

فاعلية المنصات الإلكترونية للمنظمات الحكومية فى إدارة العلاقات مع الجمهور

دراسة مقارنة على عينة من الوزارات الخدمية والسيادية فى مصر

د. نعيم محيى الدين عبد الغفار أحمد*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على أنواع المنصات الإلكترونية التى تستخدمها الوزارات محل الدراسة و تحليل المحتوى المقدم من خلالها ، و تحديد درجة تطبيق الوزارات لمبادئ الإتصال الحواري عبر منصاتها الإلكترونية ، و التعرف على تأثير طبيعة عمل الوزارات- سواء كانت خدمية أو سيادية- على اتجاهها نحو توظيف هذه المبادئ . بالإضافة إلى رصد استخدامات الجمهور للمنصات الإلكترونية للوزارات ، ومدى قبولهم للتحويلات التكنولوجية فى الخدمات التى تقدمها. اعتمدت الدراسة فيما يتعلق بإدارة العلاقات مع الجمهور عبر المنصات الإلكترونية على نظرية الإتصال الحواري ، أما فيما يتعلق باستخدامات الجمهور للمنصات الإلكترونية للوزارات ومدى قبولهم للتحويلات التكنولوجية فتم الاعتماد على نموذج القبول التكنولوجي . تمثلت عينة الدراسة التحليلية فى وزارة الداخلية والخارجية كممثلتين لفئة الوزارات السيادية، ووزارة الصحة و التعليم العالى كممثلتين لفئة الوزارات الخدمية ، و تمثلت عينة الدراسة الميدانية فى ٢٠٥ مفردة من الجمهور العام ، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون الكيفي ، أداة الاستبيان . توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى تقارب وزارت الداخلية ، والصحة ، والتعليم فى توظيف مبادئ الإتصال الحواري عبر مواقعهم الإلكترونية . أما موقع وزارة الخارجية فكان الأقل فى توظيف هذه المبادئ . وتساوت الوزارات المصرية فى توظيفها لمبادئ الإتصال الحواري عبر حساباتها الاجتماعية . وكان مبدأ تفعيل ساحات الحوار الأقل توظيفاً على مستوى المنصات الإلكترونية ، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى تصدر المواقع الإلكترونية مقدمة المنصات الإلكترونية من حيث الاستخدام ، و جاء تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية فى مقدمة أسباب استخدام المنصات الإلكترونية ، تصدرت وزارة التعليم العالى تطبيق مبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية .

الكلمات الدالة:

المنصات الإلكترونية – الوزارات الخدمية والسيادية – إدارة العلاقات – دراسة مقارنة

* مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الكندي العالى لتكنولوجيا الإعلام الحديث

The Effectiveness of Electronic Platforms for Governmental Organizations in Managing relations with audiences.

"A comparative Study on a Sample of Service and Sovereign Ministries in Egypt."

Abstract

The study investigates electronic platform usage by ministries, analyzing content and assessing the application of dialogical communication principles. It explores the impact of ministry nature (service-oriented or sovereign) on employing these principles and monitors public use and acceptance of technological transformations in ministry services. In terms of public relations management through electronic platforms, the study relies on dialogical communication theory. As for the public's use of electronic platforms for ministries and their acceptance of technological changes, the study adopts the technology acceptance model. The analytical sample includes sovereign ministries (Interior and Exterior) and service-oriented ministries (Health and Higher Education). A field study involves 205 individuals from the general public, and the study utilizes qualitative content analysis and questionnaire tools. The analytical study results indicate convergence among the Ministry of Interior, Health, and Education in applying the principles of dialogical communication through their websites. However, the Ministry of Exterior's website was the least effective in employing these principles. Egyptian ministries were equal in their application of dialogical communication principles through their social media accounts. The activation of dialogue spaces was least utilized on electronic platforms. The field study results reveal that websites dominate the usage of electronic platforms, with submitting requests for government services being the primary reason for using electronic platforms. The Ministry of Higher Education led in applying the principles of dialogical relationship management with the public through its electronic platforms.

Keywords:

Electronic platforms – sovereign and service ministries – managing relations - comparative study

المقدمة:

أصبحت التكنولوجيا والإنترنت جزءًا لا يتجزأ من حياة البشر؛ حيث تأثرت العديد من المجالات بالتطورات الرقمية، بما في ذلك القطاع الحكومي؛ حيث تسعى المنظمات الحكومية إلى مواكبة التطور التكنولوجي واستخدام المنصات الإلكترونية للتواصل مع جماهيرها بفاعلية أكبر. وتُعد المنصات الإلكترونية أداة حيوية للمنظمات الحكومية في تحقيق أهدافها وتلبية احتياجات المواطنين؛ فمن خلال هذه المنصات يمكن للمواطنين الوصول إلى المعلومات والخدمات الحكومية بسهولة ويسر، مما يسهم في تعزيز مستوى التواصل والتفاعل بين الحكومة والجمهور، كما أنها تسهم في تعزيز شفافية العمل الحكومي، وتحسين آليات تقديم الخدمات العامة، بالإضافة إلى ذلك تمثل المنصات الإلكترونية أداة قوية للتفاعل المباشر بين المنظمات الحكومية والجماهير. يمكن للمواطنين تقديم مقترحاتهم وشكاواهم وملاحظاتهم بسهولة عبر هذه المنصات؛ ومن ثمَّ يتم تحسين آليات استجابة المنظمات الحكومية لاحتياجات وتطلعات الجماهير. هذا النوع من التفاعل يؤدي إلى إقامة علاقة أكثر تلاحمًا وثقةً بين المواطنين والحكومة، وتتنوع هذه المنصات الإلكترونية ما بين مواقع إلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الحكومية، والمنصات الإلكترونية المخصصة لتقديم الخدمات وتبادل المعلومات، كما تختلف طريقة استغلال المنظمات الحكومية للمنصات الإلكترونية في إدارة العلاقات مع جماهيرها، والتي تنعكس - بدورها- على التأثيرات التي يمكن أن تُحدثها تلك المنصات على التواصل الجماهيري وسلوكيات المستخدمين وتفضيلاتهم؛ لذلك سنتطرق هذه الدراسة إلى تحليل أداء المنصات الإلكترونية للمنظمات الحكومية وقياس فاعليتها في تحسين عملية اتخاذ القرارات، وتلبية احتياجات المواطنين، ودراسة الاختلافات في نوع المحتوى المقدم عبر المنصات الإلكترونية للمنظمات الحكومية، وكيفية تقديمه والتفاعل مع الجمهور، ومدى تأثير هذه المنصات على عملية التسويق والعلاقات العامة للمنظمات، وكذلك تأثيرها على استراتيجيات الاتصال والتواصل الخاصة بها؛ مما ينعكس -بدوره- على قبول المواطنين استخدام هذه المنصات لتلبية احتياجاتهم ومطالبهم الحكومية.

الدراسات السابقة:

حظي موضوع المنصات الإلكترونية باهتمام العديد من الباحثين والمفكرين، وفيما يلي عرض لمجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة مُرتبة حسب تسلسلها الزمني من الأحدث إلى الأقدم، ثم سيتم عرض مجال الاستفادة من هذه الدراسات، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

المحور الأول: دراسات تناولت استخدام المنظمات للمواقع الإلكترونية

- هدفت دراسة (معين الكوع، فلسطين دويكات، ٢٠٢٢)^١ إلى التعرف على مدى فاعلية المواقع الإلكترونية لكل من هيئة التوجيه السياسي والوطني، والشرطة الفلسطينية، ووزارة الداخلية وفقًا لنظرية الاتصال الجوّاري، وقد اعتمدت هذه الدراسة على استمارة تحليل المحتوى التي صمّمها "كينت و"تايلور" كأداة لتحليل المواقع الإلكترونية وبيان مدى فعاليتها. وخرجت الدراسة بعدة نتائج، أبرزها: ضَعف المواقع

الإلكترونية الثلاثة التي شملتها الدراسة، وعدم فاعليتها بصورة عامة في التواصل مع الجمهور، وذلك وفقاً للبنود التي حددتها نظرية الاتصال الجوّارى التي اعتمدت عليها الدراسة، وبيّنت النتائج أيضاً وجود قصور لدى تلك المواقع وفقاً لنظرية الاتصال الجوّارى فيما يتعلق بتوفير معلومات مفيدة للجمهور، وقد بيّنت أن هذه المواقع لا تطبق مبدأ سهولة الاستخدام للجمهور، وأن مستوى حفاظها على زوارها متوسط، ولا تشجع على تكرار زيارتها، ولا توفر حلقات حوارية تفاعلية. وأوصت الدراسة بضرورة عمل المؤسسات الثلاث (وزارة الداخلية، والشرطة، وهيئة التوجيه السياسى والوطنى) على توفير معلومات مفيدة للجمهور عبر نشر بيانات صحفية، ونشر مقاطع صوتية وفيديوهات، وضرورة أن تعمل المؤسسات الثلاث على تطوير المواقع الإلكترونية لها؛ لتوفير سهولة استخدامها الإلكترونية عبر وجود محرك بحث داخل الموقع، وتعدد خيارات اللغة.

● بينما هدفت دراسة^٢ (Charles, Akwari, 2017) إلى البحث في كيفية دمج شركات العلاقات العامة لمبادئ الاتصال الجوّارى على مواقعها الإلكترونية؛ من خلال دراسة أعلى وأدنى ٥٠ موقعاً من تقرير هولمز حول أفضل ٢٥٠ موقعاً عالمياً، وتم تحليل المحتوى لشركات العلاقات العامة؛ لمعرفة ما إذا كانت هذه الشركات تدمج مبادئ الاتصال الجوّارى بشكل فعّال على مواقعها على شبكة الإنترنت، وتوفير معلومات لأصحاب المصلحة والعملاء المحتملين، وما إذا كانت هناك اختلافات بين العلاقات العامة من حيث قابلية استخدام موقع الويب والحلقة الحوارية. وكشفت النتائج أن دائرة العلاقات العامة للخمسين شركة الأدنى لم تستخدم الاتصال الجوّارى بنفس درجة أفضل ٥٠ موقعاً للعلاقات العامة، ورغم ذلك فقد كشفت الدراسة أن جميع الشركات - سواء ذات الترتيب الأعلى أو الأدنى- قد استخدمت مبادئ الاتصال الجوّارى ولكن بدرجات متفاوتة.

● وقارنت دراسة (بلال وأنيس، ٢٠١٣)^٣ بين المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة الخاصة بجامعة بسكرة وورقلة كنماذج للمؤسسات الحكومية من خلال استخدام المنهج المسحى، وبيّنت نتائج الدراسة تنوع مضمون الموقعين بما يحقق هدفاً واحداً هو التعريف بالمؤسسة وأنشطتها، واستهداف الموقعين للجمهور الداخلى أكثر من الجمهور الآخر؛ ممّا يعنى أن معظم المضامين موجّهة للجمهور الداخلى للمؤسسات، كما أوضحت نتائج الدراسة التفاوت في استخدام القوالب والأساليب الاتصالية الإلكترونية فى كلّ من الموقعين؛ ممّا يدل على عدم اعتماد الموقعين على أسلوب محدد من أجل عرض المضمون.

● وسعت دراسة (منى الزدجالية، ٢٠١٢)^٤ إلى التعرف على مدى توافر مواقع إلكترونية للوحدات الحكومية الخاضعة لقانون الخدمة المدنية فى عمان، والوقوف على مستوى هذه المواقع، ووصف أهم المضامين التي تركز عليها المواقع الإلكترونية للوحدات الحكومية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفى وأسلوب تحليل المضمون؛ من خلال نظرية الاتصال الجوّارى، وتوصلت الدراسة إلى حرص الوحدات الحكومية على

إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها على الشبكة، واحتواء أغلب المواقع الإلكترونية على معلومات استراتيجية وتفاعلية، وركزت أغلب هذه المواقع في مضامينها الخدمية على الخدمات المقدّمة للجمهور.

المحور الثاني: دراسات تناولت استخدام المنظمات لمواقع التواصل الاجتماعي

- سعت دراسة^٥ (Mark Badham, Markus Mykkänen, 2022) لفهم كيفية تطوير منظمات الإعلام -ولا سيما الصحف- للعلاقات مع الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي استنادًا إلى استراتيجيات العلاقات بين المنظمات والجمهور (الإفصاح، والوصول، ونشر المعلومات، والمشاركة)، وطبقت الدراسة على تسع صحف بأكبر نطاق في أستراليا والولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وتم إجراء تحليل لمحتوى مشاركات هذه الصحف (مجموعها ١٨٠٧) التي نشرت في مارس ٢٠٢١ على موقعي تويتر وفيسبوك لتحديد وفحص هذه الاستراتيجيات. وأشارت النتائج إلى أن حسابات الصحف الرسمية -موضع الدراسة- على وسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم بشكل رئيس لنشر الأخبار بدلاً من التفاعل مع الجمهور، كما توصلت النتائج إلى أنه على الرغم من أن المحترفين في وسائل الإعلام يقومون بتوزيع محتوى الأخبار بين جماهيرهم عبر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم؛ فإنهم لا يشاركون بشكل كافٍ معهم.
- وهدفت دراسة^٦ (Capriotti, Zeler & Camilleri, 2020) إلى التعرف على مستوى الاتصال المؤسسي من خلال الشبكات الاجتماعية؛ حيث طرحت الدراسة إطار عملٍ مفاهيميًا يشتمل على خمسة أبعاد رئيسية هي: "الحضور النشط" و"التفاعل"، و"الموقف"، و"الموارد التفاعلية"، و"الاستجابة"، و"المحادثة"؛ من خلال شرح تأثيرها على التواصل الجوّاري للمنظمات مع الجمهور. وتبين من خلال الدراسة أنه كان للإنترنت تأثير على العديد من جوانب الهياكل والعمليات التنظيمية للشركات؛ حيث أثرت على كيفية تواصل المنظمات وأصحاب المصلحة بعضهم مع بعض؛ من خلال وسائل الإعلام الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، ووفرت فرصًا وتكاليف للشركات وطرق اتصالاتها مع جمهورها؛ ومن ثمّ تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على كيفية تفاعل المؤسسات مع أصحاب المصلحة، وهناك العديد من المنظمات التي تُجيد إدارة حوارها الاتصالي من خلال الشبكات الاجتماعية، ولكنّ هناك آخرين لم يفعلوا ذلك.
- في حين هدفت دراسة^٧ (Capriotti, etl, 2020) إلى تحليل مستوى استعداد الشركات من ستة بلدان في أمريكا اللاتينية للتفاعل والمشاركة، ونوع التفاعل الذي حققته هذه الشركات على (فيسبوك) لإنتاج تواصل جوّاري فعال ثنائي الاتجاه، وإنشاء محادثة من خلال أنواع مختلفة من تبادل الاتصالات بين المنظمات والمستخدمين؛ حيث تم تحليل تفاعلية واستجابة ومحادثة لـ ٢٩.٠٧٨ مشاركة على ١٣٥ صفحة من صفحات المعجبين بالشركات من ست دول في أمريكا اللاتينية. وتظهر النتائج أن الشركات لديها اهتمام ضئيل بإدارة الاتصالات من خلال الحوار على الشبكة الاجتماعية، ليس فقط

بسبب الحاجة إلى مزيد من الاستعداد للتفاعل؛ ولكن أيضًا لأن التفاعل الناتج منخفض جدًا؛ ومن ثمّ توصى الدراسة بمراجعة استراتيجية الاتصال على الشبكات الاجتماعية، وتحديد استراتيجية تتماشى مع الطبيعة الحوارية للمجتمع عبر شبكة الاتصال.

● وسعت دراسة (هاني على شارد، ٢٠١٦)^٨ إلى التعرف على واقع استغلال البنوك المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة منها، كذلك التعرف على مدى تقبل أو رفض العملاء لفكرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأحدى قنوات التواصل مع العملاء، وما هي الأدوات والوسائل التي يمكن استخدامها لتفعيل مشاركة العملاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على مزايا ومعلومات استخدام هذه المواقع. وقد تكونت عينة البحث من ٤٠٠ مفردة من عملاء البنوك الموجودين على صفحة (فيسبوك) الخاصة بتلك البنوك، وتم تجميع ٣٢٣ قائمة استقصاء صالحة للتحليل. وخلص البحث إلى وجود علاقة طردية بين (المحتوى- الشكل- سهولة الاستخدام- السرعة- الكفاءة) لصفحة الفيسبوك الخاصة بالبنوك وبين رضا العملاء، وينضم عملاء تلك البنوك إلى صفحة الفيسبوك الخاصة بالبنك للتعرف على الخدمات والعروض الجديدة التي يقدمها البنك، وتسجيل المقترحات والشكاوى التي تواجههم أثناء التعامل مع البنك. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام البنوك بتفعيل صفحاتها على الفيسبوك؛ لزيادة التواصل مع العملاء، وعرض المنتجات والخدمات الجديدة عليهم، وكذلك ضرورة اهتمام البنوك بإنشاء حسابات خاصة بها على موقع (تويتر) تمكنهم من إرسال العديد من الرسائل اليومية لعملائها؛ للتعريف بالخدمات الجديدة، بالإضافة إلى أهمية تدريب العاملين تدريبًا كافيًا على إدارة مواقع التواصل الاجتماعي؛ حتى تكون لديهم القدرة اللازمة لإدارة المواقع بكفاءة وفاعلية.

● واستعرضت دراسة Michael J. Jensen, Terry Flynn, and Kristina M. (2016)^٩ كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قِبَل الحكومات - مثل: البيت الأبيض، ورئيسى وزراء أستراليا وكندا- في إدارة الحوار مع الجمهور. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قِبَل الحكومات يسهّل التفاعل مع الجمهور وزيادة مشاركته في العملية الحكومية واتخاذ القرارات، ويعزز إمكانية وصول الجمهور إلى المعلومات الحكومية بسهولة ويسر؛ ممّا يعزز الشفافية، ويزيد من مستوى الثقة بين الحكومة والجمهور، كما يسهم استخدام منصات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي حول القضايا الحكومية والمشاركة العامة فيها؛ ممّا يسهم في توعية المواطنين، وزيادة مشاركتهم في العملية الديمقراطية. كما أوضحت الدراسة أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يساعد على تحسين آليات التواصل الحكومي مع الجمهور، ويسهل تلقي الشكاوى والاقتراحات والاستفسارات من المواطنين.

● وتناولت دراسة (Julie Oneil, 2014)^{١٠} كيفية استخدام المنظمات الهادفة للربح وغير الهادفة للربح للفيسبوك في بناء وتكوين العلاقات مع الجمهور. واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون عينة مكونة من ٢٠٠ منشور لمنظمات

هادفة وغير هادفة للربح عبر الفيسبوك، مقسمة بين ١٠٠ منشور لمنظمات هادفة للربح، و١٠٠ منشور لمنظمات غير هادفة للربح. وتوصلت الدراسة إلى تفوق المنظمات غير الهادفة للربح في استخدام الفيسبوك لبناء علاقات جيدة والتواصل مع جمهورها المتمثل في المتطوعين والمتبرعين، بينما أشارت النتائج إلى أن المنظمات الهادفة للربح تستخدم صفحاتها على الفيسبوك لمخاطبة جمهورها الخارجي من شركائها، والوكالات الحكومية، ووسائل الإعلام، وأوضحت النتائج أيضاً تفوق المنظمات غير الهادفة للربح في الإجابة عن تساؤلات جمهورها بنسبة أكبر من المنظمات الهادفة للربح.

● في حين تمثل هدف دراسة^{١١} (Inas Hamad, 2014) في فهم كيفية إدارة منظمات الأمم المتحدة للتنمية في مصر لوسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصالية لتحقيق أهدافها التنموية. واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة لصندوق الأمم المتحدة للطفولة (UNICEF) في مصر باستخدام نظرية التفوق في العلاقات العامة التي وضعها جرونيغ (٢٠٠٢)، كما بحثت هذه الدراسة في كيفية مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة الاستراتيجية للمنظمة، بدلاً من كونها وظيفة للرسائل والدعاية والعلاقات الإعلامية؛ من خلال تحليل محتوى عدد من صفحات وسائل التواصل الاجتماعي لمنظمات الأمم المتحدة في مصر، ومقابلات عميقة مع أربعة ضباط اتصال كبار في أربع منظمات تابعة للأمم المتحدة تعمل في مصر. وأوضحت نتائج الدراسة أن معظم منظمات الأمم المتحدة في مصر لا تزال تواجه صعوبات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التنمية. وأثبتت UNICEF مصر أنها نموذج "ممتاز" لمنظمات التنمية الأخرى يمكن أن تتبعه من خلال وضع استراتيجيات واضحة، وتخطيط منصات وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء أهداف المنظمة التنموية، والحفاظ على وضعية تواصل ذات طريقتين؛ متوازنة مع أصحاب المصلحة والجمهور المستهدف. وأسهمت الإدارة الاستراتيجية لمنصة وسائل التواصل الاجتماعي لـ UNICEF مصر في تحقيق أهداف المنظمة، وزادت دورها كمنظمة تنموية على الصعيدين المحلي والدولي.

● وهدفت الدراسة التي أجراها^{١٢} (Bruce K. Berger, Cary, 2010) Greenwood, and Scott L. Althaus إلى تحليل اتجاهات وتصورات الحكومات المحلية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور. وأظهرت الدراسة أن العديد من الحكومات المحلية بدأت في اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل مع الجمهور، وكانت أكثر الوسائل شيوعاً هي فيسبوك وتويتر ويوتيوب. كما أوضحت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يسمح للحكومات المحلية بزيادة التفاعل مع الجمهور والتفاعل المباشر مع المواطنين، كما يساعد في تلقي ردود فعل الجمهور، والاستجابة لاقتراحاتهم واستفساراتهم بشكل أسرع وأكثر فاعلية، ويعزز الشفافية، ويساعد في نشر المعلومات والأخبار الحكومية بشكل أكثر شمولية. وأظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر أداة قيمة في تحسين الاتصال الطارئ مع الجمهور أثناء الأحداث الطارئة والكوارث.

المحور الثالث: دراسات تناولت استخدام الجمهور للمنصات الإلكترونية للمنظمات

- هدفت الدراسة التي أجرتها (حصاة الرتيق، ٢٠١٩)^{١٣} إلى التعرف على درجة استخدام المواطنين للصفحات الحكومية على (تويتر) بالمملكة العربية السعودية، والتعرف على واقع حصولهم على المعلومات ومشاركتها. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وفي إطاره تم إعداد استبيان إلكتروني، وقد بلغ عدد الاستجابات المكتملة (٣٣٤) استبياناً. وقد توصلت الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من العينة (٦٧%) تراوحت أعمارهم بين ٢٠ وأقل من ٣٠ سنة؛ وهذا يؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي يجري تبنيها من قِبل نسبة أعلى من الشباب، كما أن ما يقارب نصف العينة (٤٩%) يستخدمون محرك بحث عاماً على الإنترنت كخيار أولى للحصول على المعلومات الحكومية، وقد يعود ذلك لسهولة العثور على المعلومات عبر محركات البحث. ومن جانب آخر أسفرت الدراسة عن أن ما يقارب نصف العينة غير راضين عن مستوى المعلومات التي يتلقونها ومستوى مشاركتهم خلال الصفحات الحكومية على تويتر، وذلك قد يعكس التطلعات العالية من قِبل أفراد العينة تجاه ما تقدمه الصفحات الحكومية. وقدمت الدراسة عدداً من التوصيات، أبرزها: التحول الفعلي داخل الحكومات تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك يتضمن إعداد المعايير والسياسات للمنظمات الحكومية، والاهتمام ببناء قدرات موظفي الحكومة لإيجاد فريق محترف لإدارة المحتوى.
- هدفت دراسة (تسنيم الشلول، ٢٠١٨)^{١٤} إلى معرفة مدى استخدام الجمهور الأردني للمواقع الإلكترونية الصحية، ودرجة اهتمامهم وأسباب استخدامهم لهذه المواقع، ونوع المعرفة الصحية المكتسبة (عامة أو متعمقة) ودورها في تضيق أو اتساع الفجوة المعرفية بينهم، ودرجة الثقة بالمعلومات الصحية المقدمة، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتم جمع البيانات المطلوبة باستخدام أداة "الاستبانة" التي وزعت على (٤٠٠) مفردة من الجمهور الأردني باستخدام العينة العمدية. توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام للمواقع الإلكترونية الصحية والاستفادة منها والاهتمام بالمعلومات الصحية المقدمة عبرها جميعاً جاءت بدرجة متوسطة، بينما جاءت الثقة بالمعلومات الصحية مرتفعة.
- فيما هدفت الدراسة التي أجراها كل من (عبد الفتاح بشير، وصلاح الدين الأمين، ٢٠١٧)^{١٥} إلى التعرف على خدمات المعلومات المقدمة للمستخدمين عبر الفيسبوك بمركز الفيصل الثقافي بالخرطوم، وتسليط الضوء على ميول ورغبات واتجاهات المستخدمين نحو استخدامهم للفيسبوك بصفقتها وسيلة يمكن أن تلبي احتياجاتهم من المعلومات، وإبراز دور خدمات المعلومات المقدمة عبر الفيسبوك في بناء مجتمع المعرفة، والتعرف على التحديات التي تواجه مركز الفيصل الثقافي في تقديم خدمات المعلومات عن طريق الفيسبوك. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقيه: المسحي، ودراسة الحالة، والمنهج التحليلي والاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن رأى المستخدمين عن مستوى تقديم خدمة الفهرس الآلي في صفحة

الفيديوهات بالمركز كان بدرجة ممتازة بنسبة ٢٨%، كما اتضح أن رأى المستخدمين عن مستوى تقديم خدمة البث الانتقائي في صفحة الفيسبوك بالمركز جاء بدرجة جيدة بنسبة ٣٢%. وأوصت الدراسة بتفعيل خدمة الفهرس الآلى، وإمكانية استخدام الفهرس من خلال صفحة الفيسبوك؛ لتوفير الجهد والوقت في عملية البحث عن مصادر المعلومات، والاهتمام بخدمة الإعارة الآلية، خاصة عملية حجز الكتب عبر صفحة الفيسبوك، والرد على احتياجات المستخدمين عن طريق تحديث قائمة خدمة البث الانتقائي.

