، وصياغة السياسات بشكل متفهم أكثر للمواطنين واحتياجاتهم (حسين، 2013).

ويمثل المستفيد سر بقاء المنظمات التي وجدت من أجل خدمته، والذي يمثل رضاه عن الخدمات المقدمة أحد أهم أهدافها؛ الأمر الذي يستوجب من القائمين على المنظمات وضع مصلحة المستفيدين في مقدمة اهتماماتهم، وتقديم الخدمة لهم بأعلى مستوى من الجودة، حيث أن رضا المستفيد من الخدمة يقاس بالمدى الذي تستطيع الخدمة تحقيق توقعات المستهلكين أو المستفيدين (راضي والعربي، 2016).

كما أن رضا المستفيدين يسهم في نجاح المنظمة وفي الوصول إلى شريحة المستفيدين والتعرف على حاجاتهم، وتقديم خدمات تسهم في سد هذه الحاجات، وفي ظل زيادة الاهتمام بكفاءة المنظمة ظهرت الحاجة لتقييم كفاءة المنظمة وقياس أدائها، فكان رضا المستفيد أحد أهم الأدوات التي تدل على مستوى أداءها، والتي تستخدم لتقييم كفاءة المنظمة وقياس أدائها، كما أن رضا المستفيد يوفر وسيلة مناسبة ومؤشر للقائمين على المنظمة أن لديها القدرة والكفاءة لتحقيق رسالتها وأهدافها (الحيدري، 2014).

ويعد قياس رضا المستفيد من أبرز آليات التقييم والمتابعة، بل هو خطوة أساسية لتحليل نواحي القوة ومواقع الضعف في الأداء، ووضع تصورات للتطوير وتجديد العمل والأداء في المستقبل. ولا يقتصر قياس رضا المستفيد على حساب كم الخدمات المقدمة، بل ويمتد أيضا إلى قياس كيفية ونوعية الخدمات المقدمة من حيث تلبيتها لطموحات ومطالب المستفيدين (مسيكة، 2010).

فقياس رضا المستفيد يسهم في تحقيق العديد من الأهداف فهو يساعد المنظمة على توجيه مواردها على نحو اتجاه أكثر فعالية، وتعريف المستفيدين بحقوقهم، وإيضاح الجهة التي يتواصل معها المستفيد داخل المنظمة، وفهم المنظمة لما يمكن وما لا يمكن تقديمه للمستفيد وفقا لقدراتها وإمكاناتها، والكشف عن جوانب القوة في مستوى الخدمات لتعزيزها، ومعرفة أولويات الخدمة المطلوبة من المستفيدين، وبناء مؤشرات أداء واضحة ومحددة لمساعدة المنظمة في تطويرها لوسائل قياس الرضا (السلي، 2022).

مشكلة الدراسة:

يشهد العصر الحالي تطورا كبيرا في مجال التكنولوجيا بما يسهم في ضرورة الاستفادة منها في مجال العمل المؤسسي، كما تشهد المنظمات المختلفة تغييرات في استراتيجياتهم وخططهم نتيجة للتغيرات والتحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، ولقد أدى ظهور هذا التطور التكنولوجي والمد المعلوماتي الجديد إلى حاجة هذه المنظمات إلى التركيز على تطبيق بعض التقنيات الحديثة في الاتصال والتواصل مع المستفيدين بهدف تحسين الأداء الإداري والوظيفي داخلها للوصول إلى رضا المستفيدين منها.

وربطت الحكومة الإلكترونية جميع المؤسسات الحكومية بشبكة إلكترونية واحدة، مما أدى إلى نشر وتوزيع معلومات المؤسسات المختلفة وإيصالها إلى المستفيدين في الوقت المحدد وبتكلفة منخفضة، فضلاً عن أنها أصبحت وسيلة فاعلة لتسهيل تقديم المعلومات، وتسهيل استخدام تلك المعلومات لمختلف المستفيدين منها، إلى جانب ما تقدمه من تقارير منشورة إلكترونياً تمتاز بمستوى عالٍ من الشفافية والجودة (رشوان، 2017).

وبما أن المؤسسات الحكومية أصبحت تضطلع بدور ريادي في المجتمع لما لها من أهمية كبيرة في تنفيذ العديد من المخططات التنموية في مختلف المجالات وصولاً إلى التنمية البشرية المنشودة، وتحقيق الرفاهة والعيش الكريم للمواطنين، فلن يكون نشاطها ذا فعالية إن لم يصاحبه عمل تواصلي تقوم به تجاه المستفيدين منها؛ ذلك لأن أنشطة أغلب هيئات المجتمع المدني تركز على عمليات كالإخبار والتحسيس والإقناع والتعبئة والتحفيز والمناصرة وغيرها من الأنشطة، مما يتيح لها تحقيق أهداف تواصلية تقوي بناءها وترفع من فعاليتها أدائها تجاه محيطها الخارجي، وذلك بتوظيف عدة آليات واستراتيجيات تواصلية حديثة تتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي؛ من أجل تجسيد برامجها وتحقيق أهدافها وضمان استمراريتها وترقية أدائها، والتوصل إلى رضا المستفيدين عنها (كانون، 2017).

ونظراً لحجم الدور الذي تقوم به وزارة التعليم وتزايد أعداد المستفيدين منها، أصبح من الضروري إجراء المزيد من الدراسات الميدانية والأبحاث العلمية، التي توفر البيانات اللازمة لتطوير وتحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين، وتكشف عن مواطن الخلل في أداء هذه المنظمات، وقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، فمعرفة هذا التأثير له دور كبير في تحسين الخدمة والتأكد من أن الأنشطة والبرامج المقدمة تنفذ وفق المواصفات الموضوعية.

وعلى الرغم من الدور الكبير الذي بدأت تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على المستفيدين، إلا أنه لا زال الكثير من جوانب هذا الدور يكتنفه عدم الوضوح وبحاجة إلى دراسة عميقة، حيث لا زال شكل وطبيعة الأثر الذي يمكن أن تحدثه المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي على رضا المستفيدين من الخدمات الحكومية في الرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وطلباتهم عبرها مجهولاً وغير واضح المعالم، وفي ضوء وجود قصور في الدراسات التي تناولت استفادة الجهات الحكومية من وسائل التواصل الاجتماعي من حيث تقديم الخدمات التي تتعلق بهذه المؤسسات للجمهور، وقياس مدى رضا المستفيدين من هذه الخدمات، فقد تمثلت مشكلة الدراسة الحالية في السؤال الرئيس التالي:

ما مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم؟

أهمية الدراسة:

- الأهمية النظرية:

1. استمدت الدراسة الحالية أهميتها بأنها تناولت وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة والتي تتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت ذات انتشار واسع ومتزايد، وتسعى الدراسة من خلال ذلك إلى الكشف عن دورها في تنمية وترقية أداء الجهات الحكومية في محيطها الاجتماعي.

2. تستمد الدراسة أهميتها النظرية من أهمية موضوعها الذي يتمثل بالتعرف على مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، وذلك في ظل ازدياد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الرد على الاستفسارات لدى غالبية المنظمات الحكومية وغير الحكومية.

3. كما تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة الهيئات الحكومية ودورها المؤثر في المجتمع عمومًا، وفي محاولة الربط بين اقتناء تكنولوجيات الاتصال والتواصل من ناحية، وتوظيفها لخدمة المجتمع ورضاه من ناحية أخرى.

4. محاولة رفد الأدب الإداري النظري العربي بمجال بحثي حديث التبلور، حيث إن هناك شحًا واضحًا للموارد البحثية المتوفرة حاليًا بمجال الدراسة وفي النطاق العربي على وجه الخصوص، حيث يعتبر موضوع هذه الدراسة والذي تمثل في (قياس مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم (تواصل-وزارة التعليم) أنموذجًا) من أكثر الموضوعات التي تفتقر للبحث فيها عربيًا وعالميًا.

- الأهمية العلمية:

1. تحاول الدراسة الحالية من خلال ما توفره من نتائج وتوصيات إلى تزويد متخذي القرارات في المؤسسات الحكومية بالفهم الأعمق للتأثير المتزايد لما يتم نشره بوسائل التواصل الاجتماعي من معلومات على طبيعة استجاباتهم لها؛ وذلك من أجل زيادة قدرتهم على تحويل بعض جوانب الضعف المرتبطة بجودتها إلى فرصة للاستفادة مما توفره تلك المعلومات الهائلة.

2. تأمل الدراسة في تقديم إضافة أكاديمية جديدة للمسؤولين على الهيئات الحكومية للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي التي تلجأ إليها الهيئات وكيفية تنمية أدائها كي تكون عنصرًا فعالاً في بناء المجتمع ورضا المستفيدين.

3. كما ستساهم الدراسة في مساعدة متخذ القرار على التعامل مع قضايا وحاجات جمهور المتعاملين معها بالاستجابة السريعة على استفساراتهم وحل مشكلاتهم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها وسائل تكنولوجية حديثة..

أهداف الدراسة وفرضيتها:

تهدف الدراسة إلى:

1. التعرف على مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم.
2. التعرف على مدى استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين.
3. التعرف على واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين.
4. التعرف على الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين.

أسئلة الدراسة:

1. ما مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم؟
2. ما مدى استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين؟
3. ما واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين؟
4. ما الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي؟
5. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (الجنس)؟
6. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (العمر)؟
7. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (المؤهل التعليمي)؟
8. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين تبعاً لمتغير (الجنس)؟

9. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (العمر)؟

10. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً لمتغير (المؤهل التعليمي).

مصطلحات الدراسة:

تضمنت الدراسة المصطلحات التالية:

• رضا المستفيدين:

يرى الحيدري (2022 : 13) بأن رضا المستفيد هو: «عملية تقييم شامل يقوم به الفرد ومقارنته بين توقعاته عن الخدمة وتقييمه العام للخدمة المقدمة».

وتعرف الباحثة رضا المستفيدين إجرائياً بأنها: حالة نفسية يشعر بها المستفيدين من خدمات وزارة التعليم في الإجابة على استفساراتهم وذلك عبر استخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدرجة إشباع حاجاته، حيث إنه كلما زادت هذه الدرجة زاد رضاهم.

• تواصل - وزارة التعليم:

التواصل هو: عملية إبلاغ، أو نقل الأفكار أو المعلومات أو التجارب أو المشاعر، بين طرفين أو أكثر، بحيث لا يتم التواصل إلا ضمن بنية اتصالية محددة يأخذ فيها كل طرف وضعية اتصالية معينة، إما وضعية الإرسال، أو وضعية الاستقبال، أو هما معا بحيث يكون التواصل بشكل تفاعلي (السوني، 2015، 2).

