

اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي

محمد محمود أنيس عبد الحميد*

إشراف: أ.د. علي عجوة**

إشراف مشارك: د. محمد عتران***

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة رصد معدلات تعرض الجمهور المصري للموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) للمناطق الأربع الرئيسية لمحافظة القاهرة، والتعرف على تقييم الجمهور لأداء المسؤولين بالمحليات أثناء الأزمات المختلفة، ومدى تفاعل الجمهور بشأن الأزمات والموضوعات المثارة على الموقع وصفحات التواصل الاجتماعي، وطبيعة هذا التفاعل، ومستوى رضاه عن أسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، واقتراحات الجمهور المصري لتطوير الموقع والصفحات عينة الدراسة.

وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة تم اختيارهم بطريقة عمدية من الجمهور المصري في إطار محافظة القاهرة، من سن ١٨ سنة فأكثر، ممن يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحافظة القاهرة ومناطقها الأربعة الرئيسية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

١- يستخدم المبحوثون الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية "مرة كل أسبوعين" بنسبة (٢٤.٥%) في المرتبة الأولى، وجاء بنسبة (٢٢.٢٥%) الذين يستخدمون الموقع "عند الحاجة إليه" في المرتبة الثانية.

٢- قيم المبحوثون أداء المسؤولين بشأن الأزمات المثارة بأنه "أداء متوسط" بنسبة (٧٠.٠%)، بينما قيم (١٦.٥%) من المبحوثين الأداء بالممتاز، ورأى (١٣.٥%) أن الأداء ضعيف.

٣- جاء في المرتبة الأولى بالنسبة لتوقيت استجابة المسؤولين للأزمات المطروحة علي موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي علي الفيسبوك "الاستجابة بعد فترة زمنية متوسطة" بنسبة (٣٨.٢٥%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "الاستجابة بعد فترة زمنية قليلة" بنسبة (٣٠.٠%).

٤- وفيما يختص بمعدلات الرضا عن أسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات علي الموقع الرسمي وصفحات التواصل الاجتماعي للوزارة والمحليات، جاء في المرتبة الأولى "راض إلي حد ما" بنسبة (٦٥.٠%)، وجاء في المرتبة الثانية "غير راض علي الإطلاق" بنسبة (٢٤.٢٥%).

٥- تمثلت أهم اقتراحات المبحوثين لتطوير الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحاتها علي منصات التواصل الاجتماعي في "اتخاذ إجراءات حاسمة وسريعة تجاه الأزمة أو المشكلة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٩.٢٥%)، وفي المرتبة الثانية جاء "الرد الفوري علي تساؤلات واستفسارات الجمهور" بنسبة (٥٧.٢٥%).

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الجمهور، المعالجة الإعلامية، أزمات المحليات، المواقع الإلكترونية، صفحات التواصل الاجتماعي

* باحث دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

*** الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

Public attitudes towards media handling of local crises on websites and social media pages

Abstract:

The study aimed to monitor the rates of exposure of the Egyptian public to the official website of the Ministry of Local Development and social media pages (Facebook) for the four main regions of Cairo Governorate, and to identify the public's assessment of the performance of local officials during various crises, the extent of the public's interaction regarding crises and the topics raised on the website and social media pages, and the nature of This interaction, and the level of satisfaction with the way officials handle local crises on the official website of the Ministry of Local Development and social networking pages (Facebook), and the Egyptian public's suggestions for developing the site and pages that are a sample of the study.

The study was applied to a sample of (400) individuals who were deliberately selected from the Egyptian public within the framework of Cairo Governorate, from the age of 18 years and over, who use the official website of the Ministry of Local Development and the social media pages of Cairo Governorate and its four main regions. The study reached a number of results. one of the importants:

- 1- The respondents use the official website of the Ministry of Local Development "once every two weeks," with a percentage of (24.5%) in first place, and a percentage of (22.25%) who use the website "when needed" in second place.
- 2- The respondents evaluated the performance of officials regarding the crises raised as "average performance" by (70.0%), while (16.5%) of the respondents evaluated the performance as excellent, and (13.5%) felt that the performance was weak.
- 3- In terms of the timing of officials' response to the crises presented on the Ministry of Local Development's website and social media pages on Facebook, "response after a medium period of time" came in first place with a percentage of (38.25%), and second place came in "response after a short period of time" with a percentage of (30.0.%).

- 4- With regard to satisfaction rates with the way officials handle local crises on the official website and social media pages of the ministry and localities, the first place was “somewhat satisfied” with a percentage of (65.0%), and the second place was “not satisfied at all” with a percentage of (24.25%).
- 5- The most important suggestions of the respondents for developing the official website of the Ministry of Local Development and its pages on social media platforms were “taking decisive and quick measures towards the crisis or problem” in first place with a percentage of (59.25%), and in second place was “immediate response to the public’s questions and inquiries” with a percentage (57.25%).

Keywords: Public attitudes, media handling, local crises , websites , social media pages

مقدمة:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات إلى تطور هائل في مجال تكنولوجيا الاتصال، كان من أبرز ملامحها الأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية وشبكة الإنترنت العالمية، حيث أتاحت شبكة الإنترنت مجالاً للتواصل بتخطي المسافات والحوازج، كما أدت إلى تغيرات ثقافية واجتماعية هائلة على مستوى مجتمعات العالم بوصفها وسيلة مؤثرة، قوية، وواسعة الانتشار.

وقد ازداد الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة خاصة بعد ثورة المعلومات والتكنولوجيا التي نعصرها اليوم، وهو ما يطلق عليه العالم اليوم مصطلح الإعلام الاجتماعي، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بما تحويه من برامج وأدوات تتيح للمستخدم الفرصة للظهور والمشاركة بكل ما يطرح من مواضيع وقضايا سواء داخل حدود دولته الجغرافية أو خارجها ويتعداها وصولاً إلى العالمية، هذه المشاركة والتفاعل ونقل الأخبار والمعلومات هو ما نطلق عليها مصطلح التفاعلية، وهي أساس الإعلام الاجتماعي.

وفي ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقننة والبديلة وإعلام المواطن، وبمستوياته المختلفة الوطنية "المحلية" والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها.

وصارت عملية إدارة الأزمات إعلامياً تخصصاً علمياً له قواعده ونظرياته وأسس وآلياته واستراتيجياته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظى إعلام الأزمات "إعلام المواجهة" باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم.

وتواجه المحليات العديد من الأزمات التي تتعلق بوجه خاص بضعف البنية التحتية مثل أزمات الصرف الصحي ومياه الشرب والكهرباء وتهالك بعض الأبنية ومخالفات تراخيص البناء والقمامة والحرائق وانهيار السدود وغيرها من الأزمات ذات الطبيعة المجتمعية والتي تحمل تأثيراً اقتصادياً وبيئياً.

ويرى عدد من الاقتصاديين والسياسيين أن السبب وراء تدني الخدمات والعقبات التي شهدتها الاقتصاد المصري عبر العقود الماضية يرجع إلى انتشار الإهمال والفساد في المحليات، مما يستوجب معه أن تتخذ وزارة التنمية المحلية من القرارات التي من شأنها إحداث تطوير في أداء المحليات ومواجهة أي قصور في أداءها، وهو الدور الذي تحاول الحكومة الحالية وما سبقها من حكومات خلال العقد الأخير القيام به.

وهنا يطرح التساؤل التالي: هل المواطن المصري على وعي بما تقوم به وزارة التنمية المحلية من تطوير وتعديل للمحليات وكيف تقوم الوزارة بإعلام المواطن بكل ما تتخذه من إجراءات وقرارات، وكيف تستفيد من التكنولوجيا الحديثة في التواصل مع المواطنين والتعرف على شكواهم وإيجاد حلول لها.

وقد أصبحت المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي أحد أهم أدوات وزارة التنمية المحلية والأجهزة التابعة لها (الأحياء) للتواصل مع الجماهير والتعرف على شكاوهم وتبني قضاياهم والتفاعل بين الطرفين وصولاً لحلول إيجابية قدر الإمكان.
مشكلة الدراسة:

ومن هذا المنطلق، تتحدد مشكلة الدراسة في رصد اتجاهات الجمهور حيال المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات من قبل الوقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) للمناطق الأربع الرئيسية لمحافظة القاهرة من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري.
أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- تعد هذه الدراسة إضافة علمية للأدبيات السابقة في مجال الإعلام وإدارة الأزمات، حيث تعد من الدراسات القليلة - وفق حدود ما أطلع عليه الباحث - في مجال أزمات المحليات واستخدام الإعلام الجديد لمواجهتها.
- كثرة الأزمات التي تواجه المحليات، الأمر الذي يتطلب الاستفادة من الوسائل التكنولوجية الحديثة في معالجة هذه الأزمات.
- تقدم هذه الدراسة مقترحات للقائمين على أمر المحليات فيما يتعلق بالأساليب المثلى لمعالجة الأزمات على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية الرسمية.

أهداف الدراسة:

١. قياس معدلات تعرض واعتماد الجمهور على هذه الصفحات والموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية.
٢. تحديد إيجابيات وسلبيات هذه الصفحات والموقع الإلكتروني للوزارة من حيث النواحي الفنية والتقنية وكذلك من حيث تناول الإعلامي لأزمات المحليات.
٣. قياس اتجاهات الجمهور نحو إدارة ومعالجة هذه الصفحات والموقع الإلكتروني للوزارة لأزمات المحليات المختلفة.
٤. قياس مستويات تأثير معالجة هذه الصفحات والموقع الإلكتروني لأزمات المحليات على اتجاهات الجمهور حيال أداء وزارة التنمية المحلية.

الدراسات السابقة:

اتسم التراث العلمي الذي تناول المعالجة الإعلامية للأزمات على شبكة الإنترنت بالكثافة سواء كان تناول البحثي خاص بمعالجة المواقع الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي لأزمات بعينها أو العلاقة بين تعرض الجمهور بفئاته المختلفة لتلك المواقع وتأثير هذا التعرض على إدراكهم لأزمات معينة

وفيما يتعلق بمدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، والدور الذي تلعبه هذه المواقع في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو الأزمات، ومدى ثقته بها، وكيفية تفاعل الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، ومدى اعتماده على وسائل الإعلام التقليدي إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، وكيف يمكن أن يستفيد صناع القرار ومديري الأزمات من هذه المواقع قبل وبعد وأثناء الأزمات، توصلت دراسة (سارة محمود على عبد

الحفيظ، ٢٠١٩)^(١) إلى وجود علاقة ارتباط طردي بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات ودرجة معرفتهم بالأزمات. ووجود ارتباط طردي بين متابعة مفردات العينة لأزمة تيران وصنابير على مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاه نحو الأزمة، كما تشير إلى تزايد معدل استخدام مفردات العينة لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات عن الأوقات العادية. وقد تعرف ٦٧.٩% من مفردات العينة على وجود / حدوث أزمة لأول مرة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

وعن كيفية معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات الاقتصادية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، كشفت دراسة (مها مدحت محمد كمال، ٢٠١٩)^(٢) عن انخفاض التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بخصوص معالجة الأزمات الاقتصادية، وإن كان التقييم متوازن نوعاً ما نحو الأداء الحكومي لكنها مازالت تحتاج لبذل الكثير من الجهود في إطاره، حيث ينخفض نوعاً ما تقييم عينة الدراسة لفعالية الأداء الحكومي في التعامل مع الأزمات الاقتصادية المصرية، على الرغم من حرص الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر تغطيات إخبارية صحفية تبرز الجهود الحكومية والتحديات التي تواجهها في سبيل الإصلاح الاقتصادي، أما عن فئة الصحفيين ومدى اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الحروب والأزمات أجريت دراسة (عبد الرحمن محمد سعيد السامي، ٢٠١٨)^(٣) على عينة مكونة من ٥٩ صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين في الصحافة المطبوعة والإذاعية والإلكترونية وممن يشغلون مناصب صحفية قيادية مختلفة وذلك خلال يناير ٢٠١٧. وانتهت الدراسة إلى اعتماد الصحفيين على الإنترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة للحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا والشئون الداخلية خاصة بما في ذلك أخبار الحرب الدائرة في اليمن في أثناء إجراء الدراسة. وقد تصدر الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على الأخبار، تلاه واتس آب ثم تويتر، كما جاءت صفحات الصحفيين على الفيسبوك في صدارة الصفحات التي يحرصون على زيارتها، تلاها صفحات الناشطات على هذه الشبكة، ثم صفحات النشطاء المدنيين والحقوقيين.

وفي نفس السياق أجريت دراسة (داليا كمال عواد محمد، ٢٠١٦)^(٤) للتعرف على بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو تلك الأزمات. وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو هذه الأزمات، وكذلك علاقة ارتباطية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين واتجاهاتهم نحو الأزمات. وكذلك ارتباط بين معدلات تعرض المراهقين للمواقع الإخبارية ومدى اعتمادهم عليها أوقات الأزمات وتأثيرات الاعتماد عليها أوقات الأزمات (معرفية - وجدانية - سلوكية).

وحول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية كشفت دراسة (هيام أنور أحمد أبو زيد، ٢٠١٦)^(٥) التي أجريت بغرض التعرف على المعالجة الإعلامية للشبكات الاجتماعية وتناولها للأزمات السياسية من خلال تحليل مضمون موقع الفيسبوك بصفحاته ذات الاتجاهات المختلفة كنموذج لمواقع التواصل، واختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالتطبيق على وسائل الإعلام الجديدة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كشفت الدراسة أن ترتيب الأزمات من حيث عدد

المنشورات التي تم تحليلها بالصفحات (محل الدراسة) على النحو التالي: أزمة تعديل الدستور ٢٠١٣ بنسبة ٢٩%، ثم أزمة ثورة ٣٠ يونيو بنسبة ٢٥.٣%، وفي الترتيب الثالث أزمة عزل الرئيس محمد مرسي بنسبة ٢١%، تلاها أزمة الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥ بنسبة ١٤.٤%، وكان ٧٣% من أفراد العينة حريصين على متابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي منهم؛ ٤٨% يتابعونها (أحياناً) ونسبة ٢٥% يتابعونها (بإستمرار)، وفي المقابل نجد أن نسبة ٢٧% منهم لا يتابعونها إطلاقاً. كما وجدت فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات اتجاهات الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي نحو الأزمات السياسية المصرية تبعاً للعوامل الديموغرافية (النوع-السن-نوع الدراسة-الجامعة).

وتطبيقاً على فئة مختلفة عن الشباب وهي فئة النخبة المصرية، أجريت دراسة (مجدي عبد الجواد الداغر، ٢٠١٧)^(١) للتعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ بالتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة مكونة من ١٢٥ من النخبة المصرية أن المعلومات المتاحة عن الأحداث والأزمات الأمنية المثارة في الإعلام التقليدي تأخذ حيزاً جيداً من ثقة النخبة مقارنة بتطبيقات الإعلام الجديد، وأن اتجاهات النخبة المصرية حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمة الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها من خلال عبارات مثل؛ أنها لا تقدم تغطية شاملة للأزمات وتخضع في تغطيتها لمالك الموقع أو القائم على إدارته. وفي دراسة تقييمية لبحوث اتصالات الأزمة وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي شملت البحوث التي تناولت ذلك الموضوع في إحدى عشرة مجلة علمية في الفترة من ٢٠٠٩ حتى ٢٠١٧، خلصت دراسة (يوان وانج Yuan Wang وشيجنج دونج Chuqing Dong، ٢٠١٧)^(٢) إلى تركيز أغلب الدراسات (عينة الدراسة) على العلاقات العامة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات. وتشير أغلب الدراسات إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات نتج عنه نوايا سلوكية داعمة لمواجهة الكوارث أو الأزمات. وكانت أغلب الدراسات تحليلية لمضمون مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتناول الأزمات والكوارث.

