

الخدمات الحكومية علي صفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية في مواقع التواصل الإجتماعي

أ. محمد نبيل الألفى *

إشراف: أ.د/ خالد صلاح الدين حسن **

ملخص الدراسة:

ساهمت منصات التواصل الإجتماعي خلال السنوات السابقة بدور كبير في إعادة شكل وهيكله العلاقة بين المؤسسات الحكومية والمواطنين لتقوم على التشاركية والتعاون والشفافية بعدما كانت تسير في اتجاه واحد من الأعلى الى الأسفل، حيث أوجدت حيزاً كبيراً في طرق الاتصال بين الحكومات والجمهور، وعززت سبل العلاقات الحوارية التفاعلية بينهم، فأصبح للحكومات القدرة على تقديم المعلومات والخدمات بسرعة، وبدون تكلفة مادية، وتحسين مستوى الأتصال بالجمهور في أوقات الأزمات، وزيادة كفاءة استخدام الموارد العامة، وتوسيع نطاق المشاركة في صناعة القرار، وتحقيق مستويات مرتفعة من الشعور بالرضا لدي المواطنين

ويرى الباحث ان الاتصال الحكومي قد تطور بشكل كبير خلال الفترة الاخيرة فلم يعد الاتصال الحكومي عبارة عن تصريحات او اخبار يعرضها جانب واحد مرسل بينما يقف الجمهور موقف المستقبل بل ان الجمهور حالياً وبعد ما اثبت انه قادر على المشاركة الفعلية في الحياة السياسية والاجتماعية من خلال الأحداث السياسية المتلاحقة والتي اثبتت القدرة التي يمتلكها الجمهور في التأثير على القرارات السياسية الحكومية ومن هنا تغيرت الاوضاع بشكل كبير الى الى اصبح الجمهور شريكاً أساسياً في صناعة القرار جنباً الى جنب مع الحكومات ولقد سهلت مواقع التواصل الاجتماعي ذلك بفضل ما تمتلكه من مزايا التفاعلية والانتشار.

الكلمات المفتاحية: الخدمات الحكومية – الاتصال الحكومي – المشاركة السياسية – التواصل الاجتماعي – المواقع الالكترونية الحكومية

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

Government services on the pages of executive and legislative institutions on social media

Mohamed Nabil Al-Alfi *

Prof. Dr. Khaled Salah El-Din Hassan **

Abstract :

Social media platforms have played a significant role in reshaping the relationship between government institutions and citizens over the past years, transitioning it to one based on participation, cooperation, and transparency, rather than a one-way communication from top to bottom. They have created a substantial space for communication between governments and the public and enhanced interactive dialogue between them. Governments now have the ability to provide information and services quickly, at no financial cost, improve communication with the public during crises, increase the efficiency of public resource use, expand participation in decision-making, and achieve high levels of citizen satisfaction.

The researcher believes that governmental communication has evolved significantly in recent times; it is no longer just statements or news presented by one side while the public remains passive. Instead, the public has proven capable of actual participation in political and social life through successive political events that have demonstrated the public's ability to influence government political decisions. Consequently, the situation has changed dramatically, with the public becoming a key partner in decision-making alongside governments. Social media has facilitated this due to its interactive and widespread features.

Keywords: Government services – government communication – political participation – social communication – government websties

* Phd researcher at the faculty of mass communication – Cairo University

** A professor in Radio &TV department, Faculty of Mass Communication -Cairo University

مقدمة:

أصبح التحول إلى الحكومة الإلكترونية أمراً حتمياً لكل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ولذلك فقد توجهت الحكومة المصرية إلى التحول نحو مجتمع المعلومات لتنفيذ الخطة الوطنية للاتصالات وتقنية المعلومات، وهذا التحول سيبدأ من إجراء التعاملات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية بالدولة بشكل متكامل، وهو ما يبدأ بعمليات تنظيم وأرشفة الوثائق إلكترونيا للوصول إلى الهدف المحدد بالحكومة الإلكترونية.

لذا تعد الحكومة الإلكترونية تحولاً أساسياً في مفهوم الوظيفة العامة والتميز في أداء الخدمات العامة والتواصل مع المواطنين بالمعلومات وتعزيز دورها في المشاركة والرقابة، لذلك فهي تتضمن تعديلات في هيكلية في البناء التنظيمي للإدارة العامة مما دفع انتشار تقنية الاتصال والمعلومات الحكومات إلى التفكير بتحويل معاملاتها تقنياً إلى ما يسمى بالحكومة الإلكترونية، وتحاول هذه الدراسة أن تكشف عن اتجاهات الرأي العام حول تلك الخدمات والنماذج المقدمة، وما سيساعد بلا شك على التغلب على الكثير من المشاكل التي قد تعيق التطبيق، ومن ثم تقدم أفضل الخدمات الإلكترونية للمستفيدين، وعليه فقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن الخدمات المقدمة، وأنواعها، وخصائصها، وسبل الحصول عليها، ومشكلاتها، والمعلومات المتاحة، والإجراءات المطلوبة لتنفيذ الخدمات التي تقدمها الحكومة الإلكترونية المصرية من خلال بوابتها على الإنترنت، وذلك من خلال تحليل هذه المواقع وما يرتبط بها من إجراءات عبر البوابة، ومدى صلاحيتها لتحقيق الرؤية العامة للحكومة الإلكترونية المصرية، وأهدافها المعلنة للمواطنين، ذلك لأن الحاجة الملحة إلى تحديث وتوحيد الأطر التنظيمية التي تحكم إدارة المواقع الإلكترونية جعلت لهذه المواقع الإلكترونية نمط إلكتروني خاص في طرق التعامل مع أنواع الخدمات المختلفة التي تستخدمها الوزارات والهيئات الحكومية على بوابات الحكومات الإلكترونية لدول العالم.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الخدمات التي تقدمها صفحات ومواقع المؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي والمعلومات والإجراءات التي تقدمها الحكومة الإلكترونية المصرية من خلال بوابتها على الإنترنت، مع تحديد لأنواعها، وخصائصها من خلال تحليل هذه الخدمات وما يرتبط بها من إجراءات عبر البوابة، ومدى صلاحيتها لتحقيق الرؤية العامة للحكومة، وأهدافها المعلنة للمواطنين.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكشف الدراسة مواطن القوة والضعف في دور الإتاحة المعلوماتية والخدمة الإلكترونية للمواقع الحكومية الإلكترونية وكذلك صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يساعد في تشكيل صورة إيجابية عن هذه المؤسسات، وبالتالي تحديد آليات واستراتيجيات النشر

الإلكتروني وتأثيراته على الجمهور، خاصة في ظل تنامي عدد صفحات المؤسسات الحكومية على شبكة المعلومات.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

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

ولذا فقد قامت المواقع بعرض الخدمات التي تمت ميكنتها بشكل مجمع بصرف النظر عن الجهات الحكومية المختلفة المسؤولة عن أداء تلك الخدمات، فعرضت المواقع الخدمات بشكل مباشر يساعد طالب الخدمة على الوصول إليها بسهولة، كما وفر أيضاً إمكانية الحصول على بعض الخدمات بشكل كامل من خلال شبكة

الإنترنت، بداية من الاستعلام و مروراً بجميع المراحل الأخرى التي تضمنت الحصول على (الوثائق، والاستمارات، والتعرف على خطوات وإجراءات تنفيذ النشاط المطلوب... إلخ)، ووصولاً إلى السداد والحصول على الخدمة بالكامل.