- هدفت الدراسة الميدانية التي أجرتها (نهى ناصر ، ٢٠١٥)^{١٦} إلى الكشف عن أثر استخدام أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج المسحى . وتمثلت أداة جمع البيانات في صحيفة استقصاء الإلكترونية، والتي تم تطبيقها على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الجامعات المصرية القاهرة – الأزهر-أكتوبر بواقع ٥٠ مفردة لكل جامعة وذلك لتمثيل كافة أشكال التعليم الجامعي في جمهورية مصر العربية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين كلاً من (التخصص العلمي، والعمر، والدرجة العلمية) بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين كلاً من (النوع -تولى منصباً إدارياً-نوع الجامعة). وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمحاضرة وتفعيل هذه التكنولوجيا داخل قاعات التدريس المختلفة وإلا سنجد طلابنا يتبادلون المقررات العلمية من خلال هذه المواقع ويأخذونها بدلاً عن الاتصال الشخصي بين الأستاذ الجامعي وطلابه .

التعليق على الدراسات السابقة:

١. تتبين من خلال الدراسات العربية والأجنبية السابقة الأهمية الكبيرة لشبكة الإنترنت في عمل المنظمات المختلفة، وسرعة تواصلها مع جمهورها، وتلبية احتياجاتهم، والرد على استفساراتهم، وكذلك الحال في التوظيف المناسب لانتشار شبكات التواصل الاجتماعي لتسهيل الحوار والتواصل مع الجمهور، وإدارة العلاقات معهم عبر تلك الشبكات.
٢. ركزت نتائج الدراسات السابقة على نظرية الاتصال الجوارى في دراسة اتصال المؤسسات مع الجمهور عبر شبكة الإنترنت؛ من خلال مبادئها الرئيسية التي تتركز حول المعلومات المفيدة للجمهور، وسهولة الاستخدام للجمهور، والحفاظ على زوار الموقع، وحلقات حوارية تفاعلية، وتكرار زيارة الموقع.
٣. اتفقت العديد من الدراسات -العربية والأجنبية- على اهتمام المنظمات بالمبادئ الحوارية المرتبطة بالتصميم والجوانب الفنية على حساب المبادئ ذات الصلة بإدارة الحوار التفاعلي؛ بما يعكس عدم قدرة المنصات الإلكترونية الخاصة بالمنظمات على تحقيق الاستفادة الكاملة من الإمكانيات التفاعلية لشبكة الإنترنت.

٤. ركزت معظم الدراسات -العربية والأجنبية- على طبيعة استخدام المنظمات للمواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، ولكن كانت هناك قلة في الدراسات التي هدفت إلى التعرف على درجة استخدام الجمهور للمنصات الإلكترونية الخاصة بالمنظمات، والتعرف على واقع حصولهم على المعلومات منها، والاستفادة منها؛ وهذا ما يميز الدراسة الحالية.
٥. تنوعت غالبية الدراسات السابقة ما بين دراسات تحليلية، ومَسْحِيَّة، وكان المنهج الوصفي التحليلي هو الأكثر استخدامًا بها، وكانت أكثر الأدوات البحثية استخدامًا هي: الاستقصاء، وتحليل المضمون.
٦. طُبِّقت غالبية الدراسات السابقة على منظمات حكومية؛ سواء وزارات، أو هيئات، أو جامعات، أو منظمات إنتاجية، أو منظمات غير هادفة للربح تنتمي للمجتمعات العربية (فلسطين، مصر، السعودية، السودان، الأردن)، والمجتمعات الغربية (أستراليا، الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة).
٧. اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تأكيدها على أهمية المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للمنظمات كمنصة تفاعلية للتواصل مع الجمهور، وكعنصر مساعد في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور عن تلك المنظمات.

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتسؤلاتها، والتعرف على المناهج والأدوات البحثية التي يتم الاعتماد عليها، واختيار النظرية والنموذج العلمي المناسبين، وتوظيفهما في الدراسة.

تحديد المشكلة البحثية:

تعد المنصات الإلكترونية إحدى النتائج الفعالة للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات؛ حيث تمثل وسائل تواصل رقمية واسعة النطاق تمكّن المنظمات من الوصول إلى الجماهير بكل يسر وسهولة، والتفاعل معهم بشكل مباشر وفعال؛ ممّا يعزز من قدرتها على تحقيق أهدافها، وتلبية احتياجات وتطلعات الجمهور المستهدف، ولكن تختلف المنظمات في طرق استغلالها وتوظيفها لإمكانات هذه المنصات في إدارة علاقاتها مع الجماهير؛ ومن هنا تتمثل المشكلة البحثية في رصد طبيعة استخدام الوزارات المصرية للمنصات الإلكترونية -سواء الموقع الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي- والتعرف على دور هذه المنصات في توظيف مبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجماهير، ودراسة الأساليب والأنماط الاتصالية المستخدمة؛ وذلك من خلال رصد وتحليل مضامين تلك المنصات، وإجراء مقارنات بين الممارسات الاتصالية للوزارات المصرية -محل الدراسة- عبر منصاتها الإلكترونية، وصولاً إلى التعرف على مدى استخدام الجمهور لهذه المنصات، وإدراكهم لمدى فاعليتها في إدارة العلاقات معهم، ومدى قبولهم لفكرة التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية.

أهمية الدراسة:

- ١- تقدم هذه الدراسة نظرة شاملة حول المنصات الإلكترونية كأداة أساسية للتواصل والتفاعل بين الوزارات المصرية والجمهور، وتقديم الخدمات الحكومية بشكل أكثر فاعلية وشفافية.
- ٢- تلقي الدراسة الضوء على كيفية تعزيز التفاعل والتواصل مع الجماهير من خلال المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- من خلال تحليل أنماط التفاعل واستجابة الجمهور للمحتوى، والردود على التعليقات، واستخدام هذه المعلومات لتحسين استراتيجيات التواصل معهم.
- ٣- تقيس الدراسة فاعلية استخدام الوزارات المصرية -محل الدراسة- للمنصات الإلكترونية في إدارة العلاقات مع الجماهير من خلال مدى توظيفها لمبادئ الاتصال الجوارى، ويمكن استخدام هذه المبادئ لتقييم الأثر، وإجراء تحسينات مستمرة.
- ٤- تساعد الدراسة في تحليل ردود الفعل الخاصة بالجماهير تجاه تجربتهم مع المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- مما يساعد في تحديد الجوانب التي تعزز من رضاهم وتلبي احتياجاتهم بشكل أفضل.
- ٥- تبحث الدراسة في مدى تأثير طبيعة عمل الوزارات المصرية -محل الدراسة- على اتجاهها نحو توظيف المبادئ الحوارية على منصاتها الإلكترونية؛ مما يساعد في عقد مقارنات بين طرق استفادة الوزارات -سواء أكانت سيادية أم خدمية- من إمكانات المنصات الإلكترونية التفاعلية.
- ٦- تقدم الدراسة توصيات عملية تساعد الوزارات المصرية -محل الدراسة- على تحسين استخدام المنصات الإلكترونية، وتعزيز التواصل والتفاعل مع المواطنين؛ في سبيل تحقيق التنمية المستدامة، وتحسين جودة الخدمات الحكومية.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على أنواع وطبيعة المنصات الإلكترونية التي تستخدمها الوزارات المصرية محل الدراسة.
- ٢- رصد استخدامات الوزارات المصرية -محل الدراسة- للمنصات الإلكترونية.
- ٣- تحليل المحتوى المقدم على المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- شكلاً ومضموناً.
- ٤- التعرف على طبيعة الأنشطة والانماط الاتصالية المستخدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- لإدارة العلاقات مع الجماهير.
- ٥- تحديد درجة تطبيق الوزارات المصرية -محل الدراسة- للمبادئ الأساسية للاتصال الجوارى عبر منصاتها الإلكترونية.

- ٦- التعرف على تأثير طبيعة عمل الوزارات المصرية -محل الدراسة- سواء كانت خدمية أو سيادية- على اتجاهها نحو توظيف المبادئ الحوارية على منصاتها الإلكترونية.
- ٧- رصد استخدامات الجمهور للمنصات الإلكترونية للوزارات المصرية، ومدى قبولهم للتحويلات التكنولوجية فى الخدمات التى تقدمها.

الإطار النظرى للدراسة:

أولاً: نظرية الاتصال الحواري

تعتمد الدراسة على نظرية الاتصال الحواري عبر الإنترنت^{١٧} التى تقدم إطاراً نظرياً للمبادئ الحوارية؛ لتسهيل بناء علاقة بين المنظمة و جماهيرها عبر الإنترنت من خلال منصاتها الإلكترونية، سواء الموقع الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، وقدمه كل من مايكل كينيت ومورين تايلور اللذين يعتبران أن الاتصال الحواري هو وسيلة إرشاد القائمين بالاتصال بالمنظمات لكيفية بناء العلاقة بين المنظمات و جماهيرها؛ من خلال خمسة مبادئ أساسية لبناء علاقة مزدوجة ثنائية الاتجاه بينهما، وتتمثل هذه المبادئ الحوارية فى:

١- سهولة استخدام الموقع والتجول بداخله.

٢- فائدة المعلومات.

٣- الاحتفاظ بزوار الموقع.

٤- حث الجمهور على زيارة الموقع مرة أخرى.

٥- خلق حلقة حوارية مع زوار الموقع.

وسيتم -فيما يلى- استعراض هذه المبادئ بالتفصيل على النحو التالى:

أولاً: سهولة استخدام الموقع والتجول بداخله ويتحقق هذا المبدأ عندما يتمكن زوار الموقع من الوصول للمعلومات التى يرغبون فيها بسهولة من خلال:

- تنظيم صفحات الموقع الإلكتروني بشكل منطقي.
- إتاحة روابط الأقسام الداخلية على الصفحة الرئيسية للموقع.
- وضع خريطة واضحة للموقع، وتوفير محرك بحث فى الصفحة الرئيسية له.

ثانياً: فائدة المعلومات

إنَّ المعلومات التى توفرها المنظمة يجب أن تقدم محتوى مفيداً للمستخدم وليس فقط لاحتياجاتها، ويتحقق ذلك من خلال توافر بيانات أساسية حول المنظمة، وهى:

- الهوية المرئية للمنظمة؛ كالشعار واللوجو واسم المنظمة.
- معلومات الاتصال بالمنظمة من العناوين وأرقام الهواتف.
- المنصات الإلكترونية المرتبطة بالموقع؛ كمواقع التواصل الاجتماعي.

- فلسفة ورؤية ومهمة وأهداف المنظمة.
- تقارير النشرات الإخبارية.
- الأحاديث الصحفية، والتصريحات المهمة، وآخر الأخبار المرتبطة بالمنظمة وقطاع عملها.
- مشاركات المنظمة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهتم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه.

ثالثاً: الاحتفاظ بزوار الموقع

ويُقصد بهذا المبدأ تكرار استخدام الموقع وزيارته عدة مرات بعد المرة الأولى، ويعتبر الاحتفاظ بزوار الموقع عاملاً رئيساً بالنسبة لمواقع المنظمات الهادفة للربح، خاصة تلك التي تهدف إلى تحقيق مبيعات من خلال شبكة الإنترنت، أو مواقع المنظمات العاملة في خدمة المجتمع؛ حيث تعتبر المواقع هي المصدر الأساسي للمعلومات الصادرة عن المنظمات في تلك الحالة. ويمكن الاحتفاظ بزوار الموقع الإلكتروني من خلال الاستعانة بالمواد المرئية والمسموعة القابلة للتحميل، مع إمكانية ربط موقع المنظمة بمواقع أخرى لتحقيق هذا الهدف.

رابعاً: حث الجمهور على زيارة الموقع مرة أخرى

ويتحقق مبدأ تشجيع زوار الموقع على العودة لزيارته واستخدامه مرة أخرى، أو زيارة صفحات المنظمة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عدة وسائل لإقامة علاقة طويلة الأمد مع الجمهور، من خلال:

- نشر معلومات ذات قيمة.
- الاهتمام بتحديثات الموقع أو الصفحة.
- حث الجمهور على الاشتراك في خدمة البريد الإلكتروني؛ للتعرف التلقائي على آخر التحديثات، ويمكن تطبيق هذا المبدأ عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعوة الزوار للانضمام والعودة للموقع مرة أخرى من خلال عبارات صريحة وواضحة.
- إعلام الزوار بمواعيد الأحداث الخاصة وأنشطة المنظمة.
- تزويد الزوار بمعلومات حديثة يمكن تحميلها.
- العمل بنتائج استطلاعات الرأي وأخذها في الاعتبار عند إجراء التحديثات.

خامساً: خلق حلقة حوارية مع زوار الموقع

إنَّ أهم خصائص الموقع الجوارى هي تفاعلية الموقع بدرجة تتيح تطبيق مبدأ الاتصال في اتجاهين في تعامله مع زواره؛ بحيث يسمح للزوار من مختلف مجموعات المصالح بالتفاعل وإرسال التعليقات والتساؤلات والمقترحات والشكاوى، وفي الوقت نفسه يسمح للمنظمة بالاستجابة لتلك الاتصالات بشكل فوري من خلال ردود أفعال تتناسب مع طبيعة الاتصالات

المستخدمة، فالعلاقة الجوارية تتيح للجمهور أن يطلب وللمنظمة أن تستجيب، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال التواصل مع مجموعات المصالح المختلفة عبر البريد الإلكتروني، ومنتديات النقاش المختلفة، وكذلك المدونات، بالرد على تعليقات الجمهور، والاستجابة لمقترحاتهم.

ثانياً: نموذج القبول التكنولوجي^{١٨}

• هو إطار نظري تم تطويره في مجال أنظمة المعلومات وإدارة التكنولوجيا؛ لفهم والتنبؤ بكيفية قبول المستخدمين واعتمادهم للتكنولوجيا الجديدة، اقترحه في البداية (فريد ديفيس) في أواخر الثمانينيات من القرن الماضي؛ ومن ثم خضع لتحسينات وتوسعات مختلفة. التركيز الأساسي لنموذج قبول التكنولوجيا هو تفسير العوامل التي تؤثر في قرار الفرد بقبول واستخدام التكنولوجيا والتي تنقسم إلى:

أولاً: العوامل السلوكية، وتشمل:

١. **سهولة الاستخدام المدركة:** وهي تشير إلى درجة الاعتقاد لدى الشخص بأن استخدام تكنولوجيا معينة سيكون خاليًا من الجهد والتعب. بعبارة أخرى؛ هذا يتعلق بالبساطة وسهولة الاستخدام المدركة للتكنولوجيا.
٢. **الفائدة المدركة:** وهي تشير إلى درجة الاعتقاد لدى الشخص بأن استخدام تكنولوجيا معينة سيعزز من أدائه في العمل، أو سيجعل مهامه أسهل وأكثر كفاءةً.
٣. **النوايا السلوكية:** السلوك المخطط له من الفرد، ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام، والاستفادة المدركة.
٤. **الاستخدام الفعلي:** الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد، ويتم التنبؤ به من خلال النية السلوكية.

ثانياً: المتغيرات الخارجية

مثل: المتغيرات الديموغرافية، وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية على سهولة الاستخدام المدركة، والاستفادة المدركة.

انطلاقاً مما سبق؛ تستفيد الدراسة الحالية من نموذج قبول التكنولوجيا في التعرف على مدى قبول واقتناع الجمهور بالتعامل مع المستحدثات التكنولوجية فيما يتعلق بالخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية، والتي قد تؤثر بشكل إيجابي على مدى إدراكهم لسهولة استخدامها، ومدى الاستفادة المتوقعة من جراء هذا الاستخدام؛ ومن ثم تنامي التوجه نحو فعالية استخدامها مستقبلاً.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية

١. هل تقدم المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- معلومات مفيدة وذات قيمة للجمهور؟

٢. ما مدى سهولة استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية محل الدراسة، والتجول بداخلها؟
٣. ما درجة احتفاظ المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- بزوارها؟
٤. هل تحت المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- الجمهور على إعادة زيارتها؟
٥. هل تستخدم الوزارات المصرية -محل الدراسة- منصاتها الإلكترونية فى خلق حلقة حوارية مع جمهورها؟
٦. ما أكثر مبادئ الاتصال الجوارى توظيفاً فى المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية محل الدراسة؟ وما أقل هذه المبادئ توظيفاً؟
٧. هل توجد علاقة بين طبيعة الوزارة (خدمية/ سيادية) وبين توظيف مبادئ الاتصال الجوارى على منصاتها الإلكترونية؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية

١. ما واقع استخدام الجمهور للمنصات الإلكترونية للوزارات المصرية محل الدراسة؟
٢. ما المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- الأكثر استخداماً من جانب الجمهور؟
٣. ما أسباب استخدام الجمهور للمنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة؟
٤. ما الوزارات المصرية التى يحرص الجمهور على متابعة المنصات الإلكترونية الخاصة بها؟
٥. ما مدى تطبيق الوزارات المصرية -محل الدراسة- لمبادئ الاتصال الجوارى عبر منصاتها الإلكترونية من وجهة نظر الجمهور؟
٦. ما أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمية فى الخدمات الحكومية التى تقدمها الوزارات المصرية؟
٧. ما المقترحات لتحسين الخدمات الحكومية المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارات من وجهة نظر الجمهور؟

فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمى) فى معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة.

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مبادئ الاتصال الجوارى التي توظفها المنصات الإلكترونية بحسب طبيعة الوزارة (سيادية/ خدمية).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية؛ حيث تسعى إلى وصف وتحليل مدى فعالية المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- في توظيف مبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور، بالإضافة إلى تحليل مدى استفادة الجمهور من الخدمات الحكومية المقدمة عبر هذه المنصات، ومدى قبولهم لفكرة التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهجين أساسيين، هما:

١- المنهج المسحي: تم استخدام منهج المسح في الحصول على معلومات عن كيفية إدارة الحوار عبر المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- مع محاولة تحليلها وتفسيرها في إطار أهداف الدراسة وأسئلتها.

٢- المنهج المقارن: تم استخدام المنهج المقارن في مقارنة نتائج الدراسة التحليلية للمنصات الإلكترونية لكل وزارة، سواء الموقع الإلكتروني- الحسابات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- إنستجرام)؛ للوقوف على سمات وأساليب إدارة الحوار والعلاقات مع الجمهور لكل منها في إطار الشكل والمضمون.

مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

- تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المنصات الإلكترونية الرسمية للوزارات المصرية، والتي تستخدمها في إدارة الحوار والعلاقات مع جماهيرها المتعددة، والتي تحددت على النحو التالي:

١. الموقع الإلكتروني الرسمي.

٢. الحسابات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي (حساب الفيسبوك- حساب إكس (تويتر سابقًا)- حساب الإنستجرام).

- تم اختيار الوزارات المصرية -محل الدراسة- بأسلوب العينة العمدية؛ حيث تم إجراء الدراسة التحليلية على أربع وزارات مصرية ممثلة لطبيعة العمل الخاصة بالوزارات المصرية، وهي: وزارة الداخلية ووزارة الخارجية كمثلتين لفئة الوزارات السيادية، ووزارة الصحة ووزارة التعليم العالى كمثلتين لفئة الوزارات الخدمية.

مببرات اختيار عينة الدراسة التحليلية:

- تمتع الوزارات المصرية -محل الدراسة- بشهرة وشعبية من جانب الجمهور.
- وجود مواقع إلكترونية رسمية للوزارات المصرية -محل الدراسة- على شبكة الإنترنت.
- وجود حسابات رسمية وموثقة للوزارات المصرية -محل الدراسة- على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تعدد وتنوع الخدمات التي تقدمها الوزارات المصرية محل الدراسة.
- تنوع الجمهور المستهدف.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام الذي تتراوح أعماراه ما بين ١٨ إلى ٦٥ عامًا، وتم إجراء الدراسة على عينة بلغ قوامها ٢٠٥ مفردات، وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٢٠٥)

الخصائص	ك	%
السن	٢٥-١٨	٢٥.٤%
	٤٥-٢٥	٤٢.٤%
	٦٥-٤٥	٢٠.٥%
	٦٥ سنة فأكثر	١١.٧%
النوع	نكر	٥٩%
	أنثى	٤١%
المستوى التعليمي	طالب جامعي	٢٢%
	مؤهل عال	٥٣.٧%
	ماجستير / دكتوراه	٢٤.٤%

أدوات جمع البيانات:

- اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون الكيفي في رصد واستكشاف محتوى المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- باختلاف أنواعها؛ لما يتميز به هذا الأسلوب من مرونة في تحليل المعلومات النصية والمصورة المتوافرة على هذه المنصات. ويتمثل

الإطار الزمني لتحليل الموقع الإلكتروني وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي لكل وزارة في الفترة من ١ أغسطس إلى ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٣.

– وتم وضع إطار عام لتحليل المضمون الكيفي يمثل قائمة شاملة تم تطويرها بناء على ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة المعنية بقضية الدراسة، كما تعكس هذه القائمة مؤشرات مدى توظيف الوزارات المصرية -محل الدراسة- للمبادئ الحوارية الخمسة التي تضم فئتين؛ أولاهما: فئة التصميم وسهولة الاستخدام، ثانيتهما: فئة بناء وإدارة العلاقات التفاعلية.

– يوضح الجدول التالي إطار تحليل المضمون الكيفي الذي اعتمدت عليه الدراسة:

جدول رقم (٢)

مبادئ إدارة العلاقات الحوارية عبر شبكة الإنترنت	
أولاً: فئة التصميم وسهولة الاستخدام	
<p>(٢) مبدأ سهولة التصفح والاستخدام: التصميم الجذاب للموقع والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. توافر وجودة القوائم الرئيسية والفرعية، وشمولها جميع أقسام وخدمات الموقع، وسهولة استخدامها. تنظيم صفحات الموقع الإلكتروني بشكل منطقي. إتاحة روابط للأقسام الداخلية على الصفحة الرئيسية للموقع. توفير خريطة واضحة للموقع ومحرك بحث في الصفحة الرئيسية له لنوع معين من البيانات المنشورة أو المتاحة من خلال الموقع. عدد اللغات التي يوفرها الموقع ومدى كفاءة المحتوى في اللغات الفرعية. تقسيم المحتوى وفق الخدمات المقدمة من الوزارة.</p>	<p>(١) مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع: استخدام الهوية المرئية للوزارة كالشعار واللوجو واسم الوزارة- بشكل واضح ومتكرر. توفير معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال. توفير معلومات أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة. توفير وصلات مباشرة للمنصات الإلكترونية المرتبطة بالموقع؛ كمواقع التواصل الاجتماعي. عرض رؤية ومهمة وأهداف الوزارة. توفير خرائط جوجل لموقع الوزارة والإدارات التابعة لها. عرض معلومات كاملة للتعريف بالخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات. توفير معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه. توفير قسم خاص بالأخبار داخل الموقع. توفير أرشيف للأخبار ومحرك بحث داخلي في الأخبار.</p>

ثانياً: فنة بناء وإدارة العلاقات التفاعلية	
<p>(٤) مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين: المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات. سهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم الموقع. روابط لصفحات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي والعكس. روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة. معلومات ووثائق قابلة للتحميل. فرص مشاركة مضمون الموقع عبر وسائل التواصل الاجتماعي. رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية. تاريخ آخر تحديث لمضمون الموقع. تحديث مشاركات الوزارة باستمرار على حساباتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.</p>	<p>(٣) مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام: رابط لتقديم أخبار الوزارة بطريقة محدثة باستمرار. صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة. جولات افتراضية داخل الوزارات والإدارات التابعة لها. وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها. إمكانية تحميل التطبيقات الإلكترونية الذكية. كتالوج إلكتروني عن الوزارة قابل للتصفح والتحميل. دعوة صريحة لمعاودة الزيارة أو الاستخدام. التحديث المستمر للمعلومات المتاحة. تنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارات.</p>
<p>(٥) مبدأ تفعيل ساحات الحوار: وجود رسالة ترحيبية؛ بما يعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور عبر موقعها أو حسابها الرسمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. توفير فرصة طرح الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها. معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها. إتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة. معدل استجابة المسؤولين عن المنصات الإلكترونية للوزارة لتعليقات وتساؤلات الزوار والمستخدمين. وجود روابط للتواصل مع قسم العلاقات العامة أو الإدارة المسؤولة عن إدارة العلاقات مع الجمهور. طرح أسئلة للنقاش على صفحات الوزارة لإثارة اهتمام المستخدمين بالحوار معها. إمكانية التصويت على الموقع أو الحساب تجاه قضايا محددة. طلب تعليقات الزوار والمستخدمين بطريقة مباشرة.</p>	

كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الذي تم توجيهه إلى عينة مكونة من ٢٠٥ مفردات من الجمهور العام؛ للتعرف على مدى استخدامهم لهذه المنصات، وقبولهم لفكرة التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية.

اختبارات الصدق والثبات:

- يعد اختبار الصدق أداة تقيس فعلاً ما يراد قياسه، ويرتبط بالصراحة، والأمانة، وصدق المحتوى، وصلاحية الأداة أو المقياس الذي يستخدمه الباحث لقياس ما ينبغي قياسه، وقد تم تحقيق ذلك في الدراسة الحالية من خلال تحديد فئات التحليل، وتصنيفها، وعرض الإستمارة على المتخصصين في مناهج البحث. ولقد تمت الاستفادة من ملاحظاتهم في إعادة صياغة بعض الأسئلة في ضوء هذه الملاحظات.
- أما فيما يتعلق بالثبات، فقد تم التأكد من ثبات النتائج بطريقة إعادة توزيع الإستمارة مرة أخرى على عينة مكونة من ١٠% فقط ومقارنة النتائج.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 ٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 ٣. حساب الوزن النسبي للبنود المقيسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $X 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
 ٤. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 ٥. تحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر؛ أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية

نتائج التحليل الكيفي لتوظيف مبادئ إدارة العلاقات الحوارية عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة.