ومحاولة للتعرف على الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة الأكثر بروزاً لدى الشباب المصري كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات والتعرف على ترتيب المبحوثين للوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة التي يعتمدون عليها كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات والتعرف على أهم الأزمات التي اهتم الشباب بمتابعتها من خلال وسائل الإعلام، توصلت دراسة (أحمد محمد فهمي محمد، ٢٠١٦)^(٣) إلى تفوق وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل التقليدية في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات التي تحدث في مصر. وأصبحت مصدرراً رئيسياً يعتمد عليه الشباب في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات، يأتي في المرتبة الأولى الفيسبوك في اعتماد المبحوثين ثم جاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت في المرتبة الثانية ثم جاءت المواقع الإلكترونية للصحف في المرتبة الثالثة، ثم جاء اليوتيوب في المرتبة الرابعة، ثم جاء التويتر في المرتبة الخامسة، وبالنسبة للوسائل التقليدية جاءت

القنوات الفضائية في المرتبة الأولى، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثانية، ثم جاء الراديو في المرتبة الثالثة، ثم جاءت المحطات التلفزيونية الأرضية. وتناولت دراسة (سميرة هاشم باروم، ٢٠١١)^(١) منظور مختلف لعلاقة الإنترنت بالأزمات، إذ هدفت دراستها الى التعرف على تقديم برنامج مقترح يقوم على استخدام شبكة الإنترنت لتنمية بعض مفاهيم ومهارات إدارة الأزمات والكوارث لدى الطالبات الجامعيات ومن خلال عينة ميدانية مكونة من ١٠٠ مفردة. توصلت الدراسة إلى أن من أهم العناصر الواجب توافرها في البرنامج شمولية محتوى البرنامج لكافة الأهداف التعليمية بشكل متوازن يتفق مع أهمية كل هدف، وملائمة المحتوى للواقع الاجتماعي، واتصافه بالعمق والصحة والدقة العلمية وأن يشتمل على المعارف والمهارات الخاصة بإدارة الأزمات والكوارث. واشتمل البرنامج على ثلاثة أمور وهي؛ التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات والكوارث، وإدارة المخاطر، وتقييم الأداء.

الإطار النظري للدراسة:

يتمثل الإطار النظري لتلك الدراسة في ثلاثة أطر نظرية، وهي:

أ. نموذج اتصالات الأزمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

The Social-Mediated Crisis Communication (SMCC) model

ب. نموذج إدارة اتصالات الأزمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

Model of Social Media Crisis Communication

ج. نظرية اتصال الأزمة الموقفي:

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما معدل استخدام المبحوثين لهذه الصفحات وللموقع الرسمي للوزارة؟ وما درجة اعتمادهم عليها، ومعدل الثقة فيما تقدمه؟
٢. ما دوافع استخدام المبحوثين لهذه الصفحات والموقع الرسمي للوزارة؟
٣. ما تقييم المبحوثين لنوعية وتوقيت استجابة وزارة التنمية المحلية ومحليات المحافظات لأزمات المحليات المطروحة على صفحاتهم والموقع الإلكتروني الرسمي للوزارة؟
٤. ما تقييم المبحوثين للاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لمواجهة أزمات المحليات على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحليات المحافظات؟
٥. ما طبيعة الأدوار التي يقوم بها المبحوثين في تعاملهم مع أزمات المحليات المطروحة على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحليات المحافظات (إنتاج معلومات عن الأزمة وتقديمها/ متابعة ما يقدمه الآخرون/ نشر ما يقدمه الآخرون/ التعليق)؟
٦. ما اتجاهات المبحوثين نحو أداء هذه المؤسسات حيال أزمات المحليات المطروحة على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحليات المحافظات؟
٧. ما أهم السلبيات وأوجه القصور الخاصة بمعالجة أزمات المحليات على هذه الصفحات والموقع الرسمي للوزارة، ومقترحات تطويرها، وذلك من وجهة نظر المبحوثين؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية Descriptive، وفي إطار هذه النوعية من البحوث، استخدم الباحث منهج المسح باعتباره نوعاً من التجميع المنتظم للبيانات بهدف وصف وتحليل ظاهرة معينة أو التنبؤ أو تحليل العلاقات بين متغيرات الدراسة.

وتستهدف الدراسة الحالية وصف وتحليل وتقييم اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحافظة القاهرة ومناطقها الأربعة الرئيسية.

تحديد مجتمع وعينة الدراسة الميدانية :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري، وسيتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري في إطار محافظة القاهرة، من سن ١٨ سنة فأكثر، وممن يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي لمحافظة القاهرة ومناطقها الأربعة الرئيسية. ويرجع إختيار محافظة القاهرة باعتبارها المحافظة الأكبر من حيث الكثافة السكانية كما أن مناطقها الأربعة تمثل مستويات اقتصادية واجتماعية متنوعة، إلى جانب أن محافظة القاهرة تعد من المحافظات الأكثر تعرضاً للأزمات على كافة الأصعدة (أزمات البنية التحتية وغيرها من الأزمات).

اختبار الصدق والثبات:

تمت مراجعة صحيفة الاستقصاء علمياً ومنهجياً من قبل متخصصين في الإعلام ، وهو ما يعرف باختبار الصدق الظاهري، وقد تم الاعتماد على الصدق الظاهري الذي يتم فيه تقييم أداة القياس من جانب المحكمين (*) وقد ساعدت نتائج هذا التحكيم في تحسين صحيفة الاستقصاء في بعض الجوانب، والتي تمثلت في إضافة بدائل أخرى لإجابات بعض الأسئلة، وحذف بعض بدائل الإجابات على الأسئلة، وتعديل في صياغة بعض بدائل الإجابات على الأسئلة.

وبالنسبة لاختبار الثبات، فقد تم اجراؤه على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية ثم إعادة التطبيق مرة ثانية عليهم بعد مرور أسبوعين من الاختبار الأول، للتأكد من إمامها بالموضوع ، وعدم وجود أي غموض فيها، وبعد مناقشة الاقتراحات تم إجراء التعديلات على الاستمارة وإخراجها في شكلها النهائي.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، 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 Social Sciences وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

أولاً: المقاييس الإحصائية الوصفية

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسط الحسابي.
- ٣- الانحراف المعياري.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- أ) معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- ب) اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- ج) تحليل التباين ذو البعد الواحد (One-way Analyses of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

النتائج العامة للدراسة:

معدلات متابعة المبحوثين للصفحات وموقع وزارة التنمية المحلية عينة الدراسة.
جدول رقم (٢) معدلات متابعة المبحوثين للصفحات والموقع عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة								الصفحة والموقع
		الإجمالي		نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.6634	2.093	100.0	400	17.8	71	55.3	221	27.0	108	صفحات التواصل الاجتماعي للمحليات وللوزارة
.6814	1.870	100.0	400	30.5	122	52.0	208	17.5	70	الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية

- تشير نتائج الجدول السابق إلى إن المبحوثين يتابعون صفحات التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية المحلية و المحليات "أحيانا" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٥.٣%)، بينما جاءت درجة المتابعة "دائماً" بنسبة (٢٧.٠%) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاءت "نادراً" كدرجة للمتابعة بنسبة (١٧.٨%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (٢٠١٦،^(١) Min Park) التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت الوسيلة المثلى للانتشار السريع للصفحات الحكومية، وتزويد المواطنين بخدمات إلكترونية حكومية يحتاجون إليها، وكان الفيسبوك تحديداً الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً لتحقيق التكامل بين أنظمة الحكومة الإلكترونية من جهة والتواصل مع المواطنين من جهة أخرى.
- وبالنسبة للموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية جاءت في المرتبة الأولى درجة المتابعة "أحيانا" بنسبة (٥٢.٠%)، وفي المرتبة الثانية "نادراً" بنسبة (٣٠.٥%)، ثم جاءت "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٧.٥%).

- ويتضح من النتائج أنه في ظل عصر تكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصال تحتاج المؤسسات إلى أنشطة اتصالية وجهود متطورة حديثة تتوافق مع روح العصر، من أجل القيام بدورها بشكل فعال خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وإمكانياتها

المتعددة وانتشارها وتغلغلها في جميع مجالات الحياة ، ومن ثم زيادة استخدام تلك المواقع ليس فقط بين الأشخاص العاديين وإنما في المؤسسات أيضاً، حيث توجهت أنظار المؤسسات المختلفة نحو استخدام مثل تلك المواقع في تكوين علاقات متبادلة مع الجماهير، وذلك لانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجماهير على اختلاف فئاتهم وسرعتها في نشر معلومات خاصة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك^(١).

- كما لوحظ ارتفاع استخدام الجمهور المصري لكافة وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك بشكل خاص حيث يعتبر الوسيلة الأكثر انتشاراً بين الجمهور المصري ويزيد حجم وكثافة التفاعل مع فيسبوك خصوصاً أثناء الأزمات فتمثل الصفحات الرسمية المصدر الرئيسي للمعلومات حيث يعتبرها الجمهور مصادر موثوقة للبيانات والمعلومات^(٢).

- كما أن شبكات التواصل الاجتماعي كمؤسسة مهمة من مؤسسات الإعلام الجديد تقوم بدور مهم في إمداد الجمهور بمعلومات وأخبار عن مختلف المجالات والقضايا وهي أداة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وتقوم بخلق حالة من النقاش حول بعض القضايا السياسية والقومية المنشورة على هذه الشبكات^(٣).

- وهناك خمس مبادئ لتحقيق التوظيف الناجح لشبكة الإنترنت في تشكيل العلاقة الحوارية بين المؤسسة وجمهورها ؛ وهي :

١- خصائص الحوار التفاعلي: حيث تركز على السماح للجمهور بالتفاعل مع المؤسسة من خلال بعض الإجراءات مثل القيام بطرح أسئلة وقيام المؤسسة بالرد عليها.

٢- فائدة المعلومات: حيث تركز على توفير المعلومات التي تخدم مصلحة الجمهور والمؤسسة.

٣- تكرار الزيارة: حيث تركز على توفير مميزات تشجع الجمهور على تكرار زيارة موقع المؤسسة وحساباتها المختلفة.

٤- سهولة الاستخدام: حيث تركز على سهولة الحركة والتنقل بين صفحات الموقع.

٤- الحفاظ على الزوار: حيث تركز على تجنب الخصائص التي قد تدفع الجمهور خارج المؤسسة مثل الروابط الخارجية^(٤).

-أسباب متابعة المبحوثين للصفحات وموقع وزارة التنمية المحلية
جدول رقم (3) أسباب متابعة المبحوثين للصفحات والموقع عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						أسباب المتابعة	
		ك	%	لا		أحياناً		دائماً			
				ك	%	ك	%	ك	%		
.7044	2.300	400	100.0	57	14.3	166	41.5	177	44.3	177	معرفة القرارات الجديدة الخاصة بالمحليات.
.7037	2.298	400	100.0	57	14.3	167	41.8	176	44.0	176	الحصول على أحدث المعلومات والأخبار الموثقة.
.6835	2.178	400	100.0	64	16.0	201	50.3	135	33.8	135	الوقوف على الخدمات الجديدة التي تقدمها وزارة التنمية المحلية ومحافظة القاهرة.
.6640	2.087	400	100.0	72	18.0	221	55.3	107	26.8	107	التعرف على بيانات خاصة بالوزارة والمحليات التابعة لها.
.6884	1.842	400	100.0	131	32.8	201	50.3	68	17.0	68	طرح ومناقشة الموضوعات التي تهمني.
.6473	1.777	400	100.0	138	34.5	213	53.3	49	12.3	49	تقديم الشكاوى والمقترحات.
.6564	1.765	400	100.0	144	36.0	206	51.5	50	12.5	50	المشاركة بالرأي فيما يعرض من موضوعات وقضايا.
.6618	1.667	400	100.0	176	44.0	181	45.3	43	10.8	43	التواصل مع المسؤولين بالوزارة والمسؤولين بمحافظة القاهرة.

- تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى مجيء درجة الموافقة علي "معرفة القرارات الجديدة الخاصة بالمحليات" في المرتبة الأولى بـ"دائماً" بنسبة (٤٤.٣ %)، وفي المرتبة الثانية جاءت "أحياناً" بنسبة (٤١.٥ %)، وبينما في المرتبة الثالثة جاءت "لا" بنسبة (١٤.٣ %). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسراء السيد، ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أن دوافع استخدام الجمهور للبوابات الإلكترونية للمحافظات تمثلت في جودة ما تقدمه من موضوعات مهمة، وتمثل معدل استخدام تلك البوابات "أحياناً" بنسبة (٥٦%)، تلاها في الترتيب "دائماً" بنسبة (٢٢%).

- في الفئة الثانية جاءت درجة الموافقة على "الحصول على أحدث المعلومات والأخبار الموثقة" في المرتبة الأولى بـ"دائماً" بنسبة (٤٤.٠ %)، وجاءت في المرتبة الثانية "أحياناً" بنسبة (٤١.٨ %)، وفي المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (١٤.٣ %).