(1) تحليل خصائص الهيئة الشكلية للمواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

(2) تفسير طبيعة المحتوى المقدم من خلال المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: الدراسات السابقة:

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

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

تناولت العديد من الدراسات خصائص بيئة الاتصال عبر الإعلام الجديد منها أن عملية الاتصال في الإعلام الجديد بين جماعة من البشر، أياً كان عددها وأياً كانت هويتها، أياً كان الزمان والمكان، فمع الإنترنت لم يعد الاتصال يتم وفق النموذج التقليدي⁽¹⁾، كما أتاح التواصل عبر المجتمعات الافتراضية قنوات اتصال إلكترونية يمكن أن يري المتحاورين بعضهم البعض أي الحديث والصورة معاً بالإضافة إلي الكلمات، فيكون كتابياً باستخدام لوحة المفاتيح أو صوتياً باستخدام الميكروفون⁽²⁾ أو بالصوت والصورة باستخدام كاميرات الفيديو وبطاقة فيديو.

كشفت بعض الدراسات عن التغيير الذي أحدثه ظهور الإعلام البديل في مفهوم الجمهور النشط، بمعنى أنه قبل ظهور الإعلام الجديد كان نشاط الجمهور والذي يقصد به أنه ينتقي ما

يريد من مواد إعلامية لمتابعيها بما يحقق له إشباع لاحتياجات وتحقيق لرغبات، أصبح الجمهور الناشط مع الإعلام الجديد بأنه يمارس النشاط عبر التفاعل والاستجابة، وعبر فتح نوافذ إعلامية وإنتاج وسائل بديلة مستقلة للتعبير تحقيقاً للدور الرقابي والإصلاحي، كما أن نشاط الجمهور يتجاوز العمل الفردي إلى العمل الجماعي المعارض لمحتوى الإعلام السائد بهدف تغيير محتواه بأفكاره وتعبيراته، وهو ما يشير إلى آفاق أكثر رحابة وتأثيراً وتنوعاً لنشاط الجمهور، لذا اقترح عدد من الباحثين تسمية المستقبل لمضمون الوسيلة بأنه القارئ النشط لمضمون وسائل الإعلام بدلاً من مصطلح الجمهور،⁽³⁾ أو صانع المعلومات News Maker خاصة على المدونين،⁽⁴⁾ حيث ساعدت خاصية التفاعلية التي يتسم بها الإنترنت على خلق نوع جديد من النشر يُطلق عليه النشر القائم على المشاركة Participatory Publishing⁽⁵⁾، حيث أصبح المتلقي مساهماً ومؤثراً في المحتوى جنباً إلى جنب المؤلفين، كما يمكن القول أن هذه المواقع الاجتماعية تعد ساحة لطرح الآراء وتكوين مجتمعات عبر الإنترنت ذات خصوصية مشتركة، حيث نجد مثلاً جماعات سياسية فاعلة، وأخرى ناشطة في مجال الثقافة أو البيئة أو الدين وغيرها⁽⁶⁾.

ساعد الإعلام الجديد تخطي حاجزي الزمان والمكان بتبادل الرسائل في نفس الوقت واللحظة وهي الميزة التي حققت الحضور العالي لكل طرف لدى الآخر والتفاعل الاجتماعي الذي يجعله الأقرب إلى الاتصال المواجهي Communication Interpersonal⁽⁷⁾ وذلك بواسطة أدوات الاتصال التزامنية كغرف الدردشة Chat Rooms، والمراسلة الفورية Instant Messaging، ويكون بين فرد وآخر أو لمجموعة من الأفراد في وقت محدد ويتم تنظيمه حول موضوع محدد، ويدخل في تطبيقات هذا النوع من الاتصال برامج المحادثة⁽⁸⁾، وكذلك أدوات الاتصال اللاتزامنية كالبريد الإلكتروني E-mail، والمنتديات Forums، والمدونات Blogs، إلا أن خاصية الاتصال اللاتزامنية أدت في بعض الأحيان لانتشار التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الطرف الآخر وقت حدوث الفعل، مما يفقد العملية الاتصالية ديمومتها وديناميكيته⁽⁹⁾.

ارتفاع إقبال عينة الدراسة على مواقع الشبكات عن المواقع الإلكترونية، حيث تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (Bellarmine A. Ezumah, 2013)⁽¹⁰⁾ بأن موقع الفيسبوك جاء أفضل مواقع الشبكات الاجتماعية المفضلة في المقدمة، ويرجع ذلك لسهولة الاستخدام والانتقائية العالية والتفاعل النشط هي الصفات التي حصل عليها الفيسبوك لكونه الأكثر تفضيلاً كموقع تواصل اجتماعي، كما أشارت دراسة (نورهان رجب، 2017)⁽¹¹⁾ إلى أن نسبة من 68.75% من عينة الدراسة (17-21) عامًا تستخدم الفيس بوك لأكثر من مرة في اليوم، وأن نسبة 45% لم تستطع تحديد الوقت الذي تقضيه في استخدام الموقع في الجلسة الواحدة، وكان دافع التسلية والترفيه في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة،

والفيس بوك خاصة، وأيدت هذه النتيجة كل من دراسة (محمد مصطفى رفعت محرم عزت، 2017)⁽¹²⁾، ودراسة (لوجين محمد، 2017)⁽¹³⁾ ودراسة (نصير صالح بو علي، 2014)⁽¹⁴⁾، ودراسة (منال منصور، 2011)⁽¹⁵⁾ مشيرة إلى حرص الشباب على متابعة الفيس بوك في المقدمة، تلاه موقع اليوتيوب ثم التويتر، ويعود كثافة الاستخدام بشكل عام لثورة 25 يناير 2011، التي أحدثت حراكًا سياسيًا في المجتمع المصري كما أثبتت بعض الدراسات عن تصدر اليوتيوب قائمة المواقع المفضلة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جاء في تقرير (وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي 2015)⁽¹⁶⁾ أن نسبة 5% من مستخدمي التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية يستخدموا اليوتيوب حيث يشترك حوالي 2 من بين كل 5 مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي في يوتيوب حاليًا، وأن نسبة 16% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمصر مشتركون موقع اليوتيوب، وأن نسبة 63% من المشتركين في اليوتيوب يستخدمونه يوميًا، وقد حققت مصر نسبة 12% من معدل استخدام الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي للدخول على اليوتيوب.