١- الموقع الرسمي لوزارة الداخلية:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- عرض الموقع الإلكتروني الهوية المرئية للوزارة -المتتمثلة في اللوجو واسم الوزارة- بشكل متكرر، سواء في الصفحة الرئيسية أو من خلال الدخول على الأقسام الفرعية للموقع، ولم يعرض الموقع كلاً من الشعار اللفظي للوزارة والرؤية والرسالة، لكنه عرض بشكل مفصل نشأة الوزارة وتاريخها والمهام الرئيسية لها. ووفر الموقع أيضاً معلومات عن كيفية الاتصال بالوزارة، سواء من خلال تطبيق الواتساب أو البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى أرقام الطوارئ التي يحتاج إليها المواطن؛ كشرطة النجدة، ومصحة الأمن العام، ومكافحة جرائم المعلومات، وحوادث المرور. كما يوجد دليل كامل عن أسماء الإدارات والجهات الشرطة بالعناوين وأرقام الهواتف، ويوفر الموقع أيضاً وصلات مباشرة للمواقع الاجتماعية الخاصة بالوزارة على فيسبوك، وأكس (تويتر سابقاً) ، وإنستجرام، ويوتيوب. بالإضافة إلى وصلات مباشرة إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بالجهات الشرطة؛ كأكاديمية الشرطة، والإدارة العامة لمكافحة المخدرات، والإدارة العامة لنظم معلومات أجهزة المرور، ويوفر الموقع خريطة لموقع الوزارة على تطبيق Google Maps أما بالنسبة للإدارات التابعة للوزارة فاكنتى الموقع بعرض العناوين الخاصة بها وأرقام الهواتف.

- يوفر الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية دليلاً كاملاً عن الخدمات التي تقدمها الوزارة منقسمة إلى عدة فئات؛ الفئة الأولى: الأحوال المدنية، وتتضمن عدة خدمات؛ كاستخراج بطاقة رقم قومي، شهادة ميلاد، شهادة وفاة، وثيقة زواج. الفئة الثانية: المرور، وتتضمن خدمات: تجديد رخصة المركبات، استخراج بدل فاقد أو بدل تالف لرخص المركبات، الاستعلام عن المخالفات المرورية. الفئة الثالثة: تصاريح العمل، وتتضمن خدمات: استخراج تصريح عمل أول مرة، تجديد تصريح العمل، المخالصات. الفئة الرابعة: الأدلة الجنائية. الفئة الخامسة: خدمات أخرى، وتتضمن: المفقودين، المطلوبين، الحج، الالتحاق بكلية الشرطة، الهجرة والجنسية، خدمات التجنيد. ولكن يشترط التسجيل في الموقع للاستفادة من الخدمات المتوفرة عليه.

- بالنسبة للقضايا الاجتماعية المهمة بالنسبة للمجتمع المحلي خصص الموقع قسمًا بعنوان: الشرطة والمجتمع، ويتضمن نصائح توعوية أمنية ومرورية للمواطنين، والجهات التابعة للوزارة التي تخدم المجتمع المحلي؛ كدار مناسبات الشرطة، المركز الطبى التخصصى، المنطقة الصناعية، كما تضمن الموقع قسمًا خاصًا لمبادرة "كلنا واحد" يحتوى على أسماء المنافذ والمتاجر المشتركة في هذه المبادرة والمحافظات الموجودة بها.

- يوفر الموقع شريط الأخبار في الصفحة الرئيسية للموقع مع إمكانية عرض تفاصيل هذه الأخبار عند الضغط عليها، ويوفر أيضًا أرشيفًا خاصًا للأخبار يحتوى على لقاءات وزير الداخلية، وأهم القضايا والحوادث المحلية، وبيانات أمنية، ونشرات مرورية، كما يوجد بالموقع أرشيف خاص بالمؤتمرات والندوات الخاصة بالوزارة، وأرشيف خاص بعنوان "الشرطة والصحافة" يحتوى على صور من المقالات والتحقيقات التي نشرتها الصحف المصرية فيما يتعلق بالوزارة، كما يعرض الموقع الكتب والمطبوعات والمناقصات الخاصة بالوزارة، كما يتوافر بالموقع محرك بحث داخلي لتسهيل الوصول إلى المعلومات التي يرغب المواطن في الحصول عليها.

ثانيًا: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

- يتسم الموقع الخاص بوزارة الداخلية بالتصميم التقليدي، وليس به شيء جديد أو خارج عن المألوف، سواء من حيث اختيار الألوان أو الخلفيات أو أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص. كما استخدم موقع وزارة الداخلية عددًا من القوائم الرئيسية والفرعية الموزعة بشكل جيد ومنظم في أعلى صفحة الموقع وأسفلها، وتعتبر طريقة العرض وتوزيع خدمات الموقع ملائمة وفعالة. كما تتصف محتويات وعناصر الموقع بالتقسيم والتنظيم المنطقي الذي بدأ بمعلومات عن الوزير والوزارة، ثم مواقع الجهات الشرطة، ومركز الإعلام الأمني، ودليل الجهات الشرطة، والخدمات الإلكترونية؛ مما يساعد زوار الموقع في الوصول إلى المعلومات بسهولة وسرعة.

- تتوافر بالموقع روابط للأقسام الداخلية في أسفل الصفحة الرئيسية للموقع، ولا توجد صفحة مخصصة لخريطة الموقع ولكن يعرض الموقع جميع الروابط الرئيسية والفرعية لصفحاته وأقسامه، ويمكن اعتبار الروابط المرتبة في نهاية كل صفحة بديلًا جزئيًا عن خريطة الموقع. ولكن الموقع استخدم أداة البحث السريع في أعلى الصفحة لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

- يعرض موقع وزارة الداخلية المحتوى بثلاث لغات (العربية والإنجليزية والفرنسية)، ولم تشمل النسخ الخاصة باللغات الفرعية كل المحتويات المنشورة بنسخة الموقع الرئيسية. فبينما اعتمدت وزارة الداخلية على اللغة العربية كلغة رئيسية، كانت اللغتان الإنجليزية والفرنسية أقل اكتمالًا وإن كانت -إلى حد كبير- منضبطة في ترجمة المحتويات المنشورة، خصوصًا المحتويات الخاصة بالمعلومات الأساسية عن الوزير والوزارة والجهات الشرطة.

- ليس هناك تقسيم محدد للمحتوى المقدم من خلال موقع الوزارة، ولكن يوجد تنوع في أقسام الموقع، أهمها معلومات تعريفية عن الوزارة، ومواقع الجهات الشرطة ودليل كامل بأسمائها، ومعلومات عن الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارة، وأخبار الوزارة والقضايا المتعلقة بها والبيانات الأمنية الصادرة عنها، وأرقام الطوارئ.

ثالثاً: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

- تقدم الصفحة الرئيسية لموقع وزارة الداخلية رابطاً لأحدث أخبار الوزارة وقضايا الحوادث الخاصة بها بشكل يومي، وتعرض صور وتفاصيل هذه الأخبار من خلال الضغط على "قراءة المزيد"، كما يوفر الموقع إمكانية مشاركة جميع الأخبار المنشورة عليه على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالزوار.
- لا يوفر الموقع إمكانية القيام بجولات افتراضية داخل الوزارة والإدارات التابعة لها، ولكنه اكتفى بتوفير دليل متكامل عن الجهات الشرطية من حيث أسماؤها وأرقام الهواتف والعناوين، ولا يوجد أيضاً رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها، ولكن يوجد رابط لأكثر الأخبار مشاهدة التي تركزت طوال فترة التحليل في الأخبار المتعلقة بخدمات المرور، وأيضاً يوجد رابط لأكثر الخدمات طلباً التي تركزت في تصاريح العمل، والأدلة الجنائية، والأحوال المدنية، والمرور.
- يشجع الموقع الخاص بوزارة الداخلية الزوار على تحميل التطبيق الخاص بالوزارة بذكره بشكل صريح أنه متوافر الآن على متجر Google Play، Apple store ولا يوجد بالموقع كتالوج إلكتروني عن الوزارة قابل للتحميل والمشاركة، ولكن يوجد قسم خاص يتناول تاريخ الوزارة ومهامها، وقسم خاص عن الجهات التابعة للوزارة والخدمات الإلكترونية التي تقدمها. ولا يشجع الموقع الزوار على معاودة زيارة الموقع واستخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلاله.
- يتميز موقع وزارة الداخلية -بصفة عامة- بالتحديث الدوري المستمر للأخبار المنشورة عليه؛ بما يشجع على معاودة زيارته بصفة منتظمة، كما يحدد الموقع تاريخ الأخبار التي ينشرها بشكل يومي، ولكن يوجد أيضاً كم من المحتويات غير المحدثة التي يعود تاريخها إلى سنوات سابقة، كما يتميز الموقع بتنوع القضايا والموضوعات التي يطرحها، فقد يشجع ذلك الزائر المهتم بالمحتوى المنشور على الموقع على معاودة زيارته للتقديم في بعض الخدمات الإلكترونية، أو الاطلاع على بعض البيانات المهمة.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

- تُعد المدة الزمنية المطلوبة لتحميل صفحات الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية قصيرة، سواء في الصفحات التي تحتوي على نصوص فقط والصفحات المصورة؛ ممّا يدعو الزوار إلى عدم مغادرة الموقع.
- يتسم الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية بسهولة الوصول إلى المعلومات التي يقدمها من خلال قوائمته الرئيسية، كما تعبر الروابط الفرعية المندرجة تحت هذه القوائم عن محتواها بشكل واضح يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة.

- توجد روابط واضحة ومباشرة على الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر، ويوتيوب.
- يوفر الموقع روابط واضحة للتسجيل في الخدمات الحكومية الإلكترونية التي تقدمها الوزارة، ولكن بعضها يحتاج إلى التسجيل في الموقع للاستفادة منها، مثل: خدمات الحج والعمرة، تصاريح العمل، الالتحاق بأكاديمية الشرطة.. والبعض الآخر يمكن الاستفادة منه دون الاحتياج إلى التسجيل في الموقع، مثل: خدمات الإدارة العامة للمرور، الإدارة العامة للجوازات والهجرة.
- يحتوي الموقع على معلومات مفيدة عن جميع الإدارات التابعة للوزارة والخدمات الإلكترونية التي تقدمها، ولكن لا توجد وثائق أو ملفات قابلة للتحميل.
- يوفر الموقع خاصية مشاركة الأخبار المنشورة على الموقع على عدة وسائل للتواصل الاجتماعي؛ كالتساب، وفيسبوك، وتويتر، كما يمكن إرسال الأخبار عبر البريد الإلكتروني.
- يتوافر بالموقع رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية.
- يحدد الموقع تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليه بشكل يومي؛ مما يمكن الزوار من الاطلاع على أحدث المستجدات والأخبار المتعلقة بالوزارة من خلال الموقع.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

- لا تقدم الصفحة الرئيسية لموقع الوزارة رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم.
- يوفر الموقع رابطاً لاستفسارات الزوار عن الخدمات الإلكترونية والإجابة عن أسئلتهم، كما يوفر معلومات تفصيلية عن كيفية التواصل مع الوزارة من خلال تطبيق الواتساب، والبريد الإلكتروني، وأيضاً تم توفير عنوان المقر الرئيس للوزارة مع خريطة للموقع على تطبيق Google maps.
- لا يتيح الموقع فرصة للزوار لكتابة تعليقاتهم على المضامين المنشورة عليه، ولا يوفر خاصية الاطلاع على استجابات المسؤولين لتعليقات وتساؤلات الزوار.
- يوجد رابط للتواصل مع المسؤولين عن الموقع والاستفسار عن الخدمات الإلكترونية، كما يوجد رابط لشكاوى وبلاغات المواطنين.
- لا تستخدم وزارة الداخلية موقعها الإلكتروني كمنصة لطرح أسئلة نقاشية مع الزوار، ولكنها تستخدم الموقع في نشر أخبار الوزارة والقضايا الخاصة بها، وتعريف

المواطنين بالخدمات الحكومية الإلكترونية التي تقدمها الوزارة، كما لا تستخدم الوزارة موقعها الإلكتروني كطريقة لتصويت الجماهير تجاه قضايا محددة.

- لا تطلب الوزارة من الزوار والمستخدمين من خلال موقعها الإلكتروني كتابة تعليقاتهم تجاه المعلومات التي تقدمها؛ وإنما اكتفت بوضع رابط للاستفسارات والشكاوى والبلاغات فقط.

٢- الموقع الرسمي لوزارة الصحة:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- عرض الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة الهوية المرئية للوزارة - المتمثلة في الوجود واسم الوزارة- بشكل متكرر، سواء في الصفحة الرئيسية أو من خلال الدخول على الأقسام الفرعية للموقع، ولم يعرض الموقع الشعار اللفظي للوزارة ولكنه استعرض - بشكل تفصيلي- رؤية ورسالة الوزارة والمهام الخاصة بها، كما استعرض الموقع السيرة الذاتية للوزير الحالي، وسجل الوزراء السابقين، بالإضافة إلى محاور خطة عمل الوزارة.
- يوفر الموقع الرسمي لوزارة الصحة طرق الاتصال بالوزارة، سواء من خلال أرقام تليفون سويتش الوزارة، ومكتب رئيس قطاع الوزير، ومركز المعلومات، بالإضافة إلى عنوان المقر الرئيس للوزارة، ورقم صندوق البريد الخاص بها، وبريدها الإلكتروني، كما يوفر الموقع دليلاً كاملاً عن أسماء المديريات والقطاعات والهيئات التابعة للوزارة في جميع أنحاء الجمهورية بأرقام التليفونات والفاكس، ويوفر الموقع أيضاً وصلات مباشرة لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام، ويوتيوب، و linked in.
- يوفر الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة دليلاً كاملاً عن الخدمات التي تقدمها الوزارة منقسمة إلى عدة فئات؛ الفئة الأولى: خدمات الترخيص، وتتضمن: تراخيص المستشفيات، المنشآت الطبية، بنوك الدم، مراكز الأشعة والليزر، العلاج الطبيعي، نوادي الجيم. الفئة الثانية: خدمات توثيق الشهادات، وتتضمن خدمات: توثيق شهادات الميلاد والوفاة وترجمتها. الفئة الثالثة: بنك المعرفة المصري. الفئة الرابعة: المكاتب الطبية والسفارات المصرية بالخارج. الفئة الخامسة: خدمات البحوث والتنمية الصحية. الفئة السادسة: الحجر الصحي. الفئة السابعة: مكافحة العدوى. الفئة الثامنة: دليل علاج الأورام.
- في إطار مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلى الذى تعمل فيه؛ احتوى الموقع على قسم خاص بعنوان "التوعية الصحية" ويحتوى على القضايا الصحية والأمراض التي تتولى وزارة الصحة التوعية بها؛ كتطعيمات الأطفال، الالتهاب الرئوى، الرضاعة الطبيعية، تغذية مريض الصرع، مرض السكر، تغذية المراهق، فقر الدم (الأنيميا)، صعوبات التعلم، تطور الأطفال منذ الولادة إلى

عمر ٤ سنوات، الغذاء والسرطان، الإسعافات الأولية للحروق، تغذية المراهق والمسنين، صحة الفم والأسنان، فوائد التبرع بالدم.

- يوفر الموقع قسمًا لأهم الأخبار في الصفحة الرئيسية للموقع، مع إمكانية عرض تفاصيل هذه الأخبار عند الضغط عليها، ويوفر الموقع أرشيفًا خاصًا للأخبار بعنوان "المركز الإعلامي" يحتوى على أهم الأخبار والأحداث والفعاليات الخاصة بالوزارة، ومعرض للصور والفيديوهات، ولا يصنف موقع وزارة الصحة الأخبار في أقسام فرعية ولكن يتم عرضها دون تصنيفها في فئات، كما يتوافر بالموقع محرك بحث داخلي لتسهيل الوصول إلى المعلومات التي يرغب المواطن في الحصول عليها.

ثانيًا: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

- يتسم الموقع الخاص بوزارة الصحة بالتصميم التقليدي، وليس به شيء جديد أو خارج عن المألوف، سواء من حيث اختيار الألوان أو الخلفيات أو أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص، واستخدام موقع وزارة الصحة عددًا من القوائم الرئيسية والفرعية الموزعة بشكل جيد ومنظم في أعلى صفحة الموقع وأسفلها، وتعتبر طريقة العرض وتوزيع خدمات الموقع جيدة.

- تتصف محتويات وعناصر الموقع بالتقسيم والتنظيم المنطقي الذي بدأ بمعلومات عامة عن الوزارة، ودليل مديريات وقطاعات الوزارة، وخدمات الوزارة، والمركز الإعلامي، والتوعية الصحية، كما تتوافر بالموقع روابط لبعض الأقسام الداخلية؛ كروية الوزارة، وخدمات التراخيص، ودليل المديريات في أسفل الصفحة الرئيسية للموقع.

- لا توجد صفحة مخصصة لخريطة الموقع، ولكن يعرض الموقع الروابط الرئيسية الخاصة به في الأعلى وبعض الروابط للأقسام الداخلية له في الأسفل، كما استخدم الموقع أداة البحث السريع في أعلى الصفحة؛ لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

- يعرض موقع وزارة الصحة المحتوى الخاص به باللغة العربية فقط ولا يوجد تقسيم محدد للمحتوى المقدم من خلال الموقع، ولكن يوجد تنوع في أقسام الموقع، أهمها: معلومات تعريفية عن الوزارة وقطاعاتها، ودليل كامل بأسمائها، ومعلومات عن الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارة، وأخبار الوزارة والقضايا الصحية التي تتولى التوعية بها.

ثالثًا: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

- تقدم الصفحة الرئيسية للموقع رابطًا لأحدث أخبار الوزارة والمستجدات الخاصة بها بشكل يومي، وتعرض صور وتفاصيل هذه الأخبار من خلال الضغط على "شاهد التفاصيل".

- لا يوفر الموقع إمكانية مشاركة جميع الأخبار المنشورة عليه على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالزوار، ولا يوفر إمكانية القيام بجولات افتراضية داخل الوزارة والإدارات التابعة لها، ولكنه اكتفى بتوفير دليل متكامل عن قطاعات الوزارة من حيث أسماؤها والمهام الخاصة بها.
- لا يوجد رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها، وكذلك لا يوجد رابط لأكثر الأخبار مشاهدة طوال فترة التحليل، وأيضاً لا يوجد رابط لأكثر الخدمات طلباً من جانب الزوار.
- لم يعرض الموقع أى معلومات عن التطبيق الخاص بالوزارة وكيفية تحميله، ولا يوجد كتالوج إلكتروني عن الوزارة قابل للتحميل والمشاركة، ولكن يوجد بالموقع دليل عن الوزارة يقدم كافة المعلومات عنها.
- لا يشجع الموقع الزوار على معاودة زيارته واستخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلاله، ولكن توجد في أسفل الموقع دعوة صريحة للزوار بعنوان "اشترك معنا في النشرة البريدية ليصلك كل جديد".
- يتميز موقع وزارة الصحة -بصفة عامة- بالتحديث الدورى المستمر للأخبار المنشورة عليه؛ بما يشجع على معاودة زيارته بصفة منتظمة، كما يحدد الموقع تاريخ الأخبار التى ينشرها بشكل يومية، ولكن يوجد أيضاً كم من المحتويات غير المحدثة التى يعود تاريخها إلى سنوات سابقة. كما يتميز الموقع بتنوع الخدمات والموضوعات التى يطرحها، وقد يشجع ذلك الزائر المهتم بالمحتوى المنشور على الموقع على معاودة زيارته للاطلاع على الأوراق المطلوبة للتقديم على الخدمات التى تتيحها الوزارة.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

- تُعد المدة الزمنية المطلوبة لتحميل صفحات الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة قصيرة، سواء في الصفحات التى تحتوى على نصوص فقط أو الصفحات المصورة؛ ممّا يدعو الزوار إلى عدم مغادرة الموقع.
- يتسم الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة بسهولة الوصول إلى المعلومات التى يقدمها من خلال قوائمته الرئيسية، كما تعبر الروابط الفرعية المندرجة تحت هذه القوائم عن محتواها بشكل واضح يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة.
- توجد روابط واضحة ومباشرة على الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر، ويوتيوب. ولا يوفر الموقع روابط واضحة للتسجيل فى الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة، ولكنه اكتفى بذكر الأوراق والمستندات المطلوبة للتقديم فى الخدمات التى تقدمها الوزارة.

- يحتوى الموقع على معلومات مفيدة عن جميع الإدارات التابعة للوزارة والخدمات الإلكترونية التي تقدمها، ولكن لا توجد وثائق أو ملفات قابلة للتحميل. ولا يوفر الموقع خاصية مشاركة الأخبار المنشورة على الموقع على عدة وسائل للتواصل الاجتماعى؛ كالتساب، وفيسبوك، وتويتر، ولكن توجد خاصية الاشتراك فى النشرة البريدية للزوار للحصول على كل ما هو جديد عن الوزارة.
- يتوافر بالموقع رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية.
- يحدد الموقع تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليه بشكل يومي؛ ممّا يمكّن الزوار من الاطلاع على أحدث المستجدات والأخبار المتعلقة بالوزارة من خلال الموقع.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

- لا تقدم الصفحة الرئيسية لموقع وزارة الصحة رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم، ولا يوفر الموقع رابطاً لاستفسارات الزوار عن الخدمات الإلكترونية والإجابة عن أسئلتهم.
- يوفر الموقع الرسمى لوزارة الصحة طرق الاتصال بالوزارة، سواء من خلال أرقام تليفون سويتش الوزارة، ومكتب رئيس قطاع الوزير، ومركز المعلومات، بالإضافة إلى عنوان المقر الرئيس للوزارة، ورقم صندوق البريد الخاص بها، وبريدها الإلكتروني.
- لا يتيح الموقع فرصة للزوار لكتابة تعليقاتهم على المضامين المنشورة عليه، ولا يوفر خاصية الاطلاع على استجابات المسؤولين لتعليقات وتساؤلات الزوار، ولا يوجد أيضاً رابط للتواصل مع المسؤولين عن الموقع والاستفسار عن الخدمات الإلكترونية، كما لا يوجد رابط لشكاوى وبلاغات المواطنين.
- لا تستخدم وزارة الصحة موقعها الإلكتروني كمنصة لطرح أسئلة نقاشية مع الزوار، ولكنها تستخدم الموقع فى نشر أخبارها، والقضايا الخاصة بها، وتعريف المواطنين بالخدمات الحكومية الإلكترونية التي تقدمها، كما لا تستخدم الوزارة موقعها الإلكتروني كطريقة لتصويت الجماهير تجاه قضايا محددة، ولكنها تهتم باستطلاع رأى الجمهور تجاه موقعها، ولا تطلب من الزوار والمستخدمين من خلال موقعها الإلكتروني كتابة تعليقاتهم تجاه المعلومات التي تقدمها.

٣- الموقع الرسمى لوزارة التعليم العالى:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- عرض الموقع الإلكتروني لوزارة التعليم العالى الهوية المرئية للوزارة -التمثلة فى اللوجو واسم الوزارة- بشكل متكرر، سواء فى الصفحة الرئيسية أو من خلال الدخول على الأقسام الفرعية للموقع، ولم يعرض الموقع الشعار اللفظى للوزارة ولكنه عرض -

بشكل تفصيلي ومنظم- رؤية ورسالة الوزارة وأهدافها، بالإضافة إلى عرض نبذة مختصرة عن الوزارة ونشأتها، بالإضافة إلى أسماء الوزراء السابقين، ويوفر الموقع أيضاً بيانات الاتصال من حيث: العنوان، ورقم التليفون والفاكس، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى إمكانية إرسال رسالة عبر الموقع الإلكتروني.

- يوفر الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي دليلاً كاملاً عن مؤسسات التعليم العالي التي تشمل: الجامعات الحكومية- الجامعات المصرية الأهلية- الجامعات التكنولوجية- الجامعات الخاصة- فروع الجامعات الأجنبية- مؤسسات تعليمية باتفاقيات دولية- الكليات التكنولوجية والمعاهد الخاصة- أكاديميات حكومية تشرف عليها وزارة التعليم العالي، كما يوفر الموقع دليلاً عن المستشفيات والمراكز الطبية بالجامعات الحكومية، ويوجد أيضاً بالموقع دليل عن البحث العلمي يشمل: أكاديمية البحث العلمي، مجلس المراكز والمعاهد البحثية، هيئة تمويل العلوم والتكنولوجيا والابتكار.
- يوفر الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي وصلات مباشرة لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام، ولكنه لا يوفر خرائط على تطبيق جوجل، سواء لمقر الوزارة الرئيس أو للإدارات التابعة لها.
- استعرض الموقع الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارة والتي تشمل: معادلة الدرجات العلمية، منظومة تسجيل الطلاب تحت الإشراف العلمي، منظومة تنسيق قبول الطلبة الوافدين.
- فى إطار مدى توافر معلومات عن مشاركات الوزارة فى القضايا الاجتماعية، ركز الموقع بشكل كبير- على قضية التحول الرقمى ودور الوزارة فى إعداد جيل قادر على الإبداع والابتكار، وإدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى العملية التعليمية؛ لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من النظم التكنولوجية المتطورة.
- يوفر الموقع أهم الأخبار فى الصفحة الرئيسية للموقع، مع إمكانية عرض تفاصيل هذه الأخبار عند الضغط على "اقرأ المزيد"، كما يوفر أرشيفاً خاصاً عن الوزارة والوزراء السابقين، والمشروعات القومية التي ترعاها الوزارة، ومشروعات التحول الرقمى. كما يوجد قسم بعنوان "مركز المعلومات" يتضمن: الوزارة فى أرقام، الإحصائيات، النشرات الدورية، دراسات وأبحاث. ويحتوى الموقع أيضاً على قسم بعنوان "المركز الإعلامى" الذى يحتوى على أرشيف خاص بأخبار الوزارة، والأحداث والفعاليات، والبيانات الإعلامية، والمؤتمرات والندوات، ومركز للصور والفيديو والإنفوجراف، كما يتوافر بالموقع محرك بحث داخلى لتسهيل الوصول إلى المعلومات التى يرغب المواطن فى الحصول عليها.