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه: خدمة إلكترونية ميسرة للتواصل مع مسؤولي الوزارة وكافة قطاعاتها، يستطيع من خلالها المستفيد إرسال المقترحات، والاستفسارات، والشكاوى، وغيرها، وتتيح الخدمة إمكانية متابعة التذاكر إلكترونياً.

وسائل التواصل الاجتماعي:

يعرف المستريحي (2020، 23) وسائل التواصل بأنها: «تلك المواقع والمنصات الإلكترونية التي يتم استخدامها بقصد التواصل والتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات بين مختلف شرائح المجتمع ومؤسسات الدولة والأفراد ومشاركتها فيما بينهم، وتتمثل هذه الوسائل بالفيسبوك، التويتر، الواتس آب والمدونات الأخرى».

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية التي تستخدمها

وزارة التعليم في الاتصال والتواصل وتقديم الخدمات للمستفيدين والرد على استفساراتهم بهدف الوصول إلى رضاهم.

النظريات المفسرة للدراسة:

نظرية الاتصال الحواري:

تشير هذه النظرية إلى الاتصال الهادف لتبادل المعلومات والآراء والأفكار أو التفاوض، حيث ينظر للعلاقة بين الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه والاتصال الحواري بأن أحدهما عملية، والآخر منتج، فالاتصال المتماثل يقدم وسائل إجرائية عملية، بموجبها تتواصل المنظمة مع جماهيرها بشكل تفاعلي، وتشير هذه النظرية إلى نوع معين من التفاعل الذي يهتم بإدارة وبناء العلاقات والوصول إلى التفاهم المشترك والمتبادل (Kent & Taylor, 1998).

والهدف من هذه النظرية هو تسهيل بناء العلاقات بين المنظمات وجماهيرها من خلال شبكة الإنترنت، وفي إطار الاتصال والتواصل لتقديم الخدمات من قبل المنظمات، فإن نظرية الاتصال الحواري تقول أن المنظمات يجب أن تكون على استعداد للتفاعل مع الجمهور بطرق صادقة وأخلاقية من أجل إنشاء قنوات اتصال فعالة بين المنظمات وجمهورها (Kent, Taylor & White, 2003).

يمكن توظيف النظرية في قياس مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، حيث تساعد هذه النظرية في بناء العلاقات بين المنظمات وجماهيرها من خلال شبكة الإنترنت، وفي إطار الاتصال والتواصل لتقديم الخدمات من قبل المنظمات، وهذا ما يساعد في التواصل بين المنظمة والعملاء والرد على أي استفسارات خاصة بهم.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تنظر هذه النظرية للجمهور على أنه فعال ونشط في انتقائه لوسائل الاتصال خلافاً للنظريات التقليدية الأخرى التي ترى أن الجمهور متلقي سلبي للوسائل الاتصالية، حيث ترى هذه النظرية أن لديه القدرة والوعي الكافي لاختيار مضمون الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاته وتشبع رغباته الاجتماعية أو النفسية أو الاقتصادية وغيرها، ووفقاً للنظرية فإن وسائل الإعلام والاتصال ليست هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها؛ وإنما استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل التي تعرضها وسائل الاتصال (الكناني، 2018).

ومن خلال ما تقدم، فإن نظرية الاستخدامات والإشباع، يمكن توظيفها في قياس مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، حيث تساعد هذه النظرية الجمهور المستفيد من استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي في أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات، والتي تجيب على كافة استفساراته، ولذلك يتم توظيف هذه النظرية في الدراسة من خلال التأكيد على أن المستفيد هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ودوافعه، وهذا ما يؤدي إلى توجيه الجهات الحكومية لاستخدام المواقع التي تلي احتياجات المستفيدين من خدماتها.

الإطار النظري:

قياس رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة إليهم:

يمكن قياس رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة إليهم، من خلال قياس مستويات جودة الخدمة المقدمة، وذلك على النحو التالي (عبود، 2012، ص561):

- قياس الجودة المتوقعة من قبل العملاء التي تمثل مستوى الجودة من الخدمات المقدمة للعملاء التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من المنظمات الذي يتعاملون معه.
- الجودة المدركة وهي ما تدركه إدارة المنظمة في نوعية الخدمة التي تقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عالٍ.
- الجودة الفنية وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة من قبل موظفي المنظمة التي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة التي يتم تقديمها.
- الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة على استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء، أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفو المنظمة من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة التي تقدمها المنظمة.
- الجودة المرجوة للعملاء أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن تحصل عليها المنظمة من عملائها عن تلقيهم لتلك الخدمات.

آليات تحقيق رضا المستفيدين:

يتم تحقيق رضا المستفيدين من خلال مجموعة من الآليات المختلفة التي يمكن توضيحها على النحو التالي (السلي، 2022، ص603):

- أسس بناء الخدمة النوعية للمستفيدين: وذلك من حيث تصميم الخدمة وتصميم

عملية الإنتاج، والمدخلات والتنفيذ والإجراءات التصحيحية، فلا بد من الاهتمام بهذه الأسس الشاملة وتطبيقها لنجاح عمل المنظمة، ومعرفة مدى شموليتها لخصائص الخدمة المطلوبة، وكيفية تنفيذها وتقديمها.

- تحديد الفئة المستهدفة من المنظمة (الفئة المقدم لها الخدمة): لأن المستفيد هو الأهم في الجودة بل محورها الأساسي، ومعيار نجاح لكل منظمة، كان لابد من تحديد فئة المستفيد وذلك من خلال جمع معلومات وبيانات عن المستفيدين، والتعرف على مجالاتهم ومستوياتهم، والتعرف على احتياجاتهم الفعلية.

- تحديد الاحتياجات الضرورية للمستفيدين: ويمكن تحديد الاحتياجات الضرورية للمستفيدين من خلال جمع المعلومات والبيانات الشاملة عن جميع المستفيدين، ومن ثم التحليل الشامل للمعلومات والبيانات التي تم جمعها، ثم تحديد درجة الاحتياج الفعلي ونوعيته لكل المستفيد.

- معايير تحقيق الخدمة النوعية للمستفيدين من المنظمة: تتمثل هذه المعايير في تضمين خدمة المستفيد ضمن رسالة ورؤية المنظمة، والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة للمنظمة.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة منى الحسيني (Hosseini, 2016) إلى تحليل وقياس رضا العملاء عن خدمات النقل العام بمقاطعة تورنتو بكندا باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتوفرة عبر الإنترنت. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهداف الدراسة. وتمثلت أداة الدراسة باستبانة لقياس رضا العملاء الخاص بالعبور. ويحتوي التحليل على ثلاثة مكونات تحليلية: الدلالية، والشبكة الاجتماعية، والمشاعر. وتمت مقارنة النتائج مع تلك الخاصة باستطلاعات إدارة استبانة رضا العملاء التي نشرتها وكالات النقل الكندية المختارة لتحديد ما إذا كان من الممكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاستقراء التغييرات في رضا العملاء.

وهدف دراسة الكريجي (Alkraiiji, 2017) إلى قياس رضا المواطن عن الخدمات الحكومية الإلكترونية الإلزامية، وتطوير اختبار نموذج تجريبي يعتمد على مزيج من نماذج نجاح نظم المعلومات بالتزامن مع نظرية الثقة في المملكة العربية السعودية. ولاختبار النموذج، تم بناء استبيان وجمع البيانات من 780 طالبًا جامعيًا. وأظهرت النتائج أن الفائدة الملموسة للحكومة الإلكترونية والثقة فيها توسطت في التأثير غير المباشر، وبأن جودة النظام وجودة المعلومات تؤثر على رضا المواطنين. وأظهرت جودة النظام التأثير الإجمالي الشامل الأقوى على رضا المواطنين. ويمكن لواضعي السياسات الاستفادة من النتائج في التكيف الموارد اللازمة لزيادة رضا المواطنين عن الخدمات الإلزامية في التعليم.

وهدفت دراسة أحمد (2017) إلى تقييم عملية قياس رضا المستفيدين من الخدمات العامة التي تقدمها المنشآت / المؤسسات الحكومية بالتطبيق على بعض المنشآت / المؤسسات الحكومية بجمهورية مصر العربية، كما هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم قياس رضا العملاء أو المستفيدين، وأهميته وأهدافه وخصائصه وتحديد الأساليب والأدوات المختلفة المستخدمة في عملية القياس هذه ويهدف أيضا إلى تحديد المقصود بعملية تقييم قياس رضا العملاء أو المستفيدين وإيضاح أهميتها ورصد المعوقات المختلفة التي تواجهها المنشآت / المؤسسات الحكومية في عملية تقييم قياس رضا المستفيدين من خدماتها، وتقييم عملية قياس رضا العملاء أو المستفيدين من الخدمات التي تقدمها المنشآت / المؤسسات الحكومية. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهداف الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم وجود فروق جوهرية بين المنشآت / المؤسسات الحكومية بجمهورية مصر العربية فيما يتعلق بتقييم قياس رضا المستفيدين من خدماتها. ويوصي البحث بضرورة إيجاد آليات ومناهج جديدة لتفعيل عمليات قياس رضا العملاء أو المستفيدين عن الخدمات العامة بالمؤسسات الحكومية في جمهورية مصر العربية.

كما هدفت دراسة العتيبي وآخرون (Al-Otaibi et al, 2018) إلى قياس رضا العملاء باستخدام تحليل المشاعر وذلك باستخدام ردودهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك بتحليل محتويات وسائل التواصل الاجتماعي. وقاموا بتحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل المشاعر بدلاً من مجرد قراءة النص وحسابه، واستخدموا بيانات تويتر للحصول على معلومات ثاقبة من الرأي العام مخبأة في البيانات، وتم استخدام خوارزمية آلة ناقل الدعم لتصنيف مشاعر التغريدات سواء كانت إيجابية أو سلبية، وتم تطبيق unigram كطريقة لاستخراج الميزات. وتوصلت الدراسة إلى أن تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل المشاعر يعمل على تبسيط طرق معرفة رضا المستفيدين من تقديم الخدمات عبر تحليل التغريدات، وحققت الخوارزمية دقة عالية بلغت حوالي 87%.