خامساً: التعليق العام على الدراسات السابقة:

تناولت دراسات شبكة الإنترنت الاستخدامات العامة لها، ولم تتطرق هذه الدراسات- إلا القليل منها- إلى الاستخدامات المتخصصة للإنترنت، ومنها استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على قضايا الرأي العام للبلاد وإيجاد حلول خاصة بها.

حظيت بحوث شبكة الإنترنت- باعتبارها وسيلة اتصالية جديدة- باهتمام العديد من الباحثين، واختلفت الدراسات حول حدود تأثيرها على الجماهير المتابعة للإنترنت وفقاً لنوعها وطبيعتها.

اقتصرت الدراسات العربية التي اهتمت ببحث الشبكات الاجتماعية علي الإنترنت علي مجرد دراسة التأثيرات المختلفة لاستخدام هذه الشبكات ولم تتعمق هذه الدراسات في تفسير التأثيرات، والكشف عن المتغيرات والعوامل التي تسببت في حدوثها لدى الجمهور، وفي تحديد اتجاهها وشدتها وقوتها، كما أنها لم تتعمق في بحث الاستخدامات المختلفة لهذه الشبكات الاجتماعية.

استخدمت الدراسات السابقة مداخل علمية ونظريات مختلفة، ولكن مدخل الاستخدامات والاشباع استخدم في معظمها، حيث أثبت هذا المدخل صلاحيته لدراسة الاشباع المتحققة من استخدام الانترنت عمومًا والشبكات الاجتماعية خصوصًا، باعتبار أن الشبكات الاجتماعية تشبع رغبات لدى المستخدمين، وتخلق دوافع جديدة ومجالات استخدام جديدة هذه الشبكات.

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

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

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

وفيما يتعلق بمدى الاستفادة من عرض الدراسات السابقة:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثها، من أجل تناولها بالبحث، حتي يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي العربي في هذا المجال.
- التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، ووضع تصور لفصول الدراسة النظرية، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة.
- صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء علي نتائج الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات والفروض البحثية الخاصة بالدراستين التحليلية والميدانية.
- الإفادة في مناقشة نتائج هذه الدراسة وتعميق التحليل والتفسير على ضوء النتائج التي توصل إليها الباحثون الآخرون فضلاً عن تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

ما مدى تغطية صفحات ومواقع المؤسسات الحكومية لجميع الخدمات الحكومية التي تقدمها أجهزة الدولة؟

- 1- ما طبيعة المحتوى المقدم من خلال المواقع الالكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما طبيعة الجمهور المستهدف من المواقع الالكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

سابعاً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي تعرض المبحوثين لصفحات ومواقع المؤسسات التنفيذية والتشريعية وحجم معلوماتهم عن تلك المؤسسات".

الفرض الثاني: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لصفحات ومواقع المؤسسات التشريعية والتنفيذية ومستوي الثقة في جودة الخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات".

الفرض الثالث: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي إعتدالم المبحوثين علي الصفحات والمواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية، والصورة الذهنية لدي المبحوثين عن تلك المؤسسات".

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر كالسلوك أو الاتجاه وغيره من العناصر في سياق مجتمع معين بالاعتماد على الأساليب الكمية Quantitative وكذلك الأساليب الكيفية Qualitative والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات،⁽¹⁷⁾ بدون إحداث أي تغيير في طبيعة بيانات هذه الظاهرة،⁽¹⁸⁾ فهي تسعى للتعرف على طبيعة العلاقات المكونة للظاهرة محل الدراسة وقوتها وتكرار حدوثها، وهو ما يعطي معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها،⁽¹⁹⁾ حيث تسعى الدراسة إلى معرفة طبيعة وحدود التأثير الذي تقوم به المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها.

- مناهج الدراسة:

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

1- منهج المسح: استخدمت الباحث منهج المسح Survey الذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، ويُعد المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي،⁽²⁰⁾ وبهذا فقد استخدمت الباحث منهج المسح بشقيه هما:

2- مسح المضمون: إنه ليس منهجاً قائماً بذاته وإنما هو مجرد أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، بهدف تحليل المنتج الإعلامي أياً كانت نوعيته والذي يتضمن الانتظام والموضوعية والكمية، ويُعرف برلسون Berelson تحليل المضمون بأنه أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفاً موضوعياً وكمياً ومنهجياً،⁽²¹⁾ وتستخدم الدراسة التحليلية شرح وتفسير لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، وعادة يستخدم التحليل لتفسير أو اختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية⁽²²⁾، لذا سيتم تحليل مضمون المواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي بناء على دراسة استطلاعية.

3- مسح الجمهور: والذي يشمل عينة من الجمهور العام لمن هم فوق 18 عامًا ممثلين لمختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية، ومن مستخدمي المواقع الالكترونية وصفحات المؤسسات التنفيذية والتشريعية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة آرائهم عن أداء هذه المؤسسات.

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

1- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع المواقع الالكترونية والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات التنفيذية والتشريعية، ونظراً لكبر هذا المجتمع، تم إجراء دراسة استطلاعية على (100) مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق 18 عامًا لمعرفة أكثر المواقع الالكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات التنفيذية والتشريعية التي يتفاعل معها الجمهور المصري لاختيار أعلى أربع منهم لتمثل عينة الدراسة التحليلية، وكانت صيغة السؤال "حدد أعلى أربع مؤسسات تنفيذية تتفاعل مع مواقعها الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟"، وكانت نتيجة الاستطلاع كما يلي:

- 1- حصلت وزارة الداخلية في المرتبة الأولى بنسبة 29%.
- 2- وجاءت وزارة التعليم العالي في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 24%.
- 3- وجاءت وزارة التربية والتعليم في الترتيب الثالث وذلك بنسبة 21%.
- 4- وجاءت مؤسسة رئاسة مجلس الوزراء في الترتيب الرابع وذلك بنسبة 18%.
- 5- وجاءت نسبة (8%) المتبقية من العينة لاختيار مؤسسات تنفيذية أخرى، مثل وزارة الصحة، وزارة السياحة، وزارة التموين والتجارة الداخلية، وزارة التضامن الاجتماعي وغيره.

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

الإطار النظري

نظرية التعلم الاجتماعي

ويمكن تعريف التعلم علي أنه "مجموعة من المبادئ والتوجهات النظرية التي ينبثق عنها صيغ ورؤى تربوية محددة حول عملية التعليم والتعلم، وهي تشكل منظورا تربويا واضحا حول السلوكيات والمشاعر والأفكار التي يحتاجها الطالب المعلم من أجل تكوين علاقات اجتماعية مع الآخرين، وصنع قرارات في المواقف وتعزيز الوعي الذاتي لديه وفهم المشاعر

الذاتية والتعاطف مع الآخرين وتفهم مشاعرهم واحترامها، مما يساعده على تطور أدائه والحصول علي المعلومات من مصادرها".