- وفي الفئة الثالثة جاءت درجة الموافقة على "الوقوف على الخدمات الجديدة التي تقدمها وزارة التنمية المحلية ومحافظة القاهرة" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" بنسبة (٥٠.٣%)، جاءت في المرتبة الثانية "دائماً" بنسبة (٣٣.٨%)، و بينما جاءت "لا" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٠%).
- وفي الفئة الرابعة جاءت درجة الموافقة على " التعرف على بيانات خاصة بالوزارة والمحليات التابعة لها" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" بنسبة (٥٥.٣%)، وجاءت في المرتبة الثانية "دائماً" بنسبة (٢٦.٨%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (١٨.٠%).
- وفي الفئة الخامسة جاءت درجة الموافقة على " طرح ومناقشة الموضوعات التي تهمني" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" هي (٥٠.٣%)، و جاءت في المرتبة الثانية "لا" بنسبة (٣٢.٨%)، وبينما في المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١٧.٠%).
- وفي الفئة السادسة جاءت درجة الموافقة على "تقديم الشكاوي والمقترحات" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" بنسبة (٥٣.٣%)، وجاءت في المرتبة الثانية "لا" بنسبة (٣٤.٥%)، بينما جاءت "دائماً" بنسبة (١٢.٣%).
- وفي الفئة السابعة جاءت درجة الموافقة على "المشاركة بالرأي فيما يعرض من موضوعات وقضايا" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" هي (٥١.٥%)، و جاءت في المرتبة الثانية "لا" بنسبة (٣٦.٠%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "دائماً" بنسبة (١٢.٠%).
- وفي الفئة الثامنة والأخيرة جاءت درجة الموافقة على "التواصل مع المسؤولين بالوزارة والمسؤولين بمحافظة القاهرة" في المرتبة الأولى بـ "أحياناً" بنسبة (٤٥.٣%)، وجاءت "لا" في المرتبة الثانية بنسبة (٤٤.٠%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١٠.٨%).
- ويتضح من النتائج أن الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عمومًا والرقمنة على وجه الخصوص ساهم في توسيع مجالات استعمالها في مختلف الأنشطة والمعاملات، و قد استغلت الدول والحكومات هذا الانتشار لتوظيف الرقمنة في كل معاملاتها وخدماتها^(٦). و نظرًا للدور المتعاظم للمنصات الإلكترونية الجديدة بمختلف مضامينها ومصادرها الرسمية وغير الرسمية، اتجهت كل المؤسسات الحكومية وغير الحكومية إلى الاستثمار في هذه التكنولوجيات والتقنيات والتطبيقات باعتبارها أداة أساسية في المجتمعات المعاصرة لتحقيق أهدافها الخدمائية والاقتصادية وحتى السياسية والثقافية والإعلامية والاتصالية^(٧).
- وتستهدف عملية رقمنة الخدمات الحكومية تقريب المسافات بين المصالح الحكومية من جهة ، والمواطنين والمجتمع عمومًا من جهة أخرى مع تطوير أدائها وخدماتها بشكل أكثر ابتكارًا، وفاعلية، وكفاءة، وشفافية، مع ضرورة أن تعمل في نفس الوقت على مواكبة فرص التحول الرقمي وتقديم قيمة حقيقية وملموسة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة. فقد أصبحت مختلف حكومات العالم مضطرة للتحول الرقمي كضرورة للتكيف مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية المتسارعة، في ظل تراجع

- معدلات النمو وتدهور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية بمختلف أنحاء العالم بسبب تعاقب الأزمات الاقتصادية وحتى الأزمات الصحية كما هو الحال مع جائحة كورونا.
- حيث أسهمت تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تعزيز تواصل الأفراد مع مختلف المصالح والأجهزة الحكومية بمستويات مختلفة من بلد لآخر ، سواء بمشاركة المعلومات أو تقديم الخدمات عبر الإنترنت ، وقد ساعدت تلك التكنولوجيات الحكومة حيث مكن استخدام الرقمنة عمومًا من اتخاذ قرارات سريعة بشأن السياسات على أساس البيانات والتحليلات في الوقت المناسب وتعزيز القدرات الوطنية والسلطات المحلية لتنسيق ونشر الخدمات^(٨).
- وفي السياق الاتصالي والإعلامي الجديد الذي ولدته تكنولوجيا الاتصال الجديدة بات الإعلام الاجتماعي ذا أهمية قصوى بالنسبة للجيل الرقمي، كفضاء بديل للإعلام القديم. بالإضافة إلى تحقيقه لمختلف شروط القيم الخبرية السبعة (الأنية، والقرب، والأهمية، والشهرة، والتأثير، والتداول، والجدل) وبشكل خاص، معيار الأنية بات الإعلام الشبكي يتفوق فيه على الإعلام التقليدي بفضل سرعة إنزال الأخبار أو صورها بمجرد وقوع الحدث. و بالمثل، بات الإعلام الشبكي الأقرب إلى تناول مواضيع تغطي قيم الأهمية ، والقرب، والشهرة، والتداول، والتأثير، والجدل(الصراع)^(٩).
- معدلات استخدام المبحوثين لموقع وزارة التنمية المحلية

جدول رقم (4) معدلات استخدام المبحوثين للموقع عينة الدراسة

معدلات الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عند الحاجة إليه	89	22.25	3.413	1.6925
مرة كل شهر	23	5.75		
مرة كل أسبوعين	98	24.5		
مرة كل أسبوع	71	17.75		
أكثر من مرة في الأسبوع	62	15.5		
يوميًا	57	14.25		
الإجمالي	400	100.0		

- تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى أن المبحوثين يستخدمون الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية "مرة كل أسبوعين" بنسبة (٢٤.٥%) في المرتبة الأولى ، وجاء بنسبة (٢٢.٢٥%) الذين يستخدمون الموقع "عند الحاجة إليه" في المرتبة الثانية، بينما جاء في المرتبة الثالثة معدل الاستخدام "مرة كل أسبوع" بنسبة (١٧.٧٥%)، وجاءت نسبة أكثر من "مرة في الأسبوع" (١٥.٥%) ، ويليهما "يوميًا" بنسبة (١٤.٢٥%)، في المرتبة الأخيرة "مرة كل شهر" بنسبة (٥.٧٥%).
- ويمكن تفسير نتائج الجدول بأن استخدام المبحوثين للموقع يكون بشكل منتظم إلي حد ما ، وذلك يرجع لحاجة المبحوثين في الحصول على المعلومات أو التحديثات التي تتواجد على الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية والاستفادة من الخدمات وإيجاد الإجابات عن أسئلتهم^(١٠)، ويعد ذلك جزء من توجه الحكومة المصرية للتحويل الرقمي ، وهناك العديد من المبررات التي تدفع بالحكومات إلى السعي نحو تطبيقات التحول الرقمي للخدمات

- الحكومية، وتسببت مجموعة من التطورات والعوامل على مستوى العالم في ظهور ما يعرف اليوم بالتحول الرقمي للخدمات الحكومية للأسباب التالية:
- اللحاق بركب التطور وتجنب العزلة ومواكبة عصر السرعة والمعلوماتية.
 - ندرة الموارد والحاجة الماسة إلى سياسات تسهم في الاستغلال الأمثل للموارد الحكومية.
 - تعرض الحكومات لضغوط مستمرة من المواطنين والمستفيدين بشكل عام من أجل تلبية الطلبات المتزايدة على الخدمات الحكومية، وذلك بسبب تزايد عدد السكان وارتفاع مستوى المعيشة والرغبة في تحسين نوعية الخدمة والإسراع في إنجاز المعاملات والتخلص من الروتين والبيروقراطية.
 - ساهمت التوجهات العالمية نحو الإنفتاح والترابط والتكامل في مختلف المجالات والأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإدارية، وكانت الوسيلة الأساسية لهذا التوجه وتطوره ونمائه، حيث وفرت الأدوات اللازمة لربط المجتمعات الإنسانية عبر شبكات الاتصالات المختلفة وعلى وجه الخصوص شبكة الإنترنت العالمية مما أدى إلى تطوير مختلف الأساليب من أجل رفاهية الإنسان.
 - تسارع التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة به، مما يستلزم مواكبة ذلك التقدم والاستفادة منه في مختلف مجالات الحياة^(٢١).
- معدلات استخدام المبحوثين لصفحات المحليات**

جدول رقم (5) معدلات استخدام المبحوثين لصفحات عينة الدراسة

معدلات الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عند الحاجة إليها	73	18.25	3.613	1.6671
مرة كل شهر	28	7.0		
مرة كل أسبوعين	80	20.0		
مرة كل أسبوع	79	19.75		
أكثر من مرة في الأسبوع	80	20.0		
يوميًا	60	15.0		
الإجمالي	400	100.0		

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه بالنسبة لصفحات التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية المحلية والمحليات فقد جاء معدل الاستخدام "مرة كل أسبوعين" و "أكثر من مرة في الأسبوع" بنسبة (٢٠.٠%) لكل منها، و يليهم مرة كل أسبوع بنسبة (١٩.٧٥%)، ثم جاء "عند الحاجة إليه" بنسبة (١٨.٢٥%)، بينما جاء "يوميًا" بنسبة (١٥.٠%)، و في المرتبة الأخيرة جاء "مرة كل شهر" بنسبة (٧.٠%).
- ويمكن تفسير النتائج أنه في ضوء تواجد منصات التواصل الاجتماعي بكثرة، استغلت المؤسسات الحكومية وسائل الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي لتواكب التطور التكنولوجي وللتواصل مع جمهورها المستهدف، حيث ساهمت تلك الشبكات بشكل كبير في نشر الوعي بالخدمات الرقمية، حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي تقديم المعلومات وتسهيل الوصول إليها والإجابة على استفسارات المواطنين، مما يساعد على رفع مستوى الخدمات التي تقدمها الدولة وبالتالي تحسين الإنتاجية، ومن ثم المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة^(٢٢).

- كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة ٢٣ (Bellverie Ross, 2014) التي توصلت إلى أن خبرات المواطنين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي اتسمت بالاجابية، وكشفت أهمية التنبؤ الكامل من جانب الجهاز المحلي للمدينة لاستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كمنصة اتصالية^(٢٣).

مقومات الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية من وجهة نظر الباحثين
جدول رقم (٦) مقومات الموقع الرسمي من وجهة نظر الباحثين

مقومات الموقع الرسمي	ك	%
المصادقية فيما يقدم	193	48.25
حدائة المعلومات والبيانات	187	46.75
استخدام لغة واضحة تلائم المستخدم	181	45.25
حدائة الأخبار	179	44.75
جودة المحتوى	177	44.25
تعدد الخدمات المقدمة	176	44
سهولة الاستخدام	165	41.25
توفير روابط تفاعلية وبريد إلكتروني	156	39
إمكانية التواصل مع المسؤولين	148	37
جودة التصميم	143	35.75
نسخ بلغات مختلفة	116	29
الإجمالي	400	

- تشير بيانات الجدول رقم (٦) إلى إن فئة " المصادقية فيما يقدم " جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٨.٢٥%) بالنسبة للباحثين كقوم من المقومات التي يرون أنها تتوفر في الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية التي تجذبهم لمتابعته، وفي المرتبة الثانية فئة " حدائة المعلومات والبيانات " بنسبة (٤٦.٧٥%)، وجاءت " استخدام لغة واضحة تلائم المستخدم " بنسبة (٤٥.٢٥%) في المرتبة الثالثة، أما فئة " حدائة الأخبار " جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (٤٤.٧٥%). وجاءت في المرتبة الخامسة " جودة المحتوى " بنسبة (٤٤.٢٥%)، وجاءت في المرتبة السادسة "تعدد الخدمات المقدمة" بنسبة (٤٤%)، وفي المرتبة السابعة جاءت "سهولة الاستخدام بنسبة (٤١.٢٥%)، وجاءت في المرتبة الثامنة "توفير روابط تفاعلية وبريد إلكتروني" بنسبة (٣٩%)، وفي المرتبة التاسعة جاءت "إمكانية التواصل مع المسؤولين" بنسبة (٣٧%)، وجاءت "جودة التصميم" في المرتبة العاشرة بنسبة (٣٥.٧٥%)، وفي المرتبة الحادية عشر والأخيرة جاءت "نسخ بلغات مختلفة" بنسبة (٢٩%).

- ويتضح من النتائج أن الإنترنت أصبح من أهم مصادر المعلومات لدى الأفراد في معظم الدول و له تأثير على أنماط التفكير والأذواق وأساليب الحياة والقيم والسلوكيات، بل يمكن القول أن الإنترنت يشكل ما يسمى بالثقافة الاجتماعية ، والتي أصبحت قادرة على صناعة ثقافة أخرى قائمة بذاتها^(٢٤).

- ولذلك فإن الشائعات أصبحت بسبب قوة انتشارها تتحول في أذهان البعض إلى حقائق مؤكدة بالرغم من أن معظم الشائعات تكون مزيفة يطرحها أناس يتسمون بمهارة ترويج الشائعات ، ومن ثم تنعكس بالأثار السلبية على معظم فئات المجتمع، هذا وقد أثرت الشائعة على الرأي العام بشكل سلبي وأثارت كثير من الفتن^(٢٥) .

- ويمكن أن يكون لنشر الشائعات تأثير كبير على حياة الناس وتشويه الحقائق العلمية والتأثير على الآراء ومع التقنيات التي أدت إلى إضفاء الطابع الديمقراطي على إنتاج المعلومات واستنساخها ازداد معدل انتشار المعلومات الخاطئة بشكل كبير، كما يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من كونها أداة للتواصل بين الأفراد ووسيلة للتعبير عن الآراء المختلفة وتبادلها فإنها في الوقت نفسه من الممكن أن تكون أداة خطيرة تهدد سلامة الأمن الوطني، وتزداد خطورتها في نشر الشائعات والحرب النفسية فهي تنتشر كمًا هائلًا من المعلومات في وقت يسير بسهولة، وهو ما يجعلها منبرًا لترويج الشائعات والأفكار السلبية. وأصبحت الشائعة الإلكترونية هي مصدر الأخبار غير الرسمية خاصة في حالة غياب أو قلة التصاريح الرسمية أو في حالة عدم التعليق على الأحداث المختلفة^(٢٦).
- ومن جانب آخر هناك تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ولم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها لما توفره من أخبار وتغطية لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد (المدونات - مواقع الشبكات الاجتماعية - المواقع الاخبارية) على الإنترنت كمصدر مهم للمعلومات وهم أكثر ميولًا للإنخراط في المشاركة السياسية^(٢٧).
- ولذلك فإن هناك مؤسسات رسمية كانت حريصة على التواصل مع المواطنين عبر شبكة الإنترنت لإزالة أي عوائق أو صعوبات في توصيل المعلومة أو الخدمة للمواطن وبناء الثقة في مواقع المؤسسات الحكومية الرسمية ومراكز خدمة المواطنين مما يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على صناعات القرار في الحكومة الإلكترونية حول تخطيط الإستراتيجيات والسياسات وتصميمها وتنفيذها بشكل أفضل لزيادة الحصول على خدمات الحكومة الإلكترونية^(٢٨).
- والحكومة الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإتاحة الفرصة للمواطنين والمؤسسات للتفاعل مع الحكومة باستخدام الوسائط الإلكترونية المختلفة مثل: الإنترنت وتجعل خدمات الحكومة الإلكترونية العمليات والإجراءات الحكومية أكثر شفافية وفاعلية للمواطنين والمؤسسات وتوفر مجموعة متنوعة من الفوائد للمجتمع ككل مثل: تقليل وقت الخدمات وربط المؤسسات والمواطنين بالمعلومات الحكومية في أي وقت، وتقوم معظم الحكومات في جميع أنحاء العالم بتطوير طرق التواصل بين المؤسسات الحكومية والمواطنين لتعزيز المشاركة الفاعلة للمواطنين في الأنشطة الحكومية مما يتيح لهم الوصول بشكل أكثر فاعلية إلى خدمات الحكومة الإلكترونية، وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جزءاً لا يتجزأ من جوانب كثيرة في حياتنا^(٢٩).