ثانياً: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

- يتسم الموقع الخاص بوزارة التعليم العالي بالتصميم الجيد والخارج عن المألوف، سواء من حيث اختيار الألوان، أو الخلفيات، أو أنواع الخطوط المستخدمة فى كتابة النصوص، والاستعانة بالجرافيكس، كما استخدم الموقع عدداً من القوائم الرئيسية

- والفرعية الموزعة بشكل جيد ومنظم فى أعلى صفحة الموقع وأسفلها، وتعتبر طريقة العرض وتوزيع خدمات الموقع ملائمة وفعالة.
- تتصف محتويات وعناصر الموقع بالتقسيم والتنظيم المنطقى الذى بدأ بمعلومات عن الوزير والوزارة، ثم الخدمات الإلكترونية، ووصولاً إلى مركز المعلومات والمركز الإعلامى الخاص بالوزارة؛ ممّا يساعد زوار الموقع فى الوصول إلى المعلومات بسهولة وسرعة.
- لا تتوافر بالموقع روابط للأقسام الداخلية فى أسفل الصفحة الرئيسية للموقع، ولا توجد صفحة مخصصة لخريطة الموقع، ولكن الموقع استخدم أداة البحث السريع فى أعلى الصفحة لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة.
- يعرض موقع وزارة التعليم العالى المحتوى باللغتين (العربية والإنجليزية)، وشملت نسخة الموقع باللغة الإنجليزية كل المحتويات المنشورة بنسخة الموقع الرئيسية.
- ليس هناك تقسيم محدد للمحتوى المقدم من خلال موقع الوزارة، ولكن يوجد تنوع فى أقسام الموقع، أهمها: معلومات تعريفية عن الوزارة، معلومات عن الخدمات الإلكترونية التى تقدمها الوزارة، مركز المعلومات والمركز الإعلامى التابع لها.

ثالثاً: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

- تقدم الصفحة الرئيسية للموقع رابطاً لأحداث وفعاليات الوزارة، ويمكن الاطلاع على تفاصيلها من خلال الضغط على "اقرأ المزيد".
- لا يوفر الموقع إمكانية مشاركة جميع الأخبار المنشورة عليه على مواقع التواصل الاجتماعى الخاصة بالزوار، ولا يوفر إمكانية القيام بجولات افتراضية داخل الوزارة والإدارات التابعة لها، ولكنه اكتفى بتوفير دليل متكامل عن مؤسسات التعليم العالى، والمستشفيات الجامعية، ومؤسسات البحث العلمى بأسمائها وروابط المواقع الإلكترونية الخاصة بها.
- لا يوجد رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها، ولكن توجد روابط صديقة للمجلس الأعلى للجامعات، تنسيق القبول بالجامعات والمعاهد، القبول بالجامعات الخاصة والأهلية، روابط سريعة لإنجازات التعليم العالى والبحث العلمى، روابط لأهم البيانات الإعلامية لوزير التعليم العالى.
- لم يعرض الموقع أى معلومات عن التطبيق الخاص بالوزارة وكيفية تحميله، ولا يوجد كتالوج إلكترونى عن الوزارة قابل للتحميل والمشاركة، ولكن يوجد قسم خاص بالموقع يتناول تاريخ الوزارة، ومهامها، وقسم خاص عن الجهات التابعة للوزارة، والخدمات الإلكترونية التى تقدمها.

- لا يشجع الموقع الزوار على معاودة زيارته واستخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلاله.
- يتميز موقع وزارة التعليم العالي -بصفة عامة- بالتحديث الدورى المستمر للأخبار المنشورة عليه؛ بما يشجع على معاودة زيارته بصفة منتظمة، كما يحدد الموقع تاريخ الأخبار التى ينشرها بشكل يومى، ولكن يوجد أيضاً كم من المحتويات غير المحدثة التى يعود تاريخها إلى سنوات سابقة، ويتميز الموقع بتنوع القضايا والموضوعات التى يطرحها، وقد يشجع ذلك الزائر المهتم بالمحتوى المنشور على الموقع على معاودة زيارته للاطلاع على الخدمات الإلكترونية أو الاطلاع على أحداث وفعاليات الوزارة.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

- تعد المدة الزمنية المطلوبة لتحميل صفحات الموقع الإلكتروني لوزارة التعليم العالي قصيرة، سواء فى الصفحات التى تحتوى على نصوص فقط، أو الصفحات المصورة؛ ممّا يدعو الزوار إلى عدم مغادرة الموقع.
- يتسم الموقع الإلكتروني لوزارة التعليم العالي بسهولة الوصول إلى المعلومات التى يقدمها من خلال قوائمه الرئيسية، كما تعبر الروابط الفرعية المندرجة تحت هذه القوائم عن محتواها بشكل واضح يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة.
- توجد روابط واضحة ومباشرة على الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لصفحات التواصل الاجتماعى الرسمية الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر، ويوتيوب.
- يوفر الموقع روابط واضحة للتسجيل فى الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة، مثل: معادلة الدرجات العلمية.
- يحتوى الموقع على معلومات مفيدة عن جميع الإدارات التابعة للوزارة والخدمات الإلكترونية التى تقدمها، ولكن لا توجد وثائق أو ملفات قابلة للتحميل.
- لا يوفر الموقع خاصية مشاركة الأخبار المنشورة على الموقع على عدة وسائل للتواصل الاجتماعى؛ كالتساب، وفيسبوك، وتويتر.
- يتوافر بالموقع رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية.
- يحدد الموقع تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليه بشكل يومى؛ ممّا يمكن الزوار من الاطلاع على أحدث المستجدات والأخبار المتعلقة بالوزارة من خلال الموقع.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

- لا تقدم الصفحة الرئيسية لموقع وزارة التعليم العالي رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم.

- يوفر الموقع رابطاً في أسفل الصفحة الرئيسية لاستفسارات الزوار من خلال ترك الاسم والبريد الإلكتروني والرسالة المراد إرسالها.
- يوفر الموقع معلومات تفصيلية عن بيانات الاتصال من حيث: العنوان، ورقم التليفون، ورقم الفاكس، والبريد الإلكتروني.
- لا يتيح الموقع فرصة للزوار لكتابة تعليقاتهم على المضامين المنشورة عليه.
- لا يوفر الموقع خاصية الاطلاع على استجابات المسؤولين لتعليقات وتساؤلات الزوار.
- يوجد رابط للتواصل مع المسؤولين عن الموقع والاستفسار عن الخدمات الإلكترونية، كما يوجد رابط لشكاوى وبلاغات المواطنين.
- لا تستخدم وزارة التعليم العالي موقعها الإلكتروني كمنصة لطرح أسئلة نقاشية مع الزوار، ولكنها تستخدم الموقع في نشر أخبار الوزارة وفعاليتها، وتعريف المواطنين بالخدمات الحكومية الإلكترونية التي تقدمها.
- لا تستخدم وزارة التعليم العالي موقعها الإلكتروني كطريقة لتصويت الجماهير تجاه قضايا محددة.
- لا تطلب الوزارة من الزوار والمستخدمين من خلال موقعها الإلكتروني كتابة تعليقاتهم تجاه المعلومات التي تقدمها، وإنما اكتفت بوضع رابط للاستفسارات والشكاوى والبلاغات فقط.

٤- الموقع الرسمي لوزارة الخارجية:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- عرض الموقع الهوية المرئية للوزارة -التمثلة في اللوجو واسم الوزارة- بشكل متكرر، سواء في الصفحة الرئيسية أو من خلال الدخول على الأقسام الفرعية للموقع، ولم يعرض الموقع الشعار اللفظي للوزارة، ورؤية ورسالة الوزارة وأهدافها، ولم يتطرق حتى إلى نشأتها وتاريخها، ولكنه عرض للزوار بيانات الاتصال من حيث: الخط الساخن، وأرقام الهواتف، والبريد الإلكتروني، كما يحتوى الموقع على العنوان الخاص بالوزارة وكيفية الوصول إليه من خلال تطبيق Google Maps.
- لا يوفر الموقع معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة، ولكنه اكتفى بوضع روابط للمواقع الإلكترونية للقنصليات العامة المصرية في المملكة العربية السعودية وفي الإمارات العربية المتحدة.
- يوفر الموقع الرسمي لوزارة الخارجية وصلات مباشرة لصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وتويتر، ويوفر الموقع خرائط على تطبيق جوجل لمقر الوزارة الرئيس فقط.

- لم يعرض الموقع الخدمات الحكومية الإلكترونية التي تقدمها الوزارة بشكل عام، ولكنه استعرض -من خلال المواقع الإلكترونية للقنصليات المصرية في الرياض، وجدة، ودبي تحت قسم بعنوان "المعاملات القنصلية"- الأوراق والمستندات المطلوبة، والرسوم لاستخراج أو تجديد جواز سفر، استخراج شهادة ميلاد مصرية، التوكيلات والإقرارات، التصديق على المحررات.
- لم يوفر الموقع أى معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي.
- لم يوفر موقع وزارة الخارجية في الصفحة الرئيسية له قسمًا للأخبار، ولكن يوجد قسم بعنوان "الأخبار والتطورات" في المواقع الإلكترونية للقنصليات المصرية في الرياض، وجدة، ودبي، ولا يوفر موقع وزارة الخارجية ولا المواقع الخاصة بالقنصليات المصرية في الرياض، وجدة، ودبي أرشيفًا خاصًا للأخبار، كما لا يتوافر بالموقع محرك بحث داخلي لتسهيل الوصول إلى المعلومات التي يرغب المواطن في الحصول عليها.

ثانيًا: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

- يتسم الموقع الخاص بوزارة الخارجية بالشكل التقليدي، سواء من حيث اختيار الألوان أو الخلفيات، أو أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص، كما استخدم الموقع عددًا محدودًا من القوائم الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية له، وتعتبر طريقة العرض وتوزيع خدمات الموقع غير كافية.
- تعد محتويات وعناصر الموقع قليلة وغير كافية، ويتوافر بالموقع فقط روابط للمواقع الإلكترونية للقنصليات المصرية في الرياض، وجدة، ودبي.
- لا توجد صفحة مخصصة لخريطة الموقع، ولا أداة البحث السريع في أعلى الصفحة لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة.
- يعرض موقع وزارة الخارجية المحتوى باللغة العربية فقط، وليس هناك تقسيم جيد وكاف للمحتوى المقدم عبر الموقع.

ثالثًا: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

- لا تقدم الصفحة الرئيسية للموقع رابطًا لأحداث وفعاليات الوزارة، ولا يوفر الموقع إمكانية مشاركة جميع الأخبار المنشورة عليه على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالزوار.
- لا يوفر الموقع إمكانية القيام بجولات افتراضية داخل الوزارة والإدارات التابعة لها، ولا يوجد رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها.

- لم يعرض الموقع أى معلومات عن التطبيق الخاص بالوزارة وكيفية تحميله، ولا يوجد كتالوج إلكترونى عن الوزارة قابل للتحميل والمشاركة.
- لا يشجع الموقع الزوار على معاودة زيارته واستخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلاله، ولا يتميز الموقع -بصفة عامة- بالتحديث الدورى المستمر للأخبار المنشورة عليه بما يشجع على معاودة زيارته بصفة منتظمة، ولا يتميز بتنوع القضايا والموضوعات التى يطرحها.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

- تعد المدة الزمنية المطلوبة لتحميل صفحات الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية قصيرة.
- يتسم الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية بصعوبة الوصول إلى المعلومات التى يقدمها من خلال قوائمته الرئيسية، ولكن تعبر الروابط الفرعية له -المتتمثلة فى مواقع القنصليات المصرية فى دى، والرياض، وجدة- عن محتواها بشكل واضح يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة.
- توجد روابط واضحة ومباشرة على الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لصفحات التواصل الاجتماعى الرسمية الخاصة بالوزارة على كل من: فيسبوك، وتويتر.
- لا يوفر الموقع روابط واضحة للتسجيل فى الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة.
- لا يحتوى الموقع على وثائق أو ملفات قابلة للتحميل.
- لا يوفر الموقع خاصية مشاركة الأخبار المنشورة عليه على عدة وسائل للتواصل الاجتماعى: كالتساب، وفيسبوك، وتويتر.
- لا يتوافر بالموقع رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية.
- لا يحدد الموقع تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليه بشكل يومية.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

- تقدم الصفحة الرئيسية لموقع وزارة الخارجية رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم.
- لا يوفر الموقع فرصة لتقديم الاستفسارات من الزوار.
- يوفر الموقع معلومات تفصيلية عن بيانات الاتصال من حيث: العنوان، رقم التليفون، الخط الساخن، البريد الإلكتروني.

- لا يتيح الموقع فرصة للزوار لكتابة تعليقاتهم على المضامين المنشورة عليه.
- لا يوفر الموقع خاصية الاطلاع على استجابات المسؤولين لتعليقات وتساؤلات الزوار.
- لا يوجد رابط للتواصل مع المسؤولين عن الموقع والاستفسار عن الخدمات الإلكترونية.
- لا تستخدم وزارة الخارجية موقعها الإلكتروني كمنصة لطرح أسئلة نقاشية مع الزوار.
- لا تستخدم وزارة الخارجية موقعها الإلكتروني كطريقة لتصويت الجماهير تجاه قضايا محددة.
- لا تطلب الوزارة من الزوار والمستخدمين من خلال موقعها الإلكتروني كتابة تعليقاتهم تجاه المعلومات التي تقدمها.

ثانياً: نتائج التحليل الكيفي لتوظيف مبادئ إدارة العلاقات الحوارية على الصفحات الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- على منصات التواصل الاجتماعي

١- الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية على منصات التواصل الاجتماعي:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة للجمهور

- لم تقدم الصفحات الرسمية الخاصة بوزارة الداخلية على منصات فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام أى معلومات تعريفية عن الوزارة من حيث: تاريخها، نشأتها، الرؤية والرسالة، القطاعات والإدارات التابعة لها، وإن كانت هناك وصلات مباشرة للمنصات الإلكترونية الأخرى على كل صفحة من الصفحات الاجتماعية للوزارة، كما تميزت صفحة الفيسبوك الخاصة بالوزارة بعرضها لبيانات التواصل مع الوزارة من خلال رقم الخط الساخن، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى وضعها خريطة للوصول إلى مقر الوزارة من خلال تطبيق Google Maps.
 - وبالنسبة للمواد الإعلامية التي صدرت عن الوزارة عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي -محل الدراسة- طوال فترة التحليل فيمكن تقسيمها إلى عدة أنواع حسب مضمونها على النحو التالي:
١. جهود قطاع الأمن العام فى القبض على المشتبه فيهم والعناصر الخارجة عن القانون فى مختلف المحافظات فيما يتعلق بتهم السرقة، النصب والاحتيال، القتل، تجارة المواد المخدرة بأنواعها المختلفة، ممارسة أعمال بدون تراخيص، تجارة أدوية مجهولة المصدر، تجارة أغذية غير صالحة للاستخدام، تزوير المحررات الرسمية، تجارة الأسلحة النارية غير المرخصة، تنقيب عن الآثار، اتجار غير مشروع بالنقد الأجنبي، انتحال وظائف، المصنفات وحماية حقوق الملكية الفكرية، الترويج للأعمال المنافية للأداب.

٢. خطط الوزارة الأمنية، وتركزت في فترة التحليل على خطط الوزارة الأمنية بمناسبة انطلاق العام الدراسي الجديد.
٣. الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارة وتيسير إجراءات حصول المواطنين على الخدمات والمستندات الشرطة؛ كاستخراج بطاقة رقم قومي، استخراج وتجديد جواز السفر، الكشف عن مخالفات رخصة القيادة، وغيرها من الخدمات.
٤. تحويلات وخدمات مرورية لإرشاد المواطنين إلى الأماكن التي بها إصلاحات أو إغلاق، وفيما يلي بعض الأمثلة التي وردت في فترة التحليل: استكمال تنفيذ الأعمال الخاصة بمحطة مترو الزمالك بالقاهرة، تنفيذ أعمال الحفر وحقق التربة بشارع الأزهر بالقاهرة، تنفيذ أعمال مشروع كوبري مشاة أعلى محور حسب الله الكفراوي بالقاهرة، استكمال تنفيذ الأعمال الخاصة بمشروع المنوريل بالجيزة.
٥. استجابات فورية من قوات الحماية المدنية لاستغااثات المواطنين، وفيما يلي بعض الأمثلة التي وردت في فترة التحليل: استجابات فورية من قوات الحماية المدنية بالسويس لتلبية استغاثة أحد المواطنين غير قادر على الحركة لنقله للمستشفى، قوات الحماية المدنية بالإسكندرية تنجح في إنقاذ أحد الأشخاص حال محاولته إلقاء نفسه من أعلى أحد العقارات، استجابة الأجهزة الأمنية بالقاهرة لاستغاثة مسنة عقب احتجازها في مسكنها، العثور على شخص متغيب يحمل جنسية إحدى الدول وإعادته وتسليمه لأهله.
٦. ندوات ودورات تثقيفية قامت بتنظيمها الوزارة وأكاديمية الشرطة، وفيما يلي بعض الأمثلة التي وردت في فترة التحليل: دورة تدريبية بعنوان "فحص جوازات السفر وكشف التزوير لطالبات كلية الشرطة" بالتنسيق مع السفارة الأمريكية بالقاهرة، دورة تثقيفية بعنوان "الكشف عن الوثائق المزورة في سياق مكافحة الاتجار بالبشر وتهريب المهاجرين" بالتعاون مع اللجنة الدولية للصليب الأحمر، ندوة بعنوان "التوعية بمخاطر التدخين والإدمان لعدد من المجندين وطلبة معاوني الأمن"، ندوة تثقيفية للضباط المتدربين بعنوان "دوائر الأمن القومي المصري"، ندوة تثقيفية للمجندين للاحتفال بالمولد النبوي الشريف.
٧. بيانات نفى للأخبار المتداولة فيما يتعلق بوجود اشتباكات أمنية، حركات إرهابية، حوادث طرق.
٨. كشف ملايسات مقاطع صوتية أو فيديو تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي - كالفيسبوك، تيك توك- لبعض المواطنين أثناء ارتكابهم أفعالاً مخالفة للقانون.
٩. مؤتمرات وبطولات؛ كتنظيم الوزارة للمؤتمر التاسع للمسؤولين عن حقوق الإنسان في وزارات الداخلية العربية، تنظيم بطولة الجمهورية لرياضة التقاط الأوتاد بوادي الفروسية للشرطة.

١٠. بيانات رسمية من الوزارة؛ كشرط الالتحاق بالمعاهد الفنية الصحية والشرطية (ذكور- إناث) للعام الدراسي ٢٠٢٣-٢٠٢٤، وبيان من وزير الداخلية بمناسبة المولد النبوي الشريف.

- أما فيما يتعلق بالمواد الإعلامية الخاصة بالمجتمع المحلي المحيط بالوزارة فجاءت في إطار الدور الذي تقوم به وزارة الداخلية في المشاركة المجتمعية، وفيما يلي بعض الأمثلة التي وردت في فترة التحليل: تنظيم قطاع المرور والحماية المدنية زيارة إلى مستشفى الناس الخيري لقلب الأطفال، جهود الوزارة من خلال منظومة أمان في تجهيز وإهداء حقائب مدرسية للأطفال، في إطار المبادرة الرئاسية "حياة كريمة" وجهت وزارة الداخلية قافلة إنسانية وطبية بنطاق محافظة كفر الشيخ، تنظيم قطاع الحماية المجتمعية احتفالية بمناسبة المولد النبوي الشريف، حملة قطاع الخدمات الطبية للتبرع بالدم شارك فيها عدد من رجال الشرطة بمديرية أمن البحر الأحمر.

ثانياً: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الداخلية على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام اللغة العربية فقط في عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، كما اتسمت عناوين المنشورات على فيسبوك وإنستجرام والتغريدات على تويتر بالوضوح، مع إمكانية الاطلاع على التفاصيل الخاصة بالخبر التي كانت إما مصحوبة بصور من واقع الأحداث أو ملفات فيديو والتي لم تؤثر على سرعة تحميل الصفحات.

ثالثاً: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

اتسمت حسابات وزارة الداخلية على إكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام بالتحديث المستمر للمعلومات، ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، أما حساب الوزارة على فيسبوك فكان أقل نشاطاً مقارنة بالمنصات الأخرى في وضع منشورات جديدة بصفة يومية، وتنوعت القضايا المطروحة من قبل الوزارة عبر منصات التواصل الاجتماعي ما بين قضايا أمنية، قضايا اجتماعية، قضايا توعوية، كما تتوافر إمكانية مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية عبر الحسابات الشخصية للمستخدمين، ولكن لا توفر الحسابات الاجتماعية جولات افتراضية أو كتالوجات إلكترونية عن الوزارة، كما لم يتم توجيه دعوات من المسؤولين عن صفحات الوزارة إلى الزوار لمعاودة استخدام الحسابات مرة أخرى.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

تتميز الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الداخلية على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام -بوجه عام- بسهولة الوصول للمعلومات، كما يمكن مشاركة المضمون المنشور عبر وسائل متنوعة، وضمت جميع الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- رابطاً للموقع الإلكتروني لها، كما لا توجد روابط تنقل المستخدم إلى خارج الحساب، ولم تتم أيضاً مشاركة أى وثائق قابلة للتحميل على الحسابات الاجتماعية -محل الدراسة- خلال فترة التحليل.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

لم تظهر على الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الداخلية -محل الدراسة- طوال فترة التحليل أى رسائل ترحيبية تعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور، ولكن وفرت هذه الحسابات الاجتماعية إمكانية كتابة تعليقات المستخدمين على منشوراتها ومشاركتها، أما وضع معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة فلم يكن بنفس الطريقة عبر الصفحات الاجتماعية الخاصة بالوزارة، فبالنسبة لصفحة الفيسبوك كانت الأكثر فاعلية فى تطبيق ذلك؛ حيث وضعت الإيميل الخاص بالوزارة ورابطاً خاصاً يضع فيه الزائر الاسم رباعياً ورقم الهاتف فى حالة وجود شكوى يُراد إرسالها، أما صفحات الوزارة على تويتر وإنستجرام فلم تضع أى بيانات للتواصل مع الوزارة بخلاف رابط الموقع الإلكتروني الخاص بها، وروابط المنصات الاجتماعية الأخرى الخاصة بها. وقد غاب عن صفحات الوزارة الاجتماعية -محل الدراسة- عدد كبير من ملامح توظيف هذا المبدأ التفاعلي، مثل: طلب تعليقات المستخدمين أو مقترحاتهم، كما لم تطرح الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- أى أسئلة للنقاش أو استقصاءات رأى أو موضوعات للتصويت، كذلك انخفض بوضوح معدل الاستجابة لتعليقات المستخدمين بما لا يدعم فرص الحوار على حسابات الوزارة الاجتماعية عبر فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر.

٢- الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على منصات التواصل الاجتماعي:

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- لم تقدم الصفحات الرسمية الخاصة بوزارة الصحة على منصات فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام أى معلومات تعريفية عن الوزارة من حيث: تاريخها، نشأتها، القطاعات والإدارات التابعة لها، فعرضت صفحة الفيسبوك الخاصة بالوزارة عنوان الوزارة، ورقم الهاتف، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى وضعها رابط الموقع الإلكتروني الخاص بها، بينما عرضت صفحات الإنستجرام، وإكس (تويتر سابقاً) الخاصة بالوزارة ملخصاً لهدف الوزارة الأساسي، كما عرضت أيضاً -مثل صفحة الفيسبوك- عنوان الوزارة، ورابط الموقع الإلكتروني.

- وبالنسبة للمواد الإعلامية التى صدرت عن الوزارة عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي -محل الدراسة- طوال فترة التحليل فيمكن تقسيمها إلى عدة أنواع حسب مضمونها على النحو التالي:

١- نصائح وتوصيات صحية: حرصت وزارة الصحة المصرية على نشر عدد كبير من النصائح والإرشادات من خلال حساباتها الاجتماعية، وفيما يلي بعض الأمثلة التى وردت طوال فترة التحليل: تلقى لقاح الإنفلونزا الموسمية مبكراً قبل دخول الشتاء وقبل بدء ذروة انتشار الإنفلونزا للحصول على أقصى استفادة منه، تغيير المناخ هو أكبر تهديد صحى يواجه البشرية؛ لذلك فإن الحفاظ على كوكبنا ضرورى لحماية أرواحنا، المباشرة بين الولادات ضرورية لصحة الأم، تكرار الحمل يسبب الأنيميا، قلل وزنك واحم قلبك، المكمل الغذائى ليس بديلاً للأغذية، ابتعد عن تدخين السجائر والتدخين

السلبى لحمايتك من سرطان الرئة، شرب ٨ أكواب من المياه يوميًا، نصائح لمرضى الجيوب الأنفية للحماية من التقلبات الجوية، نصائح للاحتفاظ بالإقلاع عن التدخين، نصائح للوقاية من نزيف الأنف، نصائح التعامل مع مريض الزهايمر، نصائح يجب اتباعها في حالة الجرح أو الخدش من حيوان مصاب بالسعار.

٢- معلومات وحقائق طبية: قدمت الحسابات الاجتماعية لوزارة الصحة طوال فترة التحليل معلومات طبية قيّمة للزوار، وفيما يلي أمثلة لبعض المعلومات التي تم الاطلاع عليها: أعراض الإصابة بالنوبة القلبية، فوائد العلاج الطبيعي، أسباب فقدان السمع عند الأطفال، أعراض الإصابة بالحزام النارى، أماكن حقن الأنسولين، أعراض مرض السكر، ٤ أمراض تقلل الرضاعة الطبيعية من مخاطر إصابة الأمهات بها، أعراض أورام الرئة، طرق مراقبة وضبط السكر فى الدم، أهمية التشخيص المبكر للأمراض الوراثية، طرق التعامل مع هبوط السكر، أعراض التهاب الجيوب الأنفية الحاد، محتويات حقيبة الإسعافات الأولية، أدوية يُحظر استخدامها بدون استشارة الطبيب. وفى إطار المعلومات والحقائق الطبية التي تم تقديمها عبر الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الصحة طوال فترة الدراسة كانت هناك فيديوهات مسجلة لمجموعة من الأطباء من مجالات مختلفة تحت عنوان "كبسولة الصحة" لتقديم الإجابة عن أكثر الأسئلة شيوعًا بنوع من المواجهة والتفاعلية مع الزوار، وفيما يلي بعض الأسئلة التي تمت الإجابة عنها أثناء فترة التحليل: هل يمكن استخدام معجون الأسنان على الحروق؟ هل المكملات الغذائية الموجودة فى الصالات الرياضية آمنة؟ هل يجب الذهاب إلى طبيب نفسى؟ هل الاضطرابات النفسية سببها حوادث الطفولة أم هى وراثية؟ كيف تتعامل مع أطفالك حتى لا يشعروا بالملل؟ إزاي تعرف إن ابنك مصاب بالتوحد؟ ما هى المكملات الغذائية التي قد يحتاجها طفلك لتقوية جسده؟

٣- مشاركات الوزير فى الأحداث الطبية الخاصة: قامت الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الصحة -محل الدراسة- بتغطية أخبار الوزارة ومشاركات الوزير فى المؤتمرات والندوات والجلسات العلمية، وفيما يلي أمثلة لهذه المشاركات التي وردت أثناء فترة التحليل: فعاليات افتتاح النسخة الأولى من المؤتمر الدولى لطب الأسنان بجامعة الجلالة الأهلية، المؤتمر العلمى للصحة والسكان والتنمية لعام ٢٠٢٣، تكريم وزير الصحة لأعضاء بعثة الحج الطبية لعام ٢٠٢٣، وزير الصحة يلتقى قداسة البابا تواضروس الثانى لمناقشة التعاون فى القطاع الصحى، الصحة تنظم يومًا علميًا للتوعية بأمراض شبكية العيون بالتزامن مع اليوم العالمى للمرض، اجتماع وزير الصحة مع تحالف أصدقاء الأمم المتحدة للقضاء على التهاب الكبد، وزير الصحة خلال التدشين الرسمى لمبادرة الكشف عن الأورام السرطانية، لقاء وزير الصحة مع الرئيس التنفيذى لشركة ميديكاست الأسترالية لبحث الفرص الاستثمارية فى مجال الأشعة.