ويميل التعلم الإجرائي إلى استخدام عملية المكافأة أو التعزيز الإيجابي لإحداث التعلم والذي قد ينتج أيضاً من المعاقبة، ففي بعض الأحيان تكون إستجابة الطفل مثلاً إفراغ علبة سكر وقد يؤدي ذلك إلى نتائج غير مرضية فيتعلم أن يتجنبها وتكون مواد التعزيز هنا هي الحد من الإستجابة وليس بإكتساب إستجابة جديدة، ويشار إلى العقوبة أحياناً بالتعزيز السلبي لأن نتائج السلوك غير مرضية أكثر من كونها مرضية ويشير التعزيز السلبي إلى إنسحاب أو توقف للمثير غير المرضي. (23)

جدول العمليات الأربع الرئيسية لعملية التعلم الاجتماعي

عمليات الإنباه	عمليات التذكر	عمليات الإستخراج الحركي	عمليات الدافعية
فيها يبتبه الفرد ويستقبل بدقة سلوك النموذج أو السلوك الملاحظ وتشمل: ■ الأحداث التي سيتم تقليدها. ■ مدى السهولة أو التعقيد. ■ الأثر الناتج. ■ القيمة الوظيفية. ■ سمات الملاحظ. ■ سمات إدراكية. ■ قدرات معرفية. ■ معارف سابقة. ■ مستوى الإستثارة. ■ إكتساب الأداء.	فيها يتذكر الفرد أو يحتفظ في الذاكرة بعيدة المدى بسلوك النموذج أو السلوك الذي سبق ملاحظته وتشمل: ■ البناء المعرفي. ■ الترميز الدلالي. ■ التنظيم المعرفي. ■ المراجعة المعرفية. ■ سمات الملاحظ المؤثرة. ■ المهارات المعرفية. ■ بناءات معرفة.	فيها يستخرج أو يحول الفرد رمزياً ما تم ترميزه وتخزينه والإحتفاظ به من سلوك النموذج أو السلوك الملاحظ إلى أنماط استجابية جديدة وتشمل: ■ إعادة تمثيل الاستجابة. ■ إنتاج الاستجابة. ■ التدعيم على السلوك. ■ القدرات الجسدية. ■ المهارات المساعدة.	هي عمليات مدعمة أو معززة ومميزة لكافة بواعث الفرد للإقتداء بالنموذج أو تقليد السلوك الملاحظ ومحاكاته وتشمل: ■ التدعيم الخارجي. ■ الفوائد الملاحظة. ■ التكاليف الملاحظة. ■ التدعيم الداخلي. ■ التقويم الذاتي. ■ سمات الملاحظ المؤثرة. ■ التحيزات الاجتماعية. ■ المعايير الداخلية. ■ التقضيلات الداخلية.

دراسات تناولت نظرية التعلم الاجتماعي وتطبيقاتها في المضامين الإعلامية الموجهة للأطفال:

1- دراسة سماح محمد الزمزمي هيكل (2005) (24):

إستهدفت الدراسة التعرف على أثر مشاهدة الرسوم المتحركة في التليفزيون المصري في اكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الاجتماعية، وقد أجريت الدراسة على عينة من 37 طفلاً تتراوح أعمارهم بين 4-6 سنوات قسموا إلى مجموعتين: مجموعة تجريبية وأخرى

ضابطة، كما شملت الدراسة عينة من مسلسلات الأطفال التي قدمت خلال دورة تليفزيونية كاملة خلال عام 2004.

قامت الباحثة باختبار فروض نظرية التعلم وتوصلت إلى:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة على مقياس المهارات الاجتماعية المصور قبل تعرض أطفال المجموعة التجريبية للمسلسلات بشكل عمدي ومكثف في الإجراء التجريبي في الدراسة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة على مقياس المهارات الاجتماعية المصور في التطبيق اللاحق لتجربة المشاهدة بالنسبة للمجموعة التجريبية بعد تعرضهم لتجربة المشاهدة المكثفة لحلقات مسلسلات الرسوم المتحركة.

2- دراسة أماني عمر الحسيني (2001) (25):

تناولت هذه الدراسة أثر مشاهدة الأطفال للدراما على تنشئتهم الاجتماعية، حيث أجريت دراسة ميدانية على عينة من 504 طفلاً، تتراوح أعمارهم ما بين 7 - 15 سنة كما أجرت الباحثة تحليل مضمون لـ 168 فيلماً ومسلسلاً بواقع سبعة افلام اسبوعياً ومسلسل يومياً طوال الاسبوع لمدة ثلاثة أشهر، وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في إطار نظرية في ضوء نظرية التعلم الاجتماعي:

- لا يوجد علاقة بين نوع الطفل ومدى الاختلاف في معدلات مشاهدة الدراما العربية المعدة للكبار.
- وجود دلالة إحصائية على تأثير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على كثافة تعرض الأطفال للمسلسلات، فجااء إهتمام الأطفال من الطبقات المتوسطة أعلى بالمواد الاجتماعية وكما إرتفع المستوى قل إهتمام الصغار بالأعمال الدرامية التي تدور حول الموضوعات الاجتماعية وإرتفع معدل الإهتمام بأفلام العنف والإثارة.
- معدل تعرض الأطفال لدراما الكبار يؤثر على قيام الأطفال بتقليد الشخصيات التي تتضمنها هذه الدراما.
- بينت الدراسة أنه كلما زاد تعرض الأطفال للمواد الدرامية المعدة للكبار إختل نظامهم القيمي.
- وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الأطفال لدراما الكبار وإكتسابهم لسلوكيات يطبقونها في أسلوب حياتهم.

- وإستخلص تحليل المضمون لهذه الدراسة، أن الدراما العربية تشوه في كثير من الأحيان النظام القيمي للشخصيات الرئيسية سواء من الرجال أو السيدات، وهناك سلوكيات سلبية موجودة بدرجة كبيرة مثل الكذب والخيانة والنفاق والمادية وحب المظاهر وعدم تحمل المسؤولية، وكذلك كادت أن تغيب بعض من القيم الإيجابية المهمة مثل الوفاء والصدق والإيمان والكرامة.

3- دراسة محمد محمد عبده بكير(2000) (26):

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على المهارات الاجتماعية كما تعكسها برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون والمقدمة للفئة العمرية من سن 6-9 سنوات، وأجريت الدراسة على عينة من القائمين بالإتصال في برامج الراديو والتلفزيون المصري بلغت 68 مفردة لمعرفة آرائهم حول هذه البرامج كما تم تحليل مضمون عينة من برامج الأطفال خلال دورة برامجية واحدة من عام 1998. إختبر فروض نظرية التعلم الاجتماعي حيث تبين:

- لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين آراء القائمين بالإتصال في الراديو والتلفزيون فيما يجب أن تكون عليه برامج الأطفال من متغيرات المهارات الاجتماعية، وبين ما تقدم بالفعل في برامج الأطفال من حيث المساحة الزمنية المناسبة والمستويات اللغوية والمهارات الاجتماعية التي تسعى إلى إكسابها.