مقومات صفحات المحليات من منظور المبحوثين

جدول رقم (7) مقومات صفحات المحليات من منظور المبحوثين

مقومات صفحات التواصل	ك	%
حدائثة الأخبار	196	49
سهولة الاستخدام	184	46
حدائثة المعلومات والبيانات	180	45
جودة المحتوى	177	44.25
استخدام لغة واضحة تلائم المستخدم	163	40.75
جودة التصميم	142	35.5
توفير روابط تفاعلية وبريد إلكتروني	142	35.5

اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي

34.5	138	إمكانية التواصل مع المسؤولين
32.75	131	تعدد الخدمات المقدمة
32.75	131	المصداقية فيما يقدم
28.5	114	نسخ بلغات مختلفة
	400	الإجمالي

- تشير نتائج الجدول رقم (٧) إلى أن فئة "حادثة الأخبار" احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٤٩%) بالنسبة لمقومات الصفحات الرسمية علي وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية المحلية والمحليات التي تجذب المبحوثين لمتابعة تلك الصفحات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (هبة فريد، ٢٠١٩) (٣٠) التي توصلت إلى أن التعريف بالوزارة أو الجهة الحكومية و إنجازاتها جاءت في المرتبة الأولى لأهم أهداف توظيف المؤسسات للفيسبوك وعرض المحتوي علي الصفحة بنسبة (٢٢.٩٤%).
- وحلت "سهولة الاستخدام" في المرتبة الثانية بنسبة (٤٦%)، تلتها "حادثة المعلومات والبيانات" بنسبة (٤٥%) في المرتبة الثالثة، وجاءت "جودة المحتوي" في المرتبة الرابعة بنسبة (٤٤.٢٥%)، وفي المرتبة الخامسة جاء " استخدام لغة واضحة ثلاثم المستخدم" بنسبة (٤٠.٧٥%)، وفي المرتبة السادسة جاءت " جودة المحتوي" و "توفير روابط تفاعلية و بريد إلكتروني" بنسبة (٣٥.٥%)، وجاءت "إمكانية التواصل مع المسؤولين" في المرتبة السابعة بنسبة (٣٤.٥%)، و جاء في المرتبة الثامنة كلاً من "تعدد الخدمات المقدمة" و "المصداقية فيما يقدم" بنسبة (٣٢.٧٥%)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت " نسخ بلغات مختلفة" بنسبة (٢٨.٥%).
- ويتضح من النتائج أنه في السنوات الأخيرة فرضت التكنولوجيا نفسها بقوة على الساحة الإعلامية وأصبح الإعلام الرقمي من أكثر الوسائل متابعة وجذباً للجمهور، خاصة بعد الأحداث التي واجهتها المنطقة من تحركات وثورات متتابعة كان بطلها مواقع التواصل الاجتماعي مما زاد من نسب المتابعة وجعل لها دوراً كبيراً في تكوين مدركات الجمهور بشأن الأزمات المختلفة وخاصة داخل الدولة المصرية ، لذا سعت مختلف المؤسسات والوزارات للوصول إلي الجمهور عبر تلك الوسيلة الجديدة (الصفحات الرسمية الخاصة بها) لنشر كل الأخبار والموضوعات من خلالها و كذلك الرد على أي استفسار ودحض اللغط والشائعات(٣١).
- وتؤدي البيانات والمعلومات المتبادلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة دوراً في تشكيل الرأي العام ، حيث إن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كبير وينمو بشكل مستمر وبالتالي على الحكومات أن تستفيد منها في صنع السياسات وكسب ثقة الجمهور فيها خاصة(٣٢).
- وفي ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتراجع استخدام وسائل الاتصال التقليدية، اتجهت الحكومات إلي إنشاء حسابات رسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل والتفاعل مع المواطنين وبناء علاقات حوارية معهم من خلال تقديم المعلومات عن جهود الدولة في المجالات المختلفة والخدمات التي تقدمها لهم فضلاً عن التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه سياسات الدولة وقراراتها والتفاعل مع استفسارات الجمهور وأرائهم . ولم تكن الحكومة المصرية بمؤسساتها بمنأى عن هذه التغييرات التكنولوجية حيث قامت بإنشاء العديد من الحسابات الرسمية لها(٣٣).

- وهو ما يقتضي حتمية تفعيل عملية الإتاحة الإلكترونية عبر المواقع الإلكترونية بصورة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصورة خاصة، فيما يتعلق بالمؤسسات الحكومية وذلك من خلال التوعية بمميزاتها من حيث سهولة توصيل البيانات وسرعتها مما يمثل اختصاراً للوقت والجهد، في حال لو تم الأمر عبر الطرق التقليدية المباشرة مع التأكيد على سرية بيانات المتعاملين مع هذه المؤسسات، كما أنها تتيح للفرد التعرف على كافة أنواع المعلومات المتاحة لدى هذه المؤسسات في وقت قياسي عبر مشاهدتها عبر صفحات مواقع المؤسسات أو صفحاتها على شبكات التواصل والرد على الاستفسارات المرسلة عبر البريد الإلكتروني لصفحة المؤسسة أو الموقع الإلكتروني لها^(٣٤).

- معدلات متابعة المبحوثين للقضايا والأزمات المطروحة على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (٨) معدلات متابعة المبحوثين للقضايا والأزمات المطروحة على الموقع وصفحات المحليات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة المتابعة						عينة الدراسة
				لا		أحياناً		دائماً		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.6022	2.027	100.0	400	16.8	67	63.8	255	19.5	78	صفحات التواصل الاجتماعي للمحليات ووزارة
.6412	1.930	100.0	400	24.3	97	58.5	234	17.3	69	الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن درجة المتابعة "أحياناً" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٣.٨%) لمتابعة القضايا والأزمات من قبل المبحوثين لصفحات التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية المحلية والمحليات، بينما جاءت "دائماً" بنسبة (١٩.٥%) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (١٦.٨%).

- وبالنسبة لدرجة المتابعة للموقع الرسمي للوزارة جاءت "أحياناً" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٨.٥%)، وحلت "لا" في المرتبة الثانية بنسبة (٢٤.٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١٩.٥%).

- ويمكن تفسير النتائج بأن وسائل التواصل الاجتماعي قد فرضت نفسها على الجمهور بما تملك من مميزات، ومنها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية التي ينشر عليها أحدث الأخبار الخاصة بالمؤسسة والقرارات وكذلك نفي الشائعات إن وجدت، كما أن أعداد المستخدمين لتلك المنصات يتزايد كل دقيقة.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أمال عبد الوهاب، ٢٠١٩) (٣٥) التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في الإنترنت والمواقع الاجتماعية هي الأكثر ممارسة بين الجهات الرسمية وغير الرسمية والمواطنين، وذلك من خلال الاشتراك على صفحاتهم والمجموعات الإلكترونية، كما أنها توفر الوقت والجهد والمال، مما أدى إلى عدم الاتجاه للإعلام التقليدي المتمثل في التلفزيون والصحافة.

-أحدث القضايا والأزمات التي تمت متابعتها من قبل المبحوثين على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات
جدول رقم (9) أحدث القضايا والأزمات التي تمت متابعتها على الموقع وصفحات المحليات

القضايا والأزمات	ك	%
نقص بعض السلع الغذائية.	182	45.5
مخالفات بناء.	179	44.75
إزالة عقارات.	158	39.5
انتشار المخلفات والقمامة في الشوارع.	143	35.75
عشوائيات.	140	35
فساد إداري.	132	33
تعديات على حرم الشارع.	96	24
أزمات صرف صحي.	92	23
تلوث سمعي وهوائي.	69	17.25
أخري	6	1.5
الإجمالي	400	

- تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى إن "نقص بعض السلع الغذائية" جاءت في المرتبة الأولى لأحدث القضايا والأزمات التي تابعها المبحوثون، وفي المرتبة الثانية جاءت "مخالفات بناء" بنسبة (44.75%) ، و"إزالة عقارات" في المرتبة الثالثة بنسبة (39.5%) . وجاءت "انتشار المخلفات والقمامة في الشارع" في المرتبة الرابعة بنسبة (35.75%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت "عشوائيات" بنسبة (35%)، وجاءت "فساد إداري" بنسبة (33%) في المرتبة السادسة ، بينما جاءت في المرتبة السابعة "تعديات على حرم الشارع" بنسبة (24%)، وفي المرتبة الثامنة جاءت "أزمات صرف صحي" بنسبة (23%)، وجاءت في المرتبة التاسعة "تلوث سمعي وهوائي" بنسبة (17.25%)، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة "أسباب أخري" بنسبة (1.5%) .

- ويتضح من النتائج اهتمام العينة بمتابعة أخبار السلع الغذائية وذلك يرجع لوجود أزمات غذائية، ويمكن تعريف الأزمة من الناحية الاجتماعية بأنها: تلك الحالة التي تؤدي إلى توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات والعرف، مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة.

- ومن التعريفات لأزمة الغذاء هي تلك التذبذبات العميقة التي تؤثر كليًا أو جزئيًا على مجمل المنتجات الغذائية وعلى أسعارها، وأزمة الغذاء تتمثل في وجود خلل في إتاحة احتياجات أفراد المجتمع من السلعة الغذائية من خلال الإنتاج المحلي، أو وجود اضطرابات تعمل على صعوبة الحصول على الغذاء من الخارج سواء كان ذلك بسبب ظروف سياسية أو اقتصادية، أو الفشل في توفير عوامل الصحة والسلامة المطلوب توافرها في السلع الغذائية التي يستخدمها أفراد المجتمع⁽³⁶⁾.

- وتعد قضية الأمن الغذائي من القضايا المهمة ومن المشكلات الرئيسية التي تواجه العالم، خاصة في ظل التغيرات المناخية والتي تؤدي إلى نقص المياه، والأراضي الزراعية

المتاحة ، مما يبقى على الجوع ونقص الغذاء، إضافة لزيادة معدل النمو السكاني، وزيادة التهديدات الصحية والتدهور البيئي والتلوث^(٣٧).

- رأي المبحوثين في أداء المسؤولين بشأن الأزمات المثارة
جدول رقم (١٠) أداء المسؤولين بشأن الأزمات المثارة من وجهة نظر المبحوثين

تقييم الأداء	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أداء ضعيف	54	13.5	2.030	.5476
أداء متوسط	280	70.0		
أداء ممتاز	66	16.5		
الإجمالي	400	100.0		

- تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى إن نسبة (٧٠.٠%) من المبحوثين يقيمون أداء المسؤولين في الأزمات المثارة أنه "أداء متوسط"، بينما يقيم (١٦.٥%) من المبحوثين بأن الأداء ممتاز، ويرى (١٣.٥%) أن الأداء ضعيف.

- يتضح من النتائج أن هناك العديد من الأزمات التي تواجه المجتمع إما بصفة دورية أو بصفة عشوائية وبالنظر إلى هذه الأزمات نجد أنها قد تسببت في الماضي في خسائر وأضرار كثيرة للفرد والمجتمع سواء من الناحية الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الإدارية. ولا يخفي على أحد أن تعرض المجتمع للأزمات يهدد بصورة عشوائية ومستمرة في نفس الوقت التنمية سواء في جانبها المادي أو البشري حيث تسبب الأزمات بمختلف أنواعها في خسائر في المنشآت والمرافق العامة والممتلكات والثروات البشرية والطبيعية وتقلل كل هذه الخسائر في فرص التقدم في مسار التنمية حيث تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على الثروة البشرية للمجتمع وما تمثله من ركيزة أساسية من ركائز الحركة التنموية^(٣٨).

- وتعتبر الأزمات أمرًا غير محبب للنفس، وذلك لأنها تشعر الفرد بعدم الاستقرار والتغيير المفاجئ ما يشعره بالإرتباك والقلق وربما اتخاذ القرارات الارتجالية والمتسرفة التي تزيد الأمر سوءًا^(٣٩).

- تم تعريف مفهوم إدارة الأزمات بأنها تعني بالأساس كيفية التغلب على الأزمات بالأدوات العلمية والإدارية المختلفة وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها، فعلم إدارة الأزمات هو علم إدارة التوازنات والتكيف مع المتغيرات المختلفة وبحث أثرها في كافة المجالات، وهي إتخاذ إجراءات طارئة تحت ضغوط متنوعة ومتعددة وتوتر داخلي لحل مشكلات سببتها الأزمة نفسيًا إما بالفعل أو تصدير جانب آخر وإما بتراكم آثار وسلبيات البيروقراطية والإهمال مرورًا بعواقب الأزمة أو خسائر الكوارث وهي العملية الإدارية المستمرة التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة عن طريق الاستشعار ورصد المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية المولدة للأزمة وتعبئة الموارد والإمكانات المتاحة لمنع أو التعامل مع الأزمات بأكبر قدر ممكن من الكفاءة وبما يحقق أقل قدر ممكن من الضرر للمنظمة وللبيئة والعاملين مع ضمان العودة للأوضاع الطبيعية في أسرع وقت.

- وتعد عملية تقييم الأداء من العمليات الاستراتيجية في منظمات الأعمال ، ذلك لأنها تقف على مدى تحقيق معدلات ومعايير الأداء المستهدفة ، والتعرف على جوانب القوة

وتعظيمها، والتعرف أيضاً على جوانب القصور والضعف ومحاولة علاجها، وتقييم الأداء ليس هدفاً في حد ذاته وإنما هو أداة ضرورية للتحسين المستمر على مستوى أداء الفرد أو الأداء الكلي للمنظمة أو حتى على مستوى أداء فرق العمل. فقد بدأت المنظمات تهتم بتقييم الأداء الإستراتيجي بشكل واسع لأنه يشير إلى مرحلة مهمة وحيوية من مراحل الإدارة الاستراتيجية ومن خلال هذه العملية الافتراض بأن الخيار الاستراتيجي الذي تتبناه المنظمة يتم تنفيذه بشكل سليم، وأنه يعمل على تحقيق الأهداف المرسومة، ويتم من خلال هذه العملية اكتشاف نقاط الضعف والقوة في المنظمة، وتحديد مدى كفاءة وفعالية المنظمة في تحقيق الأهداف واستغلال الموارد المتاحة^(٤).

- ويرى أغلب الخبراء والمختصين أن المورد البشري يؤدي دوراً حاكماً ومميزاً في تحقيق النجاح للمنظمات على اختلاف أنواعها بالمقارنة مع غيره من الموارد التنظيمية الأخرى، بل أنه يمثل المورد الحقيقي والوحيد من وجهة نظر بيتر تراكر الذي يرى أن المورد البشري أساس وجود المنظمة وبقائها ومن هنا يجب أن ينصب اهتمام إدارات المنظمات على تنمية وتطوير الموارد البشرية التي تمتلكها من أجل تحقيق الأهداف والوصول إلى أعلى مستويات الأداء.

- رأي المبحوثين في مدى كفاية المعلومات المقدمة من قبل المسؤولين عن القضايا والأزمات جدول رقم (١١) مدى كفاية المعلومات المقدمة من قبل المسؤولين عن القضايا والأزمات من وجهة نظر المبحوثين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى كفاية المعلومات
.5610	1.908	20.75	83	غير كافية على الإطلاق
		67.75	271	كافية الى حد ما
		11.5	46	كافية بدرجة كبيرة
		100.0	400	الإجمالي

- تشير بيانات الجدول السابق إلى مجيء "كافية إلى حد ما" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧.٧٥%) لمدي كفاية المعلومات المقدمة من قبل المسؤولين، و في المرتبة الثانية "غير كافية على الإطلاق" بنسبة (٢٠.٧٥%)، و"كافية بدرجة كبيرة" في المرتبة الثالثة بنسبة (١١.٥%).

- ويتضح من النتائج تزايد حرص الجمهور وسعيه المستمر للحصول على المعلومات السريعة والدقيقة معاً عن الموضوعات المطروحة وأسبابها وتطورها، عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، والجمهور يفضل متابعة التعليقات والآراء الشخصية، التي يكتبها الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن استقبال المعلومات الرسمية التي تقدمها المواقع الإلكترونية أو المدونات التنظيمية، في هذه الحالات تزداد رغبة الجمهور في مشاركة المعلومات وتبادل وجهات النظر مع الآخرين، وعندما توفر المنظمة هذه الفرص للجماهير عبر صفحاتها الإلكترونية يساعد ذلك في زيادة الثقة نحوها بعد ذلك^(٤).