وهدفت دراسة المستريحي (2020) إلى دراسة جودة المعلومات التي يتم تداولها بوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية استجابة متخذي القرارات الحكومية الأردنية لها. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ كونها توفر معلومات من مصادرها الثانوية المنشورة، إلى جانب استقصاء آراء الممارسين بالميدان من خلال استبانة تم تصميمها وتوزيعها على عينة البحث وعددها 187 مستجيباً من العاملين بمستوى الإدارة العليا في 19 جهة حكومية. وقد توصلت الدراسة إلى أنه، بالرغم من أن هناك اعتراً واضحاً، ومبرراً ودافعاً معتبراً لدى متخذي القرارات الحكومية الأردنية بمؤشرات جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي كمدخل لاتخاذ قراراتها، فإن اعتمادهم عليها فعلياً لا زال متواضعاً ومتشككاً. كما كشفت الدراسة عن عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة تبعاً لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية حول مفهوم كل من جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي واستجابة

متخذ القرار الأردني لها عند اتخاذ قراراته. وتوصي هذه الدراسة بالاعتراف بوسائل التواصل الاجتماعي بصفته رافداً للمعلومات واستيعابها ودمجها ومأسستها وتقنين استخدامها ضمن النظم الإدارية الرسمية لدعم القرار، وإجراء التعديلات التنظيمية والتكنولوجية والتشريعية المطلوبة للنظم الحالية بما ينسجم وهذا التوجه. كما أوصت الدراسة باستثمار وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز نظم حوكمة المؤسسات العامة وتوجيه الدراسات المستقبلية بهذا الاتجاه.

كما هدفت دراسة ماسيزانا وسالوبي (Masizana & Salubi, 2022) إلى تقييم أداء أمناء المكتبات العامة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات المعلومات في مدينة كيب تاون، والتوصية بطرق خدمات معلومات وسائل التواصل الاجتماعي وطرق تحسينها. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهدافها. كما تم استخدام استبانة إلكترونية لجمع البيانات. وتكونت عينة الدراسة من 102 من أمناء المكتبات. وخلصت الدراسة إلى أن أمناء المكتبات في مدينة كيب تاون يتمتعون بتصوير إيجابي وقبول تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأداء الواجبات المتعلقة بالمكتبة، واستخدم أمناء المكتبات وسائل التواصل الاجتماعي في التعامل مع مستخدمي المكتبة، بما في ذلك تسويق خدمات المكتبة، والترويج للمكتبة. ولكنهم يفتقرون إلى التوجيه في التعامل مع قضايا حق المؤلف، كما أنهم يفضلون منصة واحدة لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن منصات التواصل الإعلامي ضرورية لتشجيع المزيد من التفاعل مع المستخدمين.

وهدفت دراسة السحار وآخرون (Al-Sahar et al, 2023) إلى تقييم استجابة العملاء لإدخال خطوط MAX الخاصة بشركة Calgary Transit. وقام الباحثون بمقارنة رضا العملاء المعبر عنه على تويتر بموثوقية الخدمة المقاسة في شكل الأداء في الوقت المحدد. وقد استخدمت الدراسة المنهج النوعي باستخدام تحليل المحتوى من تويتر لقياس مدى رضا الركاب عن العديد من سمات الخدمة قبل تغيير الخدمة وبعده. وتم تطوير معجم المشاعر الخاص بالعبور لدعم هذه الدراسة باستخدام نهج مختلط. وقد تفوق هذا المعجم على قواميس المشاعر العامة المستخدمة تقليدياً في دراسات العبور فيما يتعلق بالدقة. ووجدوا أن التصور العام للأداء في الوقت المحدد من الدراجين الذين يستخدمون تويتر كان مشابهاً للأداء الفعلي في الميدان. وقد لوحظ ذلك أيضاً بالنسبة لمسار فردي واحد حيث تم ربط التوقفات مع الالتزام الضعيف بالجدول الزمني بردود فعل سلبية. وتخلص هذه الدراسة إلى أن الجمع بين التدابير الموجهة نحو العملاء من تويتر وتلك الموجهة نحو التشغيل من شأنه أن يمكن وكالات النقل من اتخاذ قرارات مستنيرة بشكل أفضل لأغراض التخطيط والتشغيل.

وهدفت دراسة لارديزابال وآخرون (Lardizabal et al., 2023) إلى قياس مدى رضا العملاء فيما يتعلق بالخدمات الخارجية المهمة التي يقدمها المكتب المركزي لإدارة الإصلاح الزراعي (DAR) في ديليمان، مدينة كويزون، الفلبين. واعتبر هذا التحليل المعلومات الديموغرافية للعملاء والأدلة الملموسة بمثابة تدابير لتحديد مستويات الرضا عبر مختلف المكاتب والخدمات. واستخدم البحث تصميمًا وصفيًا ارتباطيًا واستخدم استبيانًا مسحيًا موحدًا من مركز المساعدة

العامة والمعلومات التابع لخدمة علاقات العملاء. وشملت الدراسة 115 عميلاً تم اختيارهم عشوائياً والذين استجابوا من خلال Google Forms. ولم تجد الدراسة أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء والتركيبية السكانية مثل العمر والجنس. أما عند تصنيفها حسب المكاتب المقدمة للخدمات، فقد لوحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، مما يدل على أن جميع المكاتب لعبت دوراً في رضا العملاء. وبشكل عام، أعرب العملاء عن مستويات عالية من الرضا عبر مختلف المؤشرات. ومع ذلك، اقترح الباحثون «خطة التحسين» في حالة عدم رضا العميل فيما يتعلق بنوع الخدمات المقدمة.

وهدفت دراسة سيوي ونووي (Siwi & Nawawi, 2023) إلى تطوير وفحص نموذج لتحديد مدى رضا المواطن عن خدمات الحكومة الإلكترونية باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ونظرية الثقة. وتم إجراء هذه الدراسة على المواطنين المزمين بدفع الضرائب والإبلاغ عنها (دافعي الضرائب) من خلال المنصة الإلكترونية للمديرية العامة للضرائب (DJP Online) في مقاطعة جنوب سومطرة، إندونيسيا، وتكونت عينة الدراسة من 240 مشاركاً. يتم جمع البيانات عبر الإنترنت عن طريق توزيع الاستبيانات من خلال نماذج Google. ثم يتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية مع المربع الأصغر الجزئي (SEM-PLS). وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الخدمة الإلكترونية المتصورة والتي تتكون من الخدمات الأساسية، والخدمات الميسرة، والخدمات المساندة لها تأثير إيجابي على الفائدة والثقة المدركة في الحكومة الإلكترونية، في حين تؤثر الثقة في الحكومة الإلكترونية على الفائدة المدركة ورضا المواطنين. وأخيراً، تؤكد هذه الدراسة أن رضا المواطنين يتأثر بالفائدة الملموسة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تمثلت أوجه الاستفادة فيما يلي:

- 1 - بلورة وبناء وإثراء الإطار النظري، فمن خلال الرجوع للدراسات السابقة تمكنت الباحثة من بلورة الإطار النظري وكتابته وفق الأسس العلمية الصحيحة، وقد عملت الباحثة على تقسيم الإطار النظري إلى محورين، فكان المحور الأول: رضا المستفيدين، والمحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2 - تحديد واختيار أدوات الدراسة المناسبة لها، فمن خلال الرجوع للدراسات السابقة اختارت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة.
- 3 - اختيار المنهج العلمي المناسب للدراسة: اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لموضوع الدراسة.

- 4 - تدعيم نتائج الدراسة الحالية بالدراسات السابقة: بعد انتهاء الباحثة من عرض نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بالدراسة عملت على الربط بين نتائج الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة، وذلك لأن ما تبدأ به الباحثة اليوم هو نقطة انتهاء الدراسات السابقة بالأمس.
- 5 - استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة: بعد الاطلاع على الدراسات السابقة تمكنت الباحثة من تحديد ماهية الأساليب الإحصائية المناسبة لاستخدامها في تحليل بيانات الدراسة الحالية.
- 6 - الاستفادة من مراجع الدراسات السابقة: حققت الباحثة استفادة جيدة من المراجع التي استخدمت في الدراسات السابقة وقامت بالرجوع لها لكتابة المحتوى النظري الخاص بالدراسة الحالية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث يعتبر أكثر المناهج انسجامًا لأغراض الدراسة، ويعتمد هذا المنهج على دراسة نظرية لبناء الإطار النظري المعرفي من خلال المراجع والمصادر المتنوعة ما بين الكتب والمقالات والأبحاث والأوراق العلمية المحكمة المنشورة في قواعد البيانات الإلكترونية واعتمدت الدراسة في شقها الآخر على الدراسة الميدانية من خلال أسلوب الاستبيان للحصول على البيانات الأولية المطلوبة.

مجتمع الدراسة:

ويعرف المحمودي (2019، ص158) مجتمع الدراسة الإحصائي بأنه الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل جميع الأفراد، وفي هذه الدراسة يتكون المجتمع من المستفيدين من خدمات وزارة التعليم بالمملكة العربية السعودية.

العينة:

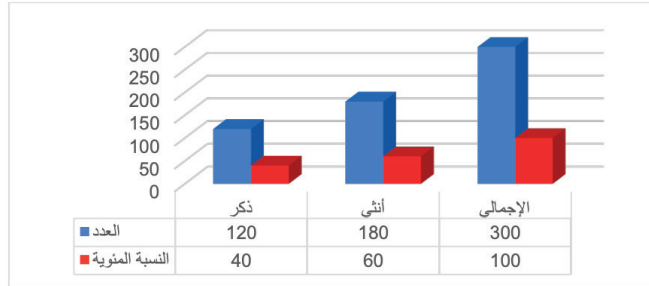
استخدمت الباحثة العينة العشوائية، حيث قامت بتوزيع أداة الدراسة على مجموعات كثيرة تضم مستفيدي خدمات وزارة التعليم، وتم استرداد (300) استبانة صالحة للتحليل، وترى الباحثة أن هذا العدد كافٍ لتحقيق أهداف الدراسة، والجدول التالي توضح توزيع أفراد الدراسة حسب البيانات الشخصية.

1. توزيع عينة الدراسة من مستفيدي خدمات وزارة التعليم وفق متغير الجنس

جدول (1): توزيع عينة الدراسة من مستفيدي خدمات وزارة التعليم وفق متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	120	40.0
أنثى	180	60.0
الإجمالي	300	100%

يتضح من خلال الجدول السابق (1) أن 40% من عينة الدراسة هم من فئة الذكور، ونسبة 60% هم من فئة الإناث، والشكل البياني التالي يلخص ذلك:



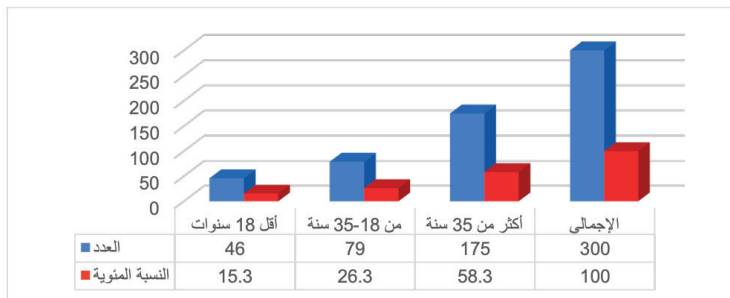
شكل رقم (1): توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير الجنس

2. توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير العمر

جدول (2) توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
أقل 18 سنوات	46	15.3
من 18-35 سنة	79	26.3
أكثر من 35 سنة	175	58.3
الإجمالي	300	100%

يتضح من خلال الجدول السابق (2) أن نسبة 15.3% من عينة الدراسة هم من الفئة العمرية أقل 18 سنوات، بينما نسبة 26.3% هم من الفئة العمرية من 18-35 سنة، ونسبة 58.3% هم من الفئة العمرية أكثر من 35 سنة، والشكل البياني التالي يلخص ذلك:



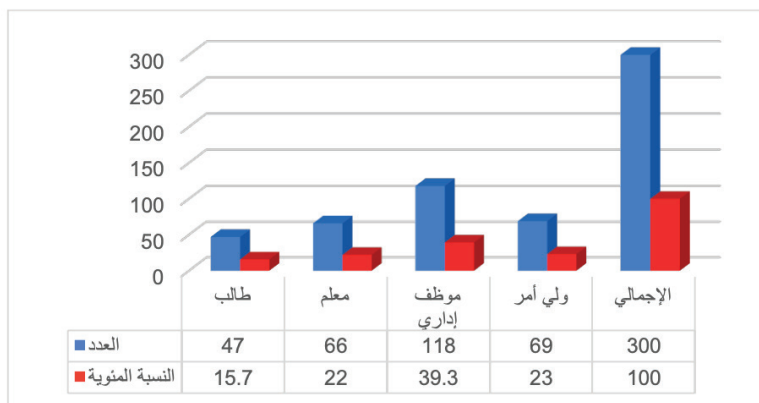
شكل رقم (2): توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير العمر

3. توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير المسمى الوظيفي

جدول (3) توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير المسمى الوظيفي

النسبة المئوية	العدد	المسمى الوظيفي
15.7	47	طالب
22.0	66	معلم
39.3	118	موظف إداري
23.0	69	ولي أمر
100%	300	الإجمالي

يتضح من خلال الجدول السابق (3) أن نسبة 15.7% من عينة الدراسة هم من المسمى الوظيفي طالب، بينما نسبة 22% هم من المسمى الوظيفي معلم، ونسبة 39.3% هم من المسمى الوظيفي موظف إداري، ونسبة 23% هم من المسمى الوظيفي ولي أمر، والشكل البياني التالي يلخص ذلك:



شكل رقم (3): توزيع عينة الدراسة من مستخدمي خدمات وزارة التعليم وفق متغير المسمى الوظيفي

أداة الدراسة:

تعرف الاستبيان بأنها عبارة عن قائمة تحتوي مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمعدة بدقة تسلم إلى المبحوثين (عينة البحث) ليسجلوا فيها إجاباتهم (العريقي، 2013، ص105). وقد استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع البيانات لدراساتها، وقد قامت بتطويرها كأداة لجمع المعلومات في هذه الدراسة، وفقا للخطوات التالية:

1) مراجعة الادب المفاهيمي المتعلق بقياس مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم.

2) مراجعته الأبحاث والدراسات التي درست مدى رضا المستفيدين عن استخدام الجهات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم.

تكونت أداة الدراسة من ثلاثة أقسام: القسم الأول عبارة عن مقدمة تعريفية للدراسة وأداتها، ومحتواها، وضمان سرية وحماية البيانات وتخزينها، وتعليمات الاستخدام. بينما القسم الثاني (البيانات الأولية): وتمثلت في متغيرات حول الجنس، العمر، المسمى الوظيفي، أما القسم الثالث: فيعبر عن متغيرات الدراسة من خلال المحاور والفقرات التي يقيسها، ويتكون هذا القسم من ثلاث محاور، وهما على النحو التالي:

أ- المحور الأول: المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم، ويتكون من (11) فقرة تعبر عنه.

ب- المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين ويتكون من (11) فقرة تعبر عنه.

ج- المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين ويتكون من (11) فقرة تعبر عنه.

تصحيح أداة الدراسة:

استخدمت الباحثة تدرجاً خماسياً وفق مقياس ليكرت (Likert Scale) لتصحيح أداة الدراسة، ومقابل كل فقرة خمس إجابات تحدد مستوى موافقتهم عليها وتعطي الإجابات أوزاناً رقمية، تمثل درجة الإجابة عن الفقرة، ويستفاد منها في التعبير عن مستوى انخفاض أو ارتفاع الموافقة على فقرات الاستبانة وبندوها وفق جدول رقم (4):

جدول (4): تصحيح أداة الدراسة

الاستجابة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

يتضح من الجدول السابق أنه كلما انخفضت الدرجة الممنوحة للإجابة، كلما زادت درجة الرفض أو عدم الموافقة عليها، حيث إن الفقرة التي يتم الموافقة عليها بشدة تأخذ الدرجة (5)، والفقرة التي يتم الموافقة عنها بدرجة موافق تأخذ الدرجة (4)، أما الفقرة التي تكون نتيجة الإجابة عليها محايدة تأخذ الدرجة (3)، وفي حين أن الفقرة التي تكون الإجابة عليها بدرجة غير موافق تأخذ الدرجة (2)، وأخيراً الفقرة التي تتم الإجابة عليها بدرجة غير موافق بشدة تأخذ الدرجة (1).

المقياس المعتمد:

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس $(4-5=1)$ ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي $(0.80=4/5)$ وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (5): المقياس المعتمد

درجة الموافقة	الوزن النسبي المقابل له		طول الخلية (المتوسط الحسابي)	
	إلى	من	إلى	من
قليلة جداً	36%	من 20%	1.80	1
قليلة	52%	أكبر من 36%	2.60	أكبر من 1.80
متوسطة	68%	أكبر من 52%	3.40	أكبر من 2.60
كبيرة	84%	أكبر من 68%	4.20	أكبر من 3.40
كبيرة جداً	100%	أكبر من 84%	5	أكبر من 4.20

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمدت الباحثة على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبانة، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة يعني التأكد من أنها تقيس ما أعدت لقياسه، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

الصدق الظاهري:

بهدف التأكد من مدى صلاحية الاستبانة وملاءمتها لأغراض البحث، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين من الأكاديميين والمختصين، وطلب منهم إبداء الرأي فيما يتعلق بمدى صدق وصلاحية كل فقرة من فقرات الاستبانة ومدى مناسبتها لقياس ما وضعت لقياسيه، وإدخال التعديلات اللازمة سواء بالحذف أو الإضافة أو إعادة الصياغة، وأخرجت الاستبانة في شكلها النهائي.

صدق الاتساق الداخلي:

من خلال الاتساق الداخلي يتم معرفة مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتهي إليه هذه الفقرة، ولحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة تم حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient ، والذي من خلاله سيتم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، وذلك عبر عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة، والجداول التالية توضح صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

- صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم

جدول (6) صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم (ن=30)

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	أشعر بالرضا عن سرعة استجابة الوزارة للاستفسارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.725**	0.000
2	أشعر بالثقة وتحسن تجريبي بفعل توظيف الوزارة لوسائل التواصل الاجتماعي في الرد على استفساراتهم.	.547**	0.002
3	أشعر بالرضا تجاه ردود وزارة التعليم على الاستفسارات الواردة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.651**	0.000
4	أشعر بالرضا تجاه توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في الرد على الاستفسارات لما تختصه من وقت وجهد.	.493**	0.006
5	أشعر بالرضا حول كيفية تعامل وزارة التعليم مع المشكلات والشكاوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.484**	0.007
6	أشعر بالرضا تجاه شفافية الوزارة في تقديم المعلومات والتفاعل مع المستفيدين.	.571**	0.001
7	أستفيد مما تعرضه وزارة التعليم على وسائل التواصل من توضيحات تتعلق بالمتاهج الدراسية والاختبارات والبرامج التعليمية والتوجيه الأكاديمي.	.480**	0.007
8	أشعر بالرضا عن استخدام الوزارة لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على إرشادات وموارد تعليمية ومشاركة أفكار وتجارب في المجال التعليمي.	.515**	0.004
9	أثني على توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في النقاشات والحوارات المتعلقة بقضايا التعليم والتعلم.	.726**	0.000
10	أشعر بالرضا تجاه توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول سياسات التعليم والإصلاحات والمبادرات التعليمية والفرص التعليمية المتاحة.	.571**	0.001

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

يتضح من الجدول السابق (6) أن قيم معامل ارتباط بيرسون لكل فقرة من فقرات الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم مع الدرجة الكلية للمحور؛ موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.484) كحد أدنى إلى (0.727) كحد أعلى، ويشير ذلك لوجود صدق اتساق داخلي في فقرات هذا المحور، ومناسبتها لقياس ما أعدت لقياسه.

- صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين

جدول (7) صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين (ن=30)

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير دعم فني للطلاب فيما يتعلق بقضايا التسجيل، التقديم على الدورات، وحل المشكلات التقنية.	.549**	0.002
2	تستحدث وزارة التعليم استراتيجيات جديدة تتضمن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع المستفيدين.	.514**	0.004
3	يقوم فريق وزارة التعليم بالاستجابة للاستفسارات والمشاكل المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي.	.468**	0.009
4	تطور وزارة التعليم أنظمة جديدة تسمح للمستفيدين بالتواصل مع وزارة التعليم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المساعدة والإرشاد.	.630**	0.000
5	تقوم وزارة التعليم بنشر معلومات وإرشادات مهمة للمستفيدين عبر حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي.	.451*	0.012
6	تتواجد وزارة التعليم بشكل فعال ونشط على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للرد على استفسارات المستفيدين.	.616**	0.000
7	تشجع وزارة التعليم على المشاركة الفعالة عبر تحفيز المستفيدين لمشاركة تجاربهم وآرائهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.517**	0.003
8	توفر وزارة التعليم خدمة تقديم الردود السريعة والمعلومات الشافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.601**	0.000
9	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير دعم شخصي وتوجيه فردي للمستفيدين.	.695**	0.001
10	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي لجمع ملاحظات المستفيدين واقتراحاتهم، مما يساعد في تحسين الخدمات والاستجابة لاحتياجاتهم بشكل أفضل.	.667**	0.000
11	تستخدم وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه المعلومات الرسمية للطلاب وأولياء الأمور، مثل الإعلان عن جداول الدراسة، الإرشادات.	.700**	0.000

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

* دال عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل

يتضح من الجدول السابق (7) أن قيم معامل ارتباط بيرسون لكل فقرة من فقرات المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين مع الدرجة الكلية للمحور؛ موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.451) كحد أدنى إلى (0.700) كحد أعلى، ويشير ذلك لوجود صدق اتساق داخلي في فقرات هذا المحور، ومناسبتها لقياس ما أعدت لقياسه.

- صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين

جدول (8) صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين (ن=30)

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	كثرة الاستفسارات تسبب في تأخر استجابة وزارة التعليم للاستفسارات المرسلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.564**	0.001
2	الحجم الكبير للاستفسارات الواردة للوزارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يُشكل صعوبة لدى الوزارة لإعطاء الوقت الكافي لمتابعة الرد على الاستفسار الواحد.	.556**	0.001
3	حدوث بعض الارتباك أو اللبس في فهم الردود المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	.584**	0.001
4	طبيعة الاتصال غير المباشرة وقيود الحروف والكلمات يسهم في عدم فهم الاستفسارات بشكل صحيح.	.653**	0.000
5	افتقار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى التفاعل الشخصي كالحضور أو التواصل.	.596**	0.001
6	الرد على استفسارات المستخدمين بشكل فوري يتطلب وجود فريق جاهز للعمل على مدار الساعة.	.571**	0.001
7	صعوبة تقديم معلومات دقيقة ومحدثة بشكل فوري خاصة في حالة وجود تحديثات سريعة أو تغييرات في السياسات التعليمية.	.666**	0.000
8	صعوبات في التنسيق بين أقسام وزارة التعليم لتوفير إجابات شاملة وموحدة.	.596**	0.001
9	تواجه الوزارة تحديات في التعامل مع مواضيع تتعلق بالخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.602**	0.000
01	تكون الاستفسارات متنوعة وتغطي مجموعة واسعة من المواضيع، وهو ما يتطلب من الوزارة توفير فرق متخصصة للرد على مختلف أنواع الاستفسارات.	.638**	0.000
11	تواجه الوزارة تحديات تقنية، مثل انقطاع الاتصال أو مشاكل في نظام الرد على الاستفسارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	.526**	0.000

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

يتضح من الجدول السابق (8) أن قيم معامل ارتباط بيرسون لكل فقرة من فقرات المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين مع الدرجة الكلية للمحور؛ موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.556) كحد أدنى إلى (0.666) كحد أعلى، ويشير ذلك لوجود صدق اتساق داخلي في فقرات هذا المحور، ومناسبتها لقياس ما أُعدت لقياسه.

- الصدق البنائي محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لأداة الاستبانة، وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون.

جدول (9): يوضح نتائج الصدق البنائي

المحاور	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (. Sig)
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	.847**	0.000
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	.923**	0.000
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	.940**	0.000

تشير النتائج بالجدول (9) الي تحقق صلاحية الصدق البنائي، وكانت جميع معاملات الارتباط في جميع مرتكزات الاستبانة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، فقد تراوحت قيم الارتباط بين (0.847) كحد أدنى إلى (0.940) كحد أعلى، وبذلك تكون الباحثة قد تحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس، وتعتبر جميع محاور الاستبانة صادقه لما وضعت لقياسه.

ثبات أداة الدراسة:

المقصود بثبات الاستبانة أنها تعطي النتائج نفسها تقريبًا لو تكرر تطبيقها أكثر من مرة على نفس الأشخاص في ظروف مماثلة. وسيتم حساب ثبات الاستبانة وذلك بطريقتين الأولى باستخدام كل من معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، وأوميجا الموزونة والثانية معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان- براون (Spearman-Brown Coefficient).

الثبات بطريقة ألفا كرونباخ وأوميجا الموزونة:

جدول (10) معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ وأوميجا الموزونة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	أوميجا الموزونة
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	11	0.759	0.752
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	11	0.793	0.763
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	11	0.818	0.765
الاستبانة ككل	33	0.918	0.904

يتضح من الجدول السابق (10) أن قيم معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ كانت مرتفعة، وتراوح ما بين (0.759) إلى (0.818)، وهي قيم عالية لألفا كرونباخ. وبلغ معامل ألفا كرونباخ للاستبانة بأكملها (0.918)، وتراوح قيم معاملات أوميجا الموزونة ما بين (0.752) إلى (0.765) وبلغت معامل أوميجا الموزونة للاستبانة بأكملها (0.904)، ويعتبر ذلك مؤشرًا مهمًا على أن الفقرات المستخدمة في الاستبانة تقدم نتائج ثابتة ومستقرة عند إعادة تطبيقها، مما يؤكد موثوقية تحليل البيانات المستخلصة من الدراسة.

الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

جدول (11) معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية

المحور	معامل الارتباط بين النصفين	معامل سبيرمان براون للتجزئة النصفية
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	0.634	0.777
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	0.743	0.853
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	0.421	0.594
الاستبانة ككل	0.809	0.895

يتضح من الجدول السابق (11) أن قيم معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية تراوحت ما بين (0.594) إلى (0.777)، مما يدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات عالٍ ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة. كما تشكل قيمة معامل الثبات الكلي للاستبانة بأكمله (0.895) مما يعتبر مؤشراً هاماً على أن الفقرات المكونة للاستبانة تعطي نتائج مستقرة وثابتة في حال تكرار تطبيقها، مما يجعلنا واثقين من تحليل بيانات الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة بشكل أساسي على استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences-SPSS V. 26) في معالجة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال أداة الدراسة (الاستبانة)، وفيما يلي أهم الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية التي تم استخدامها في معالجة بيانات هذه الدراسة:

1. الوسط الحسابي (Mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات المشاركين على الفقرات والمحاور الرئيسية للاستبانة.

2. الانحراف المعياري (Standard Deviation): للتعرف على مدى انحراف استجابات المشاركين لكل فقرة من الفقرات عن وسطها الحسابي، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها.

3. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): للتحقق من صدق الاتساق الداخلي.

4. معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وأوميغا الموزونة ومعامل التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient): للتحقق من ثبات أداة الدراسة.

5. اختبار «تحليل التباين الأحادي» (One Way ANOVA): لاختبار الفروق في وجهات نظر من المستخدمين من خدمات وزارة التعليم تعزى لمتغيرات (العمر، المسمى الوظيفي).
6. اختبار «ت» (Independent-Samples T Test): لاختبار الفروق في وجهات نظر من المستخدمين من خدمات وزارة التعليم تعزى لمتغيرات (الجنس).
7. اختبار «ت» لعينة واحدة (One Sample T-test) لاختبار متوسطات الإجابات لمحاوّر الاستبانة حول القيمة (3) التي تعبر عن الدرجة المتوسطة.

عرض النتائج:

الإجابة عن السؤال الأول: ما مدى رضا المستخدمين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم؟

للإجابة عن هذا التساؤل؛ قامت الباحثة بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي واختبار «ت» (One Sample T test) ومستوى الموافقة والترتيب لكل فقرة من فقرات محور رضا المستخدمين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم» والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (12): نتائج تحليل فقرات المحور الأول «رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم»

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار "ت"	الاحتمالية (.Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	أشعر بالرضا عن سرعة استجابة الوزارة للاستفسارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.873	0.898	77.47%	16.842	.000	8	كبيرة
2	أشعر بالثقة وتحسن تجربتي بفعل توظيف الوزارة لوسائل التواصل الاجتماعي في الرد على استفساراتهم.	3.923	0.887	78.47%	18.030	.000	5	كبيرة
3	أشعر بالرضا تجاه ردود وزارة التعليم على الاستفسارات الواردة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.767	0.957	75.333%	13.880	.000	11	كبيرة
4	أشعر بالرضا تجاه توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في الرد على الاستفسارات لما تختصره من وقت وجهد.	3.983	0.927	79.67%	18.374	.000	3	كبيرة
5	أشعر بالرضا حول كيفية تعامل وزارة التعليم مع المشكلات والشكاوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.853	0.991	77.07%	14.917	.000	10	كبيرة
6	أشعر بالرضا تجاه شفافية الوزارة في تقديم المعلومات والتفاعل مع المستفيدين.	3.863	0.949	77.27%	15.754	.000	9	كبيرة
7	أستفيد مما تعرضه وزارة التعليم على وسائل التواصل من توضيحات تتعلق بالمناهج الدراسية والاختبارات والبرامج التعليمية والتوجيه الأكاديمي.	4.003	0.879	80.07%	19.771	.000	2	كبيرة
8	أشعر بالرضا عن استخدام الوزارة لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على إرشادات وموارد تعليمية ومشاركة أفكار وتجارب في المجال التعليمي.	3.903	1.035	78.07%	15.119	.000	6	كبيرة
9	أثني على توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في النقاشات والحوارات المتعلقة بقضايا التعليم والتعلم.	3.897	0.998	77.93%	15.562	.000	7	كبيرة
10	أشعر بالرضا تجاه توظيف وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول سياسات التعليم والإصلاحات والمبادرات التعليمية والفرص التعليمية المتاحة.	3.947	1.020	78.93%	16.074	.000	4	كبيرة
11	أشعر بالرضا من سهولة وصول المعلومات التي ترغب الوزارة تميمها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	4.007	0.903	80.13%	19.302	.000	1	كبيرة
الدرجة الكلية للمحور الأول		3.911	0.736	78.22%	21.437	.000	كبيرة	

يتضح من جدول (12) أعلاه أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم « ككل قد بلغ (3.911 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.736) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (78.22%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (21.437) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

ويتضح من الجدول -أيضاً- أن جميع فقرات المحور « مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم »، والبالغ عددها (11) فقرات، حصلت على متوسطات حسابية كانت متقاربة تقابلها أوزان نسبية تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي (كبيرة)، حيث تراوحت متوسطاتها ما بين (3.767) كأدنى قيمة، و(4.007) كأعلى قيمة، يقابلها أوزان نسبية ما بين (75.333%) كأدنى نسبة، و(80.13%) كأعلى نسبة، وبالنظر إلى أبرز تلك الفقرات:

فقد جاءت الفقرة (11) التي تنص على « أشعر بالرضا من سهولة وصول المعلومات التي ترغب الوزارة تعميمها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي « بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي يساوي (4.007 من الدرجة الكلية وهي 5) وبانحراف معياري بلغ (0.903) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (80.13%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (19.302) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

وجاءت الفقرة (3) التي تنص على « أشعر بالرضا تجاه ردود وزارة التعليم على الاستفسارات الواردة عبر وسائل التواصل الاجتماعي « جاءت بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي يساوي (2.27 من الدرجة الكلية وهي 5) وبانحراف معياري بلغ (0.957) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (75.33%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (13.880) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

الإجابة عن السؤال الثاني: ما مدى استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين؟

للإجابة عن هذا التساؤل؛ قامت الباحثة بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي واختبار «(ت)» (One Sample T test) ومستوى الموافقة والترتيب لكل فقرة من فقرات محور رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم» والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (13): نتائج تحليل فقرات المحور الثاني «واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين»

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار "ت"	الاحتمالية (.Sig.)	الترتيب	درجة الموافقة
1	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير دعم فني للطلاب فيما يتعلق بفضايا التسجيل، التقديم على الدورات، وحل المشكلات التقنية.	3.953	0.887	79.07%	18.612	.000	2	كبيرة
2	تستحدث وزارة التعليم استراتيجيات جديدة تتضمن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع المستفيدين.	3.917	0.966	78.33%	16.439	.000	4	كبيرة
3	يقوم فريق وزارة التعليم بالاستجابة للاستفسارات والمشاكل المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي.	3.897	1.057	77.93%	14.699	.000	6	كبيرة
4	تطور وزارة التعليم أنظمة جديدة تسمح للمستفيدين بالتواصل مع وزارة التعليم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المساعدة والإرشاد.	3.923	0.990	78.47%	16.149	.000	3	كبيرة
5	تقوم وزارة التعليم بنشر معلومات وإرشادات مهمة للمستفيدين عبر حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي.	3.987	0.838	79.73%	20.394	.000	1	كبيرة
6	تتواجد وزارة التعليم بشكل فعال ونشط على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للرد على استفسارات المستفيدين.	3.820	0.904	76.40%	15.713	.000	9	كبيرة
7	تشجع وزارة التعليم على المشاركة الفعالة عبر تحفيز المستفيدين لمشاركة تجاربهم وآرائهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.833	0.935	76.67%	15.429	.000	7	كبيرة
8	توفر وزارة التعليم خدمة تقديم الردود السريعة والمعلومات الشافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.823	0.957	76.47%	14.907	.000	8	كبيرة
9	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير دعم شخصي وتوجيه فردي للمستفيدين.	3.767	0.917	75.33%	14.474	.000	11	كبيرة
10	توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي لجمع ملاحظات المستفيدين واقتراحاتهم، مما يساعد في تحسين الخدمات والاستجابة لاحتياجاتهم بشكل أفضل.	3.817	0.905	76.33%	15.629	.000	10	كبيرة
11	تستخدم وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه المعلومات الرسمية للطلاب وأولياء الأمور، مثل الإعلان عن جداول الدراسة، الإرشادات.	3.913	0.895	78.27%	17.666	.000	5	كبيرة
الدرجة الكلية للمحور الثاني		3.877	0.701	77.55%	21.675	.000	كبيرة	

يتضح من جدول (13) أعلاه أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين « ككل قد بلغ (3.877 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.701) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (77.55%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (21.675) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

ويتضح من الجدول -أيضاً- أن جميع فقرات المحور « واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين »، والبالغ عددها (11) فقرات، حصلت على متوسطات حسابية كانت متقاربة تقابلها أوزان نسبية تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي (كبيرة)، حيث تراوحت متوسطاتها ما بين (3.767) كأدنى قيمة، و(3.987) كأعلى قيمة، يقابلها أوزان نسبية ما بين (75.33%) كأدنى نسبة، و(79.73%) كأعلى نسبة، وبالنظر إلى أبرز تلك الفقرات:

فقد جاءت الفقرة (5) التي تنص على « تقوم وزارة التعليم بنشر معلومات وإرشادات مهمة للمستفيدين عبر حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي « بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي يساوي (3.987) من الدرجة الكلية وهي (5) وبانحراف معياري بلغ (0.838) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (79.73%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (20.394) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

وجاءت الفقرة (9) التي تنص على « توظف وزارة التعليم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير دعم شخصي وتوجيه فردي للمستفيدين « جاءت بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي يساوي (3.767) من الدرجة الكلية وهي (5) وبانحراف معياري بلغ (0.917) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (75.33%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (14.474) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

الإجابة عن السؤال الثالث: ما الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا التساؤل؛ قامت الباحثة بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي واختبار «ت» (One Sample T test) ومستوى الموافقة والترتيب لكل فقرة من فقرات محور رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم» والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (14): نتائج تحليل فقرات المحور الثالث « الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي »

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار "ت"	الاحتمالية (. Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	كثرة الاستفسارات تتسبب في تأخر استجابة وزارة التعليم للاستفسارات المرسلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.750	0.915	75.00%	19.302	000.	9	كبيرة
2	الحجم الكبير للاستفسارات الواردة للوزارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يُشكل صعوبة لدى الوزارة لإعطاء الوقت الكافي لمتابعة الرد على الاستفسار الواحد.	3.793	0.894	75.87%	15.363	000.	8	كبيرة
3	حدوث بعض الارتباك أو اللبس في فهم الردود المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	3.713	0.913	74.27%	13.530	000.	11	كبيرة
4	طبيعة الاتصال غير المباشرة وقيود الحروف والكلمات يسهم في عدم فهم الاستفسارات بشكل صحيح.	3.850	0.827	77.00%	17.813	000.	3	كبيرة
5	افتقار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى التفاعل الشخصي كالحضور أو التواصل.	3.817	0.836	76.33%	16.922	000.	6	كبيرة
6	الرد على استفسارات المستخدمين بشكل فوري يتطلب وجود فريق جاهز للعمل على مدار الساعة.	4.097	0.754	81.93%	25.176	000.	1	كبيرة
7	صعوبة تقديم معلومات دقيقة ومحدثة بشكل فوري خاصة في حالة وجود تحديثات سريعة أو تغييرات في السياسات التعليمية.	3.837	0.848	76.73%	17.090	000.	5	كبيرة
8	صعوبات في التنسيق بين أقسام وزارة التعليم لتوفير إجابات شاملة وموحدة.	3.810	0.889	76.20%	15.786	000.	7	كبيرة
9	تواجه الوزارة تحديات في التعامل مع مواضيع تتعلق بالخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.740	0.888	74.80%	14.435	000.	10	كبيرة
10	تكون الاستفسارات متنوعة وتغطي مجموعة واسعة من المواضيع، وهو ما يتطلب من الوزارة توفير فرق متخصصة للرد على مختلف أنواع الاستفسارات.	3.960	0.809	79.20%	20.562	000.	2	كبيرة
11	تواجه الوزارة تحديات تقنية، مثل انقطاع الاتصال أو مشاكل في نظام الرد على الاستفسارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.843	0.998	76.87%	14.640	000.	4	كبيرة
الدرجة الكلية للمحور الثالث		3.837	0.628	76.75%	23.096	000.		كبيرة

يتضح من جدول (14) أعلاه أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي « ككل قد بلغ (3.837 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.628) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (76.75%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (23.096) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

ويتضح من الجدول -أيضاً- أن جميع فقرات المحور «الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي»، والبالغ عددها (11) فقرات، حصلت على متوسطات حسابية كانت متقاربة تقابلها أوزان نسبية تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي (كبيرة)، حيث تراوحت متوسطاتها ما بين (3.713) كأدنى قيمة، و(4.097) كأعلى قيمة، يقابلها أوزان نسبية ما بين (74.27%) كأدنى نسبة، و(81.93%) كأعلى نسبة، وبالنظر إلى أبرز تلك الفقرات:

فقد جاءت الفقرة (6) التي تنص على «الرد على استفسارات المستخدمين بشكل فوري يتطلب وجود فريق جاهز للعمل على مدار الساعة» بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي يساوي (4.097 من الدرجة الكلية وهي 5) وبانحراف معياري بلغ (0.754) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (81.93%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (25.176) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

وجاءت الفقرة (3) التي تنص على «حدوث بعض الارتباك أو اللبس في فهم الردود المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي» جاءت بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي يساوي (3.713 من الدرجة الكلية وهي 5) وبانحراف معياري بلغ (0.913) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، ووزن نسبي (74.27%) وهي بدرجة موافقة كبيرة، وقيمة اختبار (ت) بلغت (13.530) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا الفقرة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه الفقرة.

الإجابة عن التساؤل الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المسمى الوظيفي)؟

للإجابة عن هذا التساؤل؛ قامت الباحثة باستخدام اختبار «ت» لعينتين مستقلتين لاختبار الفروق (Independent Samples T-Test) لاختبار الفروق بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير (الجنس)، بينما تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق التي تعزي للمتغيرات (العمر، المسمى الوظيفي)، والتي تتكون من أكثر من مجموعتين، والجدول التالية توضح ذلك.

ومن أجل تحديد الفروق تبعاً لمتغير الجنس، تم استخدام اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين ونتائج الجدول (15) تبين ذلك:

جدول رقم (15): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير الجنس

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (ت)	قيمة Sig.	مستوى الدلالة
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	ذكر	120	3.891	0.741	-0.384	0.701	غير دالة
	أنثى	180	3.924	0.734			
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	ذكر	120	3.888	0.701	0.214	0.831	غير دالة
	أنثى	180	3.870	0.703			
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	ذكر	120	3.844	0.629	0.150	0.881	غير دالة
	أنثى	180	3.833	0.629			
الدرجة الكلية	أنثى	120	3.874	0.598	-0.022	0.983	غير دالة
	ذكر	180	3.876	0.590			

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2024م.

يتضح من الجدول السابق (15) أنه باستخدام اختبار «ت» (Independent Samples T-Test) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين حول درجة رضاهم من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة اختبار (ت) -0.022 ومستوى الدلالة (0.983) وهو أكبر من 0.05، مما قد يعني أن درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم مهمة لكلا الجنسين على حد سواء.

ومن أجل تحديد الفروق تبعاً لمتغير العمر، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) ونتائج الجدول (16) تبين ذلك:

جدول (16): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر

مقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	قيمة "Sig."	مستوي الدلالة
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	بين المجموعات	2.677	2	1.338	2.495	0.084	غير دالة
	داخل المجموعات	159.289	297	0.536			
	المجموع	161.966	299				
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	بين المجموعات	2.770	2	1.385	2.853	0.059	غير دالة
	داخل المجموعات	144.175	297	0.485			
	المجموع	146.944	299				
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة تعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	بين المجموعات	1.717	2	0.858	2.194	0.113	غير دالة
	داخل المجموعات	116.166	297	0.391			
	المجموع	117.882	299				
الدرجة الكلية	بين المجموعات	2.174	2	1.087	2.144	0.145	غير دالة
	داخل المجموعات	102.709	297	0.346			
	المجموع	104.883	299				

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2024م.

وقد تبين من الجدول السابق أنه باستخدام اختبار «التباين الأحادي» لمقارنة ثلاث متوسطات أو أكثر من البيانات تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة اختبار (ف=2.144) ومستوى الدلالة (0.145) وهو أكبر من 0.05، مما قد يعني أن درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم مهمة لكل الفئات العمرية على حد سواء.