- بالنسبة إلى صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية نسبية للمهارات العقلية والاجتماعية والحسية والحركية بين برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون، فقد ثبت صحة الفرض بالنسبة للمهارات الاجتماعية والحركية، ولم تثبت صحته بالنسبة للمهارات العقلية والحسية.

- ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأهمية النسبية لعناصر المهارات الاجتماعية بين برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون حيث ثبتت صحة الفرض بالنسبة لمهارة التنافس في حين لم تثبت صحته بالنسبة لمهارة التعاون والتقليد والإستقلال والمشاركة.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الأهمية النسبية لبعض القوالب الفنية التي تقدم بها المهارات الاجتماعية كالحوار والغناء والفوازير.

استراتيجيات التحول للحكومة الإلكترونية:

تنشئ الأجهزة الحكومية العديد من البيانات والوثائق والسجلات أثناء إجراء الأنشطة والعمليات اليومية، ومع أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يكلف مبالغ كبيرة، حيث أن تكنولوجيا المعلومات تسبب تغيرات في الحكومة البيروقراطية التقليدية، ولأن الحكومة تعمل وفقا لقواعد صارمة يحددها أنواع مختلفة من التنظيم البيروقراطي.

وفي هذا الإطار جاء دستور 2013 م ليدعم المطالبات الشعبية والبحثية السابقة، مؤكداً في المادة (68) من باب الحقوق والحريات والواجبات العامة على أن المعلومات والبيانات والإحصاءات والوثائق الرسمية ملك للشعب، والإفصاح عنها من مصادرها المختلفة، حق تكفله الدولة لكل مواطن، وتلتزم الدولة بتوفيرها وإتاحتها للمواطنين بشفافية، وينظم القانون ضوابط الحصول عليها وإتاحتها وسريتها، وقواعد إيداعها وحفظها، والتظلم من رفض إعطائها، كما يحدد عقوبة حجب المعلومات أو إعطاء معلومات مغلوطة عمداً، كما أكدت المادة (65) من الباب ذاته على أن حرية الفكر والرأي مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه بالقول، أو بالكتابة، أو بالتصوير، أو غير ذلك من وسائل التعبير والنشر⁽²⁷⁾.

مراحل التحول للحكومة الالكترونية:

بال تفكير في مراحل الحكومة الالكترونية فانه من المفيد توضيح الكيفية لقياس مدى التغيير الموجود لذا هناك اربع مراحل اساسية لتطور الحكومة الالكترونية والتي تتميز عن الوكالات والاجهزة الحكومية المختلفة:

- 1- مرحلة لوحة الاعلانات.
 - 2- مرحلة تقديم الخدمة الجزئية.
 - 3- مرحلة البوابة مع تقديم خدمات متكاملة مع امكانيه توصيلها وتنفيذها.
 - 4- الديموقراطية التفاعلية وتحسين خواص المساءلة والمحاسبة.
- وتلك المراحل لا تعني ان كل المواقع الالكترونية للحكومة تمر خلال تلك المراحل ولكن بالملاحظة للحكومات الالكترونية فان غالبيتها تمر بهذا التسلسل للمراحل.

- **في المرحلة الاولى** فان المسؤولين يتعاملون مع المواقع الالكترونية الحكومية كلوحة اعلانات كبيرة فيتم استخدام الاحصاءات لعرض المعلومات ونشر التقارير والمنشورات التي تقدم قواعد بيانات يستطيع الزوار مشاهدتها ويكون هناك تفاعل محدود للمواطن مع المسؤولين.

- **المرحلة الثانية:** وفيها يستطيع المواطن استخدام عدد من الخدمات عبر الانترنت والبدء في التعامل مع قواعد البيانات المعلوماتية والبحث بالمواقع الالكترونية على المواد التي يرغبون فيها وليس التي يريد المسؤولون تقديمها لهم فقط كما يمكن ان يحصلوا على تلك المواد بالشكل الذي يفضلونه ولكن مازالت امكانيات الخدمات الالكترونية محدودة لاماكن قليلة.

- **المرحلة الثالثة** وهي اتاحة بوابة الكترونية بخدمات الكترونية متكاملة وتقدم راحة كبيرة للزوار وعادة ما يتم تغطية البوابة للدولة او المدينة ككل مما يحسن من قدرة المواطنين على ايجاد المعلومات، ويمكن التكامل بين المواقع الالكترونية للأجهزة والوكالات الحكومية

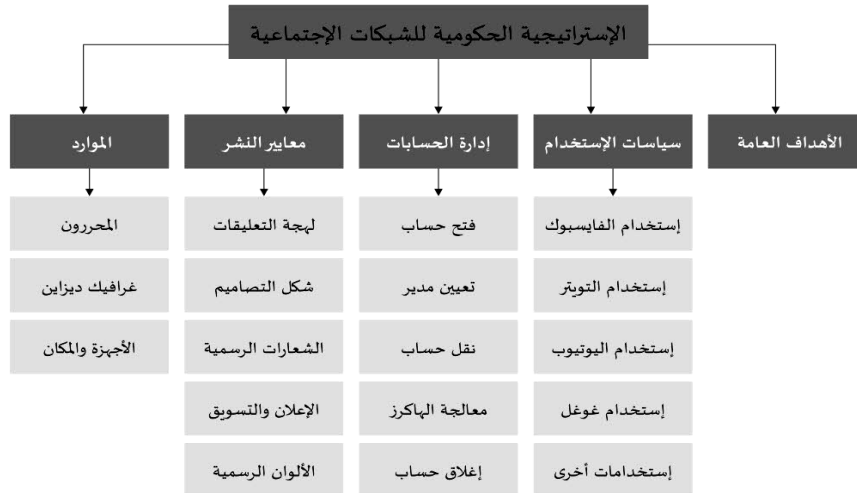
المختلفة ويولي المسئولين انتباها للمشكلات المتعلقة بخصوصية المواطن وامنه من خلال نشر السياسات اونلاين وتوجد خدمات للترجمة متاحة باختيار اللغة الملائمة للمواطن.

- **المرحلة الرابعة** وفيها تتجه المواقع الالكترونية الحكومية الى ما وراء نموذج توصيل الخدمة لمواكبة التحول السياسي فبالإضافة الى اهمية اتاحة خدمات الكترونية متكاملة فان المواقع الالكترونية الحكومية تقدم خيارات تتعلق بشخصية الموقع اي اختيار خواص تعمس اهتمامات الفرد وتكنولوجيا الدفع Push technology مثل اتاحة خدمة البريد الالكتروني او الاشتراكات الالكترونية للحصول على التحديثات الالية حول القضايا والمجالات التي يهتم بها الجمهور ومثل تلك الخواص تساعد المواطنين على تخصيص خدمة المعلومات والاستفادة من الاتصالات التفاعلية وثنائية الاتجاه كما تتيح تلك الخواص ان يقوم الزوار بإضافة شخصياتهم للمواقع الالكترونية وتقديم رجع الصدى وكتابة التعليقات مما ينتج عنه تحقيق فاعلية ديموقراطية ومحاسبة أو مساءلة للقيادة⁽²⁸⁾.