- ولذلك المؤسسات يجب أن تكون مسؤولة من خلال ما تقدمه في مواقعها الإلكترونية سواء حول المجتمع أو غيره، و يكون إعلامها مسؤولاً من خلال المسؤولية الإعلامية التي تعتبر جزء من المسؤولية الاجتماعية، حيث أنها تعبر عن ممارستها الأخلاقية فهذه

المسؤولية تقدم معلومات متوازنة تعبر عن مصالح واحتياجات كل من المؤسسات و جماهيرها الأساسية، في إطار المسؤولية الاجتماعية، ومن هنا يمكن القول أن هذه المسؤولية الإعلامية تعكس المسؤولية الاجتماعية، التي تتمثل في تقديم إعلام مسؤول من خلال المواقع الإلكترونية وذلك من خلال الاهتمام بهذه الممارسات، وكذلك فهم مختلف الأطراف التي تتعامل معه من خلاله واحترامهم وتفاعلها معهم والسعي الدائم إلي تقريب الجماهير إليها بالسعي إلى تحقيق رغباتهم^(٤٢).

- ولقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى في حاجة إلى الكثير من المعلومات، عن العديد من الموضوعات والقضايا التي يصعب عليه أن يلم بها بمفرده، خاصة في ظل السماوات المفتوحة والتطور الذي حدث في حياة الإنسان، والذي أدى إلى الاعتماد على وسائل الإعلام لمناقشة وطرح القضايا المختلفة^(٤٣). وهنا يجب أن يزيد حرص المؤسسات الحكومية علي الأداء بالمعلومات الكافية التي تساعد المواطنين في شؤونهم.

- درجة اعتماد المبحوثين على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (12) درجة اعتماد المبحوثين على الموقع وصفحات المحليات

درجة الاعتماد	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا اعتمد عليها	54	13.5	2.733	.9100
اعتمد عليها بدرجة ضعيفة	71	17.75		
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	203	50.75		
اعتمد عليها بدرجة كبيرة	72	18.0		
الإجمالي	400	100.0		

- تشير بيانات الجدول السابق إلى مجيء "أعتمد عليها بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٠.٧٥%) لدرجة اعتماد المبحوثين على الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك لمحافظة القاهرة في الحصول على الأخبار والمعلومات بشأن الأزمات، وفي المرتبة الثانية احتلت "اعتمد عليها بدرجة كبيرة"، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "اعتمد عليها بدرجة ضعيفة" بنسبة (١٧.٧٥%)، وفي المرتبة الرابعة "لا اعتمد عليها" بنسبة (١٣.٥%).

- يتضح من النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً لمعرفة الأخبار والمعلومات حول مختلف الأزمات التي تتعرض لها الدول، حيث يستطيع الجمهور من خلالها أن يتعرف على مختلف الأفكار والمعلومات المتعلقة بالقضايا والأزمات والأحداث الجارية، حيث توفر شبكات التواصل الاجتماعي القدرة على الاتصال في وقت الأزمات بشكل أكثر فاعلية وكفاءة، كما أنها توفر للجمهور فرصة في المشاركة والإسهام والتفاعل في وقت الأزمة بأرائه، وخبراته وأفكاره، ومعلوماته^(٤٤).

- وبظهور وسائل الاتصال المتطورة التي تمتلك أدوات تفاعلية^(٤٥)، تزايد الاعتماد على الإنترنت والمواقع الإلكترونية في إستقاء المعلومات خاصة في وقت الأزمات ووقوع الكوارث للحصول على معلومات ومتابعة الأخبار وتطورات الأزمة فتنقل ما يحدث للناس وتوجههم للتعامل مع الأزمات والكوارث علمياً ونفسياً واجتماعياً والحد من أثار تلك الأزمات والكوارث ومساعدة الناس على تجنب المضاعفات وسبل معالجتها^(٤٦).

١- فكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام وزاد الاعتماد عليها يزداد احتمال أن تغير المعلومات من معارف الجمهور ومشاعره و سلوكه.

- ٢- ويتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- ٣- كلما زادت التغييرات والأزمات في مجتمع ما تزداد حاجة الجمهور إلى المعلومات والتوجيه ومن ثم تزيد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام وما تقدمه من المعلومات في هذا المجتمع.
- يتأثر استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال و يتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال^(٤٧).
- درجة ثقة المبحوثين في المعلومات والآراء المقدمة على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات**
- جدول رقم (١٣) درجة ثقة المبحوثين في المعلومات والآراء المقدمة على الموقع وصفحات المحليات**

درجة الثقة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أثق	26	6.5	2.958	.8138
أثق بدرجة ضعيفة	63	15.75		
أثق بدرجة متوسطة	213	53.25		
أثق بدرجة كبيرة	98	24.5		
الإجمالي	400	100.0		

- تشير بيانات الجدول (١٣) إلى مجيء "أثق بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣.٢٥%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شيماء محمد، ٢٠١٩)^(٤٨) التي توصلت إلى أن مستوي الثقة في الحكومة متوسطاً لدي النسبة الأعلى من المبحوثين قبل وبعد التعرض للمادة الإعلامية وذلك بنسبتي (٤٠%) و (٤٥.٧%) علي التوالي، وفي المرتبة الثانية "أثق بدرجة كبيرة" بنسبة (٢٤.٥%)، و"أثق بدرجة ضعيفة" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥.٧٥%)، بينما جاءت في المرتبة الرابعة "لا أثق" بنسبة (٦.٥%).
- وينضح من النتائج أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام و يعدها مصدراً لتحقيق أهدافه، إذ يسعى الفرد إلى تأييد حقه في إمتلاك المعلومات والمعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة في حياته اليومية، وبرغم أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام إلا انهم يستطيعون تشخيص وتحديد ما لم تبثه من رسائل ، وتوصف العلاقة التي تربط الجمهور بوسائل الإعلام بأنها وثيقة ومتينة، فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عنها بالرغم من وجود مؤسسات أخرى قد يلجأ إليها الأفراد في الكثير من المجتمعات لأجل تيسير هذه الأفعال والأنشطة و يكون اعتماد الأفراد على المؤسسات الإعلامية متفوقاً قياساً بالاعتماد على أي مؤسسة أخرى لأنها تزودهم بالمعرفة وتمدهم بالمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها على المستوي المحلي والخارجي، كما أنها تعمل على توجيه سلوكهم وتيسر تفاعلهم الاجتماعي وترسم إليهم الخطوط العامة في تعاملهم مع المواقف الطارئة التي يتعرضون إليها في مجريات الحياة اليومية عبر ما تقدمه لهم من معارف ومعلومات وخبرات متركمة وبذلك هي تقوم بتشكيل رؤيتهم للعالم من حولهم.
- وتعد الثقة بوسائل الإعلام حالة مهنية تركز عليها علاقة وسائل الإعلام مع الجمهور وترتبط بمسارات تتخذها وتبناها وسائل الإعلام لتحقيق العلاقة الجيدة مع الجمهور على

مستوى الثقة كما تتبين فرص تحقيق وتكريس الحالة المهنية باختلاف الوسائل على مستوى خصائصها الفنية والتكنولوجية فضلاً عن حجم انتشارها وقدرتها على الاستمالة واستثارة الاهتمام وعوامل أخرى ذات طبيعة مهنية وسيكولوجية. ومقومات الإعلام الجدير بالثقة هي:

- أن الإعلام الناجح يتطلب توفر مجموعة من العناصر والشروط التي من شأنها تعزيز العلاقة بين الوسيلة والجمهور، تتعلق بالمعالجة والتناول الإخباري للقضايا والموضوعات المختلفة والاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية التي يسعى الصحفيون والمراسلون إلى إبرازها أثناء أدائهم لعملهم وأبرزها:
- الصدق والصحة: وهي من السمات المهمة الواجب توافرها في الرسالة الاتصالية، ويقصد بها أن تكون الوقائع والأحداث التي تنقل عبر الوسيلة الإعلامية صحيحة وحقيقية، حدث وقع بالفعل غير ملفق أو مختلق وإلا تحول المضمون إلى مجرد إشاعة، إذا كان الحدث المراد تغطيته غير موثوق بصحته يجعل الوسيلة الإعلامية عرضة للتكذيب وفقدان المصداقية، وبالتالي يفقد الجمهور ثقته بها، كما يعد الصدق أهم المعايير والقيم جميعاً، وهو الأساس الذي يبنى عليه الموضوع الصحفي بل العمل الإعلامي كله.
- رأي المبحوثين في مدة استجابة المسؤولين عن موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات للآزمات.

جدول رقم (١٤) مدة الاستجابة للآزمات على الموقع وصفحات المحليات من وجهة نظر المبحوثين

مدة الاستجابة	ك	%
بعد فترة زمنية متوسطة	153	38.25
بعد فترة زمنية قليلة	120	30.0
بعد فترة زمنية كبيرة	90	22.5
استجابة في الحال	37	9.25
الإجمالي	400	100.0

- تشير بيانات الجدول (١٤) إلى مجيء " بعد فترة زمنية متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (٣٨.٢٥%) كتوقيت استجابة المسؤولين للآزمات المطروحة على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك، وفي المرتبة الثانية جاءت " بعد فترة زمنية قليلة" بنسبة (٣٠.٠%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت "بعد فترة زمنية كبيرة"، بينما جاءت في المرتبة الرابعة " استجابة في الحال" بنسبة (٩.٢٥%).
- ويمكن تفسير النتائج بأنه يجب أن توفر الاستجابة معلومات معدلة تنقل لجماعات المصالح ما حدث وتسبب في حدوث الأزمة بالإضافة إلى وصف كامل لأحداث الأزمة، ويجب تقديم التعليمات وتعديل المعلومات في الوقت المناسب وبطريقة متسقة، ويجب أيضاً أن تكون المنظمة منفتحة وصادقة مع جماعات المصالح^(٤٩).

-رأي المبحوثين في أساليب معالجة الأزمات على موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات
جدول رقم (١٥) رأي المبحوثين في أساليب معالجة الأزمات على الموقع وصفحات المحليات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						الأساليب
				لا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.5851	2.078	100.0	400	13.5	54	65.3	261	21.3	85	تحمل المسؤولية
.5812	2.055	100.0	400	14.3	57	66.0	264	19.8	79	تصحيح الأخطاء
.5855	1.977	100.0	400	18.3	73	65.8	263	16.0	64	التبرير والاعتذار
.5966	1.930	100.0	400	21.5	86	64.0	256	14.5	58	الصمت
.6064	1.865	100.0	400	26.0	104	61.5	246	12.5	50	الإنكار
.5832	1.847	100.0	400	25.8	103	63.8	255	10.5	42	التخلص من المسؤولية
.5894	1.797	100.0	400	29.5	118	61.3	245	9.3	37	الاعتذار الكامل
.6220	1.790	100.0	400	32.0	128	57.0	228	11.0	44	الهجوم على الآخرين

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الموافقة على "تحمل المسؤولية" بـ"أحياناً" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٣%)، و جاءت في المرتبة الثانية "دائماً" بنسبة (٢١.٣%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (١٣.٥%).
- وفئة "تصحيح الأخطاء" جاءت درجة الموافقة في المرتبة الأولى لـ"أحياناً" بنسبة (٦٦.٠%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "دائماً" بنسبة (١٩.٨%)، بينما جاءت "لا" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٥%).
- وفئة "التبرير والاعتذار" جاءت الموافقة على "أحياناً" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (١٨.٣%)، بينما جاءت "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٠%).
- وفي فئة "الصمت" جاءت نسبة الموافقة في المرتبة الأولى على "أحياناً" بنسبة (٦٤.٠%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (٢١.٥%)، وبينما جاءت "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٥%).
- وفي فئة "الإنكار" جاءت درجة الموافقة في المرتبة الأولى على "أحياناً" بنسبة (٦١.٥%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (٢٦.٠%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١٢.٥%).
- وفي فئة "التخلص من المسؤولية" جاءت الموافقة في المرتبة الأولى على "أحياناً" بنسبة (٦٣.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (٢٥.٨%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١٠.٥%).
- وفي فئة "الاعتذار الكامل" جاءت درجة الموافقة على "أحياناً" بنسبة (٦١.٣%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (٢٩.٥%)، بينما جاءت "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة (٩.٣%).

- وفي فئة "الهجوم علي الآخرين" جاءت درجة الموافقة على "أحياناً" بنسبة (٥٧.٠%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "لا" بنسبة (٣٢.٠%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت "دائماً" بنسبة (١١.٠%).

- ويتضح من النتائج أن فئة تصحيح الأخطاء كانت في المرتبة الأولى، ويرجع ذلك لأهمية تدارك المسؤولين أخطائهم والاعتراف بها والعمل على تصحيح الوضع مما يعزز من استرجاع المواطنين لتقتهم في المسؤولين. ومما لا شك فيه أننا نعيش في عالم كبير يتسم بالمتغيرات السريعة، وهنا نواجه العديد من التحديات والتطورات والتي تشكل بمجموعها أزمات حقيقية على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات والدول. ولكي تتمكن من تجاوز تلك الأزمات التي نمر بها علينا أن نمثل استراتيجيات مبنية على وضوح واضحة تساعدنا على إدارة تلك الأزمات، و لذلك دعت الحاجة إلي البحث عن استراتيجيات حديثة ومتطورة لإدارة هذه الأزمات والمشاكل الناجمة عنها، بطريقة علمية صحيحة وبمنظرة شاملة، تتضمن الفهم والإدراك ووضع الخطط الزمنية المنبثقة عن استراتيجيات إدارة الأزمات، وأن إدارة الأزمات هي الاستعداد لما قد يحدث والتعامل مع ما حدث، ولا يخفي على متابع لسير الأحداث والأزمات بكل أنواعها لما لها من دور في تاريخ الشعوب والمجتمعات سواء على صعيد الهدم أو البناء، وأن المجتمعات التي اعتمدت الهرم القيادي فيها على فرق خاصة للتعامل مع الأزمات كانت أصعب عوداً وأكثر مقدرة على الاستمرار والصمود وتجاوز الأزمة. ومن هنا من الضروري الاهتمام بالأسلوب العلمي في دراسة الكوارث ومحاولة وضع الخطط والبرامج اللازمة لمواجهة هذه الكوارث للحد من الخسائر الناجمة عنها، إلى جانب تدبير وتطوير الوسائل العديدة التي تخفف من الآثار الناتجة عن حدوث الكوارث(٥).

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد فاروق، ٢٠١٩) (٥) عن الكيفية التي يتم من خلالها توظيف الموقع الإلكتروني للمنظمة والوسائل الاتصالية المتاحة على شبكة الإنترنت في إدارة المنظمة للاتصال أثناء الأزمات التي تواجهها، فقد وظفت شركة تويوتا الإنترنت بصورة واضحة عبر موقعها الإلكتروني للتواصل مع العملاء، كما وظفت الشركة الوسائل المتعددة لتقل رسالتها إلي العملاء بأكثر من وسيلة تحقيقاً للتكامل والتأثير المشترك، وفيما يتعلق باستراتيجيات الاتصال أثناء الأزمة وظفت الشركة استراتيجيات الاعتذار واتخاذ الإجراءات التصحيحية بأشكالها المتنوعة بهدف حماية سمعتها وصورتها لدى العملاء.