٤- تصريحات لمسؤولين: حرصت الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الصحة -محل الدراسة- أثناء فترة التحليل على نشر تصريحات وزير الصحة والمتحدث الرسمى باسم الوزارة بشكل مستمر، وفيما يلي أمثلة من التصريحات التي تم نشرها أثناء فترة التحليل: تصريح لوزير الصحة بأن مشكلة الزيادة السكانية هى التحدى الأكبر الذى يواجهه العمل

الوطني في مصر بالحاضر والمستقبل، تصريحات المتحدث الرسمي باسم الوزارة بخصوص أهمية تلقي التطعيم ضد الإنفلونزا الموسمية، نصائح للحماية من المضاعفات الصحية الناتجة عن التقلبات الجوية، تفاصيل انتشار متحور أوميكرون الجديد EG5 بـ١٥ دولة، حقيقة نقص الأدوية والفرق بين الأدوية البديلة والمثيلة.

٥- تقارير وبيانات صحفية: وفيما يلي أمثلة للتقارير والبيانات الصحفية التي صدرت عن الوزارة خلال فترة التحليل على حساباتها الاجتماعية: زيادة قرارات العلاج على نفقة الدولة بنسبة ١٥.٨% عن العام المالي السابق، متوسط أعداد المواليد خلال فترة بلوغ السكان ١٥٥ مليون نسمة، إطلاق ٣٥ قافلة للصحة الإنجابية بـ١٧ محافظة أول شهر أكتوبر المقبل، الاستراتيجية الوطنية للسكان والتنمية ٢٠٢٣-٢٠٣٠، تقارير يومية عن حملة ١٠٠ يوم صحة تتضمن عدد الخدمات المقدّمة بشكل يومي وعدد الخدمات المقدّمة منذ بدء الحملة.

– أما فيما يتعلق بالمواد الإعلامية الخاصة بالمجتمع المحلي المحيط بالوزارة فتركزت طوال فترة التحليل عبر الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة على مبادرة ١٠٠ يوم صحة التي تقع تحت مظلة مبادرة ١٠٠ مليون صحة، وتهدف هذه المبادرة إلى تنمية الأسرة المصرية من خلال توفير فحوصات وكشوفات مختلفة وجميع أنواع العلاج بالمجان في حالة اكتشاف أى مرض، وتاولت المنشورات والتغريدات الخاصة بوزارة الصحة جميع جوانب المبادرة لتشمل مبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية لحديثي التخرج، مبادرة الكشف المبكر عن الأورام السرطانية (سرطان الرئة- سرطان القولون- سرطان البروستاتا- سرطان عنق الرحم)، مبادرة الكشف المبكر عن الأمراض الوراثية والمزمنة والمعدية، مبادرة دعم خدمات وحدات ومراكز الرعاية الأولية (خدمات تنظيم الأسرة- خدمات تنقيف صحي- خدمات علاجية).

ثانياً: توظيف مبدأ سهولة التصفّح والاستخدام

استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الصحة على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام اللغة العربية فقط في عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، كما اتسمت عناوين المنشورات على فيسبوك وإنستجرام والتغريدات على تويتر بالوضوح، مع إمكانية الاطلاع على التفاصيل الخاصة بالخبر التي كانت إما مصحوبة بصور من واقع الأحداث الخاصة بالوزارة أو مقاطع فيديو والتي لم تؤثر على سرعة تحميل الصفحات.

ثالثاً: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

تنتم حسابات وزارة الصحة على إكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام بالتحديث المستمر للمعلومات ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، أما حساب الوزارة على فيسبوك فكان أقل نشاطاً مقارنة بالمنصات الأخرى في وضع منشورات جديدة بصفة يومية، وانحصرت القضايا المطروحة من قِبَل الوزارة عبر منصات التواصل الاجتماعي في القضايا والموضوعات الصحية والتوعية بالأمراض، كما تتوافر إمكانية مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية عبر الحسابات الشخصية للمستخدمين ولكن لا توفر الحسابات الاجتماعية

جولات افتراضية أو كتالوجات إلكترونية عن الوزارة، كما لم يتم توجيه دعوات من المسؤولين عن صفحات الوزارة إلى الزوار لمعاودة استخدام الحسابات مرة أخرى.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

تتميز الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الصحة على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام -بوجه عام- بسهولة الوصول للمعلومات، كما يمكن مشاركة المضمون المنشور عبر وسائل متنوعة، وضمت جميع الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- رابطاً للموقع الإلكتروني لها، كما لا توجد روابط تنقل المستخدم إلى خارج الحساب، ولم تتم أيضاً مشاركة أى وثائق قابلة للتحميل على الحسابات الاجتماعية -محل الدراسة- خلال فترة التحليل.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

لم يظهر على الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الصحة -محل الدراسة- طوال فترة التحليل أى رسائل ترحيبية تعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور، ولكن وفرت هذه الحسابات الاجتماعية إمكانية كتابة تعليقات المستخدمين على منشوراتها ومشاركتها، أما وضع معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة فلم يكن بنفس الطريقة عبر الصفحات الاجتماعية الخاصة بالوزارة، فبالنسبة لصفحة الفيسبوك كانت الأكثر فاعلية في تطبيق ذلك؛ حيث وضعت الإيميل الخاص بالوزارة ورقم الهاتف والعنوان، أما صفحات الوزارة على إكس (تويتر سابقاً) وإنستجرام فلم تضع أى بيانات للتواصل مع الوزارة بخلاف العنوان ورابط الموقع الإلكتروني الخاص بها. وقد غاب عن صفحات الوزارة الاجتماعية -محل الدراسة- عدد كبير من ملامح توظيف هذا المبدأ التفاعلي، مثل: طلب تعليقات المستخدمين أو مقترحاتهم، كما لم تطرح الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- أى أسئلة للنقاش، أو استقصاءات رأى، أو موضوعات للتصويت. كذلك انخفض بوضوح معدل الاستجابة لتعليقات المستخدمين بما لا يدعم فرص الحوار على حسابات الوزارة الاجتماعية عبر فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر.

٣- الصفحات الرسمية لوزارة التعليم العالي على منصات التواصل الاجتماعي

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- لم تقدم الصفحات الرسمية الخاصة بوزارة التعليم العالي على منصات فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام أى معلومات تعريفية عن الوزارة من حيث: تاريخها، نشأتها، القطاعات والإدارات التابعة لها، فعرضت صفحة الفيسبوك الخاصة بالوزارة فقط البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى وضعها رابط الموقع الإلكتروني الخاص بها، بينما لم تعرض صفحة الإنستجرام إلا رابط الحساب الرسمي على تويتر الذي تميّز عن باقى الحسابات الاجتماعية بوضع عنوان وخريطة لموقع الوزارة.

- وبالنسبة للمواد الإعلامية التي صدرت عن الوزارة عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي -محل الدراسة- طوال فترة التحليل يمكن تقسيمها إلى عدة أنواع حسب مضمونها على النحو التالي:
- أخبار عن نشاطات الوزير: تركزت معظم المنشورات على فيسبوك، وإنستجرام، والتغريدات على تويتر طوال فترة التحليل على تغطية أخبار الوزير والفعاليات التي يشارك بها، وفيما يلي أمثلة لبعض الأخبار التي وردت أثناء فترة التحليل: وزير التعليم العالي يتفقد أعمال مكتب التنسيق الرئيسي بجامعة عين شمس، وزير التعليم العالي يرأس اجتماع المجلس الأعلى للتعليم التكنولوجي، وزير التعليم العالي يستقبل السفير البريطاني بالقاهرة لبحث تعزيز التعاون المشترك، وزير التعليم العالي يشهد توقيع بروتوكول تعاون بين الوزارة وشركة مايكروسوفت مصر، وزير التعليم العالي يشهد عقود تصميم أول سيارة كهربائية مصرية محلية الصنع، وزير التعليم العالي يعلن صدور عدة قرارات جمهورية بتعيين قيادات جامعية جديدة، وزير التعليم العالي يستقبل وفد شركة هواوي العالمية.
- أخبار عن الجامعات: ظهرت في محتوى المنصات الاجتماعية الخاصة بوزارة التعليم العالي -محل الدراسة- أثناء فترة التحليل تغطية إخبارية للجامعات التابعة للوزارة، وفيما يلي أمثلة لبعض الأخبار التي وردت أثناء فترة التحليل: جامعة المنصورة تحيي الذكرى المئوية لاكتشاف مقبرة توت عنخ آمون، جامعة العريش تطلق قافلة طبية متكاملة لمحافظة شمال سيناء بالتعاون مع جامعات إقليم شرق الدلتا، جامعة العلمين الدولية تتأهل لنهائي جائزة أفضل جامعة في استراتيجية التدويل في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.
- بيانات صحفية وتقارير: وفيما يلي أمثلة لبعض التقارير والبيانات الصحفية التي وردت أثناء فترة التحليل: حصاد أنشطة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أسبوعياً، بيانات عن الحد الأدنى لقبول الطلاب الحاصلين على الثانوية العامة "الدور الأول ٢٠٢٣"، إرشادات ومواعيد تقدم الطلاب برغباتهم من خلال موقع التنسيق الإلكتروني، تقارير حول النظام الإلكتروني الجديد لتسهيل إجراءات المعادلة للجامعات الخاصة والأهلية والمعاهد العالية بالمجلس الأعلى للجامعات، اجتماع المجلس الأعلى لشئون الدراسات العليا والبحوث.
- أما فيما يتعلق بالمواد الإعلامية الخاصة بالمجتمع المحلي المحيط بالوزارة ففيما يلي أمثلة لبعض المنشورات التي تم الاطلاع عليها من خلال الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة أثناء فترة التحليل: برعاية وزير التعليم العالي لجنة تكافؤ الفرص بالوزارة تنظم ورشة عمل بعنوان "إدماج احتياجات المرأة في القطاعات الصحية والقانونية ومناهضة العنف ضد المرأة"، نتائج مبادرة "كن مستعداً" لتأهيل الشباب وحديثي التخرج لسوق العمل، تعلن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عن بدء برنامج

USAID الذى يهدف إلى بناء قدرات الكوادر المصرية فى القطاع الحكومى وغير الحكومى والجامعات المصرية والأهلية.

ثانياً: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة التعليم العالى على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام اللغة العربية فقط فى عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، كما اتسمت عناوين المنشورات على فيسبوك وإنستجرام والتغريدات على إكس (تويتر سابقاً) بالوضوح مع إمكانية الاطلاع على التفاصيل الخاصة بالخبر التى كانت إما مصحوبة بصورة من واقع الأحداث الخاصة بالوزارة أو مقاطع فيديو والتى لم تؤثر على سرعة تحميل الصفحات.

ثالثاً: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

تتسم حسابات وزارة التعليم العالى على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام بالتحديث المستمر للمعلومات ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، وانحصرت القضايا المطروحة من قِبل الوزارة عبر منصاتها الاجتماعية على القضايا التعليمية وأنشطة الوزارة فى تطوير منظومة التعليم المصرى، كما تتوافر إمكانية مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية عبر الحسابات الشخصية للمستخدمين، ولكن لا توفر الحسابات الاجتماعية جولات افتراضية أو كتالوجات إلكترونية عن الوزارة، كما لم يتم توجيه دعوات من المسؤولين عن صفحات الوزارة إلى الزوار لمعاودة استخدام الحسابات مرة أخرى.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

تتميز الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة التعليم العالى على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام -بوجه عام- بسهولة الوصول للمعلومات، كما يمكن مشاركة المضمون المنشور عبر وسائل متنوعة، وضمت جميع الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- رابطاً للموقع الإلكتروني لها، كما لا توجد روابط تنقل المستخدم إلى خارج الحساب، ولم تتم أيضاً مشاركة أى وثائق قابلة للتحميل على الحسابات الاجتماعية -محل الدراسة- خلال فترة التحليل.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

لم تظهر على الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة التعليم العالى -محل الدراسة- طوال فترة التحليل أى رسائل ترحيبية تعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور، ولكن وفرت هذه الحسابات الاجتماعية إمكانية كتابة تعليقات المستخدمين على منشوراتها ومشاركتها، أما وضع معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة فكان من رابط خلال البريد الإلكتروني فقط. وقد غاب عن صفحات الوزارة الاجتماعية -محل الدراسة- عدد كبير من ملامح توظيف هذا المبدأ التفاعلى، مثل: طلب تعليقات المستخدمين أو مقترحاتهم. كما لم تطرح الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- أى أسئلة للنقاش أو استقصاءات رأى أو موضوعات للتصويت، كذلك انخفض بوضوح معدل الاستجابة لتعليقات المستخدمين بما لا يدعم فرص الحوار على حسابات الوزارة الاجتماعية عبر فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر.

٤- الصفحات الرسمية لوزارة الخارجية على منصات التواصل الاجتماعي

أولاً: توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة لجمهور الموقع

- لم تقدم الصفحات الرسمية الخاصة بوزارة الخارجية على منصات فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام أى معلومات تعريفية عن الوزارة من حيث: تاريخها، نشأتها، القطاعات والإدارات التابعة لها، فعرضت صفحة الفيسبوك الخاصة بالوزارة عنوان الوزارة، ورقم الهاتف، ورابط الموقع الإلكتروني، ورابط حساب الوزارة على تويتر، أما صفحة الوزارة الخاصة على إكس (تويتر سابقاً) فكانت متمثلة فى الحساب الخاص بالمتحدث الرسمى باسم وزارة الخارجية، ولم تعرض أى معلومات تعريفية عن الوزارة، واكتفت بوضع رابط الموقع الإلكتروني الخاص بها كما هو الحال على صفحة الوزارة على الإنستجرام.
- وبالنسبة للمواد الإعلامية التى صدرت عن الوزارة عبر حساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي -محل الدراسة- طوال فترة التحليل فيمكن تقسيمها إلى عدة أنواع حسب مضمونها على النحو التالى:
- أخبار عن نشاطات الوزير: وزير الخارجية يعقد جولة مشاورات سياسية مع نظيره التونسي، وزير الخارجية يستقبل وزير خارجية سوريا، وزير الخارجية يعقد اجتماعاً ثنائياً مع نظيره السعودي، وزير الخارجية يشرف على المرحلة النهائية لعملية الانتقال إلى مقر وزارة الخارجية الجديد بالعاصمة الإدارية، وزير الخارجية يتابع سير العمل الفصلى بوزارة الخارجية ويؤكد على ضرورة الانتهاء من تحديث منظومة الخدمات القنصلية، وزير الخارجية يلتقى المبعوث الأممي إلى اليمن، وزير الخارجية يستقبل المديرية التنفيذية لمنظمة تنمية المرأة التابعة لمنظمة التعاون الإسلامي، وزير الخارجية يلقى كلمة مصر خلال قمة أهداف التنمية المستدامة، وزير الخارجية يشارك فى الاجتماع الوزارى للجنة الاتصال المخصصة لتنسيق المساعدات الدولية المقدمة للشعب الفلسطيني.
- أخبار عن سفراء مصر فى الخارج: وفيما يلي أمثلة لبعض الأخبار التى وردت أثناء فترة التحليل: سفير مصر لدى بلجراد يناقش سبل تطوير العلاقات الاقتصادية مع وزير التجارة الصربى، وزير خارجية اليونان يستقبل السفير المصرى فى أثينا، لقاء سفير مصر بالكونجو بوزير البحث العلمى، سفير مصر فى براج يلتقى نائب وزير خارجية جمهورية التشيك، سفير مصر فى المجر يستقبل البابا تواضروس ويلتقى بمنتخب مصر لألعاب القوى المشارك فى بطولة العالم المقامة فى بودابست، السفير المصرى فى برلين يشارك فى افتتاح الدورة ٢١ من مؤتمر شباب أوروبا بدير السيدة العذراء بشمال ألمانيا.
- ملخص للاتصالات الهاتفية التى تمت بين وزير الخارجية المصرى ونظرائه من الدول الأخرى: وزير خارجية الولايات المتحدة الأمريكية، وزير خارجية الدنمارك، وزير

خارجية السويد، وزير خارجية إندونيسيا، وزير خارجية كوبا، وزير خارجية إيطاليا، وزير خارجية المغرب.

- تعازي: مصر تُعرب عن خالص تعازيها وتضامنها مع سلوفينيا إثر الفيضانات، مصر تُعرب عن تعازيها للولايات المتحدة الأمريكية إثر حرائق ولاية هاواي، ولجمهورية جنوب إفريقيا في ضحايا حريق مبنى بمدينة جوهانسبرج، وللمملكة المغربية في ضحايا الزلزال المدمر، ومع ليبيا في مواجهة آثار العاصفة دانيال.

- تهنئة: احتفال مصر وروسيا بذكرى مرور ٨٠ عامًا على تدشين العلاقات الدبلوماسية، مصر تشارك في الاحتفال بالذكرى العشرين لدخول اتفاقية الأمم المتحدة للجريمة المنظمة عبر الوطنية حيز التنفيذ.

- بيانات حكومية: مصر تؤكد على أهمية الحوار لضمان الحل السلمي للأزمة في النيجر، مصر تتابع باهتمام تطورات الوضع في الجابون، مصر تُدين الهجومين الإرهابيين في مالي، مصر تُدين اقتحام مجموعة من المتطرفين للمسجد الأقصى المبارك تحت حماية الشرطة الإسرائيلية، مصر تُدين التصعيد الإسرائيلي داخل الأراضي الفلسطينية المحتلة، مصر تُدين تكرار حوادث تمزيق المصحف الشريف في هولندا.

- أما فيما يتعلق بالمواد الإعلامية الخاصة بالمجتمع المحلي المحيط بالوزارة ففيما يلي أمثلة لبعض المنشورات التي تم الاطلاع عليها من خلال الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة أثناء فترة التحليل: السفير المصري يعلن عن وصول قافلة طبية مصرية إلى غينيا الاستوائية ويسلم شحنة الأدوية والمستلزمات الطبية المصاحبة لها، تخصيص بريد إلكتروني ورقم واتساب لتلقي استفسارات المواطنين المصريين في الخارج بشأن مبادرة تسوية المواقف التجنيدية بشكل نهائي، بتنظيم من اللجنة الوطنية لمكافحة الهجرة غير الشرعية: معرض لوحات فنية لطلاب المدارس للتوعية بمخاطر الظاهرة، مصر تدعم جهود كوت ديفوار لإنشاء مركز تميز إقليمي لجراحة وزراعة الكبد.

ثانيًا: توظيف مبدأ سهولة التصفح والاستخدام

استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الخارجية على فيسبوك، وإنستجرام اللغة العربية فقط في عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، أما إكس (تويتر سابقًا) فاستخدم اللغتين العربية والإنجليزية في كتابة التغريدات الصادرة عن الوزارة، كما اتسمت عناوين المنشورات على فيسبوك وإنستجرام والتغريدات على تويتر بالوضوح، مع إمكانية الاطلاع على التفاصيل الخاصة بالخبر التي كانت إما مصحوبة بصور من واقع الأحداث الخاصة بالوزارة أو مقاطع فيديو والتي لم تؤثر على سرعة تحميل الصفحات.

ثالثًا: توظيف مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام

تنتم حسابات وزارة الخارجية على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقًا) بالتحديث المستمر للمعلومات ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، ولكن لوحظ طوال

فترة التحليل أن وزارة الخارجية لم تستغل إمكانيات إنستجرام بشكل كبير في تغطية أخبار الوزارة وأنشطتها كما فعلت على صفحتي الفيسبوك وتويتر، وانحصرت القضايا المطروحة من قبل الوزارة عبر منصات التواصل الاجتماعي في القضايا السياسية والعلاقات الدبلوماسية بين مصر والدول الأخرى، كما توافر إمكانيات مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية عبر الحسابات الشخصية للمستخدمين، ولكن لا توفر الحسابات الاجتماعية جولات افتراضية أو كتالوجات إلكترونية عن الوزارة، كما لم يتم توجيه دعوات من المسؤولين عن صفحات الوزارة لمعاودة استخدام الحسابات مرة أخرى.

رابعاً: توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين

تتميز الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الخارجية على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام -بوجه عام- بسهولة الوصول للمعلومات، كما يمكن مشاركة المضمون المنشور عبر وسائل متنوعة، وضمت جميع الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- رابطاً للموقع الإلكتروني لها، كما لا توجد روابط تنقل المستخدم إلى خارج الحساب، ولم تتم أيضاً مشاركة أى وثائق قابلة للتحميل على الحسابات الاجتماعية -محل الدراسة- خلال فترة التحليل.

خامساً: توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار

لم تظهر على الحسابات الاجتماعية الخاصة بوزارة الخارجية -محل الدراسة- طوال فترة التحليل أى رسائل ترحيبية تعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور، ولكن وفرت هذه الحسابات الاجتماعية إمكانيات كتابة تعليقات المستخدمين على منشوراتها ومشاركتها، أما وضع معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة فكان من رابط خلال البريد الإلكتروني فقط. وقد غاب عن صفحات الوزارة الاجتماعية -محل الدراسة- عدد كبير من ملامح توظيف هذا المبدأ التفاعلي، مثل: طلب تعليقات المستخدمين أو مقترحاتهم، كما لم تطرح الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- أى أسئلة للنقاش أو استقصاءات رأى أو موضوعات للتصويت، كذلك انخفض بوضوح معدل الاستجابة لتعليقات المستخدمين بما لا يدعم فرص الحوار على حسابات الوزارة الاجتماعية عبر فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

١. مدى استخدام المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة:

جدول رقم (٣)

مدى استخدام المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية

مدى الاستخدام	ك	%
بدرجة منخفضة	٦٧	٣٢.٧%
بدرجة متوسطة	١١٥	٥٦.١%
بدرجة كبيرة	٢٣	١١.٢%
الإجمالي	٢٠٥	١٠٠%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

استخدام أكثر من نصف عينة الدراسة المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية - محل الدراسة- بدرجة متوسطة بنسبة ٥٦.١%، وبدرجة منخفضة بنسبة ٣٢.٧%، وتعكس هذه النتائج عدم إقبال الجمهور على هذه المنصات الإلكترونية بشكل كبير. وقد يكون السبب -في بعض الأحيان- هو عدم وجود توعية كافية حول فعالية هذه المنصات وكيفية استخدامها بشكل فعال، وقد تكون الصعوبات التقنية أحد العوامل أيضاً، حيث قد لا يكون لدى البعض إمكانية الاتصال السهل بشبكة الإنترنت، وقد تكون واجهة المستخدم غير واضحة أو معقدة؛ مما يجعل الأفراد يفضلون اللجوء إلى الخدمات التقليدية، وأيضاً القلق بشأن حماية الخصوصية والأمان قد يكون عاملاً آخر يُبعد الجمهور عن استخدام المنصات الإلكترونية، حيث يخشون التعرض للاختراق أو الاستخدام غير القانوني لبياناتهم الشخصية. وبادخال المتغيرات المتعلقة بالخصائص الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) على النتائج السابقة بهدف اختبار العلاقة بين هذه المتغيرات ومعدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات؛ جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (٤)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات

الخصائص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
السن	٥٢	١.٧٩	٠.٥٧٢	F= ١.٤١٢	٣ ٢٠١	٠.٢٤١
	٨٧	١.٧١	٠.٦٤٥			
	٤٢	١.٩٥	٠.٦٢٣			
	٢٤	١.٧٥	٠.٦٧٦			
النوع	١٢١	١.٨٤	٠.٦٤٦	T= ١.٥٨١	٢٠٣	٠.١١٥
	٨٤	١.٧٠	٠.٥٩٧			
المستوى التعليمي	٤٥	١.٧٨	٠.٥٩٩	F= ٠.٠١٨	٢ ٢٠٢	٠.٩٨٢
	١١٠	١.٧٨	٠.٦٢٦			
	٥٠	١.٨٠	٠.٦٧٠			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الفئة العمرية بين ٤٥-٦٥ سنة التي كانت أكثر استخدامًا للمنصات الإلكترونية للوزارات من الفئات العمرية الأخرى.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور الذين كانوا أكثر استخدامًا للمنصات الإلكترونية للوزارات من الإناث.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الحاصلين على الماجستير والدكتوراه الذين كانوا أكثر استخدامًا للمنصات الإلكترونية للوزارات من الطلاب الجامعيين، والحاصلين على المؤهلات العليا.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض للدراسة، وهو: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات.

٢. المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية الأكثر استخدامًا من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (٥)

المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية الأكثر استخدامًا من وجهة نظر المبحوثين (ن=٢٠٥)

المنصات الإلكترونية	ك	%
الموقع الإلكتروني	١٤٠	٦٨.٣%
الحساب الرسمي عبر موقع فيسبوك	١٠٦	٥١.٧%
الحساب الرسمي عبر موقع إنستجرام	٢٦	١٢.٧%
الحساب الرسمي عبر موقع إكس (تويتر سابقًا)	١٣	٦.٣%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء **الموقع الإلكتروني** الخاص بالوزارات في مقدمة المنصات الإلكترونية من حيث الاستخدام من جانب عينة الدراسة، وذلك بنسبة ٦٨.٣%، وقد ترجع هذه النتيجة إلى اعتبار غالبية الجمهور أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات هي المصادر الرسمية والأكثر مصداقية للمعلومات الحكومية وتقوم بتوجيههم بشكل أفضل نحو الخدمات والإجراءات الحكومية، كما أنها أكثر تنظيمًا بشكل أكثر فعالية من التجول في

الأخبار والمحتوى الاجتماعي المتنوع على المنصات الاجتماعية. أما فيما يتعلق بالمنصات الاجتماعية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- فجاء الحساب الرسمي على فيسبوك في المقدمة من حيث الاستخدام بنسبة ٥١.٧%، وبفارق كبير جاء كل من إنستجرام، وإكس بنسبتي ١٢.٧%، ٦.٣% على الترتيب.

وبإدخال المتغيرات المتعلقة بالخصائص الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) للمبحوثين على النتائج السابقة بهدف اختبار العلاقة بين هذه المتغيرات وأنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها؛ جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (٦)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب النوع في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها

المنصات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الموقع الإلكتروني	١٢١	٠.٧٤	٠.٤٤٣	١.٩٥١	٢٠٣	٠.٠٥٢
	٨٤	٠.٦١	٠.٤٩١			
الحساب الرسمي عبر موقع فيسبوك	١٢١	٠.٤٨	٠.٥٠٢	١.٢٩٧-	٢٠٣	٠.١٩٦
	٨٤	٠.٥٧	٠.٤٩٨			
الحساب الرسمي عبر موقع إنستجرام	١٢١	٠.٠٨	٠.٢٧٦	٢.٣٠٠-	٢٠٣	٠.٠٢٢
	٨٤	٠.١٩	٠.٣٩٥			
الحساب الرسمي عبر موقع إكس (تويتر سابقاً)	١٢١	٠.٠٧	٠.٢٦٣	٠.٧٧١	٢٠٣	٠.٤٤٢
	٨٤	٠.٠٥	٠.٢١٤			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إنستجرام، وقد كانت هذه الفروق لصالح الإناث الذين كانوا أكثر استخداماً لهذا الموقع من الذكور، حيث بلغت قيمة (ت) - ٢.٣٠٠ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٢٢ ودرجة حرية ٢٠٣.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام المواقع الإلكترونية للوزارات ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور الذين كانوا أكثر استخداماً للمواقع الإلكترونية للوزارات من الإناث.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع فيسبوك ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الإناث الذين كانوا أكثر استخداماً لهذا الموقع من الذكور.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إكس (تويتر سابقاً)، ولكن توجد اختلافات

ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور الذين كانوا أكثر استخدامًا لهذا الموقع من الإناث.

جدول رقم (٧)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب السن في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها

المنصات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
الموقع الإلكتروني	٥٢	٠.٥٦	٠.٥٠٢	٢.٩٩٠	٣	٠.٠٣٢
	٨٧	٠.٦٧	٠.٤٧٤			
	٤٢	٠.٨٣	٠.٣٧٧			
	٢٤	٠.٧٥	٠.٤٤٢			
الحساب الرسمي عبر موقع فيسبوك	٥٢	٠.٥٠	٠.٥٠٥	٠.٨٥٣	٣	٠.٤٦٧
	٨٧	٠.٥٥	٠.٥٠٠			
	٤٢	٠.٥٥	٠.٥٠٤			
	٢٤	٠.٣٨	٠.٤٩٥			
الحساب الرسمي عبر موقع إنستجرام	٥٢	٠.٣٥	٠.٤٨٠	١٢.٢٩	٣	٠.٠٠٠
	٨٧	٠.٠٨	٠.٢٧٤			
	٤٢	٠.٠٢	٠.١٥٤			
	٢٤	٠.٠٠	٠.٠٠٠			
الحساب الرسمي عبر موقع إكس	٥٢	٠.٠٨	٠.٢٦٩	٠.٧١٣	٣	٠.١١١
	٨٧	٠.٠٥	٠.٢١١			
	٤٢	٠.٠٢	٠.١٥٤			
	٢٤	٠.١٧	٠.٣٨١			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن في استخدام المواقع الإلكترونية للوزارات محل الدراسة، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية من ٦٥-٤٥ سنة التي كانت أكثر استخدامًا لهذه المواقع من الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت قيمة (ف) ٢.٩٩٠ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٣٢ ودرجتي حرية ٣، ٢٠١.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إنستجرام، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية من ٢٥-١٨ عامًا التي كانت أكثر استخدامًا لهذه الحسابات من الفئات العمرية الأخرى، حيث بلغت قيمة (ف) ١٢.٢٩ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ ودرجتي حرية ٣، ٢٠١.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع فيسبوك، ولكن توجد اختلافات ليست ذات

دلالة إحصائية لصالح الفئات العمرية من ٢٥-٤٥، ٤٥-٦٥ الذين كانوا أكثر استخدامًا لهذه الحسابات من الفئات العمرية الأخرى.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حسب متغير السن في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إكس (تويتر سابقًا)، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الفئة العمرية من ٦٥ فأكثر التي كانت أكثر استخدامًا لهذه الحسابات من الفئات العمرية الأخرى.

جدول رقم (٨)

معنوية الفروق بين الباحثين بحسب المستوى التعليمي في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها

المنصات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
الموقع الإلكتروني	٤٥	٠.٤٩	٠.٥٠٦	٥.٢٤٩	٢	٠.٠٠٦
	١١٠	٠.٧٥	٠.٤٣٨			
	٥٠	٠.٧٢	٠.٤٥٤			
الحساب الرسمي عبر موقع فيسبوك	٤٥	٠.٥٨	٠.٤٩٩	٠.٤٧٩	٢	٠.٦٢٠
	١١٠	٠.٤٩	٠.٥٠٢			
	٥٠	٠.٥٢	٠.٥٠٥			
الحساب الرسمي عبر موقع إنستجرام	٤٥	٠.٣٨	٠.٤٩٠	١٩.٤٨	٢	٠.٠٠٠
	١١٠	٠.٠٥	٠.٢٠٩			
	٥٠	٠.٠٨	٠.٢٧٤			
الحساب الرسمي عبر موقع إكس	٤٥	٠.١١	٠.٣١٨	١.١٦٢	٢	٠.٣١٥
	١١٠	٠.٠٥	٠.٢٠٩			
	٥٠	٠.٠٦	٠.٢٤٠			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام المواقع الإلكترونية للوزارات محل الدراسة، وقد كانت هذه الفروق لصالح الحاصلين على المؤهلات العليا الذين كانوا أكثر استخدامًا لهذه المواقع من الطلاب الجامعيين، والحاصلين على الماجستير والدكتوراه، حيث بلغت قيمة (ف) ٥.٢٤٩. وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠٦ ودرجتى حرية ٢، ٢٠٢.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إنستجرام، وقد كانت هذه الفروق لصالح الطلاب الجامعيين الذين كانوا أكثر استخدامًا لهذه الحسابات من الحاصلين

على المؤهلات العليا، والحاصلين على الماجستير والدكتوراه، حيث بلغت قيمة (ف) ١٩.٤٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ ودرجاتي حرية ٢، ٢٠٢.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع فيسبوك، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الطلاب الجامعيين الذين كانوا أكثر استخداماً لهذه الحسابات من الحاصلين على المؤهلات العليا، والحاصلين على الماجستير والدكتوراه.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام الحسابات الرسمية للوزارات عبر موقع إكس (تويتر سابقاً)، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الطلاب الجامعيين الذين كانوا أكثر استخداماً لهذه الحسابات من الحاصلين على المؤهلات العليا، والحاصلين على الماجستير والدكتوراه.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض بشكل جزئي للدراسة، وهو: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها.

٣. أسباب استخدام المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية:

جدول رقم (٩)

أسباب استخدام المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية (ن=٢٠٥)

أسباب الاستخدام	ك	%
الحصول على معلومات حكومية	١٠٥	٥١.٢%
متابعة أخبار وأحداث الوزارة	٧٠	٣٤.١%
تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية	١١٧	٥٧.١%
تقديم الاقتراحات والشكاوى	٣٣	١٦.١%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية، والحصول على معلومات حكومية في مقدمة أسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الإلكترونية الخاصة، وذلك بنسبة ٥٧.١%، ٥١.٢% على الترتيب؛ ويرجع ذلك إلى محاولة استغلال هذه المنصات بدلاً من الذهاب إلى المقرات المكانية للوزارات أو الإدارات التابعة لها. أما الأسباب المتعلقة بمتابعة أخبار وأحداث الوزارة، وتقديم الاقتراحات والشكاوى فكانت الأقل استخداماً من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة ٣٤.١%، ١٦.١% على الترتيب، ويرجع ذلك إلى عدم اهتمام الجمهور بمتابعة أخبار وأحداث الوزارة بشكل كبير، وعدم اعتقادهم بأن المنصات الإلكترونية وسائل كافية لتقديم الاقتراحات والشكاوى الخاصة بهم.

وبإدخال المتغيرات المتعلقة بالخصائص الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) للمبحوثين على النتائج السابقة بهدف اختبار العلاقة بين هذه المتغيرات وأسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة؛ جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (١٠)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب النوع في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة

الأسباب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الحصول على معلومات حكومية	ذكر	١٢١	٠.٤٥	١.٩٩١-	٢٠٣	٠.٠٤٨
	أنثى	٨٤	٠.٦٠			
متابعة أخبار وأحداث الوزارة	ذكر	١٢١	٠.٣٠	١.٥٩٥-	٢٠٣	٠.١١٢
	أنثى	٨٤	٠.٤٠			
تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية	ذكر	١٢١	٠.٦٥	٢.٨٩٧	٢٠٣	٠.٠٠٤
	أنثى	٨٤	٠.٤٥			
تقديم الاقتراحات والشكاوى	ذكر	١٢١	٠.٢١	٢.١٤٧	٢٠٣	٠.٠٣٣
	أنثى	٨٤	٠.١٠			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل الحصول على معلومات حكومية، وقد كانت هذه الفروق لصالح الإناث عن الذكور، حيث بلغت قيمة (ت) -١.٩٩١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٤٨ ودرجة حرية ٢٠٣.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية، وقد كانت هذه الفروق لصالح الذكور عن الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ٢.٨٩٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٤ ودرجة حرية ٢٠٣.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم الاقتراحات والشكاوى، وقد كانت هذه الفروق لصالح الذكور عن الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ٢.١٤٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٣٣ ودرجة حرية ٢٠٣.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير النوع في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل متابعة أخبار وأحداث الوزارة، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الإناث عن الذكور.

جدول رقم (١١)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب السن في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة

الأسباب	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة ف	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
الحصول على معلومات حكومية	٥٢	٠.٥٢	٠.٥٠٥	٠.٧١٣	٣	٠.٥٤٥
	٨٧	٠.٤٩	٠.٥٠٣			
	٤٢	٠.٦٠	٠.٤٩٧			
	٢٤	٠.٤٢	٠.٥٠٤			
متابعة أخبار وأحداث الوزارة	٥٢	٠.٥٤	٠.٥٠٣	٤.٣٨٧	٣	٠.٠٠٥
	٨٧	٠.٢٥	٠.٤٣٧			
	٤٢	٠.٢٩	٠.٤٥٧			
	٢٤	٠.٣٣	٠.٤٨٢			
تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية	٥٢	٠.٥٠	٠.٥٠٥	٣.٠٧٨	٣	٠.٠٢٩
	٨٧	٠.٦٨	٠.٤٧٠			
	٤٢	٠.٥٥	٠.٥٠٤			
	٢٤	٠.٣٨	٠.٤٩٥			
تقديم الاقتراحات والشكاوى	٥٢	٠.١٩	٠.٣٩٨	٢.٦٣٩	٣	٠.٠٥١
	٨٧	٠.١٣	٠.٣٣٤			
	٤٢	٠.١٠	٠.٢٩٧			
	٢٤	٠.٣٣	٠.٤٨٢			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن فى استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل متابعة أخبار وأحداث الوزارة، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية من ٦٥ سنة فأكثر، حيث بلغت قيمة (ف) ٤.٣٨٧ وهى قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥ ودرجتى حرية ٣، ٢٠١.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن فى استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية من ٢٥-٤٥ سنة، حيث بلغت قيمة (ف) ٣.٠٧٨ وهى قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٢٩ ودرجتى حرية ٣، ٢٠١.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن فى استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل الحصول على معلومات حكومية، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الفئة العمرية من ٤٥-٦٥ سنة.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير السن في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم الاقتراحات والشكاوى، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الفئة العمرية من ٦٥ سنة فأكثر.

جدول رقم (١٢)

معنوية الفروق بين المبحوثين بحسب المستوى التعليمي في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة

الأسباب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
الحصول على معلومات حكومية	٤٥	٠.٥٦	٠.٥٠٣	٠.٤٤٥	٢	٠.٦٤١
	١١٠	٠.٤٨	٠.٥٠٢			
	٥٠	٠.٥٤	٠.٥٠٣			
متابعة أخبار وأحداث الوزارة	٤٥	٠.٥٨	٠.٤٩٩	٧.٨١٠	٢	٠.٠٠١
	١١٠	٠.٢٩	٠.٤٥٦			
	٥٠	٠.٢٤	٠.٤٣١			
تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية	٤٥	٠.٤٠	٠.٤٩٥	٣.٥٥٢	٢	٠.٠٣٠
	١١٠	٠.٦٣	٠.٤٨٦			
	٥٠	٠.٦٠	٠.٤٩٥			
تقديم الاقتراحات والشكاوى	٤٥	٠.٢٠	٠.٤٠٥	٠.٣٤٨	٢	٠.٧٠٧
	١١٠	٠.١٥	٠.٣٦٣			
	٥٠	٠.١٤	٠.٣٥١			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل متابعة أخبار وأحداث الوزارة، وقد كانت هذه الفروق لصالح الطلاب الجامعيين، حيث بلغت قيمة (ف) ٧.٨١٠ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ ودرجتى حرية ٢، ٢٠٢.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية، وقد كانت هذه الفروق لصالح الحاصلين على المؤهلات العليا، حيث بلغت قيمة (ف) ٣.٥٥٢ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٣٠ ودرجتى حرية ٢، ٢٠٢.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل الحصول على معلومات حكومية، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الطلاب الجامعيين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي في استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات من أجل تقديم الاقتراحات والشكاوى، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الطلاب الجامعيين.

وبذلك ثبت عدم صحة الفرض بشكل جزئي للدراسة، وهو: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة.

٤. الوزارات السيادية والخدمية المصرية التي يحرص المبحوثون على متابعة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت:

جدول رقم (١٣)

الوزارات السيادية والخدمية المصرية التي يحرص المبحوثون على متابعة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت

الوزارات	ك	%
وزارة الصحة	٥٩	٢٨.٨%
وزارة التعليم العالي	٦٢	٣٠.٢%
وزارة الداخلية	٦٩	٣٣.٧%
وزارة الخارجية	١٥	٧.٣%
الإجمالي	٢٠٥	١٠٠%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت وزارة الداخلية في مقدمة الوزارات التي حرصت عينة الدراسة على متابعة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وذلك بنسبة ٣٣.٧%، ويرجع ذلك إلى تنوع الخدمات التي تقدمها الوزارة والتي يحتاجها الجمهور بشكل أساسي، ومنها: خدمات الأحوال المدنية، وتتضمن: استخراج بطاقة رقم قومي، شهادة ميلاد، شهادة وفاة، وثيقة زواج، استخراج جواز سفر، وخدمات المرور، وتتضمن: تجديد رخصة المركبات، استخراج بدل فاقد أو بدل تالف لرخص المركبات، الاستعلام عن المخالفات المرورية، خدمات تصاريح العمل، خدمات التجنيد. ثم جاءت بشكل متقارب وزارتا التعليم العالي والصحة بنسبة ٣٠.٢%، ٢٨.٨% على الترتيب، ويرجع ذلك أيضًا إلى تنوع خدماتهما التعليمية والصحية المهمة التي يتم تقديمها من خلال المنصات الإلكترونية، أما وزارة الخارجية فكانت من أقل الوزارات التي تابعت عينة الدراسة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وربما يرجع ذلك لطبيعة الخدمات والأخبار التي تقدمها الوزارة عبر

منصاتها الإلكترونية والتي تركزت -في المقام الأول- على العلاقات الدبلوماسية بين مصر والدول الأخرى والتي قد لا تهم عددًا كبيرًا من الجمهور.

٥. مبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات:

جدول رقم (١٤)

مبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات

الوزارة المبادئ	الصحة		التعليم العالى		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط الحسابى	الوزن النسبى	المتوسط الحسابى	الوزن النسبى	المتوسط الحسابى	الوزن النسبى	المتوسط الحسابى	الوزن النسبى
فائدة المعلومات	١١.٤٧	٧٦.٥%	١٢.٤٧	٨٣.١%	١١.٧٢	٧٨.٢%	١٠.٥٣	٧٠.٢%
سهولة الاستخدام والتصفح	١٠.١٩	٦٧.٩%	١١.١٠	٧٤%	١٠.١٠	٦٧.٣%	٩.٥٣	٦٣.٦%
تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام	٨.٥٩	٧١.٦%	٩.١١	٧٥.٩%	٨.٥٩	٧١.٦%	٧.٦٠	٦٣.٣%
الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين	٨.٨٥	٧٣.٧%	٩.٣٩	٧٨.٢%	٨.٩٦	٧٤.٦%	٨.٢٠	٦٨.٣%
تفعيل ساحات الحوار	١٠.٤٩	٦٩.٩%	١١.٤٤	٧٦.٢%	١٠.٣٥	٦٩%	٨.٦٧	٥٧.٨%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى:

- جاءت وزارة التعليم العالى فى المقدمة من حيث تطبيقها لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة، وفى إطار هذه المبادئ جاءت فائدة المعلومات فى المرتبة الأولى بنسبة ٨٣.١%، وفى المرتبة الثانية جاء الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين بنسبة ٧٨.٢%، وجاء بشكل متقارب كل من تفعيل ساحات الحوار، وتشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، وسهولة الاستخدام والتصفح بأوزان نسبية ٧٦.٢%، ٧٥.٩%، ٧٤% على الترتيب.
- وزارة الخارجية كانت الأقل تطبيقًا لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية، وفى إطار هذه المبادئ جاءت فائدة المعلومات فى المرتبة الأولى بنسبة ٧٠.٢%، ثم جاء فى المرتبة الثانية الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين بنسبة ٦٨.٣%، ثم جاء بشكل متساوٍ كل من تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، وسهولة الاستخدام والتصفح بوزن نسبي ٦٣.٣%، أما تفعيل ساحات الحوار فكان الأقل تطبيقًا بوزن نسبي ٥٧.٨%.
- تقاربت وزارتا الصحة والداخلية فى تطبيقهما لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية، وفى إطار هذه المبادئ تفوقت وزارة الداخلية على وزارة الصحة فى تطبيقها لمبادئ فائدة المعلومات، والاحتفاظ بالزوار

والمستخدمين، وتفوقت وزارة الصحة على وزارة الداخلية في تطبيقها لمبدأئ سهولة الاستخدام والتصفح، وتفعيل ساحات الحوار، وتساوت الوزارتان في تطبيقهما لمبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام.

جدول رقم (١٥)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس أبعاد مبدأ فائدة المعلومات المقدمة من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة

الوزارة العبارات	الصحة		التعليم العالي		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط النسبي	المتوسط الحسابي	المتوسط النسبي	المتوسط الحسابي	المتوسط النسبي	المتوسط الحسابي	المتوسط النسبي	المتوسط الحسابي
تقدم المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة معلومات كافية وواضحة عن الخدمات الحكومية التي تقدمها.	٢.٣٢	٧٧.٤%	٢.٥٣	٨٤.٤%	٢.٢٨	٧٥.٨%	٢.٠٧	٦٨.٩%
توفر المنصات الإلكترونية معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة.	٢.٣٤	٧٨.٠%	٢.٤٤	٨١.٢%	٢.٣٦	٧٨.٧%	٢.١٣	٧١.١%
ساهمت المعلومات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارة في تسهيل إجراءات التقديم على الطلبات الحكومية.	٢.٣٧	٧٩.١%	٢.٥٢	٨٣.٩%	٢.٥١	٨٣.٦%	٢.٢٠	٧٣.٣%
توفر المنصات الإلكترونية للوزارات معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه.	٢.٠٨	٦٩.٥%	٢.٤٠	٨٠.١%	٢.١٧	٧٢.٥%	٢.٠٠	٦٦.٧%
توفر المنصات الإلكترونية معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال.	٢.٣٦	٧٨.٥%	٢.٥٨	٨٦.٠%	٢.٤١	٨٠.٢%	٢.١٣	٧١.١%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت أبعاد مبدأ فائدة المعلومات، وإن اختلفت في ترتيبها تبعًا لمدى تطبيقها داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك على النحو التالي:
- بالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي: جاء البُعد الخاص بتوفير المنصات الإلكترونية معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال في مقدمة أبعاد مبدأ فائدة المعلومات الأكثر تطبيقًا من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبي ٨٦%، ثم جاء تقديم المنصات الإلكترونية الخاصة

بالوزارة معلومات كافية وواضحة عن الخدمات الحكومية التي تقدمها في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٤.٤%، وجاء في المرتبة الثالثة تسهيل المعلومات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارة إجراءات التقديم على الطلبات الحكومية بوزن نسبي ٨٣.٩%، أما البُعدان الخاصان بتوفير المنصات الإلكترونية معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة، وتوفير المنصات الإلكترونية للوزارات معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه من أقل أبعاد مبدأ فائدة المعلومات تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة التعليم العالي بوزنٍ نسبيّين ٨١.٢%، ٨٠.١% على الترتيب.

- أما المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية: فجاء البُعد الخاص بمساهمة المعلومات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارة في تسهيل إجراءات التقديم على الطلبات الحكومية في مقدمة أبعاد مبدأ فائدة المعلومات بوزن نسبي ٨٣.٦%، ثم جاء توفير المنصات الإلكترونية معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال، وتوفير المنصات الإلكترونية معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة في المرتبتين الثانية والثالثة بوزنٍ نسبيّين ٨٠.٢%، ٧٨.٧% على الترتيب، وجاء في المرتبة الرابعة البُعد الخاص بتقديم المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة معلومات كافية وواضحة عن الخدمات الحكومية التي تقدمها بوزن نسبي ٧٥.٨%، أما أقل أبعاد مبدأ فائدة المعلومات تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية فتمثل في توفير المنصات الإلكترونية للوزارات معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه، وذلك بوزن نسبي ٧٢.٥%.

- المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة: جاء في المقدمة البُعد الخاص بمساهمة المعلومات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارة في تسهيل إجراءات التقديم على الطلبات الحكومية بوزن نسبي ٧٩.١%، ثم جاء بشكل متقارب كل من توفير المنصات الإلكترونية معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال، وتوفير المنصات الإلكترونية معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة بوزنٍ نسبيّين ٧٨.٥%، ٧٨% على الترتيب، وجاء في المرتبة الرابعة تقديم المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة معلومات كافية وواضحة عن الخدمات الحكومية التي تقدمها بوزن نسبي ٧٧.٤%، وبفارق كبير جاء البُعد الخاص بتوفير المنصات الإلكترونية للوزارات معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه في المرتبة الأخيرة من حيث تطبيقه داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة من وجهة نظر عينة الدراسة بوزن نسبي ٦٩.٥%.

- وبالنسبة للمنصات الإلكترونية لوزارة الخارجية: جاء البُعد الخاص بمساهمة المعلومات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارة في تسهيل إجراءات التقديم على

الطلبات الحكومية في المقدمة بوزن نسبي ٧٣.٣%، ثم جاء في المرتبة الثانية وبشكل متساوٍ كل من توفير المنصات الإلكترونية معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة، وتوفير المنصات الإلكترونية معلومات الاتصال بالوزارة من العناوين وأرقام الهواتف وغيرها من وسائل الاتصال بوزن نسبي ٧١.١%، وجاء في المرتبة الثالثة البُعد الخاص بتقديم المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة معلومات كافية وواضحة عن الخدمات الحكومية التي تقدمها بوزن نسبي ٦٨.٩%، أما أقل أبعاد مبدأ فائدة المعلومات تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية فتمثل في توفير المنصات الإلكترونية للوزارات معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التي تهتم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه، وذلك بوزن نسبي ٦٦.٧%.

جدول رقم (١٦)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس أبعاد مبدأ سهولة استخدام وتصفح المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة

الوزارة العبارات	الصحة		التعليم العالي		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
تتميز المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة بالتصميم الجذاب.	١.٩٢	٦٣.٨%	٢.١٥	٧١.٥%	١.٨٣	٦٠.٩%	١.٨٧	٦٢.٢%
لا توجد صعوبة في العثور على قسم محدد أو الخدمة التي تبحث عنها على المنصات الإلكترونية للوزارة.	١.٩٨	٦٦.١%	٢.١٨	٧٢.٦%	٢.٠٧	٦٩.١%	١.٨٧	٦٢.٢%
أشعر بالارتياح عند استخدام المنصات الإلكترونية للوزارة.	٢.١٧	٧٢.٣%	٢.٣٢	٧٧.٤%	٢.١٠	٧٠.٠%	٢.٠٠	٦٦.٧%
لم أواجه أي صعوبات أثناء التفاعل مع المنصة.	٢.١٠	٧٠.١%	٢.١٨	٧٢.٦%	١.٩٧	٦٥.٧%	١.٩٣	٦٤.٤%
استخدام المنصة الإلكترونية يحل محل الحاجة للذهاب إلى مقر الوزارة شخصياً.	٢.٠٢	٦٧.٢%	٢.٢٧	٧٥.٨%	٢.١٣	٧١.٠%	١.٨٧	٦٢.٢%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح، وإن اختلفت في ترتيبها تبعاً لمدى تطبيقها داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك على النحو التالي:
- بالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالى: جاء البُعد الخاص بالشعور بالارتياح عند استخدام المنصات الإلكترونية للوزارة فى مقدمة أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح الأكثر تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبى ٧٧.٤%، ثم جاء استخدام المنصة الإلكترونية يحل محل الحاجة للذهاب إلى مقر الوزارة شخصياً فى المرتبة الثانية بوزن نسبى ٧٥.٨%، وجاء فى المرتبة الثالثة كل من عدم وجود صعوبة فى العثور على قسم محدد أو الخدمة التى تبحث عنها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وعدم مواجهة صعوبات أثناء التفاعل مع المنصة بوزن نسبى ٧٢.٦%، أما أقل أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة التعليم العالى فتمثل فى تميز المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة بالتصميم الجذاب بوزن نسبى ٧١.٥%.
- أما المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة: فجاء فى المقدمة البُعد الخاص بالشعور بالارتياح عند استخدام المنصات الإلكترونية للوزارة، وذلك بوزن نسبى ٧٢.٣%، ثم جاء فى المرتبة الثانية البُعد الخاص بعدم مواجهة أى صعوبات أثناء التفاعل مع المنصة بوزن نسبى ٧٠.١%، ثم جاء بشكل متقارب فى المرتبتين الثالثة والرابعة كل من استخدام المنصة الإلكترونية يحل محل الحاجة للذهاب إلى مقر الوزارة شخصياً، وعدم وجود صعوبة فى العثور على قسم محدد أو الخدمة التى تبحث عنها على المنصات الإلكترونية للوزارة بوزنين نسبين ٦٧.٢%، ٦٦.١% على الترتيب، أما أقل أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الصحة فتمثل فى تميز المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة بالتصميم الجذاب بوزن نسبى ٦٣.٨%.
- المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية: جاء بُعدا استخدام المنصة الإلكترونية يحل محل الحاجة للذهاب إلى مقر الوزارة شخصياً، والشعور بالارتياح عند استخدام المنصات الإلكترونية للوزارة فى مقدمة أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح، وذلك بوزنين نسبين ٧١%، ٧٠% على الترتيب، ثم جاء فى المرتبة الثالثة عدم وجود صعوبة فى العثور على قسم محدد أو الخدمة التى تبحث عنها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وذلك بوزن نسبى ٦٩.١%، أما البُعد الخاص بعدم مواجهة أى صعوبات أثناء التفاعل مع المنصة فجاء فى المرتبة الرابعة بوزن نسبى ٦٥.٧%، أما أقل أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الداخلية فتمثل فى تميز المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة بالتصميم الجذاب بوزن نسبى ٦٠.٩%.

- وبالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية: جاء البُعدان الخاصان بالشعور بالارتياح عند استخدام المنصات الإلكترونية للوزارة، وعدم مواجهة أى صعوبات أثناء التفاعل مع المنصة فى مقدمة أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح، وذلك بوزنَيْن نسبِيَيْن ٦٦.٧%، ٦٤.٤% على الترتيب، أما باقى أبعاد مبدأ سهولة الاستخدام والتصفح والتي تمثلت في: استخدام المنصة الإلكترونية يحل محل الحاجة للذهاب إلى مقر الوزارة شخصياً، وعدم وجود صعوبة فى العثور على قسم محدد أو الخدمة التي تبحث عنها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وتميز المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة بالتصميم الجذاب؛ فجاءت بشكل متساوٍ بوزن نسبي ٦٢.٢% من وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول رقم (١٧)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس أبعاد مبدأ تشجيع معاودة زيارة واستخدام المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة

الوزارة العبارات	الصحة		التعليم العالى		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
يتم تحديث المعلومات المتاحة على المنصات الإلكترونية للوزارة بشكل مستمر.	٢.١٩	٧٢.٩%	٢.٢٤	٧٤.٧%	٢.١٣	٧١.٠%	٢.٠٠	٦٦.٧%
يتم وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها على المنصات الإلكترونية للوزارة.	٢.١٢	٧٠.٦%	٢.٣٢	٧٧.٤%	٢.١٦	٧٢.٠%	١.٧٣	٥٧.٨%
تنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارة على منصاتها الإلكترونية.	٢.٢٧	٧٥.٧%	٢.٣٥	٧٨.٥%	٢.٣٩	٧٩.٧%	١.٨٧	٦٢.٢%
تحتوى المنصات الإلكترونية للوزارة على صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة	٢.٠٢	٦٧.٢%	٢.١٩	٧٣.١%	١.٩١	٦٣.٨%	٢.٠٠	٦٦.٧%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت أبعاد مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، وإن اختلفت في ترتيبها تبعاً لمدى تطبيقها داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك على النحو التالي:
- **بالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي:** جاء البُعد الخاص بتنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارة على منصاتنا الإلكترونية في المقدمة بوزن نسبي ٧٨.٥%، ثم جاء في المرتبة الثانية وبشكل متقارب وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها على المنصات الإلكترونية للوزارة بوزن نسبي ٧٧.٤%، وجاء في المرتبة الثالثة البُعد الخاص بتحديث المعلومات المتاحة على المنصات الإلكترونية للوزارة بشكل مستمر، وذلك بوزن نسبي ٧٤.٤%، أما أقل أبعاد مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة التعليم العالي فتمثل في احتواء المنصات الإلكترونية للوزارة على صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة، وذلك بوزن نسبي ٧٣.١%.
- **أما المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة:** فجاء في المقدمة البُعد الخاص بتنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارة على منصاتنا الإلكترونية في المقدمة بوزن نسبي ٧٥.٧%، أما البُعد الخاص بتحديث المعلومات المتاحة على المنصات الإلكترونية للوزارة بشكل مستمر فجاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٢.٩%، وجاء في المرتبة الثالثة وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧٠.٦%، أما أقل أبعاد مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الصحة فتمثل في احتواء المنصات الإلكترونية للوزارة على صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة، وذلك بوزن نسبي ٦٧.٢%.
- **المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية:** جاء البُعد الخاص بتنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارة على منصاتنا الإلكترونية في المقدمة بوزن نسبي ٧٩.٧%، وجاء بشكل متقارب في المرتبتين الثانية والثالثة كل من وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وتحديث المعلومات المتاحة على المنصات الإلكترونية للوزارة بشكل مستمر بوزنين نسبين ٧٢%، ٧١% على الترتيب، أما أقل أبعاد مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الداخلية فتمثل في احتواء المنصات الإلكترونية للوزارة على صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة، وذلك بوزن نسبي ٦٣.٨%.
- **وبالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية:** جاء البُعدان الخاصان بكل من تحديث المعلومات المتاحة على المنصات الإلكترونية للوزارة بشكل مستمر، واحتواء المنصات الإلكترونية للوزارة على صور وملفات صوتية ومرئية قابلة للمشاركة في المقدمة بوزن نسبي ٦٦.٧%، ثم جاء في المرتبة الثانية البُعد الخاص

بتنوع القضايا والخدمات المطروحة من الوزارة على منصاتنا الإلكترونية، وذلك بوزن نسبي ٦٢.٢%، أما أقل أبعاد مبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام تطبيقاً من وجهة نظر عينة الدراسة داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الخارجية فتمثل في وضع رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها على المنصات الإلكترونية للوزارة، وذلك بوزن نسبي ٥٧.٨%.

جدول رقم (١٨)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس أبعاد مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة

الوزارة العبارات	الصحة		التعليم العالي		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات على المنصات الإلكترونية مناسبة.	٢.١٤	٧١.٢%	٢.٣٢	٧٧.٤%	٢.١٩	٧٢.٩%	٢.٠٧	٦٨.٩%
سهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم مواقعها على المنصات الإلكترونية.	٢.١٧	٧٢.٣%	٢.٣٤	٧٨.٠%	٢.١٣	٧١.٠%	١.٩٣	٦٤.٤%
توجد روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة.	٢.٣١	٧٦.٨%	٢.٣٤	٧٨.٠%	٢.٣٨	٧٩.٢%	٢.١٣	٧١.١%
أشعر بأمان أثناء استخدام المنصة من حيث البيانات الشخصية والمعلومات.	٢.٢٤	٧٤.٦%	٢.٣٩	٧٩.٦%	٢.٢٦	٧٥.٤%	٢.٠٧	٦٨.٩%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت أبعاد مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين، وإن اختلفت في ترتيبها تبعاً لمدى تطبيقها داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك على النحو التالي:

- بالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي: جاء البُعد الخاص بالشعور بالأمان أثناء استخدام المنصة من حيث البيانات الشخصية والمعلومات في المقدمة بوزن نسبي ٧٩.٦%، ثم جاء بشكل متساوٍ كل من سهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم مواقعها على المنصات الإلكترونية، ووجود روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧٨%، أما أقل أبعاد مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي فتمثل في مناسبة المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات على المنصات الإلكترونية، وذلك بوزن نسبي ٧٧.٤%.
- أما المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية: ف جاء في المقدمة البُعد الخاص بوجود روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧٩.٢%، وجاء في المرتبة الثانية البُعد الخاص بالشعور بالأمان أثناء استخدام المنصة من حيث البيانات الشخصية والمعلومات، وذلك بوزن نسبي ٧٥.٤%، أما أقل أبعاد هذا المبدأ تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية لوزارة الداخلية فتمثلت في كل من مناسبة المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات على المنصات الإلكترونية، وسهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم مواقعها على المنصات الإلكترونية وذلك بوزنين نسبیین ٧٢.٩%، ٧١%.
- المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة: تمثل البُعد الأكثر تطبيقاً في وجود روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧٦.٨%، وجاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٤.٦% الشعور بالأمان أثناء استخدام المنصة من حيث البيانات الشخصية والمعلومات، أما سهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم مواقعها على المنصات الإلكترونية فجاء في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٢.٣%، أما أقل أبعاد مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة فتمثل في مناسبة المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات على المنصات الإلكترونية، وذلك بوزن نسبي ٧١.٢%.
- وبالنسبة للمنصات الإلكترونية لوزارة الخارجية: جاء في المقدمة البُعد الخاص بوجود روابط واضحة لإجراءات التسجيل في الخدمات الحكومية المقدمة من الوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧١.١%، وجاء في المرتبة الثانية كل من مناسبة المدة الزمنية المطلوبة لتحميل الصفحات على المنصات الإلكترونية، والشعور بالأمان أثناء استخدام المنصة من حيث البيانات الشخصية والمعلومات، وذلك بوزن نسبي ٦٨.٩%، أما أقل أبعاد مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية فتمثل في سهولة الوصول للمعلومات من خلال تنظيم مواقعها على المنصات الإلكترونية، وذلك بوزن نسبي ٦٤.٦%.

جدول رقم (١٩)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية محل الدراسة

الوزارة العبارات	الصحة		التعليم العالي		الداخلية		الخارجية	
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
توفير فرصة تقديم الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها.	٢.٠٨	%٦٩.٥	٢.٣٤	%٧٨.٠	٢.١٢	%٧٠.٥	١.٧٣	%٥٧.٨
إتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة.	٢.٢٥	%٧٥.١	٢.٣٤	%٧٨.٠	٢.٠٤	%٦٨.١	١.٨٧	%٦٢.٢
تتوافر إمكانية التصويت على الموقع الإلكتروني للوزارة أو مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها تجاه قضايا محددة.	٢.٠٥	%٦٨.٤	٢.٢٤	%٧٤.٧	١.٩٧	%٦٥.٧	١.٦٠	%٥٣.٣
تلقيت استجابة سريعة ومفيدة عند طلب الدعم أو المساعدة من فريق المنصة.	٢.٠٠	%٦٦.٧	٢.١٨	%٧٢.٦	٢.٠٤	%٦٨.١	١.٧٣	%٥٧.٨
تتوافر معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها عبر منصاتها الإلكترونية.	٢.١٠	%٧٠.١	٢.٣٤	%٧٨.٠	٢.١٧	%٧٢.٥	١.٧٣	%٥٧.٨

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار، وإن اختلفت في ترتيبها تبعاً لمدى تطبيقها داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارة -محل الدراسة- من وجهة نظر عينة الدراسة وذلك على النحو التالي:

- **بالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي:** جاءت الأبعاد الخاصة بكل من توفير فرصة تقديم الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها، وإتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة، وتوافر معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها عبر منصاتها الإلكترونية في المقدمة بوزن نسبي ٧٨%، وجاء في المرتبة الثانية توافر إمكانية التصويت على الموقع الإلكتروني للوزارة أو مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها تجاه قضايا محددة، وذلك بوزن نسبي ٧٤.٧%، أما أقل أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة التعليم العالي فتمثل في تلقي استجابة سريعة ومفيدة عند طلب الدعم أو المساعدة من فريق المنصة، وذلك بوزن نسبي ٧٢.٦%.
- **أما المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة:** فجاء في مقدمة أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار إتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة، وذلك بوزن نسبي ٧٥.١%، أما البعد الخاص بتوافر معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها عبر منصاتها الإلكترونية فجاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٠.١%، وجاء بشكل متقارب في المرتبتين الثالثة والرابعة كل من توفير فرصة تقديم الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها، وتوفير إمكانية التصويت على الموقع الإلكتروني للوزارة أو مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها تجاه قضايا محددة وذلك بوزن نسبي ٦٩.٥%، ٦٨.٤% على الترتيب، أما أقل أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة فتمثل في تلقي استجابة سريعة ومفيدة عند طلب الدعم أو المساعدة من فريق المنصة، وذلك بوزن نسبي ٦٦.٧%.
- **المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية:** جاء البعد الخاص بتوافر معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها عبر منصاتها الإلكترونية في المقدمة بوزن نسبي ٧٢.٥%، أما توفير فرصة تقديم الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها فجاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٠.٥%، وجاء بشكل متساوٍ في المرتبة الثالثة كل من إتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة، وتلقي استجابة سريعة ومفيدة عند طلب الدعم أو المساعدة من فريق المنصة بوزن نسبي ٦٨.١%، أما أقل أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الداخلية فتمثل في توافر إمكانية التصويت على الموقع الإلكتروني للوزارة أو مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها تجاه قضايا محددة بوزن نسبي ٦٥.٧%.
- **وبالنسبة للمنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية:** جاء البعد الخاص بإتاحة الفرصة للمستخدمين لكتابة التعليقات والمشاركات على الصفحات الإلكترونية للوزارة في المقدمة بوزن نسبي ٦٢.٢%، وجاء في المرتبة الثانية كل من توفير فرصة تقديم الاستفسارات من الزوار أو المستخدمين والرد عليها، وتلقي استجابة سريعة ومفيدة عند

طلب الدعم أو المساعدة من فريق المنصة، وتوفير معلومات عن كيفية التواصل المباشر مع الوزارة والعاملين بها عبر منصاتها الإلكترونية بوزن نسبي ٥٧.٨%، أما أقل أبعاد مبدأ تفعيل ساحات الحوار تطبيقاً داخل المنصات الإلكترونية الخاصة بوزارة الخارجية فتمثل في توافر إمكانية التصويت على الموقع الإلكتروني للوزارة أو مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها تجاه قضايا محددة بوزن نسبي ٥٣.٣%.

- وبإدخال متغير طبيعة الوزارة (سيادية/خدمية) على النتائج السابقة بهدف اختبار العلاقة بين هذا المتغير ومبادئ الاتصال الجوّارى التي توظفها المنصات الإلكترونية الخاصة بها؛ جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (٢٠)

معنوية الفروق بين طبيعة الوزارة ومبادئ الاتصال الجوّارى التي توظفها المنصات الإلكترونية الخاصة بها

المبادئ	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
فائدة المعلومات	١٢١	١١.٩٨	٢.٥٤٣	١.١٣٠	٢٠٣	٠.١٩٢
	٨٤	١١.٥١	٢.٥٢٥			
سهولة استخدام وتصفح الموقع	١٢١	١٠.٦٥	٢.٧٨٦	١.٦٤١	٢٠٣	٠.١٠٢
	٨٤	١٠.٠٠	٢.٨٢٤			
تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام	١٢١	٨.٨٦	٢.١٤٢	١.٤٧٠	٢٠٣	٠.١٤٣
	٨٤	٨.٤٢	٢.٠٩٠			
الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين	١٢١	٩.١٢	٢.٣٥١	٠.٩٣٢	٢٠٣	٠.٣٥٢
	٨٤	٨.٨٢	٢.١٨٥			
تفعيل ساحات الحوار	١٢١	١٠.٩٨	٢.٩٥٧	٢.١٨٢	٢٠٣	٠.٠٣٠
	٨٤	١٠.٠٥	٣.٠٤٥			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الوزارات المصرية -محل الدراسة- حسب طبيعتها (خدمية/ سيادية) فى توظيف مبدأ تفعيل ساحات الحوار، وقد كانت هذه الفروق لصالح الوزارات الخدمية التى كانت أكثر توظيفاً لهذا المبدأ من خلال منصاتها الإلكترونية من الوزارات السيادية، حيث بلغت قيمة (ت) ٢.١٨٢ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٣٠ ودرجة حرية ٢٠٣.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الوزارات المصرية -محل الدراسة- حسب طبيعتها (خدمية/ سيادية) فى توظيف مبادئ فائدة المعلومات، وسهولة استخدام وتصفح الموقع، وتشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، والاحتفاظ بالزوار والمستخدمين، ولكن توجد اختلافات ليست ذات دلالة إحصائية لصالح الوزارات الخدمية التى كانت أكثر توظيفاً لهذه المبادئ عبر منصاتها الإلكترونية من الوزارات السيادية.

وبذلك ثبتت صحة الفرض بشكل جزئى للدراسة، وهو: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى مبادئ الاتصال الحواري التى توظفها المنصات الإلكترونية بحسب طبيعة الوزارة (سيادية/خدمية).

٥- أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمية فى الخدمات الحكومية التى تقدمها الوزارات المصرية:

جدول رقم (٢١)

أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمية فى الخدمات الحكومية التى تقدمها الوزارات المصرية (ن=٢٠٥)

أسباب عدم القبول	ك	%
نقص فى الوعي التقنى لدى بعض الفئات فى المجتمع بشأن فوائد استخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية.	١٥٦	٧٦.١%
شعور البعض بالقلق بشأن أمان بياناتهم الشخصية ومعلوماتهم عند استخدام الخدمات الحكومية الرقمية.	١١٥	٥٦.١%
عدم توافر البنية التحتية التقنية اللازمة لتقديم الخدمات الحكومية الرقمية بشكل فعال فى جميع مناطق البلاد.	١٠٦	٥١.٧%
لا تلبى الخدمات الحكومية الرقمية احتياجات وتوقعات الجمهور بشكل كامل، فقد يودى ذلك إلى عدم قبولها.	٨٨	٤٢.٩%
قد يكون لدى البعض صعوبة فى اقتناء أجهزة كمبيوتر أو هواتف ذكية أو اتصال بالإنترنت بسبب أسباب اقتصادية.	٧٧	٣٧.٦%
تجارب سابقة سيئة مع استخدام الخدمات الرقمية، مثل: تجربة ضعيفة فى تصفح المواقع أو مشاكل فى الأداء.	٧٥	٣٦.٦%
العوائق الاجتماعية والثقافية مثل عادات وتقاليد معينة تؤثر على استعداد الأفراد لاستخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية.	٦٠	٢٩.٣%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلى:

جاءت الأسباب المعرفية والنفسية فى مقدمة أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمية فى الخدمات الحكومية التى تقدمها الوزارات المصرية، وفى إطار هذه الأسباب جاء نقص الوعي التقنى بشأن فوائد استخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية بنسبة ٧٦.١% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الشعور بالقلق بشأن أمان البيانات والمعلومات الشخصية عند استخدام الخدمات الحكومية الرقمية بنسبة ٥٦.١%، ثم جاءت الأسباب المتعلقة بالكفاءة سواء عدم الكفاءة التقنية لتقديم الخدمات الحكومية الرقمية فى جميع مناطق البلاد بنسبة ٥١.٧%، أو عدم كفاءة الخدمات الحكومية الرقمية بشكل عام فى تلبية احتياجات وتوقعات الجمهور بنسبة ٤٢.٩%، وجاءت بشكل متقارب كل من الأسباب الاقتصادية عن البعض فى اقتناء أجهزة كمبيوتر أو هواتف ذكية أو اتصال بالإنترنت بنسبة ٣٧.٦%، والتجارب الشخصية السيئة مع استخدام الخدمات الرقمية، مثل تجربة ضعيفة فى تصفح المواقع أو مشاكل فى الأداء بنسبة ٣٦.٦%، أما الأسباب الاجتماعية والثقافية المتعلقة باستعداد الأفراد لاستخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية فكانت من أقل أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة

التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة ٢٩.٣%.

٦. مقترحات تحسين الخدمات الحكومية المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارات المصرية:

جدول رقم (٢٢)

مقترحات تحسين الخدمات الحكومية المقدمة عبر المنصات الإلكترونية للوزارات
(ن=٢٠٥)

المقترحات	ك	%
تصميم واجهة للمنصة مبسطة وسهلة الاستخدام تتكيف مع مختلف أحجام الشاشات وأنواع الأجهزة لتوفير تجربة ممتازة للمستخدمين.	١٢٧	٦٢%
توفير خيارات متعددة للتواصل مع الجمهور، مثل: الدردشة الحية، والبريد الإلكتروني، والهاتف.	١١٨	٥٧.٦%
تحسين أداء الموقع وسرعة التحميل؛ لتقديم تجربة سلسة وفعّالة للمستخدمين.	١٠٦	٥١.٧%
إنشاء قائمة موضوعية بأسئلة وأجوبة شائعة؛ لمساعدة المستخدمين على حل مشكلاتهم بسرعة.	١٠٠	٤٨.٨%
إجراء مراجعات دورية لأداء المنصة وجمع ملاحظات المستخدمين؛ لإجراء تحسينات مستمرة.	٩٦	٤٦.٨%
توفير سياسات وإجراءات واضحة بشأن جمع البيانات الشخصية للمستخدمين وحفظها وحمايتها.	٩٤	٤٥.٩%
تجهيز نظام لإجراءات التفاعل والاستجابة السريعة على الاستفسارات والشكاوى والاقتراحات.	٨١	٣٩.٥%
توفير دورات تدريبية للمستخدمين على كيفية استخدام المنصة والاستفادة القصوى من الخدمات الرقمية.	٧٤	٣٦.١%
توفير تحفيزات للمستخدمين لاستخدام المنصة الإلكترونية، مثل: خصومات أو مزايا إضافية.	٧١	٣٤.٦%

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاءت المقترحات المتعلقة بتصميم واجهة للمنصة مبسطة وسهلة الاستخدام تتكيف مع مختلف أحجام الشاشات وأنواع الأجهزة لتوفير تجربة ممتازة للمستخدمين، وتوفير خيارات متعددة للتواصل مع الجمهور، مثل: الدردشة الحية، والبريد الإلكتروني، والهاتف، وتحسين أداء الموقع وسرعة التحميل لتقديم تجربة سلسة وفعّالة للمستخدمين في المقدمة بنسب ٦٢%، ٥٧.٦%، ٥١.٧% على الترتيب، ثم جاءت المقترحات المتعلقة بإنشاء قائمة موضوعية بأسئلة وأجوبة شائعة لمساعدة المستخدمين على حل مشكلاتهم بسرعة، وإجراء مراجعات دورية لأداء المنصة وجمع ملاحظات المستخدمين لإجراء تحسينات مستمرة، وتوفير سياسات وإجراءات واضحة بشأن جمع البيانات الشخصية للمستخدمين وحفظها وحمايتها بنسب متقاربة ٤٨.٨%، ٤٦.٨%، ٤٥.٩% على الترتيب، أما المقترحات الأقل طلبًا من وجهة نظر عينة الدراسة فتمثلت في تجهيز نظام لإجراءات التفاعل والاستجابة السريعة على الاستفسارات والشكاوى والاقتراحات، وتوفير دورات تدريبية للمستخدمين على كيفية استخدام المنصة والاستفادة القصوى من الخدمات الرقمية، وتوفير تحفيزات للمستخدمين لاستخدام المنصة الإلكترونية، مثل: خصومات أو مزايا إضافية بنسب ٣٩.٥%، ٣٦.١%، ٣٤.٦% على الترتيب.

النتائج العامة للدراسة التحليلية:

أولاً: التحليل الكيفي للمواقع الإلكترونية للوزارات المصرية محل الدراسة

- اتفقت المواقع الإلكترونية للوزارات المصرية -محل الدراسة- فى توظيفها لبعض أبعاد مبدأ تقديم المعلومات المفيدة للجمهور والتي تمثلت فى: عرض الهوية المرئية للوزارة -المتتمثلة فى اللوجو واسم الوزارة- بشكل متكرر، ومعلومات عن كيفية الاتصال بالوزارة، ووصلات مباشرة للمواقع الاجتماعية الخاصة بالوزارة. أما باقى أبعاد هذا المبدأ فتفاوتت مدى تحقيقها من وزارة إلى أخرى، فاتفقت وزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالى فى توظيف مواقعها الإلكترونية فى عرض تفصيلى ومنظم لرؤية ورسالة الوزارة وأهدافها، بالإضافة إلى عرض نبذة مختصرة عن الوزارة ودليل كامل عن أسماء المديریات والقطاعات والهيئات التابعة لها، ودليل كامل عن الخدمات التى تقدمها، ومشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التى تهتم المجتمع المحلى الذى تعمل فيه، كما وفرت المواقع الإلكترونية قسماً لأهم الأخبار فى الصفحة الرئيسية، مع إمكانية عرض تفاصيل هذه الأخبار، بالإضافة إلى توفير أرشيف خاص للأخبار القديمة، كما توافر بالمواقع محرك بحث داخلى لتسهيل الوصول إلى المعلومات التى يرغب المواطن فى الحصول عليها. أما الموقع الإلكتروني الخاص بوزارة الخارجية فلم يوظف هذا المبدأ بدرجة عالية مقارنة بالوزارات الأخرى -محل الدراسة- فلم يعرض رؤية ورسالة الوزارة وأهدافها، ولم يتطرق حتى إلى نشأتها وتاريخها، ولم يوفر الموقع أيضاً معلومات عن أسماء الإدارات والمراكز التابعة للوزارة، ولكنه اكتفى بوضع روابط للمواقع الإلكترونية للقنصليات العامة المصرية فى المملكة العربية السعودية وفى الإمارات العربية المتحدة، ولم يعرض الموقع الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة بشكل عام، ولا أى معلومات عن مشاركات الوزارة وموقفها من القضايا الاجتماعية التى تهتم المجتمع المحلى، ولم يوفر موقع وزارة الخارجية فى الصفحة الرئيسية له قسماً للأخبار وأرشيفاً خاصاً للأخبار، كما لا يتوافر بالموقع محرك بحث داخلى لتسهيل الوصول إلى المعلومات التى يرغب المواطن فى الحصول عليها.

- اتفقت المواقع الإلكترونية لوزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالى فى توظيفها لبعض أبعاد مبدأ سهولة التصفح والاستخدام من حيث استخدام المواقع الإلكترونية عددًا من القوائم الرئيسية والفرعية الموزعة بشكل جيد ومنظم فى أعلى صفحة الموقع وأسفلها وتعتبر طريقة العرض وتوزيع خدمات المواقع جيدة، كما اتصفت محتويات وعناصر المواقع بالتقسيم والتنظيم المنطقى مع عدم وجود صفحة مخصصة لخريطة الموقع، ولكن عرضت المواقع الروابط الرئيسية الخاصة بها فى الأعلى وبعض الروابط للأقسام الداخلية لها فى الأسفل، وأيضاً استخدمت المواقع أداة البحث السريع فى أعلى الصفحة؛ لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة. أما موقع وزارة الخارجية فاستخدم عددًا محدودًا من القوائم الرئيسية والفرعية فى الصفحة الرئيسية له، بالإضافة إلى أن طريقة العرض وتوزيع خدمات الموقع كانت غير ملائمة إلى حد ما،

كما اتسمت محتويات وعناصر الموقع بالقلّة وعدم الكفاية، وأيضًا لم يوفر الموقع صفحة مخصصة لخريطة الموقع، ولا أداة البحث السريع في أعلى الصفحة لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة. أما فيما يتعلق باللغات التي توفرها المواقع الإلكترونية فاختلّفت من وزارة إلى وزارة؛ **فعرض موقع وزارة الداخلية** المحتوى بثلاث لغات (العربية والإنجليزية والفرنسية) ولم تشمل النسخ الخاصة باللغات الفرعية كل المحتويات المنشورة بنسخة الموقع الرئيسية، **بينما عرض موقعاً وزارتي الصحة والخارجية** المحتوى الخاص بهما باللغة العربية فقط، **وعرض موقع وزارة التعليم العالي** المحتوى باللغتين (العربية والإنجليزية) وشملت نسخة الموقع باللغة الإنجليزية كل المحتويات المنشورة بنسخة الموقع الرئيسية. أما بالنسبة لتصميم الموقع **فاتفقت وزارات الداخلية، والصحة، والخارجية** في التصميم التقليدي لمواقعها وعدم الخروج عن المألوف؛ سواء من حيث اختيار الألوان أو الخلفيات أو أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص، أما **الموقع الخاص بوزارة التعليم العالي** فتقرّد بالتصميم الجيد والخارج عن المألوف، سواء من حيث اختيار الألوان أو الخلفيات أو أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص، والاستعانة بالجرافيكس.

- اتفقت المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- فيما يتعلق بتوظيف مبدأ **تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام** في عدم توفير جولات افتراضية داخل الوزارة والإدارات التابعة لها وكتالوج إلكتروني عن الوزارة قابل للتحميل والمشاركة، أما باقي أبعاد هذا المبدأ فتفاوتت تحقيقها من وزارة إلى أخرى؛ فاتفقت المواقع الإلكترونية **لوزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالي** في تقديم الصفحة الرئيسية للمواقع رابطاً لأحدث أخبار الوزارة والمستجدات الخاصة بها بشكل يومي، مع توفير إمكانية عرض صور وتفاصيل هذه الأخبار، بالإضافة إلى توفير المواقع دليلًا متكاملًا عن قطاعات الوزارات من حيث: أسماؤها، والمهام الخاصة بها، كما تتميز المواقع الإلكترونية -بصفة عامة- بالتحديث الدوري المستمر للأخبار المنشورة عليها بما يشجع على معاودة زيارتها بصفة منتظمة، واتفقت المواقع الإلكترونية في عدم عرضها رابطاً للأسئلة الشائعة وإجاباتها، ولكن عرضت روابط صديقة لأكثر الأخبار مشاهدة، وأيضًا رابطاً لأكثر الخدمات طلبًا، وتقرّد **موقع وزارة الداخلية عن باقي المواقع الإلكترونية للوزارات الأخرى -محل الدراسة-** بتشجيع زواره على تحميل التطبيق الخاص بالوزارة بذكره بشكل صريح أنه متوفر الآن على متجر Google Play، **أما موقع وزارة الخارجية** فكان الأقل في توظيف هذا المبدأ من حيث عدم تقديم الصفحة الرئيسية للموقع رابطاً لأحداث وفعاليات الوزارة، ولا يوجد رابط للأسئلة الشائعة وإجاباتها، ولا يتميز موقع وزارة الخارجية -بصفة عامة- بالتحديث الدوري المستمر للأخبار المنشورة عليه بما يشجع على معاودة زيارته بصفة منتظمة، كما لا يتميز الموقع بتنوع القضايا والموضوعات التي يطرحها.

- فيما يتعلق بتوظيف مبدأ **الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين** اتفقت المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- في قصر المدة الزمنية المطلوبة لتحميل صفحات الموقع الإلكتروني سواء في الصفحات التي تحتوي على نصوص فقط أو

الصفحات المصورة؛ ممّا يدعو الزوار إلى عدم مغادرة الموقع، وفي توفير روابط واضحة ومباشرة على الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني لصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بالوزارة، ولا يحتوى الموقع على وثائق أو ملفات قابلة للتحميل. أما باقى أبعاد هذا المبدأ فتفاوتت تحقيقها من موقع إلى آخر، **فاتفتت المواقع الإلكترونية الخاصة بوزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالى** من حيث إتاحتها الوصول إلى المعلومات التى تقدمها بسهولة من خلال قوائمها الرئيسية، كما تعبر الروابط الفرعية المندرجة تحت هذه القوائم عن محتواها بشكل واضح. واحتوت المواقع على معلومات مفيدة عن جميع الإدارات التابعة للوزارة والخدمات الإلكترونية التى تقدمها، بالإضافة إلى توفير المواقع رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية، وتحديد المواقع تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليها بشكل يومى؛ ممّا يمكّن الزوار من الاطلاع على أحدث المستجدات والأخبار المتعلقة بالوزارة. وتفوّق **الموقع الإلكتروني لوزارة الداخلية** فى توفير خاصية مشاركة الأخبار المنشورة على الموقع على عدة وسائل للتواصل الاجتماعى؛ كالتساب، وفيسبوك، وتويتر، كما يمكن إرسال الأخبار عبر البريد الإلكتروني. وتوافرت فقط فى **موقعى وزارتي الداخلية والتعليم العالى** روابط واضحة للتسجيل فى الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة، أما **الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية** فكان الأقل فى توظيف مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين؛ من حيث صعوبة الوصول إلى المعلومات التى يقدمها من خلال قوائمها الرئيسية، وعدم توفير روابط واضحة للتسجيل فى الخدمات الحكومية الإلكترونية التى تقدمها الوزارة، وعدم توفير خاصية مشاركة الأخبار المنشورة على الموقع على عدة وسائل للتواصل الاجتماعى؛ كالتساب، وفيسبوك، وتويتر، وعدم توفير رابط العودة إلى الصفحة الرئيسية على كل الصفحات الداخلية، وعدم تحديد تاريخ تحديث الأخبار المنشورة عليه بشكل يومى.

- أما فيما يتعلق بمبدأ **تفعيل ساحات الحوار** فاتفتت جميع المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- فى عدم توظيفه بشكل فعال من حيث عدم إتاحة الموقع فرصة للزوار لكتابة تعليقاتهم على المضامين المنشورة عليه، وعدم توفير خاصية الاطلاع على استجابات المسؤولين لتعليقات وتساؤلات الزوار، وعدم استخدام الموقع الإلكتروني كمنصة لطرح أسئلة نقاشية مع الزوار ولا كطريقة لتصويت الجماهير تجاه قضايا محددة، وعدم حث الزوار والمستخدمين على كتابة تعليقاتهم تجاه المعلومات التى تقدمها المواقع الإلكترونية. ومن ناحية أخرى اتفتت المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- فى توفير معلومات تفصيلية عن كيفية التواصل مع الوزارة من حيث: العنوان، ورقم التليفون، والخط الساخن، والبريد الإلكتروني. أما باقى أبعاد هذا المبدأ فتفاوتت تحقيقها من موقع إلى آخر، **فاتفتت المواقع الإلكترونية الخاصة بوزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالى** فى عدم تقديم الصفحة الرئيسية لموقع الوزارة رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم، أما موقع وزارة الخارجية فتميز بتقديم الصفحة الرئيسية له رسالة ترحيبية بالزوار تعكس الاستعداد للتفاعل أو الحوار معهم، كما تميز **الموقعان الإلكترونيان الخاصان بوزارتي**

الداخلية والتعليم العالي عن الموقعين الإلكترونيين الخاصين بوزارتي الصحة والخارجية بوجود رابط للتواصل مع المسؤولين عن الموقع والاستفسار عن الخدمات الإلكترونية، كما يوجد رابط لشكاوى وبلاغات المواطنين.

ثانياً: نتائج التحليل الكيفي للصفحات الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- على منصات التواصل الاجتماعي

- **تم توظيف مبدأ تقديم المعلومات المفيدة بشكل متساوٍ** عبر الصفحات الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- على منصات فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام؛ حيث لم يتم تقديم أى معلومات تعريفية عن الوزارات من حيث: تاريخها، نشأتها، الرؤية والرسالة، القطاعات والإدارات التابعة لها، وإن كانت هناك وصلات مباشرة للمنصات الإلكترونية الأخرى على كل صفحة من الصفحات الاجتماعية للوزارة، وعرض لبيانات التواصل مع الوزارات من خلال رقم الخط الساخن، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى وضعها خريطة للوصول إلى مقر الوزارة من خلال تطبيق Google Maps. واتفقت الصفحات الاجتماعية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- في عرضها لمجموعة متنوعة من المواد والمضامين على حسب طبيعة عمل الوزارات، وفي عرضها أيضاً للمواد الإعلامية الخاصة بالمجتمع المحلي المحيط بالوزارات طوال فترة التحليل. **وفيما يتعلق بمبدأ سهولة التصفح والاستخدام** فتم توظيفه بشكل متقارب على مستوى الوزارات المصرية -محل الدراسة- حيث استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارات الداخلية، والصحة، والتعليم العالي على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام اللغة العربية فقط في عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، كما استخدمت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بوزارة الخارجية على فيسبوك، وإنستجرام اللغة العربية فقط في عرض المشاركات والأخبار والتصريحات، أما إكس (تويتر سابقاً) فاستخدمت اللغتان العربية والإنجليزية في كتابة التغريدات الصادرة عن الوزارة، كما اتسمت عناوين المنشورات الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- على فيسبوك وإنستجرام والتغريدات على تويتر بالوضوح، مع إمكانية الاطلاع على التفاصيل الخاصة بالخبر التي كانت إما مصحوبة بصور من واقع الأحداث أو ملفات فيديو، والتي لم تؤثر على سرعة تحميل الصفحات. وتفوقت وزارة التعليم العالي عن باقي الوزارات المصرية -محل الدراسة- في توظيفها لمبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام؛ حيث اتسمت حسابات وزارة التعليم العالي على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام بالتحديث المستمر للمعلومات، ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، بينما اتسمت حسابات وزارتي الداخلية والصحة على إكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام بالتحديث المستمر للمعلومات، ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، أما حساب الوزارتين على فيسبوك فكان أقل نشاطاً مقارنة بالمنصات الأخرى في وضع منشورات جديدة بصفة يومية، كما اتسمت حسابات وزارة الخارجية على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً) بالتحديث المستمر للمعلومات، ووضع منشورات جديدة بصفة منتظمة طوال فترة التحليل، ولكن لوحظ طوال فترة التحليل أن وزارة الخارجية لم

تستغل إمكانات الإنستجرام بشكل كبير في تغطية أخبار الوزارة وأنشطتها كما فعلت على صفحتي الفيسبوك وتويتر. وتنوعت القضايا المطروحة من قبل وزارة الداخلية عبر منصات الاجتماعية ما بين قضايا أمنية، وقضايا اجتماعية، وقضايا توعوية، وانحصرت القضايا المطروحة من قبل وزارة الصحة عبر منصات الاجتماعية في القضايا والموضوعات الصحية والتوعية بالأمراض، وانحصرت القضايا المطروحة من قبل وزارة التعليم العالي عبر منصات الاجتماعية في القضايا التعليمية وأنشطة الوزارة في تطوير منظومة التعليم المصري، بينما انحصرت القضايا المطروحة من قبل وزارة الخارجية عبر منصات الاجتماعية في القضايا السياسية والعلاقات الدبلوماسية بين مصر والدول الأخرى. واتفقت الوزارات المصرية -محل الدراسة- في توفير إمكانية مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية عبر الحسابات الشخصية للمستخدمين، مع عدم توفير الحسابات الاجتماعية جولات افتراضية أو كتالوجات إلكترونية عن الوزارة، وعدم توجيه دعوات من المسؤولين عن صفحات الوزارة إلى الزوار لمعاودة استخدام الحسابات مرة أخرى. **وتساوت الوزارات المصرية -محل الدراسة- في توفير مبدأ الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين؛ حيث تميزت الحسابات الاجتماعية الرسمية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- على فيسبوك، وإكس (تويتر سابقاً)، وإنستجرام -بوجه عام- بسهولة الوصول للمعلومات، كما يمكن مشاركة المضمون المنشور عبر وسائل متنوعة، ووضعت جميع الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارات -محل الدراسة- رابطاً للموقع الإلكتروني لها، كما لا توجد روابط تنقل المستخدم إلى خارج الحساب، ولم تتم أيضاً مشاركة أي وثائق قابلة للتحميل على الحسابات الاجتماعية -محل الدراسة- خلال فترة التحليل. وتساوت أيضاً الوزارات المصرية -محل الدراسة- في توفير مبدأ تفعيل ساحات الحوار؛ حيث لم تظهر على الحسابات الاجتماعية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- طوال فترة التحليل أي رسائل ترحيبية تعكس استعداد الوزارة للتفاعل مع الجمهور، ولكن وفرت هذه الحسابات الاجتماعية إمكانية كتابة تعليقات المستخدمين على منشوراتها ومشاركتها، أما وضع معلومات عن كيفية التواصل المباشر فكان من خلال رابط الموقع الإلكتروني الخاص بالوزارة وروابط المنصات الاجتماعية الأخرى الخاصة بها. وقد غاب عن صفحات الوزارات الاجتماعية -محل الدراسة- عدد كبير من ملامح توفير هذا المبدأ التفاعلي، مثل: طلب تعليقات المستخدمين أو مقترحاتهم، كما لم تطرح الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- أي أسئلة للنقاش، أو استقصاءات رأي، أو موضوعات للتصويت، كذلك انخفض -بوضوح- معدل الاستجابة لتعليقات المستخدمين بما لا يدعم فرص الحوار على حسابات الوزارة الاجتماعية عبر فيسبوك، وإنستجرام، وإكس (تويتر سابقاً).**

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- استخدم أكثر من نصف عينة الدراسة المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية -محل الدراسة- بدرجة متوسطة بنسبة ٥٦.١%.

- جاءت **المواقع الإلكترونية** الخاصة بالوزارات فى مقدمة المنصات الإلكترونية من حيث الاستخدام من جانب عينة الدراسة وذلك بنسبة ٦٨.٣%، وقد ترجع هذه النتيجة إلى اعتبار غالبية الجمهور أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات هى المصادر الرسمية والأكثر مصداقية للمعلومات الحكومية وتقوم بتوجيههم بشكل أفضل نحو الخدمات والإجراءات الحكومية.
- جاء **تقديم طلبات للحصول على خدمات حكومية، والحصول على معلومات حكومية** فى مقدمة أسباب استخدام عينة الدراسة للمنصات الإلكترونية الخاصة، وذلك بنسبة ٥٧.١%، ٥١.٢% على الترتيب، ويرجع ذلك إلى محاولة استغلال هذه المنصات بدلاً من الذهاب إلى المقرات المكانية للوزارات أو الإدارات التابعة لها.
- جاءت وزارة الداخلية فى مقدمة الوزارات التى حرصت عينة الدراسة على متابعة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وذلك بنسبة ٣٣.٧%، ثم جاءت بشكل متقارب وزارتتا التعليم العالى والصحة بنسبة ٣٠.٢%، ٢٨.٨% على الترتيب، أما وزارة الخارجية فكانت من أقل الوزارات التى تابعت عينة الدراسة منصاتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.
- جاءت وزارة التعليم العالى فى المقدمة من حيث تطبيقها لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة، وفى إطار هذه المبادئ جاءت **فائدة المعلومات فى المرتبة الأولى** بنسبة ٨٣.١%، وفى المرتبة الثانية جاء **الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين** بنسبة ٧٨.٢%، وجاء بشكل متقارب كل من **تفعيل ساحات الحوار، وتشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، وسهولة الاستخدام والتصفح** بأوزان نسبية ٧٦.٢%، ٧٥.٩%، ٧٤% على الترتيب.
- كانت وزارة الخارجية الأقل تطبيقاً لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتها الإلكترونية، وفى إطار هذه المبادئ جاءت **فائدة المعلومات فى المرتبة الأولى** بنسبة ٧٠.٢%، ثم جاء فى المرتبة الثانية **الاحتفاظ بالزوار والمستخدمين** بنسبة ٦٨.٣%، ثم جاء بشكل متساوٍ كل من **تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام، وسهولة الاستخدام والتصفح** بوزن نسبي ٦٣.٣%، أما **تفعيل ساحات الحوار** فكان الأقل تطبيقاً بوزن نسبي ٥٧.٨%.
- تقاربت وزارتتا الصحة والداخلية فى تطبيقهما لمبادئ إدارة العلاقات الحوارية مع الجمهور من خلال منصاتهما الإلكترونية، وفى إطار هذه المبادئ تفوقت وزارة الداخلية على وزارة الصحة فى تطبيقها لمبادئ **فائدة المعلومات، والاحتفاظ بالزوار والمستخدمين، وتفوقت وزارة الصحة على وزارة الداخلية فى تطبيقها لمبادئ سهولة الاستخدام والتصفح، وتفعيل ساحات الحوار، وتساوت الوزارتان فى تطبيقهما لمبدأ تشجيع معاودة الزيارة والاستخدام.**

- جاءت الأسباب المعرفية والنفسية في مقدمة أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية، وفي إطار هذه الأسباب جاء نقص الوعي التقني بشأن فوائد استخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية بنسبة ٧٦.١% من إجمالي عينة الدراسة، والشعور بالقلق بشأن أمن البيانات والمعلومات الشخصية عند استخدام الخدمات الحكومية الرقمية بنسبة ٥٦.١%، أما الأسباب الاجتماعية والثقافية المتعلقة باستعداد الأفراد لاستخدام التكنولوجيا والخدمات الرقمية فكانت من أقل أسباب عدم قبول الجمهور لفكرة التحول الرقمي في الخدمات الحكومية التي تقدمها الوزارات المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة ٢٩.٣%.

- جاءت المقترحات المتعلقة بتصميم واجهة للمنصة مبسطة وسهلة الاستخدام بتكثيف مع مختلف أحجام الشاشات وأنواع الأجهزة لتوفير تجربة ممتازة للمستخدمين، وتوفير خيارات متعددة للتواصل مع الجمهور، مثل: الدردشة الحية، والبريد الإلكتروني، والهاتف، وتحسين أداء الموقع وسرعة التحميل لتقديم تجربة سلسلة وفعّالة للمستخدمين في المقدمة بنسب ٦٢%، ٥٧.٦%، ٥١.٧% على الترتيب، أما المقترحات الأقل طلبًا من وجهة نظر عينة الدراسة فتمثلت في: تجهيز نظام لإجراءات التفاعل والاستجابة السريعة على الاستفسارات والشكاوى والاقتراحات، وتوفير دورات تدريبية للمستخدمين على كيفية استخدام المنصة والاستفادة القصوى من الخدمات الرقمية، وتوفير تحفيزات للمستخدمين لاستخدام المنصة الإلكترونية، مثل: خصومات أو مزايا إضافية بنسب ٣٩.٥%، ٣٦.١%، ٣٤.٦% على الترتيب.

نتائج اختبارات الفروض:

- ١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في معدل استخدام المنصات الإلكترونية للوزارات.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أنواع المنصات الإلكترونية للوزارات التي يتابعونها.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (السن، والنوع، والمستوى التعليمي) في أسباب استخدامهم المنصات الإلكترونية للوزارة.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مبادئ الاتصال الجوّارى التي توظفها المنصات الإلكترونية بحسب طبيعة الوزارة (سيادية/خدمية).

توصيات الدراسة:

- التواصل من خلال المنصات الإلكترونية بالنسبة للوزارات المصرية المختلفة لا بدّ فيه من تفعيل الاتصال ثنائي الاتجاه، وألا يقتصر فقط على أنه وسيلة لنشر المعلومات والأخبار؛ بل لا بدّ من الاستفادة من الامكانيات التفاعلية والحوارية التي يتيحها الموقع؛ بما يمكّن الوزارات من إدارة علاقاتها مع جماهيرها بشكل أكثر فاعليّة.
- ضرورة زيادة قدرة مسؤولي العلاقات العامة داخل الوزارات والمنظمات الحكومية على تحديد أفضل المضامين والأنماط والاستراتيجيات الاتصالية التي يمكن استخدامها عبر المنصات الإلكترونية؛ ممّا يساعد على استغلال إمكانيات هذه المنصات كأداة تفاعلية فعالة في إدارة الحوار مع الجماهير.
- ضرورة إجراء العديد من الدراسات والأبحاث الموجّهة إلى الجمهور حول مدى استفادتهم من المنصات الإلكترونية الخاصة بالوزارات المصرية في الحصول على المعلومات، وتوصيل آرائهم ومقترحاتهم لها، وللتعرف على أهم المضامين والأنماط الاتصالية الأكثر إفادة لهم.

مراجع الدراسة:

- ^١معين الكوع، فلسطين بركات (٢٠٢٢): فاعلية المواقع الإلكترونية الفلسطينية الحكومية وفقاً لنظرية الاتصال الجوارى: دراسة مقارنة بين هيئة التوجيه السياسى والوطنى والشرطة ووزارة الداخلية، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، العدد ٣٩.
- ²- Akwari, C. (٢٠١٧): Dialogic Communication and Public Relations Websites: A Content Analysis of the Global Top 250 PR Agencies. Electronic Theses and Dissertations. Paper 3209.
- ^٣- بلال وأنيس (٢٠١٣): المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة فى المؤسسات الحكومية: دراسة مقارنة بين موقعى جامعة بسكرة وجامعة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- ^٤- منى الزدجالية، (٢٠١٢): الاستراتيجيات الإتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية فى الوحدات الحكومية فى عُمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان.
- ⁵- Mark Badham, Markus Mykkänen (2022): A Relational Approach to How Media Engage with Their Audiences in Social Media, *Media and Communication*, Volume 10, Issue 1,
- ⁶- Capriotti, P., Zeler, I. & Camilleri, M.A. (2020). Corporate communication through social networks: The identification of the key dimensions for dialogic communication. In Camilleri, M.A. (Ed.) Strategic Corporate Communication in the Digital Age, Emerald, Bingley, UK
- ⁷- Capriotti p. & etl. (2020). Assessing dialogic features of corporate pages on Facebook in Latin American companies, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 26 No. 5, pp. 16-30.
- ^٨- هانى على شارد (٢٠١٦): أثر مواقع التواصل الاجتماعى على درجة رضاء العملاء بالتطبيق على قطاع البنوك المصرية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد ٧، العدد ١.
- ⁹- Michael J. Jensen, Terry Flynn, and Kristina M. Hook (٢٠١٦): Online Engagement and Government Social Media A Study of the White House, Australian, and Canadian Prime Ministers. *International Journal of Strategic Communication*.
- ¹⁰- Julie Oneil (2014) : An Examination of Fortune 500 companies' and philanthropy 200 Nonprofit organizations' , Relationship cultivation strategies on Facebook , *Public Relations Journal* , Vol.8 , No. 1
- ¹¹- Inas Hamad (2014): The use of social media as a communication tool by international development organizations: a case study of the United Nations Children's Fund (UNICEF) in Egypt, The American University in Cairo, School of Global Affairs and Public Policy.
- ¹²- Bruce K. Berger, Cary Greenwood, and Scott L. Althaus (2010): Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level" -*Public Relations Journal*.

- ^{١٣} - حصة محمد الرتيق (٢٠١٩): واقع الاستخدام الحكومي لتويتر، دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي "تويتر" في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد ٣، العدد ٩.
- ^{١٤} - تسنيم الشلول (٢٠١٨) : استخدام الجمهور الأردني للمواقع الإلكترونية الصحية وعلاقته بمستوى المعرفة الصحية لديهم : دراسة مسحية ، رسالة ماجستير في العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك .
- ^{١٥} - عبد الفتاح بشير ، صلاح الدين الأمين (٢٠١٧): شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ودورها في تعزيز خدمات المعلومات بين المستفيدين بمركز الفيصل الثقافي (الخرطوم)، المؤتمر السنوي الثامن والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، القاهرة - مصر.
- ^{١٦} - نهى ناصر (٢٠١٥) : استخدام أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها : دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد ٤٤ .
- ^{١٧} - اعتمدت الباحثة في عرض هذه النظرية على المرجعين الآتيين:
حاتم الصالحى (٢٠١٧): العلاقات العامة والاتصال التفاعلى عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية، عالم الكتب، القاهرة.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2004) Congressional web sites and their potential for public dialogue, *Atlantic Journal of Communication*, 12(2), PP. 59-76.
- ^{١٨} - اعتمدت الباحثة في عرض هذا النموذج على المرجعين الآتيين:
أحمد أبو الغيط (٢٠٢٣): انعكاسات التطور التكنولوجي على محتوى المنصات الإقليمية الرقمية: دراسة في المضمون والجمهور والقائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري، المجلد ٥، العدد ١، ص ٢٢-٢٤.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.