نشأة الحكومة الإلكترونية في مصر⁽²⁹⁾:

تعاونت وزارة الدولة للتنمية الإدارية مع جميع الوزارات والهيئات الأخرى في إعداد وتنفيذ برنامج عمل متكامل لبناء نظم لميكنة الخدمات الحكومية التي تقدم للجمهور وذلك من خلال إطلاق مفهوم الحكومة الإلكترونية، والذي يهدف إلى توصيل الخدمات للمواطنين في مكان وجودهم بالشكل والأسلوب المناسب وبالسرعة والكفاءة المطلوبة، ويعتبر موقع بوابة خدمات الحكومة المصرية الخطوة الأولى نحو إنشاء حكومة إلكترونية مصرية تواكب النظم العالمية الحديثة مدعمة بأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وإن شعار الحكومة الإلكترونية المصرية هو توصيل الخدمة إلى طالبها.

الإستراتيجية الحكومية للشبكات الإجتماعية: <http://www.egovconcepts.com>



وقد تحتوي تلك الإستراتيجية الحكومة الإلكترونية-إجتماعية على العناوين التالية:

- وتتنوع الوسائل الإلكترونية التي يمكن استخدامها من قبل الحكومات لتشمل: المدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك- تويتر- أنستجرام- لينكد إن، ومشاركة ملفات الفيديو عبر المواقع الإلكترونية مثل: يوتيوب - فليكر، واستخدام التطبيقات الإلكترونية عبر الهواتف الذكية في التواصل مع الجمهور، وقد أدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى ازدياد سرعة مشاركة المعلومات وزيادة عدد الأفراد الذين يستقبلون الرسائل الاتصالية، كما دعمت هذه الوسائل قدرة الأفراد المتباعدين مكانياً على التواصل والاندماج، كما استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تخلق قنوات مباشرة وانتقائية وتفاعلية للاتصال بين الحكومات والجمهور.
 - إدارة عملية فتح الحسابات الإجتماعية الحكومية ومن هي الجهة المخولة بتلك العملية من بداية إختيار الشبكة الإجتماعية وإختيار إسم الحساب وتعيين مدير للحساب ووصولاً إلى إغلاق ذلك الحساب في حال الضرورة.
 - الإجراءات العملية في حال تم إختراق أحد الحسابات الإلكترونية الحكومية من قبل الهاكرز الذين قد يعتمدون إلى نشر معلومات لتضليل الرأي العام.
 - الموارد البشرية والمادية المتوفرة لإدارة عملية التواصل الإجتماعي-الحكومي على الإنترنت.
 - إعتقاد مركزية النشر الإلكتروني الحكومي عبر جهاز الحكومة الذكية البشري بدلاً من بعثرة هذا الموضوع على الوزارات والإدارات العامة وننصح بهذا النموذج خاصة في الدول النامية حتى يتم التأكد من جودة المعلومات المنشورة مركزياً وجودة الأعمال الغرافيكية والصور ومقاطع الفيديو وخلوها من أية مواقف قد تضع الحكومة تحت الحرج.
 - تحديد الشبكات الإجتماعية الفعالة بشكل دوري وإعتداد الأكثر إنتشاراً منها على الصعيد المحلي.
 - تطوير ونشر وثيقة المعايير الخاصة بجودة المعلومات الإجتماعية وألوان وتصاميم الأعمال الغرافيكية الحكومية ومقاييس الصور والشعارات الرسمية الواجب إستخدامها دون غيرها على الشبكات الإجتماعية.
- ومن المهم التمييز بين الحسابات الشخصية التابعة للوزراء على سبيل المثال وبين الحسابات الإلكترونية التابعة للحكومة حيث تبقى تلك الحسابات بعهدة الوزارات والأجهزة ولا علاقة لها بمجيء وزير جديد أو ذهابه⁽³⁰⁾.

أنواع الروابط المستخدمة في المنشورات والأخبار علي صفحات ومواقع المؤسسات التشريعية والتنفيذية في مصر عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

أنواع الروابط بالمنشورات والأخبار للمؤسسات التشريعية والتنفيذية

أنواع الروابط	وزارة الداخلية		وزارة شؤون المجالس النيابية		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي		وزارة التربية والتعليم		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	ك	ك	%	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	45	41.3	20	57.1	10	35.7	12	41.4	87	43.3
روابط للموقع علي صفحات	26	23.9	15	42.9	12	42.9	9	31.0	62	30.8
روابط سريعة بالخدمات	35	32.1	0	0.0	6	21.4	8	27.6	49	24.4
روابط لمواقع أخرى	3	2.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	1.5
الإجمالي	109	100	35	100	28	100	29	100	201	100

- اتضح من نتائج الجدول السابق أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل نسبة مهمة من الروابط في جميع المؤسسات، حيث تتراوح النسبة بين 35.7% و 57.1%. يعكس ذلك استخدام المؤسسات لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات والأخبار بشكل سريع ومباشر.

- وفي المرتبة الثانية جاءت روابط للموقع علي صفحات، وهي تستخدم لتوجيه الزوار إلى صفحات محددة داخل الموقع، وتتراوح نسبة استخدامها بين 31.0% و 42.9%. يعكس ذلك الرغبة في توجيه الجمهور إلى محتوى معين داخل الموقع للحصول على المزيد من المعلومات أو الخدمات.

- وفي المرتبة الثالثة ظهرت روابط سريعة بالخدمات، والتي تستخدم لتوجيه الجمهور إلى الخدمات السريعة أو الصفحات الرئيسية للموقع، وتتراوح نسبة استخدامها بين 21.4% و 32.1%. تعكس هذه الروابط الحاجة إلى تسهيل الوصول إلى الخدمات الأساسية أو المعلومات الهامة بسرعة.

- أما عن روابط لمواقع أخرى في أنها تشكل نسبة صغيرة جدًا من الروابط المستخدمة، حيث لا تتجاوز 2.8% في أي من المؤسسات. يشير هذا إلى أن المؤسسات يمكن أن تعتمد بشكل رئيسي على موقعها الخاص ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والخدمات.