- رأي المبحوثين في أداء المؤسسات عينة الدراسة

جدول رقم (١٦) رأي المبحوثين في أداء المؤسسات عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						أداء المؤسسات
		ك	%	لا		أحياناً		دائماً		
				ك	%	ك	%	ك	%	
.6057	2.095	100.0	400	14.0	56	62.5	250	23.5	94	نشر المعلومات المتعلقة بالأزمة بشكل واضح
.5739	2.062	100.0	400	13.5	54	66.8	267	19.8	79	التبرير الدائم للأزمات وربطها بالسلوكيات

اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي

السلبية للمواطنين.										
عدم استخدام استراتيجية الاتصال المناسبة	69	17.3	276	69.0	55	13.8	400	100.0	2.035	.5564
ضعف الحلول المطروحة للأزمة واتسامها بكونها حلول وقتية	66	16.5	277	69.3	57	14.3	400	100.0	2.023	.5548
الاهتمام البالغ من جانب المسؤولين بالجمهور بالأزمة	72	18.0	264	66.0	64	16.0	400	100.0	2.020	.5835
الاستجابة للأزمة فور حدوثها	64	16.0	271	67.8	65	16.3	400	100.0	1.998	.5686
ضعف المتابعة المستمرة للأزمة ولسبل حلها	64	16.0	257	64.3	79	19.8	400	100.0	1.963	.5975
الحوار المتبادل مع الجمهور المختص بالأزمة	53	13.3	273	68.3	74	18.5	400	100.0	1.947	.5617
اتباع الأسلوب العلمي في معالجة الأزمات	58	14.5	261	65.3	81	20.3	400	100.0	1.942	.5874
عدم الشفافية والمصارحة عند عرض الأزمة	59	14.8	247	61.8	94	23.5	400	100.0	1.912	.6130
حل الأزمة بشكل سريع وجذري	58	14.5	233	58.3	109	27.3	400	100.0	1.872	.6342
الاهمال التام من جانب الدولة والمسؤولين فيما يتعلق بحل الأزمات	41	10.3	255	63.8	104	26.0	400	100.0	1.843	.5818

- تشير بيانات الجدول السابق إلى مجيء درجة الموافقة على "نشر المعلومات المتعلقة بالأزمة بشكل واضح" بـ"محايد" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٢.٥%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "موافق تمامًا" بنسبة (٢٣.٥%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "غير موافق" بنسبة (١٤.٠%).

- وفي الفئة الثانية، جاءت درجة الموافقة على "التبرير الدائم للأزمات وربطها بالسلوكيات السلبية للمواطنين" بـ" محايد" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٦.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "موافق تمامًا" بنسبة (١٩.٨%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "غير موافق" بنسبة (١٣.٥%).

- وجاءت في الفئة الثالثة، درجة الموافقة على "عدم استخدام استراتيجية الاتصال المناسبة" بـ"أحياناً" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٩.٠%)، وجاءت في المرتبة الثانية "موافق تمامًا" بنسبة (١٧.٣%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "غير موافق" بنسبة (١٣.٨%).

- وفي الفئة الرابعة، جاءت درجة الموافقة على "ضعف الحلول المطروحة للأزمة واتسامها بكونها حلول وقتية" بـ"محايد" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٩.٣%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "موافق تمامًا" بنسبة (١٦.٥%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "غير موافق" بنسبة (١٤.٣%).
- وفي الفئة الخامسة، جاءت درجة الموافقة على "الاهتمام البالغ من جانب المسؤولين بالجمهور المختص بالأزمة" في المرتبة الأولى بـ"محايد" بنسبة (٦٦.٠%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "موافق تمامًا" بنسبة (١٨.٠%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت "غير موافق" بنسبة (١٦.٠%).
- وفي الفئة السادسة، جاءت درجة الموافقة على "الاستجابة للأزمة فور حدوثها" بـ"محايد" بنسبة (٦٧.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (١٦.٣%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "موافق تمامًا" بنسبة (١٦.٠%).
- وفي الفئة السابعة، جاءت درجة الموافقة على "ضعف المتابعة المستمرة للأزمة ولسبل حلها" بـ"محايد" بنسبة (٦٤.٣%)، وجاءت في المرتبة الثانية "غير موافق" بنسبة (١٩.٨%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "موافق تمامًا" بنسبة (١٦.٠%).
- وفي المرتبة الثامنة، جاءت درجة الموافقة على "الحوار المتبادل مع الجمهور المختص بالأزمة" بـ"محايد" بنسبة (٦٨.٣%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (١٨.٥%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت "موافق تمامًا" بنسبة (١٣.٣%).
- وفي الفئة التاسعة، جاءت درجة الموافقة على "اتباع الأسلوب العلمي في معالجة الأزمات" بـ"محايد" بنسبة (٦٥.٣%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (٢٠.٣%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "موافق تمامًا" بنسبة (١٤.٥%).
- وفي الفئة العاشرة، جاءت درجة الموافقة على "عدم الشفافية والمصارحة عند عرض الأزمة" في المرتبة الأولى بـ"محايد" بنسبة (٦١.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (٢٣.٥%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "موافق تمامًا" بنسبة (١٤.٨%).
- وفي الفئة الحادية عشر، جاءت درجة الموافقة على "حل الأزمة بشكل سريع وجذري" في المرتبة الأولى "محايد" بنسبة (٥٨.٣%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (٢٧.٣%)، بينما جاءت "موافق تمامًا" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٥%).
- وفي الفئة الثانية عشر، جاءت درجة الموافقة على "الإهمال التام من جانب الدولة والمسؤولين فيما يتعلق بحل الأزمات" في المرتبة الأولى بـ"محايد" بنسبة (٦٣.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت "غير موافق" بنسبة (٢٦.٠%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة "موافق تمامًا" بنسبة (١٠.٣%).
- ويمكن تفسير النتائج بأن "ضعف الحلول المطروحة للأزمة واتسامها بكونها حلول وقتية" جاءت بنسب مرتفعة من حيث الموافقة، وذلك بسبب تكرار الأزمات المتشابهة، والتي بدورها تتكرر معها الحلول الوقتية، التي لا تتسم بكونها حل جذري أو دائم، ولذلك ينبغي أن تكون هناك خطة لإدارة الأزمات متمثلة في تحديد الأزمات المحتملة التي قد تواجه المحليات بما في ذلك الكوارث الطبيعية، والأعطال التكنولوجية، ونقص السلع

والمنتجات... إلخ ، وبمجرد تحديد الأزمات المحتملة، من المهم تقييم التأثير المحتمل الذي يمكن أن تحدثه، ويتضمن ذلك النظر في العواقب.

-حدود تفاعل المبحوثين مع موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات جدول رقم (١٧) حدود تفاعل المبحوثين مع الموقع وصفحات المحليات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	حدود التفاعل
1.0006	2.420	23.0	92	لا أتفاعل مطلقاً
		26.75	107	أتفاعل بدرجة ضعيفة
		35.5	142	أتفاعل بدرجة متوسطة
		14.75	59	أتفاعل بدرجة كبيرة
		100.0	400	الإجمالي

- تشير بيانات الجدول رقم (١٧) إلى مجيء "أتفاعل بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (٣٥.٥%)، وفي المرتبة الثانية "أتفاعل بدرجة ضعيفة" بنسبة (٢٦.٧٥%)، يليها في المرتبة الثالثة "لا أتفاعل مطلقاً" بنسبة (٢٣.٠%)، وفي المرتبة الرابعة "أتفاعل بدرجة كبيرة" بنسبة (١٤.٧٥%).

- ويتضح من النتائج أن التفاعلية تعد أهم الفوارق التي تميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي القديم، فقد أوجد الإنترنت أنماطاً جديدة للتواصل تفرض تحدياتها على الأنماط التقليدية التي ألفها الناس من حيث سهولة الوصول إلى المعلومات وسرعتها ومساحة التفاعل المتاحة ومن حيث التفاعل الآني مع المعلومة ومصدرها^(٢).

- والتفاعلية كمفهوم تم دراسته في بيئة الإعلام التقليدي من منظور قياس رد فعل الجمهور لما تقدمه وسائل الإعلام، إلا أن النقاش العلمي حول تعريف وقياس التفاعلية تنامي مع تطور بيئة الإعلام الرقمي. وهناك اتفاق عام بين معظم الباحثين على أن التفاعل عنصر مهم في عملية الاتصال وبمثابة إستراتيجية لديمومة الفعل التواصلية وزيادة تأثيراته الناتجة عن زياده اتساع دائرة التواصل المرتبطة بالفعل التواصلية، ونشأة دوائر تواصل اجتماعي أخرى متولدة من الدائرة الأصلية من خلال دوائر عنقودية، فالتفاعل كمفهوم يرتبط بمجموعة من الخصائص منها التزامن، والتحكم، والسرعة، والمشاركة، والخيارات التبادلية، الترابط الخبرة والاستجابة^(٣).

-طبيعة تفاعل المبحوثين مع موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات جدول رقم (١٨) طبيعة تفاعل المبحوثين مع الموقع وصفحات المحليات

%	ك	طبيعة التفاعل
50.3	155	أكتفى بقراءة المنشورات
31.8	98	أكتب تعليقاً يعبر عن رأيي
31.5	97	أتفاعل معها بالإعجاب وعدم الإعجاب
27.3	84	أشارك المنشور مع الآخرين
18.8	58	أنتج معلومات عن الأزمة وأقدمها للجمهور
13.6	42	أناقش مع المستخدمين الآخرين
10.7	33	أرسل رسائل عبر رسائل الصفحة
7.1	22	أرسل رسائل عبر البريد الإلكتروني
0.6	2	أخرى

- تشير بيانات الجدول السابق إلى مجيء "أكتفي بقراءة المنشورات" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٠.٣%)، وفي المرتبة الثانية "أكتب تعليقاً يعبر عن رأيي" بنسبة (٣١.٨%)، و"أنفعل معها بالإعجاب وعدم الإعجاب" في المرتبة الثالثة بنسبة (٣١.٥%)، وجاءت "أشارك المنشور مع الآخرين" في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٧.٣%)، وفي المرتبة الخامسة "أنتج معلومات عن الأزمة وأقدمها للجمهور" بنسبة (١٨.٨%)، وفي المرتبة السادسة "أتناقش مع المسؤولين الآخرين" بنسبة (١٣.٦%)، وفي المرتبة السابعة "أرسل رسائل عبر رسائل الصفحة" بنسبة (١٠.٧%)، وفي المرتبة الثامنة "أرسل رسائل عبر البريد الإلكتروني" بنسبة (٧.١%)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت "أخري" بنسبة (٠.٦%).
- ويتضح من النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تدعم لدى المستخدمين التعبير عن مشاعرهم واتجاهاتهم وأرائهم بشكل رمزي محدد، كما هو الحال مع الهاشتاج على (تويتر وانستجرام)، كما أن (الفيسبوك) يسمح للمستخدمين بأن يكونوا أكثر وضوحاً من خلال التعليقات النصية والمشاركة والتعبير عن ردود الفعل اتجاه المحتوى (٤٤°).
- وللتفاعل ثلاث فئات رئيسية: رد الفعل والتعليق والمشاركة، حيث يمكن لأي مستخدم فيسبوك استخدامه للتفاعل مع المحتوى/ المنشور.
- وبالنسبة للمشاركة فإن مستواها يتأثر بالوسيلة والسمات الفنية لمنصة وسائل الإعلام نفسها. حيث أن المستخدمين يميلون إلى التفاعل بشكل أكبر مع المنصة الأكثر مرونة وتطوراً، ولديها وظائف أسهل بكثير من الاستخدام للوصول إلى المحتوى الذي يرغب المستخدم في الحصول عليه، وهكذا، فإن تقدم ومرونة الوسيلة نفسها من شأنها أن تؤثر على مستوى تفاعل المستخدمين، فحين أن المستخدمين على سبيل المثال قد يجدون التقنية للفيسبوك أكثر تقدماً وأسهل في الاستخدام من التغريد في (تويتر) (٥٥°).
- رأي الباحثين في مدى تلقي ردود على التفاعل مع موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات.

جدول رقم (١٩) مدى تلقي ردود على التفاعل مع الموقع والصفحات من وجهة نظر الباحثين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	تلقي ردود
.7202	1.740	42.2	130	لا
		41.6	128	أحياناً
		16.2	50	دائماً
		100.0	308	الإجمالي

- تشير بيانات الجدول (١٩) أن في المرتبة الأولى جاءت "لا" بنسبة (٤٢.٢%)، وفي المرتبة الثانية "أحياناً" بنسبة (٤١.٦%)، بينما حلت "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٢%).
- ويمكن تفسير النتائج أن الهدف من السؤال معرفة إذا كان هناك استجابة علي التفاعل الذي قام به الباحثون علي الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحاتها الرسمية، ويترتب علي ذلك التفاعل عدة أسئلة أخرى والتي تهدف لقياسه ومعرفة طبيعته.

- وتتفق هذه النتائج مع دراسة (آية أحمد، ٢٠١٧) (٥٦) التي توصلت إلى أن المؤسسات الحكومية المصرية لم تنجح حتى الآن في الاستفادة من الإنترنت، كوسيلة اتصال تفاعلية لبناء علاقة إيجابية ثنائية الاتجاه بين الحكومة وجمهورها علي الإنترنت.
- وأيضاً دراسة (Hung Song, 2017) (٥٧) التي توصلت بتحليل الأجهزة الحكومية محل الدراسة تستخدم الاتصال من جانب واحد في التواصل مع المواطنين دون رصد ردود أفعالهم.
- رأي المبحوثين في المدة الزمنية للرد على الاستفسارات بموقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (٢٠) المدة الزمنية للرد على الاستفسارات بالموقع والصفحات من وجهة نظر

المبحوثين

المدة	ك	%
في نفس اليوم	41	23.0
خلال أسبوع	90	50.6
خلال أسبوعين	32	18.0
خلال شهر	15	8.4
الإجمالي	178	100.0

- تشير بيانات الجدول (٢٠) إلى أن المدة الزمنية التي استغرقها المسؤولون للرد على الاستفسار أو الشكوى أو المشاركة علي التي قام بها المبحوثون جاءت في المرتبة الأولى هي "خلال أسبوع" بنسبة (٥٠.٦%)، وفي المرتبة الثانية "في نفس اليوم" بنسبة (٢٣.٠%)، وتلتها "خلال أسبوعين" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٨.٠%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت "خلال شهر" بنسبة (٨.٤%).
- ويمكن تفسير النتائج بأن هناك مدة زمنية محددة بشكل كبير للرد على الاستفسارات أو الشكوى، وفي ذلك جانب إيجابي إلى حد كبير ولكن لا يمكن إغفال أهمية أن تكون هناك استجابات بشكل أسرع خصوصاً في الحالات الطارئة والتي تستدعي التدخل الفوري.
- والاستجابة تعني قدرة مقدم الخدمة وسرعة استجابته بالرد على طلبات المستفيدين واستفساراتهم، وهي تعكس الرغبة في مساعدة المستفيد وسرعة تقديم الخدمة، كما أنها تعني مدى قدرة ورغبة واستعدادات مقدم الخدمة بشكل دائم بتقديم الخدمة للمستفيدين عند احتياجاتهم لها، والاستجابة لشكواهم والمبادرة في تقديم الخدمة (٥٨).