ومن أجل تحديد الفروق تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) ونتائج الجدول (18) تبين ذلك:

جدول (18): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير المسمى الوظيفي

مقياس	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	قيمة "Sig."	مستوي الدلالة
المحور الأول: مدى رضا المستفيدين عن استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	بين المجموعات	6.589	3	2.196	4.184	0.006	غير دالة
	داخل المجموعات	155.377	296	0.525			
	المجموع	161.966	299				
المحور الثاني: واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين	بين المجموعات	6.814	3	2.271	4.798	0.003	غير دالة
	داخل المجموعات	140.130	296	0.473			
	المجموع	146.944	299				
المحور الثالث: الصعوبات التي تواجه وزارة التعليم في الرد على الاستفسارات من وجهة نظر المستفيدين	بين المجموعات	2.293	3	0.764	1.957	0.121	غير دالة
	داخل المجموعات	115.590	296	0.391			
	المجموع	117.882	299				
الدرجة الكلية	بين المجموعات	4.712	3	1.571	4.641	0.003	غير دالة
	داخل المجموعات	100.171	296	0.338			
	المجموع	104.883	299				

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2024م.

وقد تبين من الجدول السابق أنه باستخدام اختبار «التباين الأحادي» لمقارنة ثلاث متوسطات أو أكثر من البيانات تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير المسمى الوظيفي، حيث بلغت قيمة اختبار (ف=4.641) ومستوى الدلالة (0.003) وهو أقل من 0.05.

ولإيجاد الفروقات بين المجموعات حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير المسمى الوظيفي تم استخدام اختبار (LSD) كما مبين في الجدول التالي:

جدول (19) الفروقات بين المجموعات حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير المسمى الوظيفي

مقياس	المسمى الوظيفي	طالب	معلم	موظف إداري	ولي أمر
رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم	طالب				
	معلم			*-24726.	
	موظف إداري		*24726.		*29412.
	ولي أمر			*-29412.	

يتضح من الجدول (19) الآتي:

- وجود فروق جوهرية دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير المسمى الوظيفي بين فئة (معلم)، وفئة (موظف إداري) لصالح فئة (موظف إداري).

- وجود فروق جوهرية دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير المسمى الوظيفي بين فئة (ولي أمر)، وفئة (موظف إداري) لصالح فئة (موظف إداري).

مناقشة النتائج :

مناقشة نتائج السؤال الأول: ما مدى رضا المستخدمين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم؟

يتضح من نتائج الإجابة على السؤال الأول أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة رضا المستخدمين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم « ككل قد بلغ (3.911 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.736) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (78.22%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (21.437) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

وقد يرجع السبب في نتيجة هذا المحور إلى ما توفره منصات التواصل الاجتماعي من سهولة الوصول إلى وزارة التعليم، مما يوفر للمستخدمين طريقة ميسرة لطرح أسئلتهم والحصول على الردود دون الحاجة إلى زيارة مكاتب الوزارة أو الاتصال هاتفياً، وقد يرجع السبب إلى تميز منصات التواصل الاجتماعي بكونها سريعة في تبادل المعلومات، مما يسمح للمستخدمين بالحصول على ردود سريعة على استفساراتهم، وهو أمر يُقدّره المستخدمون بشكل كبير، وقد توفر منصات التواصل الاجتماعي فرصة للتواصل المباشر بين المستخدمين ووزارة التعليم، مما يخلق شعوراً بالانفتاح والشفافية، ويزيد من ثقة المستخدمين بالوزارة، وكذلك قد يعود السبب في ذلك إلى رغبة المستخدمين من القيام بمختلف معاملاتهم باستخدام التكنولوجيا الرقمية دون الحاجة لتكبد التعب والعناء للحصول على خدمة ما.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أحمد (2017) والتي أشارت إلى رضا المستخدمين من الخدمات العامة التي تقدمها المنشآت / المؤسسات الحكومية بالتطبيق على بعض المنشآت / المؤسسات الحكومية. كما تتفق مع دراسة العتيبي وآخرون (2018) والتي أشارت إلى رضا المستخدمين من تقديم الخدمات عبر تحليل التغريدات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فيما اختلفت مع دراسة المستريحي (2020) والتي أشارت إلى أن رضا المستخدمين على المحك بفعل أن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لا زال متواضعاً ومشتملاً. كما تتفق مع نتائج دراسة ماسيزانا وسالوبي (Masizana & Salubi, 2022) والتي أشارت إلى أن منصات التواصل الإعلامي ضرورية لتشجيع المزيد من التفاعل مع المستخدمين.

مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما مدى استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين؟

يتضح من نتائج الإجابة على السؤال الثاني أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين « ككل » قد بلغ (3.877 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.701). يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (77.55%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (21.675) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

وقد يرجع السبب في نتيجة هذا المحور إلى أنه يمكن لوزارة التعليم من خلال منصات التواصل الاجتماعي تقديم محتوى متنوع يشمل إعلانات التحديثات والفعاليات، ونشر مواد تعليمية وتثقيفية، والإجابة على الأسئلة الشائعة، مما يُثري تجربة المستفيدين ويُلبّي احتياجاتهم المتنوعة، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن التكنولوجيا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي تتيح الحصول على المحتوى بأشكال متنوعة وبما يشجع المستفيدين للتعرف على الخدمات وبالتالي تحقيق الاستفادة المثلى من المحتوى المعروض، وقد يرجع السبب أيضاً إلى مواكبة التطورات والتغيرات، إذ تعد وسائل التواصل الاجتماعي أدوات حديثة تُواكب التطورات والتغيرات في عالم التواصل، واستخدامها من قبل وزارة التعليم يُظهر حرصها على مواكبة العصر والتفاعل مع الجمهور المستهدف بطرق حديثة ومبتكرة، وقد يرجع السبب أيضاً إلى إدراك القائمين على الوزارة بإسهام منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الشفافية والمشاركة بين وزارة التعليم والمستفيدين، حيث تُتيح للمستفيدين فرصة التعبير عن آرائهم وملاحظاتهم، كما تُتيح للوزارة مشاركة المعلومات والتفاعل مع المستفيدين بشكل مباشر، وأن توظيف هذه المنصات يساهم بشكل فعال في تحسين صورة الوزارة وتعزيز ثقة الجمهور بها، حيث يُظهر ذلك حرص الوزارة على التواصل مع المستفيدين وتلبية احتياجاتهم. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة شملوي (2021) والتي أشارت إلى أن الجامعة لا تعتمد خطة اتصال استراتيجي واضحة ومدرسة، باستثناء الخطط السنوية الخاصة بنشاطات الإدارة العامة للعلاقات الدولية والعامة.

مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي؟

يتضح من نتائج الإجابة على السؤال الثالث أن المتوسط الحسابي لدرجات موافقة الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي « ككل قد بلغ (3.837 من 5) وبانحراف معياري بلغ (0.628) يدل على انخفاض تشتت استجابات عينة الدراسة، وأن النسبة المئوية للمتوسط الحسابي يساوي (76.75%) وهي تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي، وهي الفئة التي تشير إلى درجة موافقة كبيرة على فقرات هذا المحور، وقيمة اختبار (ت) بلغت (23.096) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المحور دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه المحور.

ويمكن تفسير نتيجة هذا المحور إلى أن الاتصال غير المباشر قد يؤدي إلى صعوبة فهم بعض التفاصيل أو وجود سوء فهم بين المستفيد والموظف المجيب على الاستفسار، وقد لا يتمكن المستفيد من شرح الاستفسار بشكل كافٍ خاصةً إذا ما كان هناك قيود على الحروف، والذي يحد من قدرة المستفيد على شرح استفساره بشكل مفصل، وقد يرجع السبب أيضاً إلى أنه قد لا تتمكن الوزارة من توفير فريق عمل كافٍ للرد على جميع الاستفسارات في الوقت الفوري، مما قد يؤدي إلى تأخير في الحصول على الردود، خاصةً في ظل تلقي الوزارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كمية كبيرة من الاستفسارات المتنوعة، مما قد يؤدي إلى صعوبة في فرزها وتنظيمها وتحديد الأولويات، وكذلك قد يعود السبب في ذلك إلى أن لكل مستفيد أسلوبه في عرض استفساراته قد لا تفي بها التكنولوجيا الحديثة أو ما يتوفر من خدمات رقمية، وبالتالي يجد المستفيد صعوبة في التعبير عن طبيعة وماهية الاستفسارات الخاصة به، وقد تتطلب بعض الاستفسارات بحثاً معمقاً أو استشارة خبراء، مما قد يؤدي إلى تأخير في الحصول على الردود. وتتفق نتيجة هذا المحور مع نتائج دراسة ماسيزانا وسالوبي (Masizana & Salubi, 2022) والتي أشارت إلى صعوبات تتعلق بالتوجيه لأمناء المكتبات في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد في التعامل مع قضايا حق المؤلف. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة شملأوي (2021) والتي أشارت إلى انخفاض في المنشورات الإرشادية التوعوية، وتلك التي تحتوي على معلومات وأرقام وبيانات تهم الجمهور، وأنه يوجد نقص في تنوع المواد الإعلامية من حيث الشكل، وأن الوزارة تستخدم اللغة العربية بشكل كبير مقارنة باللغة الإنجليزية.

مناقشة نتائج السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية لاستجابات عينة الدراسة في مدى رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تبعاً للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المسمى الوظيفي) ؟

يتضح من نتائج الإجابة على السؤال الرابع أنه باستخدام اختبار «ت» (Independent Samples T-Test) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين حول درجة رضاهم من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة اختبار (ت) -0.022 ومستوى الدلالة (0.983) وهو أكبر من 0.05، مما قد يعني أن درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم مهمة لكلا الجنسين على حد سواء.

ويمكن تفسير رضا كلا الجنسين (الذكور والإناث) بشكل متوازن عن استخدام هذه الوسيلة للتواصل مع الوزارة إلى أن المنصات تتيح سهولة الوصول إلى وزارة التعليم إلى الجميع بشكل متوازن، حيث تعد هذه المنصات ملائمة للاستخدام من قبل النوعين كونها من أكثر الوسائل انتشاراً واستخداماً في العالم، ويتقن استخدامها الأفراد بغض النظر عن جنسهم، حيث يكون لدى الأفراد بغض النظر عن الجنس، خبرة سابقة في التواصل مع المؤسسات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما قد يُسهّل عليهم استخدام هذه الطريقة للتواصل مع وزارة التعليم، وقد يعود السبب في ذلك إلى المحتوى الرقمي يعرض نفسه لكلا الجنسين فليس هناك اختلاف في طبيعة المحتوى الذي يستفيد منه كلا الجنسين، وبالتالي فهذا يعكس مدى رضا كلا الجنسين عن استخدام التقنيات الرقمية من قبل وزارة التعليم وعلى وجه التخصيص شبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر:

بينت نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر.

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى ملائمة وسائل التواصل الاجتماعي للاستخدام من مختلف الفئات العمرية بما في ذلك الأطفال والشباب والبالغين وكبار السن بشكل عام، حيث تعد مألوفة وسهلة الاستخدام بما يكفل تجربة مشابهة لجميع الأعمار، مما يقلل من

أي تأثير قد يكون للفروق العمرية. وقد تقدم الوزارة خدمات متماثلة لجميع الفئات العمرية دون تمييز، مما يجعل تجربة الاستخدام ودرجة الرضا متجانسة بين الفئات العمرية المختلفة، وقد تكون الوزارة قادرة على توجيه الخدمة بطريقة تضمن تلبية احتياجات وتوقعات جميع الفئات العمرية، مما يقلل من الفجوة بينهم، وقد يعود السبب في ذلك إلى وزارة التعليم تخدم فئات عمرية مختلفة بالتالي يتم أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار من قبل القائمين على تصميم مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة التعليم لتكون قريبة من كافة الفئات العمرية باختلافها وتنوعها.

مناقشة نتائج تحديد الفروق تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA):

بينت نتائج تحديد الفروق تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) ما يلي:

- وجود فروق جوهرية دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير المسمى الوظيفي بين فئة (معلم)، وفئة (موظف إداري) لصالح فئة (موظف إداري).

- وجود فروق جوهرية دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم التي تعزي لمتغير المسمى الوظيفي بين فئة (ولي أمر)، وفئة (موظف إداري) لصالح فئة (موظف إداري).

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى أنه قد يكون للموظفين الإداريين تفاعل أكبر مع نظام التواصل الاجتماعي في العمل بالمقارنة مع المعلمين وأولياء الأمور، قد يكون لديهم وصول أسهل أو مشاركة أكبر في إدارة الحسابات أو الرد على الاستفسارات، مما يجعلهم يشعرون برضا أكبر، قد يكون لدى الموظفين الإداريين دور أكبر في التواصل والتنسيق بين الأقسام داخل الوزارة، مما يجعلهم يشعرون بمستوى أعلى من الرضا عن قدرة الوزارة على التواصل والتفاعل مع المستفيدين، قد يكون لدى الموظفين الإداريين وقت أكثر للتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالمعلمين الذين قد يكونون مشغولين بالتدريس والتخطيط الدراسي، ولأولياء الأمور الذين قد يكونون مشغولين بالعمل والمسؤوليات الأسرية، وقد يعود ذلك إلى أنه يتم الأخذ بعين الاعتبار أن رواد مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة التعليم يكونوا من مختلف الفئات منهم المعلمين والطلاب والآباء وذوي الاختصاص والاهتمام بهذا الشأن فيكون مستوى رضاهم عن طبيعة المحتوى والاستفادة منه متجانسة..

ملخص النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- جاء المتوسط الحسابي لدرجات موافقة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم « ككل قد بلغ (3.911 من 5) ونسبة مئوية (78.22%) وبدرجة موافقة كبيرة.

- جاء المتوسط الحسابي لدرجات موافقة واقع استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفسارات المستفيدين « ككل قد بلغ (3.877 من 5) ونسبة مئوية (77.55%) وبدرجة موافقة كبيرة.

- جاء المتوسط الحسابي لدرجات موافقة الصعوبات التي تواجه استفسارات المستفيدين من وزارة التعليم عبر استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي « ككل قد بلغ (3.837 من 5) ونسبة مئوية (77.55%) وبدرجة موافقة كبيرة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير الجنس.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير العمر.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وجهات نظر المستفيدين من استخدام وزارة التعليم حول درجة رضا المستفيدين من استخدام وزارة التعليم لوسائل التواصل الاجتماعي للرد على استفساراتهم تعزي لمتغير المسمى الوظيفي لصالح فئة (موظف إداري).

التوصيات:

في ضوء النتائج توصي الدراسة بما يلي:

1. توسيع نطاق استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتشمل منصات جديدة ومتنوعة، مثل انستقرام، سناب شات، وغيرها، لضمان الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المستخدمين.
2. توفير طاقم عمل مُؤهل ومدرب على الرد على استفسارات المستخدمين بشكل سريع وفعال عبر منصات التواصل الاجتماعي.
3. تقديم محتوى مُتنوع ومُفيد يلبي احتياجات المستخدمين، مثل إعلانات التحديثات والفعاليات، ونشر مواد تعليمية وثقافية، والإجابة على الأسئلة الشائعة.
4. تطوير نظام لإدارة علاقات العملاء (CRM) لتنظيم الاستفسارات وتحديد الأولويات ومتابعة سير عملية الرد.
5. إشراك المستخدمين في التفاعل والمشاركة من خلال تنظيم مسابقات واستطلاعات رأي وفعاليات تفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي.
6. التأكد من استقرار البنية التحتية التقنية لمنصات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل وزارة التعليم، ومعالجة أي مشكلات تقنية بشكل سريع وفعال.
7. إجراء التعديلات اللازمة على استراتيجية الوزارة في مجال التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مستمر.

المراجع:

- About, Khalid Saleh. (2012). Measuring customer satisfaction with the quality of Islamic banking services (a field study on Syrian International Islamic Bank). **Damascus University Journal of Economic and Legal Sciences** 28(2), pp. 551-572.
- Al-Araqi, Mansour Mohammed. (2013) **Research Methods**. T4. University of Science and Technology University Book, Sana'a.
- Al-Haidari, Ibrahim Suleiman. (2014). The concept of beneficiary satisfaction: A managerial view. **Paper presented at the Twelfth Annual Meeting of Charitable Organizations in the Eastern Province**, Al-Khobar, Saudi Arabia.
- Al-Haidari, Ibrahim Suleiman. (2022). A managerial vision of the concept of beneficiary satisfaction. Sharqiya: Publishing House: **The Annual Meeting of Charitable Organizations in the Eastern Province**.
- Al-Hussein, Asad bin Nasser. (2016). The impact of social media on the behaviors and values of youth from the perspective of Islamic education. **Journal of the Faculty of Education**, Al-Azhar University, 3(169), pp. 325-359.
- Al-Kanani, Mohsen Jamal. (2018). **Satellite sex channels invade our value system**. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Alkraiji, A. (2017). Citizen Satisfaction with Mandatory eGovernment Services: A Conceptual Framework and an Empirical Validation. **IEEE Access** (20), 1-9.
- Al-Mahmoudi, Mohammed Sarhan Ali. (2019). **Methods of Scientific Research**, 3rd edition, Sana'a: Dar al-Kutub: Republic of Yemen.
- Al-Otaibi, S.T., Alnassar, A., Alshahrani, A., Al-Mubarak, A., Albugami, S., Almutiri, N., & Albugami, A. (2018). Customer Satisfaction Measurement using Sentiment Analysis. **International Journal of Advanced Computer Science and Applications**, 9(2), 106-117.
- Al-Sahar, R., Klumpenhouwer, W., Shalaby, A., & El-Diraby, T. (2023). Using Twitter to Gauge Customer Satisfaction Response to a Major Transit Service Change in Calgary, Canada. **Transportation Research Record**, 0(0). <https://doi.org/10.1177/03611981231179167>
- Al-Salami, Laila Bandar. (2022). The impact of service quality on the satisfaction levels of beneficiaries of charitable organizations. **The Arab Journal for Scientific Publishing**, II(XLI), pp. 588-622.
- Al-Souni, Abdul Rahim. (2015). **Practical and applied areas of communication science: The science of communication and its role in the approximation of Shari'ah sciences**. Morocco: Al-Raid: An electronic scientific platform. Retrieved from :https://www.arrabitacademy.ma/wp-content/uploads/2016/12/A.Ssounni_P02_Un01_1.pdf
- Cannon, Jamal. (2017). The role of social media networks in supporting and promoting the performance of civil society organizations in Algeria: A field study of a sample of associations in Ouargla (**Unpublished master's thesis**), Faculty of Social Sciences, University of Algiers.
- Hosseini, M. (2016). Use of Social Media to Measure Customer Satisfaction in Public Transit Services (**Unpublished Master Thesis**), Civil Engineering, University of Toronto.

- https://www.arrabitaacademy.ma/wp-content/uploads/2016/12/A.Ssounni_P02_Un01_1.pdf
- Hussein, Maryam Khalis. (2013). E-government. Journal of the Baghdad College of Economic Sciences. **Special Issue of the College Conference**, University of Baghdad.
- Kent, M. L., Taylor, M., & White, W. J. (2003). The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders. **Public relations review**, 29(1), 63-77.
- Kent, M.L. Taylor, M. (1998). Building dialogue relationships through the World Wide Web. **Public relation reviews**, 24(3), 321-334.
- Kent, M.L. Taylor, M. (2002). Toward a dialogue theory of public relations. **Public relation reviews**, 28(1), 21-17.
- Lardizabal, C., Mapa, A., Taguinod, G., Vigonte, F. and Abante, M. (2023). **Analyzing Client Satisfaction with Government Office Services: A Study of Demographic Data and Empirical Findings – IMRAD**, 1-17. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4616372> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4616372>
- Masizana, F. & Salubi, O.G. (2022), Use of social media as a marketing and information provision tool by the City of Cape Town Libraries. **South African Journal of Information Management**, 24(1), a1513. <https://doi.org/10.4102/sajim.v24i1.1513>
- Mistrihi, Ali Mohammed. (2020). The quality of information circulating in social media and the responsiveness of government decision makers in Jordan. Arab American University Journal of Research, 6(2), 18-53.
- Radi, Bahgat, and Al-Arabi, Hisham. (2016). **Total Quality Management TOM Concept, Philosophy and Applications**. Links for publishing and information technology.
- Rashwan, Abdulrahman Mohamed. (2017). The impact of e-government utilization on improving the quality of electronically published financial reports: An applied study on the Palestinian Ministry of Communications and Information Technology. **Sharjah University Journal of Humanities and Social Sciences**, 14(2).
- Shamlawi, Hazem Othman Youssef, Abu al-Rub, Mohammed, and Abu Ayyash, Shadi. (2021). The role of social media in achieving the strategic communication objectives of the Palestinian Ministry of Education (**Unpublished master's thesis**). Arab American University - Jenin, Jenin, Palestine.
- Siwi, U. & Nawawi, Z. (2023). Building Citizen Satisfaction Towards E-Government Services: A Conceptual Framework. **The Journal of Public Service Management**, 6(2). <https://doi.org/10.24198/jmpp.v6i>