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

سهولة البحث داخل المواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

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

مدى جاهزية المواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

- تعكس نتائج الرصد والتحليل لمواقع عينة الدراسة جاهزية عالية لمواقع الويب التابعة للوزارات ومجلس النواب، حيث توفر الوزارات ومجلس النواب إمكانية إدراج الملفات على مواقعها بسهولة، مما يعزز من تنوع المحتوى المتاح للزوار ويساعدهم في الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة، وهناك تحقيق سرعة عالية في تحميل الصفحات وتصفحها يساعد في تحسين تجربة المستخدم، حيث يتمكن الزوار من الوصول إلى المعلومات بسرعة دون تأخير، هذا إلى جانب توفير برامج الطباعة يسمح للزوار بطباعة المحتوى بسهولة للاستخدام الشخصي أو المرجعي، مما يزيد من قابلية الوصول ومشاركة المعلومات، بالإضافة إلى تقديم مجموعة متنوعة من وسائل التواصل الجماهيري تتيح للزوار التفاعل بشكل مختلف وفقًا لتفضيلاتهم، مما يعزز التواصل الفعال والمباشر مع الجمهور، نتائج

الدراسة تعكس استعدادًا عاليًا من قبل المؤسسات المدرجة، وهي وزارة التربية والتعليم العالي، ووزارة الداخلية، ومجلس النواب، لتوفير مواقع ويب متميزة وجاهزة للاستخدام. فجميع العوامل المقدمة في الجدول، مثل إمكانية إدراج الملفات، وسرعة التحميل والتصفح، وبرامج الطباعة، وتنوع أساليب التواصل الجماهيري، تم تحقيقها بنسبة 100%، مما يدل على التزام هذه المؤسسات بتقديم تجربة موقع ويب مريحة وفعالة للمستخدمين. هذا التحضير الشامل يعكس الاهتمام بتلبية احتياجات وتوقعات الزوار، وتوفير بيئة رقمية مبتكرة ومتقدمة تسهم في تعزيز التواصل وتحسين تجربة المستخدم على الإنترنت.

آليات التفاعل مع زوار المواقع الإلكترونية للمؤسسات التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

الاجمالي		مجلس النواب		وزارة التربية والتعليم		وزارة الداخلية		وزارة التربية والتعليم العالي		آليات التفاعل مع الزوار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
48.0	715	50.3	92	47.6	98	50.5	199	46.1	326	تعليقات
17.0	253	14.2	26	16.0	33	17.3	68	17.8	126	مسوح واستطلاعات رأي
10.9	162	8.7	16	12.1	25	6.6	26	13.4	95	روابط الأسئلة المتكررة
9.3	138	6.0	11	12.6	26	11.4	45	7.9	56	إتاحة الفرصة للتصويت
8.7	130	9.3	17	5.8	12	8.4	33	9.6	68	خدمة RSS
6.2	92	11.5	21	5.8	12	5.8	23	5.1	36	الإشتراك في المسابقات
100	1490	100	183	100	206	100	394	100	707	الإجمالي

يُظهر الجدول السابق الآليات المختلفة التي تستخدمها المؤسسات للتفاعل مع الزوار.

- تبرز وزارة التربية والتعليم العالي الاستجابة الفعالة للتعليقات كآلية رئيسية للتفاعل مع الزوار، حيث تسجل نسبة 46.1% من الآليات المستخدمة. يُظهر هذا التركيز على أهمية التواصل المباشر مع الجمهور والاستماع إلى آرائهم وتعليقاتهم.
- تستمر وزارة الداخلية في التفاعل مع الجمهور عبر التعليقات بنسبة 50.5%، مما يوضح التركيز على الاستجابة لاحتياجات واهتمامات الجمهور بشكل فعال.
- يظهر تركيز وزارة التربية والتعليم أيضاً على التعليقات كوسيلة للتفاعل مع الزوار بنسبة 47.6%، مما يشير إلى أهمية فهم احتياجات الجمهور والاستجابة لها.
- تبرز ميزة مجلس النواب في إتاحة الفرصة للتصويت بنسبة 11.5%، مما يشير إلى رغبته في جعل الجمهور شريكاً في عملية صنع القرار من خلال التصويت على القضايا المهمة.
- يظهر أن المؤسسات تولي اهتماماً كبيراً بالتواصل المباشر مع الجمهور من خلال الردود على التعليقات والاستفسارات، كما تسعى لجعل عملية اتخاذ القرارات أكثر شفافية من خلال إتاحة الفرصة للتصويت.

مدى وجود التعريف بالمؤسسة التشريعية والتنفيذية عينة الدراسة:

جدول التعريف بالمؤسسة يوضح أن جميع المؤسسات المذكورة، بما في ذلك وزارة والتعليم العالي، ووزارة الداخلية، ووزارة التربية والتعليم، ومجلس النواب، تخصصت بعناية لتوفير معلومات شاملة حول هويتها وأهدافها ومكوناتها، حيث أتضح أن جميع المؤسسات محل الدراسة حرصت على تقديم معلومات حول الهوية العامة للمؤسسة، بما في ذلك التاريخ والأهداف العامة، واهتمت بتوفير معلومات حول القادة والمسؤولين في المؤسسة، مما يساعد في فهم هيكل التنظيم والقيادة، وكذلك توفير معلومات عن العاملين في المؤسسة، مما يسلط الضوء على الفريق البشري ودورهم في تحقيق أهداف المؤسسة. واهتمت بإبراز وتوضيح الأهداف الرئيسية والرؤية المستقبلية والرسالة التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، وعملت على شرح للإطار العام لعمل المؤسسة والمبادئ التوجيهية التي تستند إليها في تحقيق أهدافها، ووفرت صور توضيحية تساعد في توضيح النشاطات والعمليات التي تقوم بها المؤسسة، وإن هذا يعكس التزام المؤسسات بالشفافية وتوفير معلومات شاملة حول هويتها وأهدافها وأعضائها، وهو أمر يعزز الثقة والشفافية مع الجمهور ويعكس مستوى عالي من المسؤولية والاحترافية في العمل، يعكس الاهتمام بتقديم صورة شاملة وشفافة عن المؤسسة وأهدافها، ويؤكد على رغبتها في التواصل بفعالية مع الجمهور والمجتمع. كما يعكس الالتزام بمبادئ الشفافية والمساءلة، ويعزز الثقة والاحترام فيما بينها وبين الجمهور.

أهم النتائج:

- خدمات الحكومة الإلكترونية المصرية متباعدة ولا يربطها مسار واحد، مما يدعم وجود الحكومة المتكاملة في المستقبل.
- لم تتغير كثيرًا الأساليب المستخدمة لتقديم الخدمات الحكومية من النمط التقليدي إلى النمط الإلكتروني على صفحات ومواقع الحكومة المصرية، والسبب في ذلك أن مواقع تقديم الخدمات لم تتضمن الكثير من الوثائق التفاعلية الإلكترونية التي تمكن المستفيد من إنهاء خدمتها من خلال البوابة في اتجاهين من خلال نظام الاتصال المتبادل بين المستفيد والبوابة الإلكترونية أو الجهاز الإداري الذي تقدم منها الخدمة، وبذلك فهو مضطر للذهاب إلى مقر تقديم الخدمة للحصول على الخدمة المطلوبة.
- تم تصنيف الخدمات على البوابة بطريقة صحيحة وبشكل يتلاءم مع توقعات واحتياجات المستخدمين من المواطنين وغيرهم من الفئات المتعاملة مع البوابة.
- لا تتضمن البوابة أي وثائق غير نصية مثل ملفات الصوت والتسجيلات، وملفات الفيديو أو ما شابه ذلك.

المراجع:

1-المراجع العربية:

أ- الكتب:

- (1) أسما حسين حافظ، منهجية بحوث الاعلام والعلاقات العامة: في ضوء الاتجاهات العلمية الحديثة، (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2006)، ص ص103-104.
- (2) داليا عزت مؤمن (مترجم)، سيكولوجية الطفل والمراهق، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2004)، ص135.
- (3) عبد العزيز السيد عبد العزيز، مناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر، 2007)، ص19.
- (4) غريب السيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2006)، ص48.
- (5) فضل جلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية. ط1، (الجيزة: هلا للنشر والتوزيع. 2011). ص 148.
- (6) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص158-159.
- (7) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص153.

ب- دوريات:

- نصير صالح بوعلي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، مجلة رؤى استراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، ع 7، مج 2، يوليو 2014.
- منال منصور، التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 37 يناير-يونيو 2011.

ج- رسائل علمية:

- (1) أماني عمر الحسيني، أثر مشاهدة الأطفال للدراما على تنشئتهم الاجتماعية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2001).
- (2) ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004)، ص93.
- (3) سماح محمد الزمزمي هيكل، اثر مشاهدة الرسوم المتحركة في التلفزيون المصري في اكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2005).
- (4) لوجين محمد متولي عفيفي، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).

- (5) محمد محمد عبده بكير، المهارات الاجتماعية كما تعكسها برامج الاطفال فى الراديو والتلفزيون للاطفال من سن 6-9 سنوات: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2000).
- (6) محمد مصطفى رفعت محرم عزت، اتجاهات الرأى العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو 2013، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان، 2017).
- (7) نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011).
- (8) نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).

د- أخرى:

- (1) الهيئة العامة للاستعلامات، الوثيقة الدستورية الجديدة بعد تعديل دستور 2012م المعطل، (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، 2013م).
 - (2) تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
 - (3) تم الإطلاع على وثائق الحكومة المصرية الإلكترونية على موقع بوابة الحكومة، وذلك على الرابط التالي: <https://egypt.gov.eg/arabic/documents/default.aspx>
- 2-المراجع الأجنبية:

A- Books:

- 1) Bignell, J.(2000). *Post Modern Media Culture*. P.36. Great Britain: Bookcraft. Ltd.
- 2) Danet, B. (2005). *Ritualized Play, Art and communication On Internet Relay Chat*. USA: Age publication Inc.
- 3) Dominick, J. R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication; Media in The Digital Age (10th edition)*.New York: MC GrawHill, Inc.
- 4) Wynblatt, M., Benson, D. and Hsu, A. (1997). *Multimedia Meets the Internet: Present &Future*. USA: Springer Netherlands.

B- Periodicals:

- 1) Ezumah, B. A., (2013). College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited, *International Journal*

of *Business and Social Science*, 4(5). Retrieved From:
https://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_5_May_2013/3.pdf

- 2) Schultz, T. (2000). Mass Media & the concept of Interactivity: An Exploratory study Of Online Forums & Reader E-Mail, *Media culture & society*. 22(2), 21. Retrieved From:
<https://doi.org/10.1177/016344300022002005>
- 3) West, D. M. (2004). E-Government and the Transformation of Service Delivery and Citizen Attitudes, *Public Administration Review*, January/February 2004, 64(1), 15-27. Retrieved From:
<http://www.jstor.org/stable/3542623>

C- Other:

- 1) Descriptive Studies, Retrieved From: http://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/res_des1.htm. Date of Search: 1/11/2018.
- 2) <http://www.egovconcepts.com> 6 يناير 2015 / الإستراتيجية الحكومية للشبكات- الاجتماعية

- (1) Dominick, J. R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication; Media in The Digital Age (10th edition)*. New York: MC GrawHill, Inc.
- (2) Danet, B. (2005). *Ritualized Play, Art and communication On Internet Relay Chat*. USA: Age publication Inc.
- (3) أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلي إنتاج البديل. بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي 20-21 مايو 2008.
- (4) فضل جلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية. ط1، (الجيزة: هلا للنشر والتوزيع. 2011). ص 148.
- (5) Wynblatt, M., Benson, D. and Hsu, A. (1997). *Multimedia Meets the Internet: Present & Future*. USA: Springer Netherlands.
- (6) نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011).
- (7) Bignell, J. (2000). *Post Modern Media Culture*. P.36. Great Britain: Bookcraft. Ltd.
- (8) ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004)، ص 93.
- (9) Schultz, T. (2000). Mass Media & the concept of Interactivity: An Exploratory study Of Online Forums & Reader E-Mail, *Media culture & society.*, 22(2), 21. Retrieved From: <https://doi.org/10.1177/016344300022002005>
- (10) Ezumah, B. A., (2013). College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited, *International Journal of Business and Social Science*, 4(5). Retrieved From: <https://ijbssnet.com/journals/Vol 4 No 5 May 2013/3.pdf>
- (11) نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).
- (12) محمد مصطفى رفعت محرم عزت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو 2013، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان، 2017).

- (13) لوجين محمد متولي عفيفي، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).
- (14) نصير صالح بوعلي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة، مجلة روي استراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، ع 7، مج 2، يوليو 2014.
- (15) منال منصور، التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 37 يناير-يونيو 2011.
- (16) تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
- (17) عبد العزيز السيد عبد العزيز، مناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر، 2007)، ص19.
- (18) Descriptive Studies, Retrieved From: http://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/res_des1.htm. Date of Search: 1/11/2018.
- (19) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص153.
- (20) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص158-159.
- (21) غريب السيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2006). ص48.
- (22) أسما حسين حافظ، منهجية بحوث الاعلام والعلاقات العامة: في ضوء الاتجاهات العلمية الحديثة، (القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2006)، ص ص103-104.
- (23) داليا عزت مؤمن (مترجم)، سيكولوجية الطفل والمراهق، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2004)، ص 135
- (24) سماح محمد الزمزمي هيكل، اثر مشاهدة الرسوم المتحركة فى التلفزيون المصرى فى اكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2005).
- (25) أماني عمر الحسيني، أثر مشاهدة الأطفال للدراما على تنشئتهم الاجتماعية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2001).
- (26) محمد محمد عبده بكير، المهارات الاجتماعية كما تعكسها برامج الاطفال فى الراديو والتلفزيون للاطفال من سن 6-9 سنوات: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2000).
- (27) الهيئة العامة للاستعلامات، الوثيقة الدستورية الجديدة بعد تعديل دستور 2012م المعطل، (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، 2013م).

(28) West, D. M. (2004). E-Government and the Transformation of Service Delivery and Citizen Attitudes, *Public Administration Review*, January/February 2004, 64(1), 15-27. Retrieved From: <http://www.jstor.org/stable/3542623>

(29) تم الإطلاع على وثائق الحكومة المصرية الالكترونية على موقع بوابة الحكومة، وذلك على الرابط التالي: <https://egypt.gov.eg/arabic/documents/default.aspx>

(30) <http://www.egovconcepts.com> 6 يناير 2015/الإستراتيجية-الحكومية-للشبكات-الإجتماعية