-أسباب عدم تفاعل المبحوثين مع موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (٢١) أسباب عدم تفاعل المبحوثين مع الموقع وصفحات المحليات

الأسباب	ك	%
انشغالي بالبحث عن المعلومات والتصفح	37	40.2
التفاعل لا يلقى اهتماماً من المسؤولين عن الموقع	32	34.8
لا أهتم بما يكتب	19	20.7
أخري	4	4.3
الإجمالي	92	100.0

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن انشغالي بالبحث عن المعلومات والتصفح" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠.٢%) لسبب عدم تفاعل المبحوثين، وفي المرتبة

الثانية جاء "التفاعل لا يلقى اهتمامًا من المسؤولين عن الموقع" بنسبة (٣٤.٨%)، ويليهما في المرتبة الثالثة " لا أهتم بما يكتب" بنسبة (٢٠.٧%)، وفي المرتبة الرابعة " أسباب أخرى" بنسبة (٤.٣%).

- ويتضح من النتائج، أنه من أسباب عدم مشاركة المبحوثين وتفاعلهم مع المحتوى انشغالهم بالتصفح وأن ما ينشر من محتوى علي الموقع أو الصفحات الخاصة بالوزارة والمحليات ليس محتوى تفاعلي، لذلك فإن من الأهمية بمكان فرد مساحة جيدة للمحتوى التفاعلي ورفع مستوى التفاعل والتجاوب مع الجمهور، بل من الضروري إشراك الجمهور في صناعة المحتوى عبر أساليب مبتكرة^(٩).

- وقد أوضحت دراسة أن حضور الحكومة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي محدود مقارنة بالدول المتقدمة، وأن أكثر المواقع التي استخدمتها الحكومة المصرية هي فيسبوك وأن هذا الموقع قد استخدم بشكل أساسي لنشر المعلومات في اتجاه واحد، مع ندرة التفاعل ثنائي الإتجاه بين الحكومة والمواطنين ، حيث لم تهتم الحكومة بالرد على التعليقات وانخفض بشكل ملحوظ تفاعل المواطنين مع المنشورات والذي غلب عليه تسجيل الإعجاب ، وتبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الرسمية الحكومية في مصر لا تتوافق مع نموذج الخدمة العامة والذي يقوم على التفاعل من أسفل الى أعلى بين الحكومة والمواطنين بما يؤدي إلى التغيير والإصلاح الحكومي^(١٠).

- مدى رضا المبحوثين عن أسلوب معالجة الأزمات بموقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (٢٢) مدى رضا المبحوثين عن أسلوب معالجة الأزمات بالموقع وصفحات المحليات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى الرضا
.5767	1.865	24.25	97	غير راض على الإطلاق
		65.0	260	راض إلى حد ما
		10.75	43	راض جدًا
		100.0	400	الإجمالي

- تشير بيانات الجدول (٢٢) إلى أن نسبة (٦٥.٠%) من المبحوثين " راضون إلي حد ما" عن أسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات علي الموقع الرسمي وصفحات التواصل الاجتماعي للوزارة والمحليات، وجاء في المرتبة الثانية "غير راض علي الإطلاق" بنسبة (٢٤.٢٥%)، وفي المرتبة الثالثة "راض جدًا" بنسبة (١٠.٧٥%).

- وتعرض المنظمات الحكومية لكثير من الصعوبات في تحقيق رضا العملاء ويتأثر رضا العملاء بشأن الخدمات المقدمة لهم سلبيًا أو إيجابيًا، بالخبرات السابقة والإنطباع المتكون لديهم من خلال ما يسمعه كل منهم من الآخرين أو من وسائل الإعلام، و من هنا فإن وجود معلومات كافية عن العملاء أو معلومات مرتدة منهم عن مدى رضاهم عن الخدمة سوف يحد من تلك الصعوبات ويقود إلى إرضاء العملاء^(١١).

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مها مدحت، ٢٠١٩)^(١٢) التي توصلت لانخفاض التقييم الإيجابي لأداء الحكومة بخصوص معالجة الأزمات الاقتصادية، وإن كان التقييم متوازن نوعا ما نحو الأداء الحكومي لكنها ما زالت تحتاج لبذل الكثير من الجهود في إطاره،

حيث ينخفض نوعاً ما تقييم عينة الدراسة لفعالية الأداء الحكومي في التعامل مع الأزمات الاقتصادية المصرية.

- مدى وجود تجارب سابقة للمبحوثين مع المحليات

جدول رقم (٢٣) مدى وجود تجارب سابقة للمبحوثين مع المحليات

وجود تجارب سابقة	ك	%
نعم	117	29.25
لا	283	70.75
الإجمالي	400	100.0

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية المبحوثين ليس لديهم تجارب سابقة لمشكلة واجهتهم مع المحليات، وذلك بنسبة (٧٠.٧٥%) اختاروا "لا" في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت "نعم" بنسبة (٢٩.٢٥%).

- ويتضح من النتائج أن أغلب المبحوثين لم يواجهوا مشكلات مع المحليات، ولكم من واجهتهم كان من الواجب الاستفسار منهم على نوعية تجربتهم للاستفادة منها والسعي لتطويرها. وقد تم بالفعل استيضاح ماهية التجارب السلبية لهم مع هذه المؤسسات، وتمثلت في عدم الرد على شكاوهم، عدم التمكن من مقابلة المسؤولين، عدم متابعة حل الشكوى، التعامل السيء من قبل بعض العاملين معهم، تكرار التردد على الأحياء دون الوصول إلى حل للمشكلة التي تواجههم.

- أوجه القصور في معالجة الأزمات من وجهة نظر المبحوثين

جدول رقم (٢٤) أوجه القصور في معالجة الأزمات من وجهة نظر المبحوثين

أوجه القصور	ك	%
ضعف المتابعة المستمرة للأزمة ولسبل حلها	172	43
عدم الشفافية والمصارحة عند عرض الأزمة	154	38.5
ضعف التفاعل مع الجمهور المختص بالأزمة	147	36.75
عدم نشر المعلومات المتعلقة بالأزمة بشكل واضح	145	36.25
ضعف الحلول المطروحة للأزمة واتسامها بكونها حلول وقتية	131	32.75
عدم استخدام استراتيجية الاتصال المناسبة	115	28.75
عدم الاهتمام من جانب المسؤولين بالأزمة	113	28.25
التواني في حل الأزمة	82	20.5
أخري	10	2.5
الإجمالي	400	

- تشير بيانات الجدول (٢٤) إلى مجيء "ضعف المتابعة المستمرة للأزمة ولسبل حلها" في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣%) لأهم السلبيات وأوجه القصور الخاصة بمعالجة أزمات المحليات على الموقع الرسمي والصفحات علي وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية لمحلية ومحلياتها، وفي المرتبة الثانية جاء "عدم الشفافية والمصارحة عند عرض الأزمة" بنسبة (٣٨.٥%)، و"ضعف التفاعل مع الجمهور المختص بالأزمة" في المرتبة الثالثة بنسبة (٣٦.٧٥%)، وفي المرتبة الرابعة "عدم نشر المعلومات المتعلقة بالأزمة بشكل واضح" بنسبة (٣٦.٢٥%)، تلتها في المرتبة الخامسة "ضعف الحلول المطروحة للأزمة واتسامها بكونها حلول وقتية" بنسبة (٣٢.٧٥%)، بينما في المرتبة السادسة جاء

"عدم استخدام استراتيجيات الاتصال المناسبة" بنسبة (٢٨.٧٥%)، وجاء "عدم الاهتمام من جانب المسؤولين بالأزمة" في المرتبة السابعة بنسبة (٢٨.٢٥%)، وفي المرتبة الثامنة جاء "التواني في حل الأزمة" بنسبة (٢٠.٥%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت "أخري" بنسبة (٢.٥%).

- ويتضح من النتائج تواجد سلبيات متعددة تحتاج إلى إيجاد حلول ومعالجة لها، في المقام الأول "ضعف متابعة الأزمات وسبل حلها" إذ إن عدم الانتباه والمتابعة للأزمة وطرق حلها قد يؤدي إلى تفاقمها وازدياد الأزمة وأيضاً حدوث أزمات أخرى مترتبة عليها.

- الخدمات الإضافية التي اقترحها المبحوثون لموقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات

جدول رقم (٢٥) الخدمات الإضافية التي اقترحها المبحوثون لمواقع وصفحات المحليات

الخدمات	ك	%
اتاحة أرقام هواتف للتواصل المباشر مع المسؤولين	215	53.75
استطلاعات الرأي	191	47.75
إمكانية متابعة الجمهور إلكترونياً للخدمات المقدمة.	189	47.25
إمكانية الدفع الإلكتروني للخدمات التي تقدمها الوزارة ومحلياتها	175	43.75
إتاحة خدمات البناء والتراخيص والمخالفات وغيرها بشكل إلكتروني.	152	38
تفعيل البريد الإلكتروني	124	31
أخري	10	2.5
الإجمالي	400	

- تشير بيانات الجدول رقم (٢٥) إلى مجيء "اتاحة أرقام هواتف للتواصل المباشر مع المسؤولين" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣.٧٥%)، و"استطلاعات الرأي" في المرتبة الثانية بنسبة (٤٧.٧٥%)، تلتها "إمكانية متابعة الجمهور إلكترونياً للخدمات المقدمة" في المرتبة الثالثة بنسبة (٤٧.٢٥%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت "إمكانية الدفع الإلكتروني للخدمات التي تقدمها الوزارة ومحلياتها" بنسبة (٤٣.٧٥%)، بينما "إتاحة خدمات البناء والتراخيص والمخالفات وغيرها بشكل إلكتروني" جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (٣٨%)، و"تفعيل البريد الإلكتروني" في المرتبة السادسة بنسبة (٣٢%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت "أخري" بنسبة (٢.٥%).

- ويتضح من النتائج أن المنظمات التي تريد النجاح يجب عليها التركيز في عملياتها بشكل مباشر على تحقيق رضا العملاء، حيث يمثل العملاء نقطة البداية في عمليات المنظمات، وذلك من خلال فهم احتياجاتهم ورغباتهم، ونقطة النهاية هي تقديم الخدمات التي تشبع تلك الاحتياجات والرغبات^(٦٣).

- ويمثل الموقع الإلكتروني واجهة تقديم الخدمات الإلكترونية التي يتعامل معها العملاء للحصول على الخدمات، حيث يتم من خلاله توفير المعلومات واستلام الطلبات والشكاوى وعرض الخدمات وتسليمها للعملاء، وبالتالي فإن التصميم الجيد للموقع الإلكتروني من حيث واجهة الاستخدام وسرعة الموقع وتصميم صفحات الموقع له دور مهم في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية وتحقيق رضا العملاء^(٦٤).

- ويشير مصطلح الخدمات الحكومية الإلكترونية إلى تقديم الخدمات الحكومية عبر شبكة الإنترنت، فتقوم الحكومات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل دعم وتطوير الخدمات التي تقدمها للعملاء وتعزيز مشاركة وتفاعل العملاء مع الخدمات التي

تقدمها وقد تكون الخدمات الحكومية الإلكترونية عبارة عن تقديم معلومات أو تسديد مستحقات أو أنشطة أخرى تتم عبر شبكة الإنترنت وتعرف بأنها استخدام الحكومات لتقنيات المعلومات والاتصالات الأكثر ابتكاراً ، لخدمة العملاء والمنظمات مع ضمان سهولة الوصول إلى المعلومات والخدمات الحكومية، بهدف تحسين نوعيتها، وتوفير فرص أكبر للمشاركة والتفاعل^(١٥).

- كما تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقديم الخدمات من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الإلكترونية بما يحقق الفائدة للمنظمات والعملاء، و يمكن تعريف الخدمات الإلكترونية بأنها خدمات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشارك فيها العملاء ويقوم بدور تفاعلي، وبالتالي يكون قادراً على الاستفادة منها والتعامل معها إلكترونياً^(١٦).

- اقتراحات المبحوثين لتطوير موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات المحليات جدول رقم (٢٦) اقتراحات المبحوثين لتطوير موقع الوزارة وصفحات المحليات

الافتراحت	ك	%
اتخاذ إجراءات حاسمة وسريعة تجاه الأزمة أو المشكلة	237	59.25
الرد الفوري على تساؤلات واستفسارات الجمهور	229	57.25
توفير مزيد من الوسائل التفاعلية للجمهور	213	53.25
مزيد من المصارحة والمكاشفة والشفافية في عرض الأزمات	190	47.5
أخرى	8	2
الإجمالي	400	

- تشير بيانات الجدول السابق إلى إن "اتخاذ إجراءات حاسمة وسريعة تجاه الأزمة أو المشكلة" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٥٩.٢٥%) في اقتراحات المبحوثين لتطوير الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحاتها علي منصات التواصل الاجتماعي، وفي المرتبة الثانية جاء "الرد الفوري علي تساؤلات واستفسارات الجمهور" بنسبة (٥٧.٢٥%)، و" توفير مزيد من الوسائل التفاعلية للجمهور" في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٣.٢٥%)، بينما جاء في المرتبة الرابعة "مزيد من المصارحة والمكاشفة والشفافية في عرض الأزمات" بنسبة (٤٧.٥%).

- ويتضح من النتائج اختيار العينة ل(اتخاذ إجراءات حاسمة وسريعة تجاه الأزمة أو المشكلة) في المرتبة الأولى ، حيث تعد الأزمات من السمات المعاصرة في عالمنا اليوم نظراً لسرعة المتغيرات التي يواجهها الأفراد والمنظمات على حد من سواء لصعوبة السيطرة عليها بسبب التغيرات الحادة والمفاجئة في البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والقانونية، وفي ظل ضعف ثقافة التعامل مع الأزمات وما تسببه من خسائر على مختلف الأصعدة بالمنظمة مما يؤدي إلى استمرار بقائها من عدمه، وبالتالي قيام الإدارات المسؤولة في المنظمات بالتخطيط المسبق والاستعداد والتنبيه بوقوع أزمات يساعدها كثيراً في مواجهتها والتقليل من أضرارها بل وأحياناً تحويل جزء منها إلى إيجابيات، أي تحويل الأخطار إلى فرص واستغلال الأزمة إلى بيئة تحفز طاقات العاملين وقدراتهم الإبداعية.

- وفي المرتبة الثانية والثالثة كانت مقترحات المبحوثين لتعزيز التفاعلية ، فالتفاعلية هي اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو

اتصال قد يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل. و الإستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي و بدونها لا يتم التفاعل. وسيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعلي تعديل أو تغيير شكل أو مضمون الرسالة.

ملخص النتائج:

- 1- يستخدم المبحوثون الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية "مرة كل أسبوعين" بنسبة (٢٤.٥%) في المرتبة الأولى ، وجاء بنسبة (٢٢.٢٥%) الذين يستخدمون الموقع "عند الحاجة إليه" في المرتبة الثانية.
- 2- قيم المبحوثون أداء المسؤولين بشأن الأزمات المثارة بأنه "أداء متوسط" بنسبة (٧٠.٠%)، بينما قيم (١٦.٥%) من المبحوثين الأداء بالامتياز، ورأى (١٣.٥%) أن الأداء ضعيف.
- 3- فيما يتعلق بمدى كفاية المعلومات المقدمة من قبل المسؤولين جاءت "كافية إلي حد ما" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧.٧٥%)، و في المرتبة الثانية "غير كافية علي الإطلاق" بنسبة (٢٠.٧٥%)، و"كافية بدرجة كبيرة" في المرتبة الثالثة بنسبة (١١.٥%).
- 4- وفيما يختص بدرجة اعتماد المبحوثين على الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك لمحافظة القاهرة في الحصول علي الأخبار والمعلومات بشأن الأزمات جاءت في المرتبة الأولى " اعتمد عليها بدرجة متوسطة" بنسبة (٥٠.٧٥%).
- 5- جاء في المرتبة الأولى بالنسبة لتوقيت استجابة المسؤولين للأزمات المطروحة علي موقع وزارة التنمية المحلية وصفحات التواصل الاجتماعي علي الفيسبوك "الاستجابة بعد فترة زمنية متوسطة" بنسبة (٣٨.٢٥%) ، وفي المرتبة الثانية جاءت " الاستجابة بعد فترة زمنية قليلة" بنسبة (٣٠.٠%).
- 6- بشأن المدة الزمنية التي يستغرقها المسؤولون للرد علي الاستفسار أو الشكوى التي قدمها المبحوثون، جاء في المرتبة الأولى "خلال أسبوع" بنسبة (٥٠.٦%)، و في المرتبة الثانية "في نفس اليوم" بنسبة (٢٣.٠%).
- 7- وفيما يختص بأسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات علي الموقع الرسمي وصفحات التواصل الاجتماعي للوزارة و المحليات، جاء في المرتبة الأولى " راض إلي حد ما" بنسبة (٦٥.٠%) ، وجاء في المرتبة الثانية "غير راض علي الإطلاق" بنسبة (٢٤.٢٥%).
- 8- وفيما يتعلق بأهم السلبيات وأوجه القصور الخاصة بمعالجة أزمات المحليات علي الموقع الرسمي والصفحات علي وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة التنمية المحلية ومحلياتها، جاء في المرتبة الأولى " ضعف المتابعة المستمرة للأزمة ولسبل حلها" بنسبة (٤٣%) ، وفي المرتبة الثانية جاء " عدم الشفافية والمصارحة عند عرض الأزمة" بنسبة (٣٨.٥%).
- 9- تمثلت أهم اقتراحات المبحوثين لتطوير الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية وصفحاتها علي منصات التواصل الاجتماعي في "اتخاذ إجراءات حاسمة وسريعة تجاه

الأزمة أو المشكلة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٩.٢٥%) ، وفي المرتبة الثانية جاء "الرد الفوري علي تساؤلات واستفسارات الجمهور" بنسبة (٥٧.٢٥%).

مراجع الدراسة:

- (١) سارة محمود على عبد الحفيظ قنديل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب المصري نحو الأزمات المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٩).
- (٢) مها مدحت محمد كمال، المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية وانعكاساتها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، ٢٠١٩).
- (٣) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي، اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار في أثناء الحروب والأزمات: دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، مج ٣٦، ع ١٤٤ع، ٢٠١٨، ص ص ١٠٩-١٥٤.
- (٤) داليا كمال عواد محمد، بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الأخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٦).
- (٥) هيام أنور أحمد أبو زيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٦).
- (٦) مجدي عبد الجواد الداغر، اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣: مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً، *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*. جامعة الكويت، مج ٣٨، ع ٤٧٩ع، ٢٠١٧، ص ص ٩-٢٥٧.
- (٧) Wang, Yuan and Dong, Chuqing.(2017). Applying Social Media in Crisis Communication: A Quantitative Review of Social Media-Related Crisis Communication Research from 2009 to 2017 *International Journal of Crisis Communication*, No.1, pp29-37
- (٨) أحمد محمد فهمي محمد، اعتماد الشباب على وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات السياسية في أوقات الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٦).
- (٩) سميرة هاشم احمد باروم، برنامج لتنمية بعض مفاهيم ومهارات إدارة الأزمات والكوارث باستخدام الإنترنت لدى طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، *مجلة الثقافة والتنمية*، ع ٤٦٤. يوليو ٢٠١١. ص ص ٢٤٨-٣٢٢
- (10) Jae Park, Min and others.(2016).Citizen Patronage Behavior of Government Social Media Services: Extended Perspective of Perceived Value with the Moderating Effect of Media Synchronicity. *Information Development*, Vol.32, No.3.
- (١١) محمود عبد الرحمن (٢٠٢٣) ، اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء المؤسسات الإسلامية الرسمية وقت الأزمات ، *مجلة بحوث الشرق الأوسط* ، العدد ٩٠ .
- (١٢) رشا سمير محمد (٢٠٢٢) ، تفاعل الجمهور المصري مع الصفحات الرسمية للوزارات خلال الأزمات ، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* ، العدد ٣٧ .
- (١٣) إيمان السيد (٢٠٢٢) ، معالجة الصفحات الرسمية الحكومية و الإعلامية علي الفيسبوك للأزمات السياسية في مصر بعد ٣٠ يونيو، *مجلة البحوث الإعلامية* ، العدد ٦٠ .
- (14)Lai, Chih-Hui et al (2020). Examining Government Dialogic Orientation in social media strategies، Outcomes, and perceived effectiveness : A mixed - methods approach . *International Journal of strategic communication*.
- (١٥) إسراء علي السيد (٢٠٢٠) ، استخدامات الجمهور المصري للبوابات الإلكترونية لدواوين المحافظات والإشباع المتحققة منها: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق، كلية الآداب)

- (١٦) سايج فريد (٢٠٢٢)، ملامح الحكومة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا: تجربة الدول العربية ، مجلة **البشائر الاقتصادية** ، (المجلد ٨ ، العدد ٢).
- (١٧) حفيظة حنوش (٢٠٢١) ، المواقع الإلكترونية الحكومية كمصدر للمعلومات في الجزائر، **مجلة الإتصال والصحافة**، العدد ٢ .
- (١٨) سايج فريد، مرجع سابق.
- (١٩) كمال حميدو(٢٠١٨) ، **الإعلام الاجتماعي و تحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة** ، مركز الجزيرة للدراسات.
- (٢٠) الأسئلة المتكررة علي الموقع الرسمي لوزارة التنمية المحلية، تاريخ الإطلاع: ٢٠٢٣/١٢/١، علي الرابط: <https://www.mld.gov.eg/ar/p/3049/frequently-asked-questions>
- (٢١) أسامة وديع، عاطف فتحي(٢٠٢٣)، التحول الرقمي في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ دراسة تحليلية مقارنة لخدمات الحكومة الإلكترونية، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، (مجلد ٤ ، العدد ٢)
- (٢٢) مروى السعيد السيد (٢٠٢٢)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الورقية للمؤسسات الحكومية لدي الجمهور المصري : دراسة تطبيقية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد ٤
- (23) Ross, Bellverie E. (2014). A Case Study of Citizens' Experiences With Social Media as a Communication Tool With 311 for Citizen Interaction, Service Demand, and Quality of Life. **PhD**. Capella University.
- (٢٤) أياد حكمت عبيدي(٢٠١٠)، تعرض الشباب العراقي لمواقع الانترنت و علاقته بالقيم السائدة لديهم، رسالة **ماجستير غير منشورة**، (جامعة الدول العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية).
- (٢٥) عصام رمضان محمد (٢٠١٩)، آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها ، **جامعة طنطا ، كلية الحقوق**
- (٢٦) محمد منير حجاب (٢٠٠٧)، **الشائعات وطرق مواجهتها**، (القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع).
- (٢٧) محمد المنصور(٢٠١٢) ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ، رسالة **ماجستير غير منشورة** ، (الدنمارك ، الأكاديمية العربية ، كلية الآداب والتربية).
- (28) Anastasia Voutiniotia ، (2013). Determinants of User Adoption of e- Government services in Greece and the role of Citizen Service Centers. **Procedia Technology**.
- (29) Mohamed Dewa and Irina Zlotnikova ,(2014).Citizens' Readiness for e-Government Services in Tanzania. **Advances in Computer Science,an International Journal**, Vol. 3, Issue. 4, No. 10.
- (٣٠) هبة فريد عبد الحميد (٢٠١٩)، التواصل الإلكتروني وتطوير الأداء الحكومي: دراسة ميدانية لبعض الوزارات الخدمية، رسالة **ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية)
- (٣١) إيمان عبد المنعم خطاب (٢٠٢٣)، أطر معالجة الصفحات الإلكترونية الرسمية المصرية لتداعيات الأزمات العالمية علي الأوضاع الاقتصادية، **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد ٦٨.
- (٣٢) صفا محمود عثمان (٢٠١٩)، مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية في الإفصاح الاستباقي عن البيانات الرسمية المتعلقة بالأحداث الجارية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٦٨.
- (٣٣) نرمين علي السيد (٢٠٢١)، استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و علاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، (المجلد ٢٠ ، العدد ٣).
- (٣٤) ميرفت عبد الحميد (٢٠١٦)، اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة علي مواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة **ماجستير غير منشورة** ، (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم علم الاجتماع)
- (٣٥) أمال عبد الوهاب محمود (٢٠١٩)، دور الإعلام في إدارة الأزمات و الكوارث: دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر، رسالة **دكتوراه غير منشورة**، (جامعة عين شمس، كلية الآداب).

- (٣٦) محمد نايف عايض(٢٠١٤)، مواجهة أزمة الغذاء العالمية، من منظور إسلامي، *المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة*، (العدد ١١).
- (٣٧) نيفين فرج إبراهيم(٢٠٢٢)، التغيرات المناخية والأمن الغذائي في مصر، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، (المجلد ٥٢، العدد ١).
- (٣٨) محمد صلاح (٢٠٠٥)، إدارة الأزمات و الكوارث بين المفهوم النظري و التطبيق العملي ، (دار عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية)
- (٣٩) محمود جاد الله (٢٠٠٨)، إدارة الأزمات، (الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع).
- (٤٠) فهد مانع (٢٠٢٠)، تقييم الأداء الاستراتيجي بهدف زيادة كفاءة أداء الخطوط الجوية الكويتية من وجهة نظر العاملين ، *المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية* ، (المجلد ١١ ، العدد ١).
- (٤١) إنجي محمد ابو سري(٢٠١٧)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*، العدد ١١.
- (٤٢) وسام فر داس، خولة مقدر، دلال بوزربية (٢٠١٩)، المسؤولية الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية و غير الحكومية، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية).
- (٤٣) مصطفى محمود زيدان(2022) ، الحملات الإعلامية الصحية بالتليفزيون وعلاقتها بنشر الوعي الصحي لدي الجمهور المصري بالتطبيق علي حملة ١٠٠ مليون صحة، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*، العدد ٢٤.
- (٤٤) احمد محمد عبد الله (٢٠٢٣)، اليات تفعيل المؤسسات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة وإدارة الأزمات، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد ٦٨.
- (٤٥) سميرة عرفات (٢٠١١)، العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية والإنترنت خلال ثورة ٢٥ يناير والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد ١٠، العدد ٣.
- (٤٦) انتصار عبد الرازق، صفد الساموك (٢٠١١)، الإعلام الجديد تطور الأداة والوسيلة، (بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة).
- (٤٧) منال هلال المزاهرة (٢٠١٢)، *نظريات الاتصال*، (عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢).
- (٤٨) شيماء محمد محمد حسنين (٢٠١٩)، المعالجة الإخبارية لقضايا الاقتصاد المصري في القنوات الإخبارية، *والمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور لأداء الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- (٤٩) إيمان طاهر، إدراك الجمهور المصري للعلاقة بين المصادقية المؤسسية وبين السمعة التنظيمية في اطار استراتيجيات الاستجابة للأزمة: بالتطبيق علي منظمة الصحة العالمية، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*، (العدد ٢٣، ٢٠٢٢).
- (٥٠) دينا سيد علي(2022)، الثقة كمتغير للمشاركة في التخطيط لإدارة الأزمات والكوارث في المجتمع المحلي، *المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية*، مجلد ٣، العدد ٢٠، ٢٠٢٢.
- (٥١) أحمد فاروق رضوان (٢٠١٢)، استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة: دراسة حالة علي شركة تويوتا، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد ٨.
- (٥٢) دعاء عادل محمود (٢٠١٦)، اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإلكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية و الاجتماعية بعد الثورة، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد ٥.
- (53) Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media, *Atlantic Journal of Communication*.
- (54) Pool, Nissim. (2016). Distant supervision for emotion detection using Facebook reactions.
- (55) Di Gangi, Wasko. (2016). Social media Engagement Theory: Exploring the influence of user Engagement on social media usage. *Journal of organizational and End user Computing (JOEUC)*.

- (٥٦) آية أحمد عياد (٢٠١٧)، الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الانترنت (دراسة حالة على الحكومة الالكترونية المصرية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- (57) Eung Soung, Jung. (2017). The Use of Social Media Interactivity between Nevada E-Government Agencies and the public: An Analysis of the Role and Impact of Twitter Accounts. **PhD.** University of Nevada, Las Vegas.
- (٥٨) مصطفى محمد علي (2021). تأثير التحول الرقمي علي مستوى أداء الخدمة المقدمة بالتطبيق علي موظفي الإدارة العامة للمرور بمحافظة القاهرة، *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية*، المجلد ٢٢، العدد ٤.
- (٥٩) أسباب ضعف الرسائل الإعلامية لبعض الجهات الحكومية في منصات التواصل الاجتماعي، تاريخ الاطلاع: 2023/12/20، علي الرابط: <https://ae.linkedin.com/pulse/>
- (60) Abdelsalam, H. M., Reddick, C. G., Gamal, S., & Al-shaar, A. (2013). Social media in Egyptian government Website: Presence, usage, and effectiveness. *Government information Quarterly*, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.020>
- (٦١) محمد أحمد هلسه، حسين عبد القادر (٢٠١٥)، قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، *مجلة جامعة القدس المفتوحة للدراسات والأبحاث*، المجلد ١، العدد ٣٥.
- (٦٢) مها مدحت محمد (٢٠١٩)، المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الالكترونية وانعكاسها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.
- (٦٣) دخيلي خالد (٢٠٢٢)، دور إدارة العلاقة مع الزبون الإلكترونية في كسب رضا الزبائن : دراسة حالة بعض البنوك بسطيف، *مجلة الاقتصاد والتنمية*، المجلد ٥، العدد ٢.
- (٦٤) سناء مرزوق محمد (٢٠١٧)، دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الالكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية.
- (٦٥) سري إبراهيم، سلوي عبدالله، الحمودي (٢٠١٩)، تقييم تطبيق الخدمات الحكومية الالكترونية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين منها، *المجلة العربية للإدارة*، المجلد ٣٩، العدد ٤.
- (٦٦) عباس رشيد كعده (٢٠٢٣)، جودة الخدمات الحكومية الالكترونية و دورها في تحقيق رضا العملاء، *مجلة البحث للأبحاث العلمية*، المجلد ٤٥، العدد ٦.
- (*) السادة المحكمون وفق الترتيب الأبجدي:
- أ.د. داليا عبد الله الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة
- د. علياء سامي الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة
- د. إيمان أسامة الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة
- د. جيهان البيطار المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة
- د. إيمان عبد التواب المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة
- د. فتحية صبري المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة