

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ = ٢,٠١
دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة العاشرة - العدد السابع والثلاثون - يناير/مارس ٢٠٢٢ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- كيف استخدم داعش وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أفكاره المتطرفة؟: دراسة تحليلية
د. بندر جابر يحيى دوشي (جامعة ساوثرن ميسيسيبي) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- تأثير العوامل الشخصية والمهنية والاجتماعية في الاحتراق الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في سلطنة عمان
أ.د. عبد الله خميس الكندي (جامعة السلطان قابوس)
د. فائق بن لاغة (جامعة السلطان قابوس)
عزة اليعربي (جامعة السلطان قابوس) ... ص ١٣
- دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقا لرؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)
نسيم محمد محمود الشريف (جامعة أم القرى) ... ص ٣٥
- طبيعة معالجات موقعي جامعتي "العربية الأمريكية" و"خضوري" قبيل جائحة كورونا وأثنائها
د. محمود محمد مصطفى خلوف (الجامعة العربية الأمريكية)
ديما حسين شحادة عساف (الجامعة العربية الأمريكية) ... ص ٧١
- واقع أشكال المضمون الخدمي في المنصات الرقمية المصرية: دراسة تفويمية
د. فاطمة فايز عبده قطب (جامعة بني سويف)
د. أحمد شحاته عبد الفضيل (جامعة بني سويف) ... ص ١٠٥
- إدراك الشباب الجامعي السعودي لمخاطر محتملة من التسويق الإلكتروني للمنتجات الدوائية:
دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة أم القرى
د. هويدا محمد لطفي أحمد (جامعة أم القرى)
نادرة صالح سعيد باحمدان (جامعة أم القرى) ... ص ١٦١
- تقييم فعالية إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية (المستشفيات) الحكومية والخاصة في مواجهة جائحة كورونا
د. سعاد محمد مصطفى محمد الجوهري (معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال) ... ص ٢٢٣
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل
د. رلى عبد الرحمن صقر (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٢٨٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APR @

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعده التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

سيد أحمد شريف

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠\$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠\$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$, ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ستة وثلاثون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير = ٠.٩٦٥٥.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيبكان - معرفة).

وفي العدد السابع والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

■ ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة باللغة الإنجليزية بالعدد "السابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة ساوثرن ميسيسيبي، نجد بحثًا تحت عنوان: "كيف استخدم داعش وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أفكاره المتطرفة؟: دراسة تحليلية"، وهو مقدم من: د. بندر جابر يحيى دوشي، من السعودية.

ومن جامعة السلطان قابوس، قدّم كل من: أ.د. عبد الله خميس الكندي من سلطنة عمان، د. فاتن بن لاغة من تونس، عزة اليعربي من سلطنة عمان بحثاً مشتركاً بعنوان: "تأثير العوامل الشخصية والمهنية والاجتماعية في الاحتراق الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في سلطنة عمان".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، نسيم محمد محمود الشريف من السعودية، دراسة مشتركة بعنوان: "دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية".

ومن الجامعة العربية الأمريكية، قدّم كل من: د. محمود محمد مصطفى خلوف، من فلسطين، ديماسين شحادة عساف من فلسطين، دراسة مشتركة بعنوان: "طبيعة معالجات موقعي جامعتي العربية الأمريكية" و"خضوري" قبيل جائحة كورونا وأثائها".

ومن جامعة بني سويف قدّمت د. فاطمة فايز عبده قطب، من مصر، ود. أحمد شحاتة عبد الفضيل من مصر، دراسة تقييمية مشتركة بعنوان: "واقع أشكال المضمون الخدمي في المنصات الرقمية المصرية".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: د. هويدا محمد لطفي أحمد، من مصر، نادرة صالح سعيد باحمدان، من السعودية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة أم القرى بعنوان: "إدراك الشباب الجامعي السعودي لمخاطر محتملة من التسويق الإلكتروني للمنتجات الدوائية".

أما د. سعاد محمد مصطفى الجوهري، من معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، من مصر، قدّمت بحثاً بعنوان: "تقييم فعالية إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية (المستشفيات) الحكومية والخاصة في مواجهة جائحة كورونا".

وأخيراً من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، قدّمت د. رلى عبد الرحمن صقر، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل". وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل

إعداد

د. رلى عبد الرحمن صقر (*)

(*) مدرس بقسم العلاقات العامة في كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل

د. رلى عبد الرحمن صقر

rulasakr@yahoo.com

جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

المخلص:

عُنَى هذا البحث بدراسة دور التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري، بأزمة مياه النيل، بهدف الوقوف على الوسائل والطرق التي اتبعتها الحكومة المصرية في إدارة ملف هذه الأزمة، من خلال الاستعانة بالمنهج الوصفي، والاعتماد على المنهج المسحي، مع استخدام استمارة تحليل مضمون كأداة، لمعرفة مدى تطبيق وزارتي: الموارد المائية والري، والبيئة والجمعيات الأهلية، محل الدراسة، لنظرية التواصل الحوارية على المواقع الإلكترونية، وصفحات التواصل الاجتماعي، للتعرف على ردود أفعال الجمهور المصري تجاه هذه الأزمة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلام الحديثة، وبين اهتمام الجمهور بمتابعة قضية أزمة مياه النيل.

الكلمات المفتاحية: التواصل الاجتماعي - نوعية الجمهور - أزمة مياه النيل - وسائل الإعلام الحديثة.

المقدمة:

إن ظهور شبكة الإنترنت، وانتشار استخدامها كمصدر للمعلومات قد أدى إلى صعوبة التحكم في تدفق المعلومات، وبدأ البعض ينظر إليها كبديل قوي عن وسائل الإعلام التقليدي؛ نظراً لما أحدثته من ثورة معرفية وثقافية مهمة، وقدرتها على تجاوز حدود المكان والزمان، بالإضافة إلى رخص التكلفة، والجمع بين النص، وبين الصوت، والصورة، والفيديو، وقدرتها على تخزين البيانات، وسهولة استرجاعها، فحرصت معظم المنظمات الحكومية والمدنية على إنشاء مواقع إلكترونية لها على الشبكة، واعتمدت عليها؛ بوصفها وسائل حديثة يمكن استخدامها للتفاعل مع الجمهور المستهدف، وتوظف هذه المنظمات الموقع الإلكتروني، بوصفه وسيلة سريعة ومتكاملة، للوصول إلى الجمهور في أثناء الأزمات، وخروجها من نطاقها المحلي معتمدة على قدرات هذه الوسيلة في التفاعل المباشر، ونقل الرسائل السريعة، وتقديم المضمون، عبر وسائط متعددة تتكامل فيما بينهما. (أحمد فاروق، ٢٠١٢م، ١٥٩)

مما يجعلها مصدراً مهماً للمعلومات التي تلعب بعداً أساسياً في تشكيل الاتجاهات، والوعي، والتوعية، والإقناع، وتؤثر على إدراك الفرد لما حوله. وبالتالي، أتاح الإنترنت الفرصة للمنظمة؛ لكي تدير

قضاياها وأزماتها، مما جعل ممارسة العلاقات العامة لا تتحصر على جمهور محدد، فمن خلالها يمكن استهداف جمهور واسع وفي كل مكان، وفي كل وقت وزمان.

وتعتبر المواقع الإلكترونية من بين أهم الخدمات التي وفرها الإنترنت؛ لممارسة العلاقات العامة، إذ تعتبر الخدمات والمزايا التي توفرها من بين أفضل الخدمات التي جاءت بها شبكة الإنترنت، حتى أصبحت مواقع المنظمات والهيئات من بين أهم منابر الاتصال، فبمجرد الولوج أو فتح المواقع تبث رسائل المنظمات والمؤسسات وخاصة في إدارة الأزمات ومواقع التواصل الاجتماعي، مما يساعد المؤسسة في التغلب على الأزمة التي تمر بها أياً كان الشكل الذي تأخذه والخروج من هذه الأزمة ببعض المصادقية. (فيليب هينلوا، ٢٠٠٧م، ٩٩)

ومن أهم الأزمات التي شغلت الرأي العام المصري أزمة مياه نهر النيل، حيث واجهت الحكومة مشكلة تقسيم المياه من قبل دول المنبع وإعادة توزيع الأنصبة المائية بين جميع الدول النيلية، وعدم استئثار دولتي المصب والمجرى بالإيراد المائي لنهر النيل. ومن ثم طرحت تلك الدول معايير معينة ترى أنها الأولى بالاتباع عند تقاسم مياه النيل. وفي المقابل ترفض مصر والسودان مسألة إعادة توزيع مياه النيل، وتطرحان بدورهما عدداً من المعايير الأولى بالاتباع عند تقاسم مياه حوض النيل. (جوزيف رامز، ٢٠١٢م، ١١-١٣)

وقد تطلبت هذه الأزمة التفاعل والعمل على توعية الجمهور المصري بأبعاد تلك الأزمة داخلياً وخارجياً، وبخاصة أن وسائل الإعلام الحديثة منها تناولتها ولا تزال تتناولها طالما لم تحل حتى الآن. ونتيجة لما سبق فقد ظهرت الحاجة إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة للتغيير الكبير الذي طرأ في المجتمعات الحديثة في شكلها وتكوينها وطبيعتها سواءً على الصعيد السياسي أم الاقتصادي أم الاجتماعي أم غيرها في إدارة الأزمات من خلالها. كما أن تطور دور الدول التي زادت احتياجاتها ومشاكلها وتحدياتها أمام أجهزتها التنفيذية وارتفاع احتياجات المواطنين تضاعف معها أعداد الوزارات، وتضاعف معها أعداد العاملين بها مما استدعى ضرورة الاهتمام بالعلاقات الجيدة مع الجماهير وإنشاء وحدات قادرة على توظيف التكنولوجيا الحديثة في بناء جسور الثقة بين الأجهزة الحكومية وبين الجماهير.

وقد أدى زيادة التطور التكنولوجي إلى اعتماد المؤسسات الحكومية على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتخاطب جمهورها الذي بات مستخدماً للوسائل التكنولوجية في الحصول على المعلومات، والجدير بالذكر أن الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي قد سار على معرفة رد فعل الجمهور بشكل فوري من خلال التعليقات التي تكتب على الموضوعات المنشورة عليها، (Bradley C, et, al, 2012) والتي تتنوع ما بين نصوص أو صور أو فيديو أو لينكات، مما يدل على الاستجابات النصية في حين أن القائمين على الصفحات يعتمدون على النص والصورة معاً للنشر في ما يقرب من ثلاثة أرباع المحتوى المعلوماتي لهم. (محمد عبدالله، ٢٠١٦م، ٦٩)

فبعد أن كان التلفزيون، وفي وقت سابق، هو عماد الشاشة الإعلامية صار الآن أسلوباً إعلامياً تقليدياً يشاركه الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في جذب انتباه الجمهور.

أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيار موضوع البحث الحالي مادة للدراسة والبحث اختياراً عشوائياً، وإنما وجدت أسباب عدة وقفت وراء هذا الاختيار منها:

١. انصراف غالبية الباحثين والدارسين لأزمة سد النهضة ومياه نهر النيل إلى دراسته بصورة عامة يغلب عليها الطابع التصويري للآثار الناجمة عن هذا السد اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.
٢. إن موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة في تعريف الجمهور المصري وتوعيتهم بهذه الأزمة لم ينل، على الرغم من أهميته عناية مستقلة من قبل الباحثين والدارسين مما يجعله مادة خصبة لدراسة أثر هذه المواقع على آراء الجمهور، ومدى معرفتهم بأبعاد هذه الأزمة.
٣. الرغبة الشخصية في الكشف عن وجود تنسيق بين الجهات المعنية بإدارة ملف أزمة مياه النيل، يكشف عن كيفية إدارتها لها، ورأى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الكيفية التي يدار بها هذا الملف؛ لتضحى الرؤية الجماهيرية لهذا الملف أكثر عمقاً وأوسع معرفة.

مشكلة البحث:

لقد أثر الإنترنت، وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي، بشكل كبير على التعامل مع الأزمات، من حيث السرعة في نقل المعلومات، والبيانات، والصور، والملفات، والفيديوهات، التي تبث عن الأزمات وتداولها، فضلاً عن صحة هذه البيانات أو دقتها التي قد يتولد عنها ردود أفعال مؤثرة وغير مرغوب فيها، لحل هذه الأزمات التي قد تدفع المسؤولين اتخاذ قرارات فورية غير مدروسة لتهدئة الرأي العام. (أمجد السيد، ٢٠١٥م، ٣٦)

ويمكن القول: إن إدراك المؤسسات الحومية والخاصة لدور مواقع التواصل الاجتماعي وقيامهم بتوظيف هذه الوسائل؛ لخدمة القضايا، وتقديم معلومات عنها، يرفع وعي المجتمع، وبخاصة أن الأزمة الحالية ترهق القادة في مصر في التعامل مع أزمة مياه النيل لتعمد إثيوبيا إقامة السدود دون المراعاة لحق دول حوض النيل، وبالتالي سوف يؤدي إلى الكثير من المشاكل الناتجة عن نقص المياه بجمهورية مصر العربية، وهو ما يمثل المشكلة الرئيسة للبحث الحالي، والمتمثلة في الإجابة على التساؤل الرئيسي وهو: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري لأزمة مياه النيل؟ وكيف يتم توظيفها في توعية الجمهور بكيفية إدارة الحكومة لملف هذه الأزمة والكشف عن تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية؛ وغير الحكومية؛ لتلبية احتياجات الجمهور المعرفية بالأزمة.

أهمية البحث:

تهتم هذه الدراسة بالتعرف على أوجه الأنشطة، والجهود الاتصالية والخطط والبرامج التي تضعها الأجهزة الحكومية، وأطراف المجتمع المدني المعنية والمهتمة بإدارة أزمة مياه النيل؛ لترشيد سلوك الجمهور نحو تلك المشكلة المهمة، وبناء وعيهم القومي إزاء تلك الأزمة عبر الإنترنت والمواقع الإلكترونية والصفحات الاجتماعية، (شبكات التواصل الاجتماعي) وتحديد نقاط القوة والضعف في أنشطتهم الاتصالية مع الجمهور المصري، وكذلك المساهمة في التعرف على وجهة نظر الجمهور في أهمية وجود صفحات للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساهم في إتاحة أكبر كم من المعلومات عبرها، وبشكل جاذب للجمهور، محققاً أعلى تفاعل مع الجمهور ومؤثراً فيه بتشكيل صور إيجابية عن أداء هذه المنظمات إلى جانب تحديد آليات النشر الإلكتروني واستراتيجياتهم، وتأثيراته على الجمهور.

وتسعى الدراسة إلى أن تكون إضافة للتراث العلمي، فيما يتعلق بالدراسات العربية التي أجريت عن تأثيرات مواقع الشبكات الاجتماعية مثل Facebook , Twitter في وعي الجمهور تجاه الأزمات، وهو ما يمثل إضافة في الاتجاه البحثي المتعلق بدراسة أبعاد تنامي ظاهرة الإعلام الجديد، وتأثير التقدم التكنولوجي لها على تحقيق التفاعل بينها وبين الجمهور المصري، وبخاصة بعد طرح العديد من المفاهيم الجديدة في مجال الاتصال، كالوسائط الرقمية والمجتمع الرقمي والتشبيك الاجتماعي الذي يعد أهم مظاهر المجتمع المعلوماتي؛ حيث ساهم في خلق مساحات للتفاعل الإنساني وحركته. (رامي عبود، ٢٠١٣م، ٢٠)

وبالتالي ستسهم الدراسة في التعرف على حرص القائمين بالاتصال عامة سواءً في المنظمات الحكومية أم غير الحكومية على توظيف الأنشطة الاتصالية الإلكترونية لطرح المضامين المرتبطة بأزمة مياه النيل، والتي تعد من القضايا المجتمعية الحيوية المهمة، وخلق حالة من الحوار المجتمعي حولها، بما تنثيره من قضايا فرعية مرتبطة بها وتناول أبعادها وجوانبها ومظاهرها المختلفة.

كما تعد أزمة سد النهضة أو مياه النيل من متطلبات الأمن القومي المصري؛ لأن استمرار أزمة السد، دون حل سيزترتب عليه آثار سلبية تتجاوز الأطراف المباشرة، لتشكل أبعاداً أمنية إنسانية وبيئية وتقرض على المجتمع الدولي والمؤسسات المعنية تحمل مسؤولياتها؛ لأنها قضية حيوية تمس احتياجات المواطن الأساسية بشكل مباشر، مما يترتب عليه ضرورة اهتمام المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بالأزمة، وتبويب الأنشطة الاتصالية لتوعية الجمهور بها، وكذلك تعريفه وإخباره بالخطوات والإجراءات التي تتخذها الدولة لحل الأزمات.

وتؤكد الدراسة على مبدأ أحقية المواطن في الحصول على المعلومات، وبخاصة أن المواطن في ظل التطورات التكنولوجية الحالية، لم يعد متلقياً سلبياً بل صار نشيطاً ومتفاعلاً مع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، بل صار صانعاً للمعلومة في بعض الأوقات والأزمات. لذا، اقترح عدد من الباحثين

تسمية المستقبل لمضمون الوسيلة بأنه: القارئ النشط لمضمون وسائل الإعلام بدلاً من مصطلح الجمهور، (أحمد بن راشد، ٢٠٠٨م، ٣٧)، أو صانع المعلومات News marker (فضل جلال، ٢٠١١م، ١٤٨) حيث ساعدت خاصية التفاعلية التي يتسم بها الإنترنت على خلق نوع جديد من النشر يطلق عليه النشر القائم على المشاركة Participatory Publishing (Michael, 1997)، بحيث أصبح المتلقي مساهماً في المحتوى جنباً إلى جنب ومؤثراً فيه مع القائمين على الاتصال، كما يمكن القول: إن هذه المواقع الاجتماعية تعد ساحة لطرح الآراء وتكوين مجتمعات غير الإنترنت ذات خصوصية مشتركة، حيث نجد على سبيل المثال جماعات سياسية أو اقتصادية فاعلة وأخرى ناشطة في مجال الثقافة أو البيئة أو الفن أو الدين وغيرها. (نجلاء عبد الحميد، ٢٠١١م، ٥٠)

أهداف البحث:

يتمحور الهدف الرئيس للبحث الحالي للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريف الجمهور المصري بأزمة مياه نهر النيل، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:

١. تقييم درجة تفاعلية المنظمات محل الدراسة مع فئات الجماهير المستهدفة الأساسية، من خلال استخدام الأساليب المختلفة للأنشطة الاتصالية للمنظمات في إدارتها للأزمات.
٢. التعرف على مدى استفادة المنظمات محل الدراسة من إمكانية تكنولوجيا الاتصال الحديث وتحديد أكثر الوسائل التفاعلية استخداماً في اتصالات الأزمة.
٣. تحديد المميزات الاتصالية لوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمنظمات محل الدراسة لتوعية الجمهور المصري بكيفية إدارة أزمة مياه نهر النيل.

منهج البحث:

لقد اتخذت الباحثة نهجاً وطريقة بحثية لتحقيق أهداف البحث من خلال الاستعانة بالمنهج الوصفي باعتباره أكثر الطرائق البحثية ملاءمة مع دراسة الظواهر الاجتماعية. (عبد الله الشريف، ١٩٩٦م) ومن بينها: دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على تنمية الوعي لدى الجمهور، من خلال جمع المعلومات حقيقية ومفصلة عنها. كما اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي؛ بهدف الوصول إلى بيانات حول موضوع البحث، وتفسيرها وتحليلها وتعميمها؛ للاستفادة منها في المستقبل (عبد الباسط حسن، ١٩٩٨م).

الدراسات السابقة:

تسترشد الباحثة ببعض الدراسات السابقة التي تفتح لها الطريق؛ لمعالجة مشكلات الدراسة الحالية وأهدافها، واستقراء أهم النتائج التي توصل إليها الباحثون؛ للاستفادة منها في فهم ما ستتوصل إليه من

نتائج وتفسيرها، حيث ألفت العديد من الدراسات السابقة الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في الوقت الراهن، في طرح العديد من القضايا والأزمات. وهناك العديد من الدراسات العربية التي أكدت على إيجابية استخدام الحكومة الإلكترونية، مما يسهل على الجمهور الكثير من العناء، وبخاصة في البحث عن معلومات صحيحة؛ لكونها تعبر عن مواكبة الدول للتطورات التكنولوجية المعاصرة، ولها تأثير واضح على اتجاهات الشباب نحو القضايا القومية كدراسة (رباب أسامة، ٢٠٢٠م) ودراسة (داليا صلاح، ٢٠١٨م) ودار مضمونها حول المواقع الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المصرية الخارجية.

وتتمثل مشكلة هاتين الدراستين في فاعلية المراهقين في استخدام المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، باعتبارها إحدى محددات الثقافة السياسية في تشكيل اتجاهات المراهقين، من خلال استخدام الإعلام الإلكتروني وتعرضهم للمواقع الإخبارية العربية والأجنبية.

وأوضحت كلٌّ من دراسة (علي بن سهيل، ٢٠١٦م) ودراسة (منهل عدنان، ٢٠١٦م) أن المواقع الحكومية تعد أهم مصادر المعلومات الرسمية بالدولة، أما دراسة (عبد المنعم صالح، ٢٠١٥م) فقد أشارت إلى أن الخدمات في المواقع الحكومية اللببية يغلب عليها طابع تقديم المعلومات بدلاً عن تقديم الخدمة آلياً. أما بخصوص التجربة المصرية، فقد أوضحت دراسة (محمد مجدي، ٢٠١٥م) مدى توافر مقومات تطبيق الحكومة الإلكترونية في محافظة الشرقية في المراكز التكنولوجية بدرجة مرضية، وليست بالدرجة التي ينبغي أن يكون عليها وضع هذه المراكز بعد سنوات عدة من العمل. كما أضافت دراسة (ميرفت عبد الحميد، ٢٠١٧م) حتمية تفعيل عملية الإتاحة الإلكترونية عبر المواقع الإلكترونية بصورة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصورة خاصة، وأشارت دراسة (معصم بلال، ٢٠١٦م) إلى وجود ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة، وبين تحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي، أي كلما استخدمت المؤسسات الحكومية وسائل الاتصال الحديثة، استطاعت تحقيق حواري مع جمهورها الخارجي، أما دراسة (سارة محمد، ٢٠١٥م) أكدت على أن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني يؤثر على رضا العميل عن الموقع وانعكاساته على ولاءه والتوصية الإلكترونية بالمنتج بين العملاء. E-Wom.

وبالاطلاع على نتائج الدراسة مؤخراً، تبين أن الإنترنت أصبح من أهم مصادر المعلومات لدى الأفراد في معظم دول العالم (إياد حكمت ، ٢٠١٠م)، وله تأثير على أنماط التفكير والأذواق وأساليب الحياة والقيم والسلوكيات بل يمكن القول: إن الإنترنت يشكل حالياً ما يسمى بالثقافة الاجتماعية والتي أصبحت قادرة على صناعة ثقافة أخرى قائمة بذاتها (Rhingold , H , 1999 , p 94) وهو ما أكد دراسة (محمد المنصور، ٢٠١٢م) على وجود تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وأنه بحيث لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها؛ لما توفره من أخبار وتغطية. في حين أشارت دراسة (Raine.C 2008) إلى أن المستخدمين لا يسعون دائماً للحصول على المعلومات السياسية من

Facebook وأن ثقة المشاركين في الشبكات الاجتماعية ليس كافياً للاعتماد عليها كمصدر أخبار، إلا أن المستخدمين يحصلون على معلومات سياسية بالرغم من عدم سعيهم للبحث عنها، وقد أشارت دراسة (بندر الحارثي، ٢٠١٤م) إلى أن استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل حل المشكلات الاجتماعية أصبح وضعاً قائماً.

ومن خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة يتضح أنها أشارت إلى الدور الحيوي والمهم الذي يؤديه الإعلام التقليدي، وكذلك الإعلام الجديد في تناول قضايا المجتمع بصفة عامة والتعريف بالخدمات التي تمس احتياجاته على اختلاف مجالاتها والتوعية بأزماته المجتمعية التي يواجهها.

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة من خلال الاطلاع على نتائجها والتي سوف يتم مقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية، بالإضافة إلى استفادتها منها في الإطار النظري واختيار المشكلة البحثية وصياغة الفروض والأهداف والمناهج.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تناولها لأزمة مياه نهر النيل ومعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي بالمؤسسات المصرية في تعريف الجمهور بكيفية إدارة الحكومة لأزمة مياه النيل.

الإطار النظري: نظرية الاتصال الحوارية الإلكترونية:

تعود هذه النظرية إلى الباحثين كينت (Kent) وتاييلور (Taylor) حيث قدما النظرية في عام ١٩٩٨م، عبر دورية (Lubric relation review) والتي تعد تطوراً للنموذج الرابع (الاتصال الثنائي) من نماذج جورج (وانيس ٢٠١٤م) حيث تم اختبارها على المواقع الإلكترونية للمنظمات الخاصة، وأن هدف النظرية هو تسهيل بناء العلاقات بين المنظمات وبين جماهيرها من خلال الإنترنت. وقد حدد خمسة مبادئ للتكامل الناجح بين العلاقات العامة الحوارية وبين شبكة الإنترنت والتي تساعد ممارسي الاتصال في بناء علاقات حوارية مع الجمهور عبر الإنترنت (Russell , 2008)، وتتمثل هذه المبادئ في الآتي:

المبدأ الأول: تقديم معلومات مفيدة للجمهور:

ويعني هذا المبدأ أن يقدم الموقع معلومات ذات قيمة عامة لكل الجماهير؛ حيث أن الجماهير أصبحت تعيد زيارتها للموقع؛ من أجل الحصول على معلومات مفيدة وصادقة، لذا ينبغي على القائمين بأمر الموقع تزويد زوار الموقع بالمعلومات الآتية: عنوان التواصل وأرقام الهواتف وعنون البريد الإلكتروني لأعضاء المنظمة وخبرائها الخارجيين، وتوضيح كيف تتم عملية إنتاج السلع والخدمات المقدمة وقائمة بالمكونات الرئيسية في صناعة المنتجات، وشرح هذه المكونات وتوضيح آثارها وقد قسم (Kentetal , 2003) هذه المعلومات إلى عنصرين هما:

١. المعلومات المفيدة لوسائل الإعلام Usefulness To Media

وذلك بأن يقدم الموقع المعلومات الخاصة بالتقارير الصحفية والخطب، وبيانات عن هوية أعضاء الموقع وقابلية تحميل الصور والرسومات من خلاله، واحتواء الموقع على المؤثرات السمعية والبصرية والمواقف المحددة الواضحة.

٢. المنفعة المفيدة للمتطوعين: Usefulness To Volunteers

وذلك من خلال إبراز شعار المنظمة ورسالتها ورؤيتها بوضوح وتقديم معلومات عن كيفية الانضمام والعضوية بالويب وقد أضاف (Alivizos et , AL, 2009) خصائص أخرى لضمان جودة معلومات الموقع تمثلت في الآتي:

- **تعدد لغات الموقع:** مع مراعاة تقديم الموقع باللهجة المحلية لبلد الموقع وتجنب الإشارات والرموز المشتركة بين أكثر من لغة؛ لتجنب أي سوء فهم.
- **مصادقية المعلومات:** واتسامها بالدقة والموضوعية، وصحتها اللغوية من حيث البناء اللفظي والنحوي للعبارات.
- **الشفافية:** وذلك من خلال تضمين الهدف من الموقع ولأئحته وتاريخ آخر تحديث للمعلومات. وقد أكد (Alivizos) أيضاً أن أحد عناصر جودة المعلومات في مواقع الأحداث الخاصة تتبع من تنوع أحداثها وفعاليتها المسوقة والمقدمة من خلالها من: (مؤتمرات، معارض، مهرجانات، ندوات، ...إلخ) مع تنوع نشاط هذه الأحداث ومضمونها؛ وذلك لضمان ملاءمة الموقع للفئات الجماهيرية المختلفة من زوار ومنظمين.

المبدأ الثاني: سهولة استخدام الموقع والتفاعل من خلاله:

لابد أن يجد زوار المواقع سهولة في الحركة داخل الموقع والحصول على المعلومات التي يبحثون عنها، فسهولة استخدام الموقع شرط للحوار مع المنظمة عبر الويب، فإذا لم يجد الزائر أن الموقع سهل في استخدامه، فقد يكون خبرة سلبية، وربما لا يعود مرة أخرى لزيارته. وتعتبر الصفحة الأولى أهم صفحات الموقع؛ حيث تعطي الانطباع الأول لدى زوارها الذين يمكنهم من خلالها الانطلاق لبقية الصفحات، لذا يجب أن تتسم بسهولة وديناميكية الاستخدام مما يعكس احترام الزوار لموقع الويب.

وقد ذكر كل من kent (White, taylor, 2003) أن الصفحة الافتتاحية يجب أن تتضمن: (خريطة الموقع، روابط الانتقال للصفحات الأخرى، صندوق محركات بحث، صندوق بمحتويات الموقع).

كما أكد (Kentetal , 2003) على ضرورة تقليل الصور والرسومات؛ لتسهيل عملية التحميل وسرعة التنقل عبر الصفحات، فضلاً عن تنظيم محتوى الموقع وتنسيق أجزائه كأحد معايير سهولة استخدام الموقع بالإضافة إلى جاهزيته التشغيلية التي تمكن جميع المتصفحين من

الاستفادة من جميع تطبيقات الموقع وروابطه دون تعطيل حتى مع زيادة أعدادهم واختلاف نسختهم الإلكترونية وأسلوب تصفحهم.

وأضافت دراسات كل من (أمل فوزي، ٢٠٠٦م) و(Rshim , 2010) بعض الخصائص الأخرى للموقع التي تسهل استخدامه وهي:

١. تحديد الروابط الرئيسية لأجزاء الموقع المختلفة بوضوح في صفحته الافتتاحية.
٢. إنتاج خرائط واضحة لصور الموقع.
٣. مرونة الموقع وقابليته للتعديل في نصوصه ومحتواه.
٤. تقليل مدة التحميل من وإلى الموقع Download and Upload .
٥. سهولة استخدام روابط الموقع وبساطة الدخول والخروج من وإلى الويب.
٦. سهولة إجراء المعاملات الإلكترونية المختلفة من خلاله كالتباعة وإرسال التعليقات ورسائل البريد الإلكتروني والحجز والتسجيل في الأحداث والفعاليات المختلفة.
٧. شهرة الموقع والاعتراف به من قبل المواقع الأخرى وسرعة الوصول إليه عبر متصفحات الإنترنت المختلفة.
٨. الأمن وسرية المعلومات تضمين نظام تشفير آمن عند الحاجة لإرسال معلومات خارج الموقع وحماية حقوق النشر لصاحب الموقع والناشرين فيه.

المبدأ الثالث: الحفاظ على زوار الموقع:

- رأى (Kentetal , 2003) أن خصائص الويب ليحافظ على زواره تتمثل في النقاط الآتية:
١. وضع المعلومات المهمة في الصفحة الأولى مع عرض المعلومات عالية الطلب وكذلك الأخبار التي تهم المتصفح والمنشورة في ثلاثين يوماً.
 ٢. تضمين الويب بوصلات للموقع ذات الصلة.
- وأضاف (Kent) أن الموقع كي يحتفظ بزواره ينبغي أن يخلق لديهم جواً من المتعة والإثارة والتشويق وكسر الملل من خلال عناصره الإبداعية وأدواته التفاعلية ذات التصميم المبتكر، وهي الأدوات التي تجذب المتصفح وتبقيه لأطول فترة ممكنة على صفحاته وروابطه وذلك من خلال تضمين الويب بالعناصر الآتية:

- احتواء المواقع على الخدمات المتنوعة التي تجذب المستخدمين، ومن هذه الخدمات: (الآلة الحاسبة، فرص التوظيف، أحوال الطقس ودرجات الحرارة والساعة الزمنية في الدول المختلفة).
 - مراعاة المظهر الجمالي للموقع وجودة تصميمه مع تضمينه بالصور والرسوم الجذابة الثابتة والمتحركة بالإضافة إلى الوسائط الإعلامية ومؤثراتها السمعية والبصرية.
- وقد أشار (Jenny kate , 2003) إلى أن مواقع الأحداث الخاصة كي تحتفظ بزوارها يجب أن تحتوي على البرامج والتطبيقات التي تتيح لزوارها الاتصال المباشر بمكان عقد الحدث والمشاهدة

الحية لمراسمها وفعاليتها، مع إمكانية التسجيل الإلكتروني في الحدث، وتأكيد الاشتراك من خلالها، بالإضافة إلى تضمينها بروابط لمقاطع الفيديو وصور الحدث، كما يمكن تضمينها أيضاً بمحدد موقع المعلومات Uniform Resource Locator لتحميل المواد الإعلامية المطبوعة الخاصة بالحدث من كتيبات ومطويات وخلافه.

المبدأ الرابع: التشجيع على معاودة زيارة الويب Return Visit Encouragement

ذكر (Kentetal , 2003) أن المواقع كي يبني علاقات طويلة الأمد مع زواره ويشجعهم على تكرار زيارته، يجب أن يتضمن مجموعة من الخصائص الحوارية الآتية:

- التعرف على خصائص زوار الموقع ومعدلات زيارتهم وذلك باستخدام بحوث الرأي العام وتطوير قواعد بيانات الموقع وفقاً لتفضيلات الزوار.
- التحديث المستمر لزوار الموقع بالعروض الترويجية المختلفة كالخصومات التي تطرحها الشركات على الأجهزة الطبية.
- تضمين الويب بكل من: (دعوة صريحة على تكرار الزيارة، أخبار المنتديات، الردود والإجابة على الأسئلة المتكررة من الزوار، علامات التبويب والتوثيق المناسبة، وجدول زمني للأحداث المهمة في المجتمع).

المبدأ الخامس: إقامة علاقات حوارية مع الموقع

يقوم هذا المبدأ على رجع الصدى وإعطاء المستخدم حرية توجيه أسئلته للمنظمة والرد عليها وقد حدد (Kentetal , 2003) خصائص هذا المبدأ في العناصر الآتية:

- تخصيص رابط لتلقي استفسارات المستخدم والرد عليها في وقت قصير.
- توفير مختلف بيانات الاتصال بموظفي العلاقات العامة بالموقع من: (تليفون أرضي، فاكس، جوال، بريد إلكتروني، صندوق بريد، عناوين مباشرة للوزارة التي يتبع لها الموقع وإدارتها بالمناطق).
- إعطاء الزائر فرصة للتصويت والتعبير عن آرائه تجاه القضايا المختلفة من خلال الاستقصاءات ومسوح الرأي الإلكترونية مع أخذ هذه الآراء موضع اعتبار لتحقيق أقصى معدلات الرضا لدى زوار الموقع.
- وقد اضاف (Prakash , et ,2010) قنوات اتصالية أخرى من شأنها تدعيم التفاعل بين الموقع وبين زواره، والمتمثلة في إتاحة فرصة الدردشة وخلق نوافذ حوارية ومناقشات حول موضوع الحدث وفقرات عبر صفحات التواصل الاجتماعي للموقع يمكن من خلالها ربط كل هواة زيارة الأحداث والقائمين على هذه الصناعة في شبكة اجتماعية واحدة تسمح بالتفاعل والحوار وإقامة علاقات وقت الأزمات (Prakash , et al 2010 , p6).

الاستفادة من مبادئفاعلية المواقع الإلكترونية للمنظمات:

من خلال الاطلاع على التراث النظري لنظرية الاتصال الحواري والتفاعل الإلكتروني عبر الإنترنت، الأمر الذي يؤدي إلى التوصل لمجموعة مبادئ يمكن توظيفها في قياس قدرة المواقع الإلكترونية المتخصصة في المجال الاتصالي عبر الإنترنت بهدف تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قدرة المنظمة على تقديم أنماط معارفها ونقل رسائلها الإعلامية وتوصيلها ومن ثم جذب الزوار لموقعها الإلكتروني.

الدراسة التحليلية:

تعتبر قضية الهوية الاتصالية التعريفية التي تميز المؤسسة عن غيرها من القضايا الحيوية التي تثير اهتماماً كبيراً بين المتخصصين في مجال النشر الإلكتروني، وكذلك اهتمام المؤسسات الحكومية والخاصة والمدنية وغيرها، حيث نتج عن المؤسسات الحكومية في السنوات العشر الأخيرة إلى تنوع خدماتها الإلكترونية للمواطن المصري لتوفر عليه الكثير من الوقت والجهد ولكن هذه المؤسسات الحكومية لاتزال ينقصها تحقيق التقدم الملموس والحقيقي في التواصل الصحيح مع الجمهور المصري المستهدف من خدماتها، وذلك نظراً لعدم تنوع آلياتها الاتصالية وأنشطتها والتسويق لهذه الآليات التي تعتبر المنبر الرئيسي لتعريف الجمهور بالخدمات الحكومية وتوضيح مميزات وأماكن حصول المواطن عليها، إلى جانب التعريف المعلوماتي بأنشطتها وأخبارها وفعاليتها.

ومع تزايد أهمية المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية والمدنية تعمل على توزيع آلياتها الاتصالية وربط موقعها الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأجل التحديث والتطوير وتفعيل الاستخدام وسرعة الانتشار، وهو الأمر الذي يحتم على هذه المؤسسات أن يكون هناك انسجام وترابط بين صفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني لها من حيث خلق هوية اتصالية تعريفية تسويقية واحدة للمؤسسة، كما لا بد أن تحرص هذه المواقع على أن تتضمن زوايا تفاعلية ويسهل استخدامها من قبل الجمهور ومع ضرورة التحقق من دقة المعلومات المنشورة.

في إطار التكامل البحثي المنهجي يأتي تحليل المحتوى الكيفي - كأحد أبرز أساليب أو أدوات جمع البيانات والمعلومات المستخدمة في بحوث الإعلام، وبناءً على هدف الدراسة وهو دراسة الأنشطة الاتصالية الخاصة بالتعريف بأزمة مياه نهر النيل، تم تحديد الجهات الحكومية والمدنية المعنية بالقضية محل الدراسة، والمتمثلة في وزارتي الموارد المائية والري وكذلك البيئة المعنيتين بالقضية، إلى جانب عدد من المؤسسات المدنية وقد تم اختيار مؤسستين للدراسة، وهما: جمعية صوت النيل وجمعية شباب يحب مصر، وتحليل مواقعهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وصفحاتهم لمدة ثلاثة شهور كاملة تحليلياً كفيئاً خلال عام ٢٠١٩م بداية من شهر أكتوبر ٢٠١٩م حتى شهر ديسمبر ٢٠١٩م، وكذلك تحديث البيانات

في عام ٢٠٢٠م بأحدث أرقام تفاعلات الجمهور مع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والتعديلات التي طرأت على المواقع الإلكترونية مثل إضافة وسائل تفاعلية جديدة من قبل وزارة البيئة وتحديثًا في شهر إبريل ٢٠٢٠م.

يضاف إلى ذلك التحليل الكيفي لصفحة (حافظ عليها تلاميذها) التي دشنتها وزارة الموارد المائية والري قسم الإعلام المائي في عام ٢٠١٨م على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديثًا صفحة الفيس بوك، وهاشتاج باسم الصفحة "#حافظ-عليها-تلاميذها)، وذلك بالتزامن مع الإعداد لانطلاق "أسبوع القاهرة للمياه" في عام ٢٠١٨م والذي انطلق تحت رعاية السيد رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي.

نتائج الدراسة التحليلية:

الجزء الأول: نبذة مختصرة عن الجهات الحكومية والمدنية عينة التحليل ومحل الدراسة:

أولاً: الجهات الحكومية:

وزارة البيئة: نشأتها: تم تكليف أول وزير متفرغ لشئون البيئة بمجلس الوزراء وذلك بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٧٥ لسنة ١٩٩٧م. ومنذ ذلك الحين ركزت الوزارة بالتعاون مع كافة شركاء التنمية على تحديد الرؤية البيئية والخطوط العريضة للسياسات البيئية، وكذلك برامج العمل ذات الأولوية في ضوء ما تشهده مصر من تغيرات اقتصادية واجتماعية وتحديات المرحلة الجديدة في طريق التنمية المتواصلة. وتجدر الإشارة إلى أن جهاز شئون البيئة برئاسة مجلس الوزراء قد أنشئ بموجب القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤م بشأن حماية البيئة؛ ليحل محل جهاز شئون البيئة السابق إنشائه بموجب القرار الجمهوري رقم ٦٣١ لسنة ١٩٨٢م. والذي كان يعد الجهاز التنفيذي للوزارة.

وبإنشاء صندوق حماية البيئة آلت المبالغ التي تخصصها الدولة في موازنتها؛ لدعم الصندوق والإعانة والهبات المقدمة من الهيئات الوطنية والأجنبية؛ لأغراض حماية البيئة والغرامات والتعويضات التي يحكم بها أو يتفق عليها عن الأضرار التي تصيب البيئة وكذلك موارد صندوق المحميات، وللصندوق شخصية اعتبارية ويتبع الوزير المختص بشئون البيئة وتخصص موارد الصندوق؛ للصرف منها في تحقيق أغراضه، ويقدم الجهاز حوافز للجهات والأفراد الذين يقومون بأعمال أو مشروعات لحماية البيئة.

الأهداف البيئية:

(١) الهدف الاستراتيجي: ويتمثل في إدخال البعد البيئي في جميع السياسات، والخطط،

والبرامج القومية وسلوكيات المجتمع.

(٢) الهدف متوسط المدى: ويتضمن حماية الموارد الطبيعية، والتنوع البيولوجي والتراث

الثقافي والتاريخي في إطار التنمية المتواصلة.

٣) الهدف قصير المدى: ويتمحور في خفض معدلات التلوث الحالية للحفاظ على الصحة العامة والارتقاء بنوعية الحياة.

الإطار العام للسياسة البيئية في مصر:

ما من شك في أن الاهتمام بالأبعاد البيئية قد تضاعف كثيراً في السنوات الأخيرة نتيجة أخطار الإسراف في استغلال الموارد الطبيعية. لذا تسعى الحكومة إلى حماية البيئة المصرية، وخفض معدلات التلوث، ورفع مستوى الوعي العام بالجوانب البيئية وذلك من خلال السياسات الآتية:

- ١) زيادة التوجه نحو التنمية الاقتصادية الخضراء الأقل اعتماداً على الكربون.
- ٢) دعم أنظمة الإدارة البيئية المتكاملة؛ لتوفير بيئة صحية للمواطنين.
- ٣) تفعيل سياسة التنمية المستدامة، وإدراج البعد البيئي في المشروعات التنموية والتوسع في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مجال البيئة.
- ٤) التصدي للأثار الضارة للتغيرات المناخية من خلال التنسيق مع الجهات المعنية.
- ٥) الحفاظ على الموارد الطبيعية، عبر تطوير البنية التحتية، وتنمية المحميات الطبيعية وتطويرها، والحفاظ على الثروات البحرية والبرية.
- ٦) الارتقاء بالسلوكيات البيئية للمجتمع، من خلال نشر الوعي البيئي بين الأفراد والمؤسسات.
- ٧) تبني سياسات مالية داخلية محفزة وداعمة للمنشآت الصديقة للبيئة، وتغليظ العقوبات الموقعة ضد الانتهاكات والممارسات البيئية الخاطئة.
- ٨) تفعيل النظام التشريعي البيئي وتطويره.
- ٩) تكامل العمل، وذلك من خلال التنسيق بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية المختلفة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
- ١٠) دعم لا مركزية الإدارة البيئية، وبناء قدرات الإدارات البيئية بالمحافظات.
- ١١) إدماج قضايا النوع الاجتماعي، وتفعيل دور المرأة والشباب في الخطط البيئية.

الروابط الإلكترونية لوزارة البيئة:

الموقع الإلكتروني: <http://www.eeaa.gov.eg/ar-eg/aspx>



شكل رقم (١) - موقع وزارة البيئة الرسمي الإلكتروني

٢- الروابط الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- الفيس بوك: <https://www.facebook.com/EGY.Environment>،

ويبلغ عدد متابعي الوزارة ٢٦٧.٢٣٥ متابع.



شكل رقم (٢) - صفحة وزارة البيئة الرسمي عبر موقع الفيس بوك

ب- تويتر: https://twitter.com/egy_environment، ويبلغ عدد متابعي

الصفحة ٢٩.١٠٠ متابع.



شكل رقم (٣) - صفحة وزارة البيئة الرسمي عبر موقع التويتر

ج) اليوتيوب: <https://www.youtube.com/user/EgyptEnvironment>، ويبلغ عدد متابعي

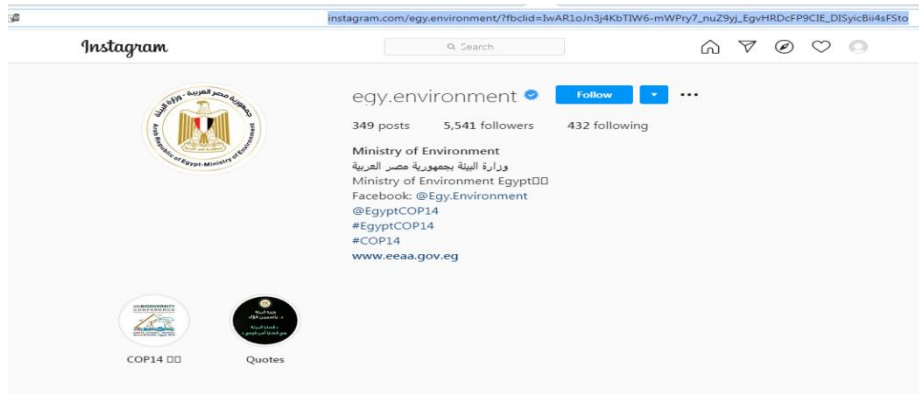
الصفحة ٤١٠٠ متابع.



شكل رقم (٤) - صفحة وزارة البيئة الرسمي عبر موقع اليوتيوب

د) الأنستجرام: <https://www.instagram.com/egy.environment/>

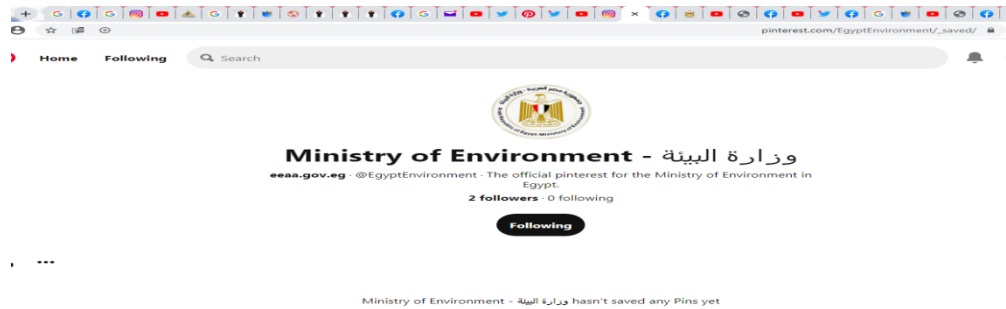
ويبلغ عدد متابعيها ٥٥٤١ متابع.



شكل رقم (٥) - صفحة وزارة البيئة الرسمي عبر موقع الأنستجرام

هـ) كما حرصت الوزارة على تفعيل أغلب مواقع التواصل الاجتماعي مع الجمهور، وذلك من خلال إضافة موقع جديد للتواصل.

[./https://www.pinterest.com/EgyptEnvironment/_saved](https://www.pinterest.com/EgyptEnvironment/_saved)



شكل رقم (٦) - صفحة وزارة البيئة الرسمي عبر موقع PINTEREST

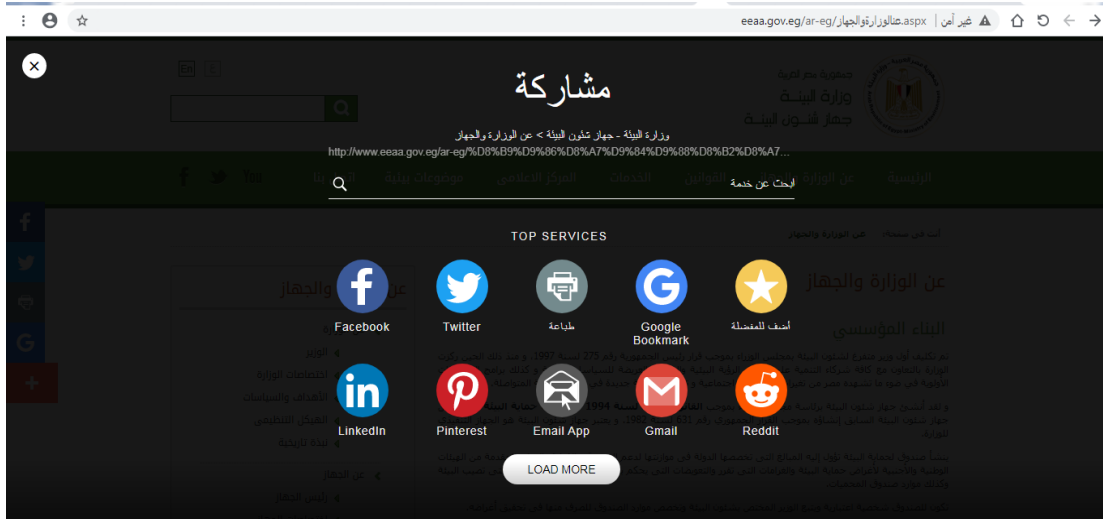
وكذلك تتيح الوزارة تواصلًا عبر Google BookMark (١) وpinterest (٢) وReddit

وLinkedIn (٣)، بالإضافة إلى خاصية أصف للمفضلة، والطباعة، والبريد الإلكتروني Gmail وكذلك Email APP، بالإضافة للتواصل عبر مواقع الفيس بوك، وتويتر وقناتها عبر اليوتيوب.

(١) علامات جوجل، هي خدمة تخزين العلامات المجانية على الإنترنت بطريقة متاحة لأصحاب حسابات جوجل. حيث تتيح الخدمة تخزين مواقع الويب المفضلة، وإضافة لصيقات ووسوم إليها، بالإضافة إلى الملاحظات. والتي يمكن البحث بها، ويستطيع المستخدمون الوصول إلى علاماتهم من أي حاسوب وذلك عن طريق الولوج إلى حساب جوجل.

(٢) بنترست هي شبكة اجتماعية لنشر الصور، أطلقت عام ٢٠١٠م. ويعد عمل بنترست مختلفاً قليلاً عن وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. إذ أن لكل مشترك في بنترست بإمكانه عمل لوحة حائط "Board" أو عدة لوحات حائط افتراضية عدة.

(٣) ريديت هو مجتمع أخباري على الإنترنت، إلا أنه يعتبر أيضاً من مواقع مشاركة الروابط ومناقشتها حتى بات يشبه المنتديات، مع تنظيمه بطريقة مميزة. يستطيع المشتركون فيه إضافة الروابط أو المداخلات النصية، ثم التصويت عليها وعلى تعليقاتها، لجعل الموضوع يتقدم أو يتراجع في ترتيب.



شكل رقم (٣٤) – أشكال التفاعل المتاحة عبر موقع وزارة البيئة الرسمي الإلكتروني

وزارة الموارد المائية والري:

في عام ١٨٣٦م أنشئ قسم الأشغال العمومية التابع لديوان المدارس في عهد محمد علي باشا في عام ١٨٥٧م أنشئت نظارة الأشغال العمومية و كانت تضم في ذلك الوقت العديد من المصالح الحكومية مثل: السكة الحديد والتلغراف والمساحة والإسكان والزراعة وميناء الإسكندرية والآثار ودار الأوبرا وحديقة الحيوان وحديقة الأسماك والصرف الصحي وذلك بالإضافة إلى الري، وفي عام ١٩١٤م تغير المسمى من نظارة الأشغال العمومية إلى وزارة الأشغال العمومية مع احتفاظها بالمهام الخاصة بالمساحة وميناء الإسكندرية والآثار ودار الأوبرا والصرف الصحي والأرصاد والظواهر الطبيعية ومرصد حلوان ذلك بالإضافة إلى الري.

في عام ١٩٦٤م صدر القرار الجمهوري رقم ٣٠١ لسنة ١٩٦٤م بشأن تغيير الحكومة وقصر أنشطة الوزارة على أعمال الري الصرف ومن ثم أطلق عليها وزارة الري، وفي عام ١٩٧٧م صدر القرار الجمهوري رقم ٥٨٧ لسنة ١٩٧٧م بشأن إضافة مهام استصلاح الأراضي إلى الوزارة ولذلك سميت وزارة الري واستصلاح الأراضي، وفي عام ١٩٧٨م صدر القرار الجمهوري رقم ٣٦٥ لسنة ١٩٧٨م بشأن إعادة مسمى الوزارة إلى وزارة الري وقصر أنشطتها على أعمال الري والصرف.

وفي عام ١٩٨٧م صدر القرار الجمهوري رقم ٤٤٩ لسنة ١٩٨٧م بشأن تعديل مسمى الوزارة إلى وزارة الأشغال العامة والموارد المائية، وفي عام ١٩٩٩م صدر القرار الجمهوري رقم ٤٠٩ لسنة ١٩٩٩م بشأن تعديل مسمى الوزارة إلى وزارة الموارد المائية والري.

اختصاصات الوزارة:

تتخصص اختصاصات سياسة وزارة الموارد المائية والري في السياسات الآتية:

- (١) تنفيذ مشروعات الري والصرف العام والمغطى وصيانة المجاري المائية ومنشآتها وتنفيذ الأعمال المدنية والميكانيكية لمشروعات الري والصرف والتوسع الأفقي.

- ٢) رسم وتخطيط وتنفيذ سياسة صرف الأراضي الزراعية وتخطيطها وتنفيذها لتعم شبكاتها كل الأراضي المصرية بما يحافظ على خصوبة التربة.
- ٣) رصد كافة الموارد المائية، سواءً أكانت سطحية أم جوفية أم مياه أمطار.
- ٤) رسم مشروعات تنمية الموارد المائية من النيل وروافد ومصادر المياه المختلفة السطحية والجوفية ومياه الصرف وتخطيطها وتنفيذها.
- ٥) المحافظة على النيل، باعتباره الشريان الرئيسي للمياه في مصر وتطوير نظافته ليطامشى مع المتغيرات المستقبلية المتوقعة والعمل على زيادة استغلاله ملاحياً وسياحياً ولتوليد الطاقة.
- ٦) الكهربائبة وذلك في إطار خطة متكاملة لتطوير مجرى النيل ولتقوية جسوره تحسباً للطوارئ.
- ٧) تطوير الري لتحقيق الاستخدام الأمثل لكل قطرة ماء ورفع كفاءة الري الحقلية لأقصى حد ممكن.
- ٨) تحديث وسائل نقل المياه وطرقها وطريقة توزيعها لتحقيق حصول مختلف القطاعات على حاجاتها من المياه في الوقت المناسب وبالقدر اللازم وبالنوعية الملائمة.
- ٩) إجراء الدراسات والبحوث اللازمة لتقييم خزانات المياه الجوفية بالدلتا ووادي النيل والصحاري المصرية وتقدير إمكاناتها ورسم السياسة الملائمة وتنفيذها.
- ١٠) المحافظة على السد العالي وخزان أسوان لضمان قيامهما بوظيفتهما على أكمل وجه.
- ١١) اتخاذ التدابير اللازمة؛ لضمان سلامة المنشآت المائية العامة المقامة على النيل ورفع كفاءتها لخدمة الأغراض القومية المختلفة وتدعيمها وإحلال ما يلزم تجديده مع دراسة توليد الطاقة الكهربائبة من القناطر التي تثبت الدراسة جدواها.
- ١٢) تنمية الإنتاج الزراعي وذلك من خلال تطوير أعمال محطات الطلمبات وفق أحدث الأساليب التكنولوجية.
- ١٣) تحقيق الوفرة المائية لأراضي التوسع الجديدة وللتوسع الرأسي المنشود وذلك في إطار الموارد المائية المتاحة.
- ١٤) إنشاء محطات طلمبات الري والصرف وتشغيلها وصيانتها.
- ١٥) متابعة تطوير الشاطئ الشمالي للدلتا لحمايته من التآكل وذلك في إطار خطة متكاملة تحدد فيها كافة المشروعات اللازمة وأولويتها وجدواها الاقتصادية.
- ١٦) تمثيل جمهورية مصر العربية في المباحثات الفنية مع الدول الواقعة على حوض النيل لتحديد حصة من إيراداتها مع مراقبة الحصص المائية المتفق عليها لعدم تجاوزها.
- ١٧) عمل الدراسات الهيدرولوجية والهيدرومتروولوجية في هضبة البحيرات لرسم الخطوط الرئيسية للمشروعات الجديدة اللازمة لزيادة إيراد نهر النيل وتقليل الفاقد وذلك بالتعاون مع الدول الواقعة على حوض النيل.

١٨) تطوير أساليب إنشاء الخرائط المساحية للمشروعات الهندسية والخرائط المساحية التفصيلية والطبوغرافية للمدن والأراضي الزراعية والصحراوية وإنشاء الخرائط المساحية والجغرافية وتكوينها وطباعتها.

١٩) القيام بالأعمال الخاصة بنزع ملكية العقارات والأراضي للمنفعة العامة والأعمال المساحية اللازمة لتنفيذ قوانين الإصلاح الزراعي والشهر العقاري.

٢٠) تحديد المشاكل التي تعترض الانطلاق نحو تحقيق الأهداف المرجوة للوزارة ووضع الحلول اللازمة بها.

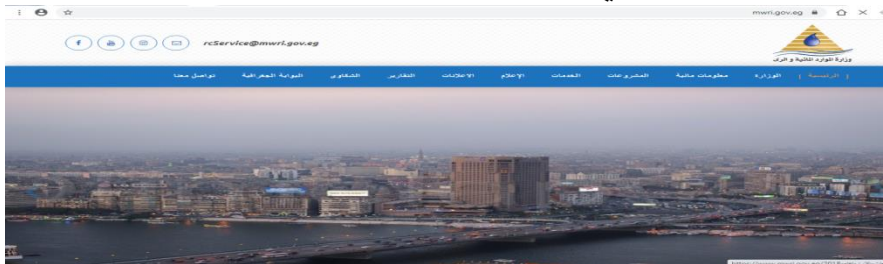
٢١) تطوير القوانين المتضمنة لاستخدام المياه وتحديثها ومنع تلوينها والمحافظة على المجاري المائية ومنشآت الري والصرف.

٢٢) تكثيف أعمال البحوث والدراسات ليكون التطبيق العملي وفق أحدث النظريات العلمية التي تتناسب مع الظروف المصرية.

٢٣) تنمية المعرفة العلمية والعملية وتطويرها لدى الطاقات البشرية المتاحة.

الروابط الإلكترونية لوزارة الموارد المائية والري

الموقع الإلكتروني: <https://www.mwri.gov.eg>



شكل رقم (٧) - موقع وزارة الموارد المائية والري الرسمي الإلكتروني

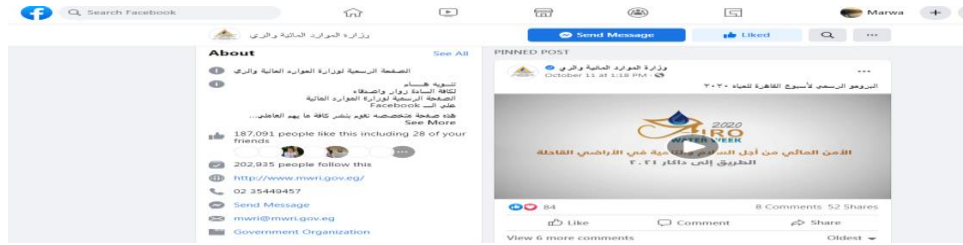
الروابط الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

١. الفيس بوك: <https://www.facebook.com>

ويبلغ عدد متابعي هذه الصفحة ٢٠٢.٩١٥ متابعًا، وقد تم التأكيد على أن هذه الصفحة هي الصفحة الرسمية للوزارة والمتخصصة في نشر كافة ما يهم العاملين بالوزارة والمنتفعين بخدماتها، ونشر المستجدات بأسرع وقت ممكن عن أجهزة الوزارة.

كما تضمنت الصفحة في الجهة التعريفية بها التأكيد على التعامل مع الشكاوي التي يرغب المواطنون في نقلها للمسؤولين بالوزارة بالسرعة المطلوبة ولإمكان متابعتها وتوجيهها في المسار السليم للوصول لحلول مناسبة لها، على الرغم من أنه يصعب متابعة كل الشكاوي التي يتم طرحها علي الصفحة في البوستات المختلفة، موضحين أرقام إرسال كافة الشكاوي، سواءً من السادة العاملين بالوزارة أم من السادة المنتفعين بخدمات الوزارة وذلك علي الإدارة العامة للشكاوي وخدمات المواطنين،

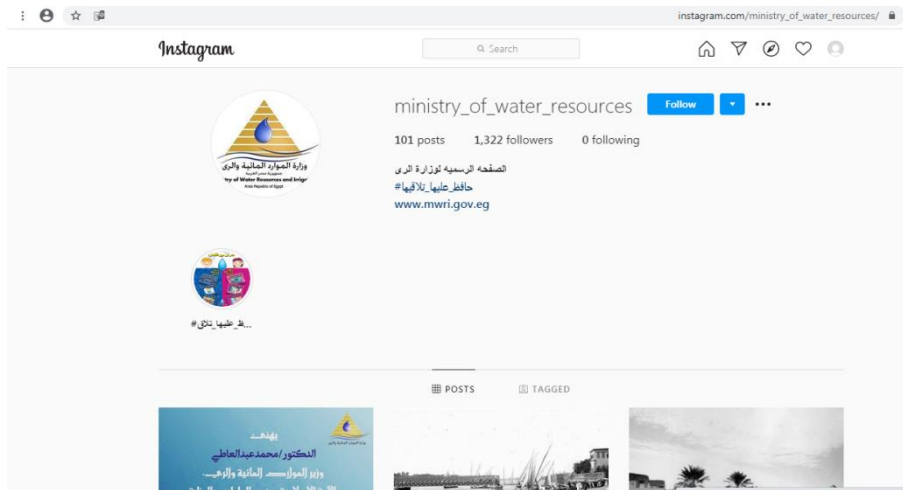
ويتمثل رقم الشكاوي المختصر من جميع أنحاء الجمهورية : ١٦٨٢٧، وفاكس: ٣٥٤٤٩٤٥٧،
والبريد الإلكتروني: minister@mwri.gov.eg في الجزء المخصص لها على الموقع الإلكتروني
للوزارة <http://www.mwri.gov.eg/complain.asp>



شكل (٨)

صفحة وزارة الموارد المائية والري الرسمي عبر موقع الفيس بوك

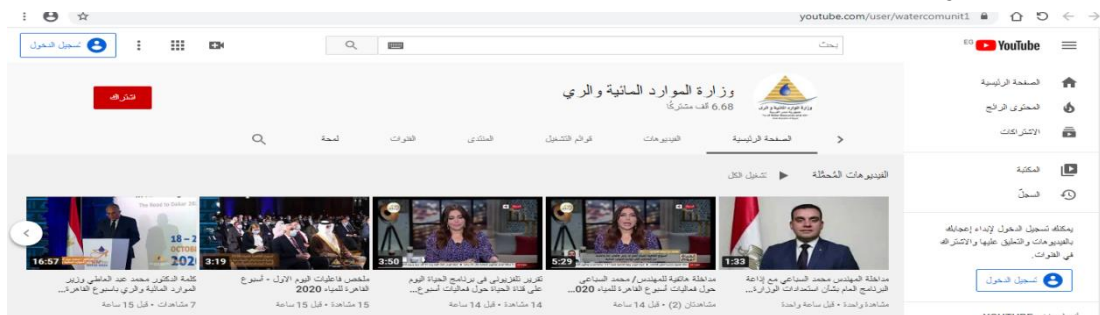
٢. الأنستجرام: https://www.instagram.com/ministry_of_water_resources/، ويبلغ عدد متابعي هذه الصفحة ١٣٢٢ متابع.



شكل (٩)

صفحة وزارة الموارد المائية والري الرسمي عبر موقع الأنستجرام

٣. -اليوتيوب: <https://www.youtube.com/user/watercomunit1> ، ويبلغ عدد المشاركين في هذه القناة ٦٦٨٠ مشارك.



شكل (١٠)

صفحة وزارة الموارد المائية والري الرسمي عبر موقع اليوتيوب

كما أطلقت وزارة الموارد المائية والري قسم الإعلام المائي بها صفحة "حافظ عليها تلاقيا"، كأحد أنشطة الوزارة التفاعلية مع الجمهور ومن أجل ذلك دشنت وزارة الموارد المائية والري هذه الصفحة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، علاوة على هاشتاج (#حافظ_عليها_تلاقيا) عام ٢٠١٨م، وذلك بالتزامن مع الإعداد لانطلاق "أسبوع القاهرة للمياه" تحت رعاية السيد رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي.

ثانياً: الجمعيات المدنية:

١. جمعية شباب بيحب مصر:

وهي مؤسسة أهلية مشهورة برقم ٨٨١٧ سنة ٢٠١٢م وتعمل في مجال البيئة والسياحة والتعليم والمرأة ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة، ودعم التبادل الثقافي بين الشعوب والحفاظ على الهوية الثقافية المصرية (النوبة - البدو - الأمازيغ - حلايب وشلاتين - الوادي الجديد) وتدريب وتأهيل الشباب وتأهيلهم لسوق العمل، وعمل لقاءات ثقافية وأنشطة تربوية وتعليمية للأطفال وتطوير الميادين والحدائق التاريخية وتجميلها، وهذه المؤسسة لديها موقع الكتروني: <http://ylefoundation.com/ar/> وكذلك صفحة لها على موقع الفيس بوك:

<https://www.facebook.com/Shbab.Bt7b.Masr/>، ويبلغ عدد متابعيها ٤٧.٦٣٩ متابعًا،

ومعجبًا بالصفحة.

The screenshot shows the Facebook profile of the YLE Foundation. The profile picture is a logo with a red and black design and the text 'مؤسسة شباب يتحب مصر Youth Loves Egypt'. The name is 'مؤسسة شباب يتحب مصر YLE Foundation' and the handle is '@Shbab.Bt7b.Masr - Nonprofit Organization'. There is a 'Sign Up' button and a website link 'ylefoundation.com'. The 'About' section features a map of the foundation's location at '18 شارع حسن حجازي شارع من شارع العصر العتيق الدور الأول شقة 1 Cairo, Cairo Governorate, Egypt'. Below the map, it states 'مؤسسة أهلية مشهورة برقم 8817 سنة 2012 وتعمل في مجال البيئة والتعليم والمرأة ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة' and lists 'OBSERVER UNEP + Partner UNIC'. The 'PINNED POST' is dated June 16, 2019, and is titled 'Volunteer Clean shores campaign' with a link to a Facebook event: 'http://bit.ly/2FLX41d'. The post text says 'الآن يمكنك التطوع في حملة #cleanshores من هنا'.



شكل (١١)

صفحة مؤسسة شباب يتحجب مصر عبر موقع الفيس بوك

(١) جمعية صوت النيل: (المشهرة برقم ٥٦٥ لسنة ٢٠٠٨):

ويرأسها الدكتور حسن راتب، رئيس مجلس إدارة جمعية صوت النيل، ورئيس تحريرها يحيى جادو، والمدير التنفيذي لها ابتسام مصطفى، ويصدر عنها صحيفة إخبارية إلكترونية يومية شاملة باسم "صوت النيل نيوز" على موقعها اليومي www.soutelneel.org وفق القواعد المهنية الأصيلة لمهنة الصحافة، والتي تعطي الأولوية في صناعة الصحافة؛ لإنتاج الأخبار والمعلومات بمصداقية مطلقة، مع عمق في التحليل، وشفافية في المعلومات.

وتضع "صوت النيل نيوز" مصلحة الوطن أساساً لنشاطها، وبلا انتماءات سياسية أو حزبية أو انحيازات عقائدية أو مذهبية أو طائفية مسبقة.

الرابط الإلكتروني للموقع: <http://soutelneel.org>

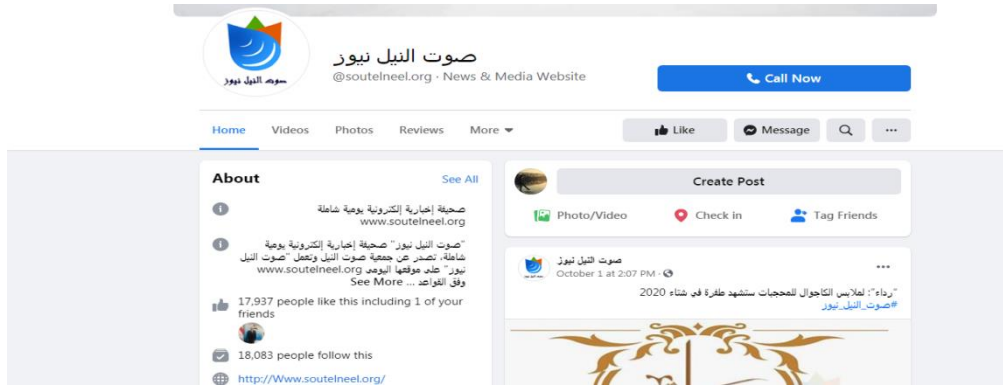


شكل (١٢)

موقع مؤسسة صوت النيل الإلكتروني

الروابط الإلكترونية للجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي:

٣) الفيس بوك: <https://www.facebook.com/soutelneel.org>، ويبلغ عدد متابعي هذه الصفحة ١٩.٩٣٧ متابعًا.



شكل (١٣)

صفحة مؤسسة صوت النيل عبر موقع الفيس بوك

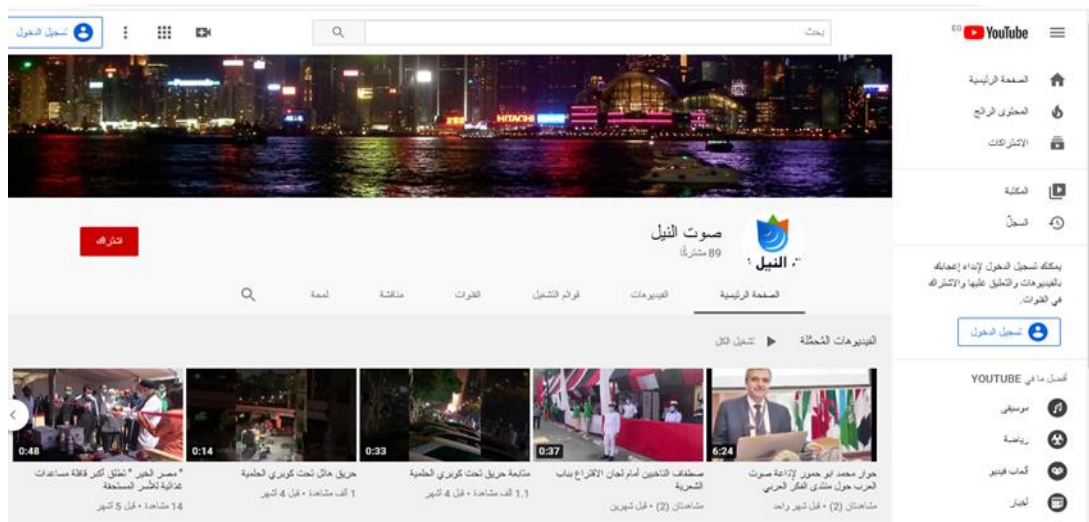
(٤) - تويتر: <https://twitter.com/SoutElneel>، ويبلغ عدد متابعي هذه الصفحة ١٨١ متابعًا.



شكل (١٤)

صفحة مؤسسة صوت النيل عبر موقع التويتر

(٥) اليوتيوب: <https://www.youtube.com/>، ويبلغ عدد المشتركين بقناة الجمعية ٨٩ مشتركًا. ويلاحظ أن جمعية صوت النيل تحرص على التواصل الدائم مع الجمهور وذلك من خلال امتلاك موقع إلكتروني يتيح خدمات تفاعلية مع الجمهور، وكذلك من خلال تنوع تواجدها على مواقع التواصل من خلال إنشاء صفحات لها على ثلاثة مواقع (الفيس بوك- تويتر- اليوتيوب)، وإنشاء أيقونات لهذه المواقع الثلاثة على موقعها الإلكتروني ليتمكن الزائر من الدخول على هذه المواقع من خلال الموقع الإلكتروني.



شكل (١٥)

صفحة مؤسسة صوت النيل عبر موقع اليوتيوب

الجزء الثاني: نتائج تحليل مبادئ الاتصال الحواري على مستوى المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي: المحور الأول:

نتائج تحليل مبادئ الاتصال الحواري على مستوى المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية والمدنية:
المبدأ الأول: لنظرية الاتصال الحواري عبر الإنترنت - يركز على سهولة استخدام الصفحة الافتتاحية للموقع Ease of Interface:
عناصر البحث وسهولة الاستخدام:

- خريطة للموقع: تتضمن المواقع الإلكترونية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الرسمية (وزارة الري والموارد المائية، وزارة البيئة)، وغير الرسمية (شباب بيحب مصر، جمعية صوت النيل) خرائط تعريفية بأماكن وجود هذه المؤسسات مما يساعد المواطن في كيفية الوصول لها، حيث يتم توضيح عنوان المؤسسة، وموقعها على خريطة GPS، والبريد الإلكتروني الخاص بها المؤسسات.

- صندوق لمحرك البحث: تتيح كافة المواقع خاصية البحث عن موضوعاتها وأنشطتها وخدماتها، ويلاحظ أن هناك مواقع رسمية أخرى تتيح خاصية البحث بمزيد من المرونة والسلاسة بإتاحتها إمكانية البحث (بكلمة، بموضوع، بتقرير، بتاريخ، باسم كاتب وغيره من التفاصيل) التي تسهل من عملية البحث والوصول للمعلومة، وذلك على عكس البحث العام الذي يعطي بدائل عديدة تزيد من الفترة المطلوبة للوصول للمعلومة.

وقد لاحظت الباحثة بالتطبيق على المواقع عينة الدراسة أن موقع وزارة البيئة يخصص مكاناً للبحث والوصول للمعلومة، في المقابل لا يتيح موقع وزارة الموارد المائية والري هذه الخاصية، وكذلك مواقع المؤسسات المدنية.

- علامات إرشادية لسهولة الدخول والخروج: أتاحت بعض المواقع سهولة التصفح والانتقال بين صفحاتها الداخلية، وهو الأمر الذي اتسمت به المواقع الإلكترونية محل الدراسة، ففي موقع وزارة البيئة على سبيل المثال يتم توضيح كيفية الانتقال للصفحة التالية، كما أن كافة المواقع كانت حريصة على إبراز الروابط الإلكترونية التي تربطها بمؤسسات أخرى.

وقد أتاح موقع وزارة البيئة، جزءاً مخصصاً في الموقع؛ للتنويه عن الجهات الأخرى التي تربطه نفس الاهتمامات والاختصاصات نفسها، وذلك في جزء مخصص بالصفحة الرئيسية للموقع، وهو الأمر الذي ييسر على المواطن إمكانية البحث عن ذات الموضوع بين أكثر من جهة، وهو ما يوضحه الشكل الآتي:



شكل (١٦)

الروابط الهامة المعلن عنها عبر موقع وزارة البيئة

كما أتاحت وزارة الموارد المائية والري توضيح الجهات التابعة للوزارة وإمكانية الدخول عليها من خلال موقع الوزارة، كما يلي:



شكل (١٧)

الجهات التابعة المعلن عنها عبر موقع وزارة الموارد المائية والري

- روابط أقسام الموقع: إتسمت المواقع الإلكترونية بسهولة التصفح والتنقل بين أقسامها المختلفة، ومحتوياتها من مواد تحريرية ومصورة وفيديوهات بسهولة، بما يعكس فاعلية تشغيل الموقع وكفاءته، كما أن كافة المواقع كانت حريصة على تقسيم محتواها الإلكتروني إلى أجزاء منفصلة، بحيث يتضمن كل جزء منها مجموعة من الملفات المدرجة أسفله، إلا أن الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية كانت واضحة، ومقسمة لأجزاء وذلك حسب أنشطة الكيانات وأخبارها ومعلوماتها وتقاريرها التي تهتم بها. وزارة البيئة: تضمن موقعها في صفحته الرئيسية العناصر الآتية:

- جزءاً أساسياً في أعلى الصفحة مخصصاً للأخبار الخاصة بالوزارة.
- جزءاً خاصاً بالتنبؤات بنوعية الهواء.
- جزءاً خاصاً أسفل الصفحة الرئيسية مخصصاً لكيفية "اتصل بنا".
- جزءاً مخصصاً للتبويها عن أبرز الأحداث والفعاليات والفيديوهات الخاصة بالوزارة وبموضوعاتها وإعلاناتها أي إن هذا الجزء يتم فيه التنويه عن كل ما يهم الوزارة وتريد الوزارة تسليط الضوء عليه مما يسهل عملية تفاعل المواطن مع أنشطتها.
- التوعية البيئية والأدلة الإرشادية.
- موضوعات مهمة مرتبطة بالبيئة، والتي تشكل ملفات الرئيسية التي تهتم بها الوزارة، مثل: الموضوعات المرتبطة بقضايا المياه بأنواعها العذبة والبحيرات والمياه الساحلية ومياه الصرف الصحي،

بالمنشآت القائمة طبقاً لأحكام قانون البيئة. ويحرص جهاز شؤون البيئة على نشر نماذج التصنيف البيئي للمشروعات كخدمة مجانية للمواطنين، وتم فيه استعراض القرارات والقوانين التي تنظم هذا التقييم والإجراءات والأدلة الإرشادية المرتبطة بالتصنيفات البيئية، وبعض هذه المحتويات يتم عرضها باللغة الإنجليزية والعربية.

الأدلة الإرشادية لإعداد دراسة تقييم التأثير البيئي الكاملة للقطاعات المختلفة:

القطاعات	لغته
قطاع السور والطرق	عربي - إنجليزي
مشاريع إنتاج الأسمنت	عربي - إنجليزي
مشاريع المستشفيات الطبية	عربي - إنجليزي
مشروعات استخراج الأراضي	عربي - إنجليزي
مشروعات التنمية العمرانية	عربي - إنجليزي
تنمية النواحي والقرى	عربي - إنجليزي
معالجة مياه الصرف	عربي - إنجليزي
تنمية المناطق الصناعية	عربي - إنجليزي

شكل (٢٠)

الأدلة الإرشادية لإعداد التقييم البيئي عبر موقع وزارة البيئة

وخدمة التمويل والدعم: والذي تضمن أمرين أساسيين وهما:

١- صندوق حماية البيئة:

يقوم موقع صندوق حماية البيئة بتوفير الإجراءات، والشروط، والأولويات البيئية، وبرامج الدعم المادي، وكيفية التقدم بطلبات الدعم والنماذج الخاصة بإتاحة التمويل من صندوق حماية البيئة، وقد تم إتاحة الروابط التي تدل المواطن على هذا الصندوق والتعرف على برامجه.

٢- مشروع التحكم في التلوث الصناعي

نظراً لكون الصناعة من أكثر النشاطات الاقتصادية تأثيراً على الظروف البيئية المحيطة بها من خلال استهلاكها للموارد الطبيعية ومن خلال توليد النفايات الصلبة والسائلة والغازية فقد تضمنت سياسات الإلزام والالتزام التي يتبناها جهاز شؤون البيئة السعي إلى دعم الصناعة في استخدام تكنولوجيا نظيفة والعمل على توفير حزم تمويلية مختلفة لدعم مشروعات التحكم في التلوث للمنشآت الصناعية الكبرى والمتوسطة وذلك جنباً إلى جنب مع وضع تلك المنشآت أمام مسؤولياتها القانونية عند تقاعسها عن الارتقاء بأدائها البيئي. ويوفر جهاز شؤون البيئة هذه الروافد للتمويل وذلك بالتعاون مع مؤسسات تمويل دولية من خلال برنامج التحكم في التلوث الصناعي، وقد استعرض الموقع اشتراطات وإجراءات إتاحة التمويل وإجراءاته واستمارة المشاركة في المشروع.

خدمة التفتيش البيئي:

يهدف التفتيش البيئي إلى دعم كل من البيئة والصحة العامة وتعزيزه؛ نظراً لأن التلوث الناتج عن المنشآت الصناعية له تأثير ضار ليس فقط على البيئة ولكن على صحة الإنسان أيضاً. ولذا فإن كثيراً من الإجراءات التي يمكن للمنشآت الصناعية تطبيقها لتخفيف الآثار البيئية الضارة، تؤدي في الوقت نفسه، إلى تخفيف الآثار التي تمثل خطورة على صحة العاملين بالمنشأة، وكذلك المواطنين المقيمين في المناطق التي تتأثر بالانبعاثات الصادرة من تلك المنشآت. وبناءً على ذلك يمكن القول أن

فاعلية عملية التفتيش على المنشآت الصناعية تؤدي إلى حماية البيئة وحماية العمال وحماية الصحة العامة.

وتتضمن عملية التفتيش البيئي جوانب عديدة مرتبطة ببعضها البعض، وتشمل التخطيط، والإجراءات التنفيذية والجانب المعلوماتي. وتقوم الجهات التابعة لجهاز شئون البيئة بالتفتيش وذلك باستخدام أنواع مختلفة مثل: التفتيش شامل/ والدوري/ ونتيجة الشكاوى.

وقد أوضح الموقع اختصاص مفتشى البيئة وإجراءات التصالح، وإجراءات المستثمرين المتقدمين بخطة الإصلاح البيئي، وإجراءات المتابعة لمخالفات قانون ١٩٩٤/٤. كما قدم الموقع النماذج الإرشادية الآتية:

١. نموذج سجل الحالة البيئية للمنشأة.
 ٢. نموذج سجل المواد والمخلفات الخطرة المتداولة بالمنشأة.
 ٣. نموذجًا إرشاديًا للسجل البيئي لتداول النفايات الخطرة بالمنشآت الصحية التي لا يوجد بها وحدة معالجة.
 ٤. نموذجًا إرشاديًا للسجل البيئي لتداول النفايات الخطرة بالمنشآت الصحية الموجود بها جهاز تعقيم للنفايات.
 ٥. نموذجًا إرشاديًا للسجل البيئي لتداول النفايات الخطرة بالمنشآت الصحية الموجود بها محارق.
 ٦. نموذج سجل الحالة البيئية للمنشآت الصحية.
- كما تضمنت هذه الخدمة الأدلة والقوائم ذات الصلة، مثل: الأدلة الإرشادية للرصد الذاتي البيئي، وقوائم المواد الخطرة للوزارات المعنية.
- وتضمن الموقع التشريعات البيئية ذات الصلة ومنها:
- (١) قانون حماية البيئة ولائحته التنفيذية.
 - (٢) البروتوكول الخاص باشتراطات تركيب المحطات الأساسية للتليفون المحمول.
 - (٣) قانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٨٢م بشأن حماية نهر النيل والمجاري المائية من التلوث.
 - (٤) قرار وزير الإسكان رقم ٤٤ لسنة ٢٠٠٠م بشأن صرف المخلفات السائلة.
- وقد تضمن الموقع خدمة ترخيص مزاولة الأعمال والاستشارات البيئية والتي تتضمن الإجراءات والنماذج، وخدمة شكاوى واستعلامات المواطنين والمستثمرين واستعلاماتهم.
- ويلاحظ أن الموقع يساعد المواطن على إمكانية الوصول للمعلومات بكل سهولة، وتوفير كافة البيانات التي يحتاجها؛ لأجل التواصل مع خدمات وزارة البيئة والجهات المتصلة بها.
- وزارة الموارد المائية والري:

يلاحظ تقسيم الموقع إلى أجزاء أفقية، تتضمن كافة أنشطة عمل الوزارة ومجالاتها، حيث جاءت الصفحة مقسمة، إلى نشر الأخبار، وجزء آخر لنشر المعلومات المتعلقة بالأنشطة والخدمات والتي تضمنت الخدمات الآتية:

خدمة المواطنين وتتضمن خدمة هيئة المساحة وخدمات قطاع المياه الجوفية وخدمات هيئة الصرف، خدمة الموظفين كما تتضمن: واجتماعية ووثيقة التأمين والمعاشات، أسبوع القاهرة للمياه، نشرات التنبؤ بالفيضان، المركز الثقافي الأفريقي، المناقصات، متابعات وإنجازات عن مشروعات القومية للهيئات وجهات الوزارة المختلفة، المكتبة المركزية للوزارة المتخصصة في المياه والبيئة، ومجلة حابي التي تضم أخبارًا عن الوزارة وأخبارًا ثقافية واجتماعية ورياضية ومعلومات عن مشاريع الوزارة، ومدونة السلوك الوظيفي ومعاييره والتي تتضمن المبادئ "قيم مزاوله العمل الوظيفي وأخلاقيات الوظيفة العامة".



شكل (٢١)

الخدمات المعلن عنها عبر موقع وزارة الموارد المائية والري

وقد تضمن موقع الوزارة، في صفحته الرئيسية الآتي:

- جزءاً مخصصاً عن المركز الثقافي الأفريقي الذي تربطه بالوزارة أنشطة وإنجازات مشتركة، وجزء تحت اسم "معلومات تهكم"، وجزءاً آخر مخصصاً لقوانين الري والصرف، كما يلي:



شكل (٢٢)

القوانين المعلن عنها عبر موقع وزارة الموارد المائية والري

- وجزءاً مخصصاً لاستعراض تنمية الموارد المائية ٢٠٥٠م، وإدارتها، ويتضمن أربع ملفات رئيسية، خصص لكل جزء منها رابط فرعي لها، وهي: تنمية الموارد المائية، وتحسين نوعية المياه، وترشيد استخدامات المياه، وهيئة البيئة الملائمة، كما يلي:



شكل (٢٣)

أجزاء تنمية الموارد المائية وإدارتها عبر موقع وزارة الموارد المائية والري

- جزءاً مخصصاً للجهات التابعة للوزارة، وجزءاً مخصصاً للاتصال بنا. "أسفل الصفحة الرئيسية" ويلاحظ على الموقع الخاص بوزارة الموارد المائية والري أنها حريصة على مخاطبة جمهورها الخارجي وكذلك جمهور الموظفين أي جمهورها الداخلي، وهو الأمر الذي خصص له بعض الروابط الفرعية لتوضيح المعلومات التي تخص العاملين لدى الوزارات والجهات التابعة لها.

وبشكل عام لوحظ أن مواقع الدراسة الإلكترونية اتسمت باستخدام الصور التوضيحية الدالة على محتوى الجزء الخاص به، والذي يكون بالضغط عليه، وسيلة للانتقال للرابط الفرعي المتضمن لهذا المحتوى، حيث تم تنظيم المحتوى للمواقع وتنسيقه لأجزاء واضحة ولها مساحة مخصصة لإبراز محتواها، فمثلاً مواقع المؤسسات المدنية يقسم إلى أجزاء متعلقة بأخبار المؤسسة وأنشطتها، وتقاريرها التي تصدرها، واتصل بنا، وكذلك ورش العمل والمؤتمرات التي قامت بها المؤسسات.

ويضاف لما سبق، أن جمعية صوت النيل خصص لها موقع متعلق بصحيفة إلكترونية تصدرها الجمعية تحت اسم "جمعية صوت النيل نيوز"، والتي تعد هي الناطق الرسمي باسم المؤسسة المدنية وتعبّر عن أنشطتها وأخبارها إلى جانب استعراض معلومات أخرى عامة في مجالات أخرى كالرياضة والفن والاقتصاد والسياسة وغيرها، وذلك بحكم أنها جريدة إلكترونية عامة لا بد لها من تنوع أخبارها وتعدد أقسامها إلى جانب الاهتمام بنشر أخبار المياه والبيئة بشكل مركز ورئيسية، وتصدرها الصفحة الرئيسية في حالة وجودها.

وقد سبق الإشارة إلى تخصيص وزارة الموارد المائية والري قسم الإعلام المائي بها، من خلال صفحة "حافظ عليها تلاقئها" والخاصة بإبراز قضايا المياه بشكل مختلف ومتخصص عن الصفحة الرئيسية لها، والتي تهتم بإبراز قضية المياه إلى جانب الأنشطة الأخرى التي تقوم بها الوزارة.

وقد تميزت التغطية الإعلامية لصفحة حافظ عليها تلاقئها بما يلي:

- (١) تقوم الصفحة بالتوعية بقضايا المياه من خلال التوجه لكل فئات الجمهور، عبر أساليب متعددة تتباعد عن التوجيه المباشر، وتعتمد على أشكال إعلامية مبتكرة في التوعية المائية.
- (٢) تتضمن الصفحة كافة أشكال التعبير المنتشرة بين فئات المجتمع المصري مثل: الكوميكس والفيديوهات الساخرة للوصول إلى فئة الشباب تحديداً، وكارتون ورسومات للأطفال لتوعية هذه الفئة العمرية بالسلوكيات الصحيحة في التعامل مع المياه، بما يحميها من الهدر والتلوث.

(٣) تتضمن الصفحة فيديو هات توعية للمزارعين في كيفية التعامل مع مياه الري بشكل صحيح. علاوة على تضمينها معلومات وحقائق مائية قيمة، وفيديو هات توعية بعضها من إنتاج الوزارة أو من إنتاج بعض الجهات الأخرى والبعض الآخر من مختلف بلاد العالم لتوضيح مدى خطورة مشكلة نقص المياه عالمياً.

(٤) تعتمد الصفحة على بعض الاستمالات الإعلامية مثل الاستمالات الدينية للتأكيد على أهمية الحفاظ على المياه من الناحية الدينية.

(٥) تتضمن الصفحة مسابقات تهدف إلى زيادة تفاعل الجمهور معها وجذبه للاهتمام بقضايا المياه، منها مسابقات عامة وأسئلة تفاعلية، ومنها مسابقات سنوية تعقدها الوزارة تحت رعاية "حافظ عليها تلاقها" وهي إطلاق مسابقة قومية للمزارعين والتي أطلقتها ثلاث مرات منذ تأسيس هذه الحملة التوعوية، حيث أن هذه المسابقة في إطار هذه الحملة تهدف لدعم المشروع القومي للحفاظ على المياه وترشيد استهلاكها من خلال تشجيع الممارسات المميزة والإيجابية التي يقوم بها المزارعون من خلال روابط مستخدمي المياه للحفاظ على المياه كما ونوعاً، حيث يزداد أعداد المشاركين فيها كل عام عن الآخر منذ انطلاقتها، وتمثلت ثمره هذه المسابقات والأنشطة التوعوية في مزيد من الندوات التي يتفاعل معها المزارعون والفلاحون والتوعية بأساليب الري السليمة والتي منها استخدام نظم الري الحديث بالرش والتنقيط.

(٦) دشنت وزارة الموارد المائية والري في عام ٢٠١٩م بالتعاون مع إذاعة البرنامج العام حملة قومية "حافظ عليها تلاقها" لكنها كانت صوتية، وذلك من خلال بث رسائل إعلامية قصيرة تهدف للتوعية بالحفاظ على المياه بمشاركة المتخصصين والمسؤولين وأفراد من الجمهور العام بهدف التأكيد على دور الإعلام في التوعية بالآتي:

- أهمية قطرة المياه والحفاظ عليها وتحسين نوعيتها وترشيد استخداماتها وحمايتها من الهدر والتعديات ومنع إلقاء المخلفات والقمامة بنهر النيل والمجاري المائية.
- تعظيم الاستفادة من وحدة المياه في ظل مجابهة محدودية المياه في مصر وازدياد الطلب وبخاصة في ظل الزيادة السكانية وتنافس القطاعات على المياه.
- التغيرات المناخية وتأثيراتها على الاحتياجات المائية.
- تلوث المجاري المائية الذي يؤدي بدوره لتدهور نوعية المياه.
- ازدياد الفجوة الغذائية والحاجة لتحقيق الأمن الغذائي.
- ضعف الوعي بأساليب توفير المياه.
- الكم الهائل من التعديات على نهر النيل وشبكة المجاري المائية والحاجة إلى تأكيد أهمية الانتفاع الأمثل بمجرى نهر النيل ومنافع الري والصرف والحفاظ عليها.

- خلق الوعي بثقافة التوعية المائية وترشيد استهلاكها ومواجهة السلوكيات الخاطئة في التعامل السيئ مع المياه.

○ جاهزية الموقع وتعدد برامجه:

- أتاح موقع وزارة البيئة وكذلك موقع وزارة الموارد المائية والري إمكانية إدراج ملفات، كما أتاح موقع وزارة البيئة بشكل خاص أماكن مخصصة للمواطنين لإدراج ملفات خاصة بهم عبر الموقع، وكذلك عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي سواءً في جزء التعليقات على المنشورات أو عبر البريد الإلكتروني للصفحات إلى جانب البريد الإلكتروني للمواقع الإلكترونية.

- سرعة التحميل والتصفح: تتميز المواقع الإلكترونية بسهولة وسرعة تحميل المحتويات المدرجة عليها وسرعتها والتي تتنوع ما بين ما بين صور ونصوص وتقارير محملة بصورة pdf، وكذلك الفيديوهات، إلى جانب سهولة تحميل الروابط معاً وفتح الروابط المشاركة لهذه المؤسسات الأربع محل الدراسة.

- برامج الطباعة: إدراج موقع وزارتي البيئة والموارد المائية والري خدمة الطباعة لمحتواها المنشورة. في حين لم تكن هذه الخدمة مدرجة في موقع شباب بيجب مصر، ولكنها موجودة في موقع صوت النيل.

- إرسال بريد إلكتروني: أتاح موقع وزارة البيئة أشكالاً مختلفة للتفاعل والتواصل مع بعضها، كما سبق التوضيح في الجزء التعريفي بها وبالموقع، حيث أتاحت خدمات البريد الإلكتروني عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك البريد الإلكتروني للموقع، وعبر الـ GMAIL، ووسائل تفاعلية أخرى تبنتها هذه الوزارة دون باقي المواقع الأخرى والتي اكتفت بالمراسلة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي.

مصادقية الموقع وتأمينه لحقوق المستخدمين:

جدول (١)

مصادقية الموقع وتأمينه لحقوق المستخدمين

وزارة الري	البيئة	صوت النيل	شباب بيجب مصر
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
يوجد	يوجد	يوجد	لا
يوجد	يوجد	يوجد	لا
يوجد	يوجد	لا	لا

سهولة الوصول للويب من مختلف
مركبات البحث

تضمين حقوق للنشر والملكية الفكرية

وجود نظام تشفير آمن لمعلومات

المستخدم

وجود أرشيف تاريخي

عرض الهوية الرئيسية للموقع:

جدول (٢)
عرض الهوية الرئيسية للموقع

بيحب	شباب مصر	صوت النيل	البيئة	وزارة الري	
يوجد		يوجد	يوجد	يوجد	تضمن اسم الموقع بجميع صفحاته
يوجد		يوجد	يوجد	يوجد	تضمن لوجو بجميع صفحاته
يوجد		يوجد	يوجد	يوجد	تضمن شعار الموقع بجميع صفحاته
لا		لا	يوجد	يوجد	عرض رسالة المنظمة بصفتها الأولى
لا		لا	يوجد	يوجد	عرض رؤية المنظمة بصفتها الأولى

المبدأ الثاني: لنظرية الاتصال الحواري عبر الإنترنت - جودة المعلومات Usefulness of Information:

أ- لغة المضمون:

أتاح الموقع الإلكتروني لوزارة البيئة استخدام اللغتين العربية والإنجليزية. في حين لم يكن واضحاً هذا الأمر في موقع وزارة الموارد المائية والري، كما لم يتح كلا الموقعين الخاصين بالمؤسسات المدنية سوى استخدام اللغة العربية أيضاً.

ب- أسلوب تقديم المضمون:

يتنوع أسلوب تقديم المعلومات عبر هذه المواقع ما بين الأسلوب الخبري؛ لأجل توضيح الأخبار الدورية للمؤسسات ومشاركتها المجتمعية، وبين أخبار توضح الخدمات وما توصلت له. كما تبين أن هذه المواقع تتضمن أسلوب الكتابة العلمية في بعض المضامين المتخصصة بقضايا المياه والبيئة؛ لأن هذه القضايا متخصصة ولا بد من الكتابة الواعية المتخصصة فيما يتعلق بخصائصها.

- كما لوحظ حرص هذه المواقع على تقديم معلومات عن القوانين وآليات التفاعل مع خدماتها المتنوعة، إلى جانب تخصيص أجزاء من هذه المواقع؛ لأجل إبراز هذه الخدمات، وهو الأمر الذي برز في موقعي المؤسسات الحكومية "البيئة، الموارد المائية والري".

- كما يتم استخدام أسلوب السرد لأحداث المؤتمرات والورش وفعالياتها، ونشر ألبومات صور عن وقائعها إلى جانب النصوص.

- استخدمت كافة مواقع الدراسة عناوين مميزة؛ لإبراز الأحداث الرئيسية وكذلك الثانوية، والحرص على الجمع بين الصور الدالة الرمزية والنص. كما حرصت هذه المواقع على استخدام الألوان

الفاحة وكانت الألوان ما بين الأزرق والأخضر والأبيض، وهي ألوان كلها فاتحة تقارب لمجالات الاهتمام بالبيئة والزراعة والمياه.

- تنوعت الخطوط المستخدمة في المواقع الإلكترونية لكافة مؤسسات الدراسة وإن كان التميز للمواقع الرسمية الحكومية عن المدنية، حيث تم استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع، وتمييز العناوين عن المعلومات الأخرى وذلك عن طريق حجم الخط، واستخدام خطوط ذات ألوان فاتحة مركزة على خلفيات بيضاء، مع مراعاة المحاذاة والمسافة بين الأسطر.
- وترى الباحثة أن أفضل موقع كتصميم يتمثل في موقع وزارة البيئة والذي استثمر كافة المساحات المتاحة أمامه بشكل مدروس، حيث قسمها لأجزاء ما بين اليمين واليسار وأسفل وأعلى بشكل أكثر فاعلية، إلى جانب بساطة التصميم والألوان، ويأتي بعده من حيث التصميم موقع وزارة الموارد المائية والري، والذي قسم الموقع أفقياً لأجزاء فوق بعضها، وهو نوع آخر من الاستثمار للمساحات، إلا أن تنظيم موقع البيئة كان أفضل، ويلاحظ على كلا الموقعين الحرص على الربط بين النص والصورة، حيث تم من خلالها التعبير عن كلمة قضايا المياه بصورة قطرة ماء، وغيره من الأمور المشابهة.
- يلاحظ في المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي أن أغلبها صوراً أو ألبومات صور لأحداث أو خدمات أو زيارات أو مؤتمرات أو أنشطة مشاركة، معها نصوص، وكذلك يتم نشر فيديوهات.
- لوحظ أن كلا موقعي المؤسسات الحكومية حريص على تغذية القناة عبر اليوتيوب بالفديوهات بصورة أكثر من القناة الخاصة بمؤسسات المجتمع المدني.

ج- مصداقية المضمون:

- معدل تحديث مضمون الويب، وتضمينه بأخر تاريخ للتحديث: لوحظ حرص كافة المواقع الإلكترونية على التحديث المستمر للمضمون المنشور عبر هذه المواقع، إلى جانب خلو المضمون من الأخطاء العلمية واللغوية.
- كما لوحظ اهتمام هذه المواقع الإلكترونية بذكر مصادر المضمون المنشور، وهو الأمر الذي يدل على المصداقية، والحرص على توثيق المعلومات لدى مستخدميها.
- د- أنماط المعارف الأساسية المتضمنة عن الفعالية والحدث:
 - لوحظ أن كافة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية والمدنية، عند نشرها للمحتوى تكون هناك عناصر أساسية يتم مراعاتها في التغطية الإعلامية، وتتمثل هذه العناصر في الآتي: اسم الحدث- قيمة الحدث- تعريف الحدث- مكان عقد الحدث- توقيت عرض الحدث- الجهة المنظمة للحدث والمشاركة فيه- طبيعة برنامج الحدث- الأطراف المشاركة في الحدث.

وبشكل عام توفر عناصر المواقع الإلكترونية لمواقع المؤسسات الحكومية والمدنية جودة المحتوى المنشور عليها، على النحو الآتي:

- (١) توفير تنويهات أو رسائل إبراز للأحداث أو الأخبار الجديدة.
- (٢) تناسق عرض مضمون المضمون مع أجزائه المختلفة.
- (٣) توفير عناوين تفصيلية تساعد على الوصول للمعلومات بسهولة، وهو ما تميزت فيه المواقع الرسمية الحكومية عن المدنية.
- (٤) كثافة المعلومات المنشورة على الصفحة الرئيسية للمواقع.
- (٥) خلفية الموقع لا تشوش أو تعوق سهولة تصفح الموقع ووضوح مضمونه.
- (٦) يقدم موقعا البيئة والموارد المائية والري شريطاً للأخبار متحركاً أعلى الصفحة الرئيسية للموقع، وهو محدث بشكل غير دوري ومنتظم، موقعه في أعلى الصفحة.
- (٧) تحتوي المواقع الإلكترونية الرسمية الحكومية على الرؤية والأهداف والهيكل التنظيمي لها، في حين أن المؤسسات المدنية لم تقدم أي نبذة عن ذاتها في المواقع الإلكترونية لكن النبذة تم إتاحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا موقع الفيس بوك، وترى الباحثة أن هذا التعريف بالرسالة والرؤية والملخصة تبرز أهمية الموقع وأهدافه التي يسعى لتحقيقها، بما يميزه عن غيره من مصادر المعلومات، مما يشجع المستخدم على استخدام الموقع دون غيره من مصادر المعلومات.
- (٨) بيان تاريخ آخر تحديث للمحتوى.
- (٩) نشر قائمة بالفاعليات، والأحداث التي قامت بها المؤسسات الأربع، وكذلك التي يمكن أن يشارك فيها المواطنون والتي تكون بارزة في الجزء المخصص (اتصل بنا أو عبر عن شكواك أو شارك برأيك أو استطلاعات)، وهو الأمر الذي تميزت به المواقع الرسمية الحكومية ولم يكن متاحًا في المواقع.
- (١٠) نشر معلومات كافية عن طبيعة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية محل الدراسة في حين لم يكن هذا الأمر بارزًا في المؤسسات المدنية، كما أن المؤسسات الرسمية الحكومية كانت حريصة على تعدد الروابط الإلكترونية الفرعية في مكانين مختلفين؛ للوصول للخدمات، إلى جانب القائمة الفرعية الأساسية بالموقع.
- (١١) كما لوحظ أن موقعي المؤسسات الحكومية الرسمية تحرص على وجود عناوين تفصيلية عن أهم الموضوعات الموجودة على الصفحة الرئيسية للموقع، مما يسهل على المستخدم اختيار الموضوعات التي تناسبه للقراءة من بين الملفات العديدة التي تتضمنها الملفات الرئيسية، دون الحاجة إلى البحث عنها داخل الروابط، فبمجرد الضغط على العنوان يمكن للمستخدم قراءة

محتواه، وبالتالي يمكن القول: أن معلومات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية شاملة وكاملة وتوفر المستوى المناسب من التفاصيل.

(١٢) يقيس الموقع رضا المواطنين عن استخدامهم له، وهو ما برز بشكل واضح في مواقع المؤسسات الحكومية مقارنة بالمواقع المدنية.

(١٣) حرص موقعا المؤسسات الحكومية الرسمية على تدوين مصدر المعلومات المنشورة عليهما، وهو الأمر الذي يعطي مصداقية في محتواها.

المبدأ الثالث لنظرية الاتصال الحواري عبر الإنترنت: تشجيع الجمهور على معاودة الزيارة **Return Visit Encouragement**

وحث الزوار على دوام الاتصال بالويب:

- تضمين عبارات صريحة تحث الزوار على البقاء على الموقع الإلكتروني، وكذلك مواقع صفحات التواصل الاجتماعي، إلى جانب تعدد المواقع المتاحة أمامه لكي يتفاعل معهم، ويطلع على مخرجات المؤسسات، وتقاريرها، وإصداراتها وهو ما اتضح من جزء اتصل بنا من تنوع آليات الحث على الزيارة، كما أن تنوع المعلومات وكفايتها عن الخدمات الحكومية يشجع المواطن على معاودة الزيارة لتلبية احتياجاته المعرفية.

- تتيح المواقع الإلكترونية تيسير فرص الانضمام لعضوية صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك سهولة زيارة المواقع الإلكترونية.

تحقيق خاصية الشفافية وتقديم المعلومات:

- وفرت المواقع الرسمية والمدنية نبذة عن مهامها غير أنها في الوقت نفسه لم توفر رؤية مستقبلية لأوضاع الوزارة أو المؤسسة المدنية أو أهدافها المستقبلية وموقف تنفيذها المرحلي في الوقت الحالي وما يستكمل في المستقبل.

- ترى الباحثة ضرورة توافر عنصر يتعرف من خلاله المستقبل على الجهود التي تبذلها كل من المؤسسات محل الدراسة؛ لتحسين أدائها في المستقبل، بشكل خاص في أوقات الأزمات؛ إذ أن الأزمات تفرض زيادة الحاجة للحصول على المعلومات لدى الجمهور. ففي مرحلة ما بعد الأزمة يحتاج الجمهور معرفة الجهود المبذولة من قبل المؤسسة للتصدي للأزمات المشابهة مستقبلاً.

- تميز موقعا المؤسسات الحكومية والمدنية بتقديم المعلومات عن علاقات الوزارة والمؤسسات المدنية بغيرها من المؤسسات والكيانات المرتبطة النشاط والهدف أنفسهما، سواءً داخل مصر أم خارجها، والتي توضح أوجه التدريب والتعاون والأنشطة المشتركة بينهما.

- تميز الموقعان الرسميان للمؤسسات الحكومية بتوافر مطبوعاتها على الموقع الإلكتروني، والإعلان عنها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتخصيص روابط لهذه المطبوعات

مثل رابط الإصدارات. فعلى سبيل المثال أتاح موقع الموارد المائية والري رابطاً خاصاً لمجلة اسمها حابي.

- أتاح موقعاً المؤسسات الرسمية الحكومية رابطاً للإنجازات التي قامت بها، من خلال جزء مخصص لذلك تحت اسم المشاريع، والإنجازات، مما يخلق انطباعاً جيداً لدى المستخدم عن مدى حرص المؤسسات الحكومية على المشاركة الفعالة في تنمية المجتمع.

المبدأ الرابع لنظرية (Boold) الاتصال الحواري عبر الإنترنت: الاحتفاظ بالزوار Conservation of Visitors

تنوع مواد المالتى ميديا المتاحة بالموقع:

يلاحظ أن كافة المؤسسات سواء الحكومية أم المدنية حريصة على تنوع شكل تقديم المادة المعلوماتية المقدمة للجمهور، وذلك من خلال تنوع مواد المالتى ميديا الخاصة بالنشر الإلكتروني وذلك على النحو الآتي:

- صور (أشخاص - مباني ... الخ): حيث حرص موقع وزارة الموارد المائية والري وكذلك موقع وزارة البيئة على إبراز موقع الوزارة بصورة على خريطة GPS، وقد تنوعت الصور على مستوى المؤسسات الأربع ما بين صور ثابتة وأخرى متحركة، وكان حجم الصور مناسباً للمواقع، فضلاً عن توافر روابط للصور. كما حرصت المواقع الإلكترونية على نشر صور مصاحب لها نصوص، فضلاً عن نشر صور للمؤسسات الأربع وفعاليتها وأنشطتها وأحداثها. وقد تضمنت المواقع الإلكترونية وصفحاتها نشر رسوم بيانية تكون في إطار تقديم موضوع معين والتدليل عليه بالأرقام، إلا أن موقع وزارة الموارد المائية والري خصص جزءاً لاستعراض معلومات وتتضمن أرقاماً ورسوماً بيانية.



شكل رقم (٢٤)

استخدام الصور والأرقام في المنشورات على المواقع الإلكترونية

- أشكال توضيحية ثابتة/ متحركة: تحرص كافة المواقع على تضمين المحتوى المعلوماتي المنشور بها أشكالاً توضيحية ثابتة ومتحركة لتقديم تفاصيل أكثر عن الموضوع، وكذلك لتوضيح تفاصيله من كافة الزوايا؛ لأن النصوص والكلمات قد لا تكفي لتقديم تفسير أكثر لبعض الأمور، مثل نشر صور التعدادات، وكذلك صور الإنجازات والمشروعات.

- **فيديوهات ومقاطع حية للأحداث:** تحرص المواقع الإلكترونية على نشر فيديوهات من واقع المؤتمرات والندوات وورش العمل وكذلك للزيارات الميدانية للقيادات وعلى رأسهم الوزراء والاحتفالات مثل احتفال جمعية صوت النيل بيوم وفاء النيل وعقد مهرجان لأجل إحياء النيل والحديث عن قضاياها وتنظيم مسابقات خلال هذا اليوم الاحتفالي الذي حضره الوزراء المعنيون بمياه النيل.

خدمات مقدمة لزوار الويب:

- تضمنت المواقع الإلكترونية نشرات وتقارير شهرية ودورية منتظمة عن القضايا البيئية والمياه، كما سبق التوضيح في تقسيم الموقع ومحتوياته. كما لوحظ حرص المواقع على تضمين العديد من الروابط السريعة للحصول على المعلومات المتعلقة بالخدمات البيئية التي تقدمها هذه الجهات، فضلاً عن الاهتمام بتقديم معلومات عن الطقس والتنبؤات. كما لوحظ تنوع الروابط ما بين استخدام عناوين مميزة للروابط، واستخدام الروابط النصية إلى جانب روابط مفعلة عن طريق الصور، واستخدام روابط نصية تفاعلية ومفعلة، فضلاً عن توفير روابط لربط موقع الوزارة مع غيرها من الجهات المشتركة معها في العديد من الأعمال والأنشطة.

المبدأ الخامس لنظرية (boold) الاتصال الحواري عبر الإنترنت: إنشاء حلقة حوارية Create a Dialogue Loop

تعدد بيانات الاتصال بالمؤسسات:

جدول رقم (٣)

تفاصيل بيانات الاتصال بالمؤسسات الحكومية والمدنية محل الدراسة

تفاصيل خريطة الموقع	عنوان المؤسسة	موقع على خريطة GPS	البريد الإلكتروني للموقع	تنويه عن روابط لصفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي
وزارة الري والموارد المائية	يوجد	يوجد	يوجد	تنويه عن فيس بوك والانستجرام واليوتيوب
وزارة البيئة	يوجد	لا يوجد	يوجد	تنويه عن فيس بوك، تويتر، يوتيوب (لها قناة)
جمعية شباب ببحب مصر	يوجد	يوجد	يوجد	تنويه عن وجود صفحة على الفيس بوك
جمعية صوت النيل	يوجد	لا يوجد	يوجد	تنويه عن فيس بوك، تويتر، يوتيوب (لها قناة)

كما تتضمن هذه المواقع جزءاً مخصصاً باتصل بنا يتضمن التعريف أيضاً بكيفية التواصل عن طريق سبل أخرى، مثل الهواتف والبريد الإلكتروني والواتس آب، وذلك على النحو الآتي:

جدول رقم (٤)

تفاصيل اتصل بنا بالمؤسسات الحكومية والمدنية محل الدراسة

العنوان	البريد الإلكتروني	الواتس أب	ارقام الهواتف	تفاصيل اتصل بنا
أش جمال عبد الناصر، كورنيش النيل، الجيزة، الوراق، وعلى الخريطة gps	rcService@m wri.gov.eg	لا يوجد	(+202) 35449417	وزارة الري والموارد المائية
طريق 30 مصر حلوان الزراعي - المعادي - القاهرة	eeaa@e eaa.gov.eg	الشكاوى/البلاغات عبر الواتس أب	11728 الرقم البريدي : (٢٠٢) 25256452 ت : 25256490 (202)فاكس : والخط الساخن : ١٩٨٠٨ :وخدمة المواطنين 25266178 - 25256470	وزارة البيئة
18شارع حسين حجازي متفرع من شارع القصر العيني الدور الاول شقة ١ وعلى الخريطة gps	info@ylefoundation.com	لا يوجد	الرقم27930408	جمعية شباب ببحب مصر تم إتاحة بيانات التواصل من خلال الفيس بوك ولم يتضمن الموقع اتصل بنا
لا يتاح	info@soutelneel.org	لا يوجد	الرقم233866051	جمعية صوت النيل تم إتاحة بيانات التواصل من خلال الفيس بوك ولم يتضمن الموقع اتصل بنا

آليات التفاعل الحواري مع زوار الموقع:

يصنف موقع وزارة البيئة الشكاوى إلى شكاوى المواطنين وشكاوى المستثمرين وذلك على النحو

الآتي:



شكل رقم (٢٥)

يصنف موقع وزارة البيئة الشكاوى إلى شكاوى المواطنين وشكاوى المستثمرين ولقد أدرج الموقع أسفل تصنيف الشكاوى وإمكانية الدخول على الرابط المخصص لكل تصنيف سواءً شكاوى مواطنين أم مستثمرين تنويهاً، بأن يتم إرسال الشكاوى ومتابعتها من خلال بوابة الشكاوى الحكومية الموحدة (www.shakwa.eg) ، الخط الساخن: ١٦٥٢٨. حيث تم الربط مع البوابة في إبريل ٢٠١٨م.

ويرجى إرسال الاستعلامات من خلال صفحة الاستعلامات على موقع الوزارة. كما يمكن متابعة الاستعلام بالإضافة إلى الشكاوى قبل إبريل ٢٠١٨م والتي تم إدخالها على موقع الوزارة من خلال صفحة متابعة الطلب على الموقع.

وفي هذا الصدد أوضح موقع وزارة البيئة الترابط الذي بينه كمؤسسة حكومية مع المؤسسات الأخرى؛ لأجل استقبال شكاوى المواطنين.

كما أتاح الموقع خاصية "متابعة طلبك" في رابط آخر وجعله مخصصاً لذلك يتضمن بيانات المواطن ورقمه القومي للمتابعة، وقد تم التنويه عن إمكانية معرفة الرد على ما اتخذ من إجراءات حيال طلب المواطن من خلال الموقع وذلك بإدخال رقم الطلب الخاص بك والرقم القومي الذي تم إدخاله مع الطلب ثم الضغط على بحث:

للمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بالإدارة العامة لخدمة المواطنين - التليفون:

٢٥٢٥٦٤٧٠/٢٥٢٦٦١٧٨ - الفاكس: ٢٥٢٥٦٤٩٥ - الخط الساخن: ١٩٨٠٨ -

الواتس أب: ٠١٢٢٢٦٩٣٣٣٣



شكل (٢٦)

جزء متابعة شكاوى المواطنين عبر موقع وزارة البيئة

وبالنسبة لموقع وزارة الري والموارد المائية، فقد أتاح الموقع خدمة إضافية في مجال التواصل الهاتفي من قبل المواطنين مع الوزارة، يتضمن أرقام التليفونات والفاكس لبعض الإدارات المتضمنة في الوزارة، والتي تمثلت في: الإدارة المركزية لشئون مكتب الوزير، والإدارة العامة للمعلومات والتوثيق ودعم

اتخاذ القرار، وقطاع شؤون الري، قطاع حماية النيل، وقطاع المياه الجوفية، الإعلام المائي، وتمثل الرابط المخصص لهذه الخدمة في الرابط الآتي: <https://www.mwri.gov.eg/contact-us> كما تضمن ذات الرابط، تخصيص مكان للمواطن؛ لكتابة رسالته، بالإضافة لاسمه، وبريده الإلكتروني، والموضوع، وذلك على النحو الذي يوضحه الشكل الآتي:



شكل (٢٧)

جزء متابعة المواطنين عبر موقع وزارة الموارد المائية والري

كما أكدت صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على استقبال شكاوى المواطنين من خلال البريد الإلكتروني للمؤسسات، وكذلك من خلال التنويه في منشورات تعد خصيصاً للإعلان عن أرقام التواصل مع الجمهور من خلال الهواتف الذكية والأدلة والواتس والبريد الإلكتروني، كما تضمن الموقعان الرسميان جزءاً مخصصاً للأسئلة المكررة وذلك في أسفل الصفحة.

الجزء الثالث: تحليل SWOT لمحتوى مواقع المؤسسات الحكومية والمدنية وصفحاتها:

أولاً: نقاط القوة التي كشفت عنها نتائج المواقع والصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية والمدنية:

وقد تمثلت هذه النقاط في الآتي:

- (١) حرص المؤسسات الحكومية والمدنية على إبراز الإيجابيات متمثلة في الإنجازات التي حققتها المؤسسات محل الدراسة، إلى جانب توضيح اهتمامها بتحقيق أبعاد التنمية المستدامة والمتمثلة في توضيح رؤية مصر واستراتيجية ٢٠٣٠م وربطها بأهداف المؤسسة.
- (٢) الحرص على نشر أخبار المؤسسات وفعاليتها وتقاريرها ومخرجاتها، وهو الذي يمنح رسالة للمواطن مفادها أن هناك حرصاً على توصيل المعلومات بأشكالها المختلفة لتلبية احتياجات الجمهور المعرفية والمعلومات، لأن هذه المؤسسات وبخاصة الرسمية منها، تميزت في تفصيل عرضها للخدمات بالوثائق الدالة على كيفية الحصول عليها من قبل المواطنين.
- (٣) تميزت كافة المؤسسات الحكومية والمدنية بحرصها على تنوع آليات التواصل مع الجمهور والتعرف على آرائه ومقترحاته، وهو ما يعطي رسالة بأن المواطن هو الركن الأساسي في رسالة هذه المؤسسات. وبالتالي هناك حرص على تفعيل مشاركته.

٤) اهتمت المؤسسات الرسمية الحكومية بإبراز كافة البيانات المتعلقة بالمياه ونهر النيل، وهو الأمر الذي يعد ميزة إيجابية، وهو ما يدفع للتوصية بأهمية استثمار كافة المعلومات المرتبطة بمياه نهر النيل وتاريخ المياه الجوفية وترشيد الاستهلاك للمياه وغيره من الملفات النوعية التي تهتم بها المؤسسات محل الدراسة؛ حيث يساعد هذا الأمر على تحقيق ثراء معلوماتي، وكذلك توضيح المعلومات الدقيقة التي تفند أي معلومات مغلوبة في مواقع أخرى.

٥) الحرص على إبراز الشركاء مع المؤسسات الحكومية والمدنية، وهو الأمر الذي يوسع المجال أمام المواطن في التعرف على معلومات أكثر من مصادر متنوعة موثقة، وكذلك تنوع الرؤى.

٦) حرص وزارة البيئة على ترجمة بعض ملفاتها باللغة الإنجليزية إلى جانب إتاحة موقعها باللغة العربية والإنجليزية، وهو الأمر الذي يعد خطوة مهمة؛ لأن هذه المؤسسات تتعامل في قضايا لها طبيعة محلية ولها طبيعة إقليمية وعالمية، لذا يعد هذا الأمر إيجابياً؛ لأنه يوسع قاعدة الجمهور المستهدف من الاتصال والنشاط الاتصالي من قبل القائمين على إدارة هذه المواقع والصفحات. كما يعد أمراً إيجابياً لنشر الخبر باللغة العربية وباللغة الإنجليزية، وهو ما سيساهم في انتشار هذه المواقع والصفحات بشكل أكبر، وارتفاع أعداد المتفاعلين معها من كل دول العالم، وبخاصة أنها صفحة تعبر عن التوجه الرسمي للدولة في علاقاتها الحكومية خاصة في تجاه القضايا التي ترتبطها بغيرها من الدول مثل أزمة مياه نهر النيل، وكذلك في مجال شراكات التعاون والأنشطة المشتركة.

ثانياً: نقاط الضعف التي كشفت عنها نتائج تحليل المواقع والصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية والمدنية:

تنحصر نقاط الضعف في هذه المواقع والصفحات في الآتي:

١) لا يوجد حرص من قبل المؤسسات المدنية على تنوع آليات تواصلها مع الجمهور المستهدف مقارنة مع المؤسسات الحكومية التي تميزت في ذلك، وبشكل خاص وزارة البيئة، لأن هذا الأمر يساعد في إبراز وجهة نظر المجتمع المدني الذي يمثل الضلع الرابع في الدولة إلى جانب المؤسسات الرسمية، ويساعد في خلق مواطن واع بأهداف الدولة واتجاهاتها من مختلف الزوايا والرؤى الرسمية والمدنية والمجتمعية، فيكون هناك مواطن واع وقادر على النقد البناء ومساهم بشكل فعلي في مسارات التنمية.

٢) لا يوجد إبراز لرأي الشعب المصري وتفاعلاته بشكل كبير ومرتفع عبر هذه المواقع بشكل عام.

٣) يتم اختزال بعض الأحداث في مجرد نص وصورة، لكن طبيعتها تحتم نشرها في شكل فيديوهات، وهو ما يقتضي الحرص على توثيق الحدث مصوراً وذلك في شكل فيديو ويتم رفعه على القناة

المخصصة للمؤسسة، بغض النظر عن نشره كنص وصورة على مواقعها الإلكترونية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(٤) تبين من شكل المنشورات التي تبثها الصفحات الرسمية والمدنية أنها عبارة عن نصوص وصور للموضوع مجال النشر، ولم يكن هناك توظيف لتقنية الجرافيك في إعداد المنشورات وتصميمها، وهو أمر لابد من تداركه لأن هناك أخبارًا تتضمن أرقاماً وتفاصيل يمكن اختزالها في شكل تصميم يساعد على معرفتها بشكل سريع ودون العناء في محاولة قراءة النص.

(٥) لم يكن هناك اعتماد على تقنية الفيديو التفاعلي أو الفيديو المعتمد على تصميمات جرافيكية باستخدام البعد الثاني أو الثالث في إعداد ملخص لإنجاز تحقق عن مشروع أو قانون غير مفعّل؛ لأن الفيديوهات المنشورة عبارة عن فيديو لحدث يجري على أرض الواقع.

(٦) لم يكن هناك اهتمام مرتفع من قبل الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية والمدنية في التفاعل مع المواطنين والرد على تعليقاتهم والتي تبرز على منشورات صفحات هذه المؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يعد ضرورياً لتعزيز فكرة الحميمية والتفاعل مع المواطن.

(٧) لم توظف الصفحات المدنية وبخاصة الاستبيان عبر مواقعها الإلكترونية مثل المواقع الإلكترونية الرسمية، طرح تساؤلات للجمهور وبدائلها من خلالها، يقوم المواطنون بالتفاعل معها، والاختيار بين البدائل، وهو الأمر الذي يمكن أن يساعد متخذ القرار في تحقيق المشاركة الجماهيرية والتعرف على توقعاته واحتياجاته الفعلية.

**ثالثاً: الفرص المتاحة أمام المؤسسات الحكومية والمدنية لتحقيق أفضل تفاعل مؤثر مع المواطنين:
وتتمحور هذه الفرص في الآتي:**

(١) ارتفاع مستوى اهتمام الشعب المصري بالصفحات المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة الفيس بوك، وهو ما أثبتته الدراسات والإحصائيات عن تفاعل المواطنين مع مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع التفاعل المصري مع هذه المواقع، لكون هذه المواقع تعد مصدراً جاذباً ومتنوعاً للمعلومات الجادة والخفيفة، فضلاً عن تنوع الصفحات التي يمكن التعرض لها حول الموضوع ذاته، كما لوحظ التوجه من قبل المؤسسات الحكومية نحو تنوع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم الاعتماد عليها في التفاعل، وعدم الاقتصار على صفحة الفيس بوك، في حين أن المؤسسات المدنية قد اهتمت بموقع الفيس بوك أكثر من غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة في ظل اهتمام المؤسسات الحكومية والخاصة والمدنية بتأسيس صفحات رسمية لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب مواقعها الإلكترونية وذلك منذ أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م.

٢) توفر مواقع التواصل الاجتماعي خصائص تميزها كوسيلة اتصالية عن وسائل الاتصال التقليدية، مثل توافر خاصية التفاعلية مما يمكنها من معرفة ردود فعل المواطنين على المنشور، أو التعرف على توقعات المواطنين لمستقبل الخدمات الحكومية المقدمة أو احتياجاتهم الفعلية، أو التعرف على آرائهم في سياسات المؤسسات الحكومية والمدنية التي تنتهجها.

٣) استثمار تقنيات الجرافيك في إعداد المنشورات عبر الصفحات الرسمية وكذلك المحتوى المنشور عبر المواقع الإلكترونية الرسمية، والتي تتسم بجودة الشكل عند العرض إلى جانب اختزال النص في كلمات تمثل رسائل مباشرة تخدم الهدف المنشود تحقيقه.

رابعاً: التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية والمدنية:

١. يمكن تفعيل دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز الأنشطة الاتصالية وعمل مخطط لها وتكون هي المسئول الأول عن إدارته إلى جانب التعاون مع باقي الإدارات في الهيكل الإداري للمؤسسات الحكومية والمدنية.
٢. عدم وجود فريق متكامل متخصص ومدرب للتعامل مع القائمين بالاتصال لأي وزارة أو مؤسسة حكومية أو مؤسسة مدنية، على أن يكون متنوع التخصصات بحيث يتضمن القادرين على الابتكار في إعداد طرق العرض والتقديم للموضوعات، أو الممارسين لتطبيقات الجرافيك المختلفة لإعداد تصميمات مبتكرة أو فيديوهات تفاعلية أو فيديوهات إنفوجراف ثابتة أو متحركة (ثنائية الأبعاد، ثلاثية الأبعاد).
٣. الحاجة إلى وجود فريق متخصص في متابعة تداعيات الموضوعات المنشورة، حيث لوحظ من طبيعة هذه الموضوعات المنشورة، أنه يتم نشرها في منشور واحد ولا يستكمل متابعته من حيث ما تحقق فيه ومدى تحقق النتائج المخطط لها.
٤. غياب الفريق المتخصص للرد على تعليقات المواطنين على منشورات صفحات المؤسسات الحكومية والمدنية، وهو الأمر الذي يعني ترجمة حقيقية فعلية للاستفادة من مميزات هذه الوسائل الاتصالية وهي التفاعلية، إلى جانب اهتمامهم بتحليل التعليقات من حيث موضوعاتها واتجاهاتها وسماتها وشكل التفاعل، وهو ما يعطي مؤشرات لرضا الجمهور عن الأداء المؤسسي الحكومي والمدني من عدمه، ويساعد في تعديل المؤسسات الحكومية والمدنية من مسارها لأن الهدف الأساسي من هذه الصفحات هو خدمة المواطن.
٥. قلة التدريب لكافة العاملين في فريق النشر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمؤسسات الحكومية والمدنية إلى جانب إدارة العلاقات العامة عن إعلام الأزمة، عن كيفية التعامل مع الأزمات واستيعاب الرأي العام، فقد أدى تطور تكنولوجيا الاتصالات الرقمية، وظهور وسائل الإعلام الاجتماعي إلى تغيير بيئة اتصالات الأزمة، حيث قدمت هذه الوسائل نمطاً جديداً للاتصال

في أوقات الأزمات، فهي تتيح اتصالاً فورياً ومباشراً مع الرأي العام، وتوفر فرصة للتواصل ونشر المعلومات وتوصيلها للجمهور في أسرع وقت من خلال نقاش آني ومستمر ومتفاعل معهم، لاعتمادها على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وبخاصة أوقات الأزمات والكوارث.

أهم النتائج والتوصيات:

لقد خلصت الباحثة من خلال الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور إلى نتائج عدة، من أهمها:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور:

- ١) تتضمن المواقع الإلكترونية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الرسمية (وزارة الري والموارد المائية، وزارة البيئة) وغير الرسمية (شباب بيحب مصر، وجمعية صوت النيل) خرائط تعريفية بأماكن وجود هذه المؤسسات مما يساعد المواطن على الوصول لها، وذلك من خلال توضيح عنوان هذه المؤسسات، وموقعها على خريطة GPS، والبريد الإلكتروني الخاص بها.
- ٢) تتيح كافة المواقع خاصية البحث عن موضوعاتها وأنشطتها وخدماتها، ويلاحظ أن هناك مواقع رسمية أخرى تتيح خاصية البحث بمزيد من المرونة والسلاسة، وذلك بإتاحتها إمكانية البحث (بكلمة، بموضوع، بتقرير، بتاريخ، باسم كاتب وغيره من التفاصيل) والتي تسهل من عملية البحث والوصول للمعلومة، على عكس البحث العام الذي يعطي بدائل عديدة تزيد من الفترة المطلوبة للوصول للمعلومة.
- ٣) لاحظت الباحثة أن موقع وزارة البيئة يخصص مكاناً للبحث والوصول للمعلومة، لكن موقع وزارة الموارد المائية والري لا يتيح هذه الخاصية، وكذلك مواقع المؤسسات المدنية.
- ٤) اتسمت المواقع الإلكترونية للدراسة بسهولة التصفح، والتنقل بين أقسامها المختلفة، ومحتوياتها من مواد تحريرية ومصورة وفيديوهات بسهولة، بما يعكس فاعلية تشغيل الموقع وكفاءته، كما أن كافة المواقع كانت حريصة على تقسيم محتواها الإلكتروني إلى أجزاء منفصلة على أن يتضمن كل جزء منها مجموعة من الملفات المدرجة أسفله، وإن كانت الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية واضحة، ومقسمة لأجزاء وذلك حسب أنشطة وأخبار ومعلومات وتقارير الكيانات وأخبارها، ومعلوماتها، وتقاريرها التي تهتم بها.
- ٥) يلاحظ من الموقع الخاص بوزارة الموارد المائية والري، حرصه على مخاطبة جمهورها الخارجي وكذلك جمهور الموظفين أي جمهورها الداخلي، ما تمثل في تخصيص بعض الروابط الفرعية لتوضيح المعلومات التي تخص العاملين لدى الوزارات والجهات التابعة لها.
- ٦) لوحظ أن مواقع الدراسة الإلكترونية اتسمت باستخدام الصور التوضيحية الدالة على محتوى الجزء الخاص بها، عبر الضغط علي وسيلة الانتقال للرابط الفرعي المتضمن لهذا المحتوى، حيث تم

تنظيم المحتوى للمواقع وتنسيقه لأجزاء واضحة ولها مساحة مخصصة لإبراز محتواها، وعلى سبيل المثال، مواقع المؤسسات المدنية تقسم لأجزاء متعلقة بأخبار وأنشطة المؤسسة، وتقاريرها التي تصدرها، واتصل بنا، وكذلك ورش العمل والمؤتمرات التي قامت بها المؤسسات.

(٧) خصصت جمعية صوت النيل موقعاً لها يتصل بصحيفة إلكترونية تصدرها الجمعية تحت اسم "جمعية صوت النيل نيوز"، حيث تعد هذه الصحيفة هي الناطق الرسمي باسم المؤسسة المدنية وتعتبر عن أنشطتها وأخبارها إلى جانب استعراض معلومات أخرى عامة في مجالات أخرى كالرياضة والفن والاقتصاد والسياسة وغيره بحكم إنها جريدة إلكترونية عامة، ومن ثم لا بد من تنوع أخبارها وتعدد أقسامها إلى جانب الاهتمام بنشر أخبار المياه والبيئة بشكل مركز وتصدرها الصفحة الرئيسية في حالة وجودها.

(٨) أتاح موقع وزارة البيئة وكذلك موقع وزارة الموارد المائية والري إمكانية إدراج الملفات، كما أتاح موقع وزارة البيئة بشكل خاص أماكن مخصصة للمواطنين؛ لإدراج ملفات خاصة بهم عبر الموقع، وكذلك عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي سواءً في جزء التعليقات على المنشورات أم عبر البريد الإلكتروني للصفحات إلى جانب البريد الإلكتروني للمواقع الإلكترونية.

(٩) تتميز المواقع الإلكترونية بسهولة تحميل المحتويات المدرجة عليها وسرعتها والتي تتنوع ما بين صور ونصوص وتقارير محملة بصورة pdf، وكذلك الفيديوهات، إلى جانب سهولة تحميل الروابط معاً وفتح الروابط المشاركة لهذه المؤسسات الأربع محل الدراسة.

(١٠) أدرجت مواقع وزارة البيئة والموارد المائية والري خدمة الطباعة لمحتواها المنشور، في حين لم تكن هذه الخدمة مدرجة في موقع شباب ببح مصر، ولكنها موجودة في موقع صوت النيل.

(١١) أتاح موقع وزارة البيئة أشكالاً مختلفة للتفاعل والتواصل مع الجمهور، كما سبق التوضيح في الجزء التعريفي بها وبالموقع، حيث أتاحت خدمات البريد الإلكتروني عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك البريد الإلكتروني للموقع، وعبر ال-GMAIL، ووسائل تفاعلية أخرى تبنتها هذه الوزارة دون باقي المواقع الأخرى والتي اكتفت بالمراسلة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي.

(١٢) يعد موقع وزارة الري أفضل موقع مصمم؛ لأنه استثمر كافة المساحات المتاحة أمامه بشكل مدروس، حيث قسمها لأجزاء ما بين اليمين واليسار وأسفل وأعلى بشكل مجزأ أكثر، إلى جانب بساطة التصميم والألوان، ويأتي بعده من حيث التصميم موقع وزارة الموارد المائية والري الذي قسم الموقع أفقياً لأجزاء فوق بعضها، وهو نوع آخر من الاستثمار للمساحات، لكن تنظيم موقع البيئة كان أفضل، ويلاحظ على كلا الموقعين الحرص على الربط بين النص وبين الصورة، حيث تم التعبير عن كلمة قطرة المياه بصورة قطرة ماء، وغيره من الأمور المشابهة.

- (١٣) لوحظ أن كافة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية والمدنية، عند نشرها للمحتوى يكون هناك عناصر أساسية يتم مراعاتها في التغطية الإعلامية، وتتمثل هذه العناصر في الآتي: اسم الحدث- قيمة الحدث- تعريف الحدث- مكان عقد الحدث- توقيت عرض الحدث- الجهة المنظمة للحدث والمشاركة فيه- طبيعة برنامج الحدث- الأطراف المشاركة في الحدث.
- (١٤) يقدم موقعا البيئة والموارد المائية والري شريطاً للأخبار متحركاً أعلى الصفحة الرئيسية للموقع، وهو محدث بشكل غير دوري ومنتظم.
- (١٥) تحتوي المواقع الإلكترونية الرسمية الحكومية على الرؤية والأهداف والهيكل التنظيمي لها في حين أن المؤسسات المدنية لم تقدم أي نبذة عن ذاتها في المواقع الإلكترونية غير أنه تم إتاحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً موقع الفيس بوك، وترى الباحثة أن هذا التعريف بالرسالة والرؤية يبرز أهمية الموقع وأهدافه التي يسعى لتحقيقها، بما يميزه عن غيره من مصادر المعلومات، مما يشجع المستخدم على استخدام الموقع دون غيره من مصادر المعلومات الأخرى.
- (١٦) نشر قائمة بالفاعليات والأحداث التي قامت بها المؤسسات الأربع، وكذلك التي يمكن أن يشارك فيها المواطنون بشكل بارز في الجزء المخصص لاتصل بنا أو عبر عن شكواك أو شارك برأيك أو استطلاعات، وهو الأمر الذي تميزت به المواقع الرسمية الحكومية ولم يكن متاحاً في المواقع.
- (١٧) نشر معلومات كافية عن طبيعة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية محل الدراسة في حين لم يكن هذا الأمر بارزاً في المؤسسات المدنية، كما أن المؤسسات الرسمية الحكومية كانت حريصة على تعدد الروابط الإلكترونية الفرعية في مكانين مختلفين للوصول للخدمات إلى جانب القائمة الفرعية الأساسية بالموقع.
- (١٨) لوحظ أن موقعي المؤسسات الحكومية الرسمية قد حرصا على وجود عناوين تفصيلية عن أهم الموضوعات الموجودة على الصفحة الرئيسية للموقعين، مما يسهل على المستخدم اختيار الموضوعات التي تناسبه للقراءة من بين الملفات العديدة التي تتضمنها الملفات الرئيسية، دون الحاجة إلى البحث عنها داخل الروابط، فبمجرد الضغط على العنوان يمكن للمستخدم قراءة محتواه، ومن ثم يمكن القول أن معلومات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية شاملة وكاملة وتوفر المستوى المناسب من التفاصيل.
- (١٩) تضمين عبارات صريحة تحث الزوار على البقاء على الموقع الإلكتروني، وكذلك مواقع صفحات التواصل الاجتماعي، إلى جانب تعدد المواقع المتاحة أمامه لكي يتفاعل معهم، ويتطلع على مخرجات المؤسسات وتقاريرها وإصداراتها، حيث يتضح من جزء اتصل بنا تنوع آليات الحث على الزيارة. كما أن تنوع المعلومات وكفايتها عن الخدمات الحكومية يشجع المواطن على معاودة الزيارة لتلبية احتياجاته المعرفية.

٢٠) وفرت المواقع الرسمية والمدنية نبذة عن مهامها، لكنها لم توفر رؤية مستقبلية لأوضاع الوزارة أو المؤسسة المدنية أو أهدافها المستقبلية وموقف تنفيذها المرحلي في الوقت الحالي وما يستكمل في المستقبل.

٢١) ترى الباحثة ضرورة توافر عنصر يتعرف من خلاله المستقبل على الجهود التي تبذلها كل المؤسسات محل الدراسة، لتحسين أدائها في المستقبل، بشكل خاص في أوقات الأزمات؛ لأن الأزمات تفرض زيادة الحاجة للحصول على المعلومات لدى الجمهور، ففي مرحلة ما بعد الأزمة يحتاج الجمهور لمعرفة الجهود المبذولة من قبل المؤسسة للتصدي للأزمات المشابهة مستقبلاً.

٢٢) تميز موقعا المؤسسات الحكومية والمدنية بتقديم المعلومات عن علاقات الوزارة والمؤسسات المدنية بغيرها من المؤسسات والكيانات المرتبطة بالنشاط والهدف نفسيهما، سواء داخل مصر وخارجها، والتي توضح أوجه التدريب والتعاون والأنشطة المشتركة منها.

٢٣) تميز الموقع الرسمي للمؤسسات الحكومية بتوافر مطبوعاتها على الموقع الإلكتروني، والإعلان عنها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتخصيص روابط لهذه المطبوعات مثل رابط إصدارات، فمثلاً موقع الموارد المائية والري أتاح رابطاً خاصاً لمجلة اسمها حابي.

٢٤) أتاح موقعا المؤسسات الرسمية الحكومية رابطاً للإنجازات التي قامت بها، من خلال جزء مخصص لذلك تحت اسم المشاريع، وإنجازات، مما يخلق انطباعاً جيداً لدى المستخدم حول حرص المؤسسات الحكومية على المشاركة الفعالة في تنمية المجتمع.

٢٥) حرص موقع وزارة الموارد المائية والري وكذلك موقع وزارة البيئة على إبراز موقع الوزارة بطريقة - مصورة وعلى خريطة GPS، وقد تنوعت الصور على مستوى المؤسسات الأربع ما بين صور ثابتة وصور وأخرى متحركة، وكان حجم الصور مناسباً للمواقع، فضلاً عن توافر روابط للصور. كما حرصت المواقع الإلكترونية على نشر صور مصاحب لها نصوص، فضلاً عن نشر صور للمؤسسات الأربع وفعاليتها وأنشطتها وأحداثها، وقد تضمنت المواقع الإلكترونية وصفحاتها نشر رسوم بيانية تكون في إطار تقديم موضوع معين والتدليل عليه بالأرقام، إلا أن موقع وزارة الموارد المائية والري خصص جزءاً لاستعراض معلومات تتضمن أرقاماً ورسوماً بيانية.

٢٦) تضمنت المواقع الإلكترونية نشرات وتقارير شهرية ودورية منتظمة عن القضايا البيئية والمياه. وقد لوحظ حرص المواقع على تضمين العديد من الروابط السريعة للحصول على المعلومات المتعلقة بالخدمات البيئية التي تقدمها هذه الجهات، فضلاً عن الاهتمام بتقديم معلومات عن الطقس وتنبؤات الهواء. كما لوحظ تنوع الروابط ما بين استخدام عناوين مميزة للروابط، واستخدام الروابط النصية إلى جانب روابط مفعلة عن طريق الصور، واستخدام روابط نصية تفاعلية ومفعلة، فضلاً عن توفير روابط لربط موقع الوزارة مع غيرها من الجهات المشتركة معها في العديد من الأعمال والأنشطة.

مقترحات الدراسة:

- ١- حتمية تدريب القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية والمدنية على مهارات التكنولوجيا الاتصالية ومتابعة ما يستجد من تطورات في مجال النشر الإعلامي وبخاصة الرقمي منها؛ لأجل إتاحة المعرفة والمعلومات المختلفة المرتبطة بنشاط وخدمات المؤسسات وخدماتها للجمهور تحقيقاً للتواصل الخارجي معه.
- ٢- تعظيم الاستفادة من إمكانات صفحات مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب المواقع الإلكترونية في توصيل المعلومات والتوجيه والتفاعل مع توجهات الجمهور واستفساراتهم وآرائهم؛ لأن الإعلام عامة يُعد موجهاً ومعلماً ويمتاز بابتكار أسلوب تقديم المعلومات، متخطياً الحدود الزمانية والمكانية، وبالتالي أصبح الإعلام بتنوع وسائله ما بين التقليدي والحديث يملك النصيب الأكبر في التأثير وتغيير المعتقدات والتوجهات الخاصة بالجمهور.

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية.

١. أحمد بن راشد بن سعيد (٢٠٠٨م)، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو.
٢. أحمد فاروق رضوان (٢٠١٢م)، استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة: دراسة حالة على شركة تويوتا، في: المجلة العربية للإعلام والاتصال. المملكة العربية السعودية. العدد ٨. مايو/ أيار. ص ١٥٩.
٣. أمجد السيد محمد أحمد شاهين (٢٠١٥م)، "المعالجة الاتصالية للأزمات: دراسة حالة، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
٤. أمل فوزي (٢٠٠٤م)، "مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" في الأنشطة الاتصالية " رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٥. أياذ حكمت عبيدي (٢٠١٠م)، "تعرض الشباب العراقي لمواقع الإنترنت وعلاقته بالقيم السائدة لديهم: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية).
٦. بندر عبد العزيز الحارثي (٢٠١٤م)، "اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها". رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
٧. جوزيف رامز أمين (٢٠١٢م)، " المحددات الدولية والإقليمية لقضية مياه نهر النيل، مجلة آفاق إفريقية، (جامعة القاهرة، معهد البحوث والدراسات الأفريقية، قسم السياسة والاقتصاد، مج ١٠، ع ٣٦) ص ١١-١٣.
٨. داليا صلاح محمد علي (٢٠١٨م)، "استخدام المراهقين لبعض المواقع الإخبارية العربية والأجنبية وعلاقته باتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المصرية الخارجية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل)
٩. رامي عبود (٢٠١٣م)، "المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت: نظرة على التخطيط الاستراتيجي العربي والعالمى". ط ١. (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع)
١٠. رباب أسامة شاهين (٢٠٢٠م)، "أثر تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو القضايا القومية": دراسة تطبيقية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام)

١١. سارة محمد محمد (٢٠١٥م)، "تأثير سهولة استخدام الموقع الإلكتروني على رضا العميل وانعكاساته على ولائه والتوصية الإلكترونية بالمنتج بين العملاء": نموذج مقترح بالتطبيق على الخدمات الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة بني سويف: كلية التجارة. قسم إدارة الأعمال).
١٢. عبد النعم صالح يونس الميهوب (٢٠١٥م)، "الخدمات الإلكترونية الليبية على الإنترنت: دراسة تقييمية للمواقع الحكومية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة بنها: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات).
١٣. علي بن سهيل بن محمد (٢٠١٦م)، "الأبعاد الاجتماعية للحكومة الإلكترونية في المجتمع العماني: دراسة سوسيولوجية مطبقة على برنامجي التعليم والعمل". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع).
١٤. فضل جلال العامري (٢٠١١م)، "حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية". ط ١ (الجيزة: هلا للنشر والتوزيع).
١٥. فيليب هينسلو (٢٠٠٧م)، "فن إدارة العلاقات العامة، المهارات العلمية"، ترجمة خالد العامري، ط ١ (الجيزة، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية).
١٦. محمد عبد الله السيد (٢٠١٦م)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في رصد انتهاكات حقوق الطفل العربي": دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال).
١٧. محمد مجدي حامد علي (٢٠١٥م)، "دور الحكومة الإلكترونية في تفعيل جودة الخدمات المقدمة في محافظة الشرقية": دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة بنها: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال).
١٨. معصم بلال جمعة عبد الله (٢٠١٦م)، "دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
١٩. منهل عدنان الحمد (٢٠١٦م)، "المعلومات الرسمية على المواقع الحكومية السورية": دراسة تحليلية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات).
٢٠. ميرفت عبد الحميد (٢٠١٧م)، "اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة على مواقع التواصل الاجتماعي": دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام).
٢١. نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال (٢٠١١م)، "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Raine C. (2008), "Uses and Gratifications of Facebook for Political Information" degree of Master's, School of Journalism and Mass Communications, University of Kansas., pp 4-52.
2. Michael Wynblatt, Dan Benson and Arding Hsu, (1997). Multimedia Meets The Internet : Present & Future, (USA : Springer Netherlands).
3. Rhingold, H. (1999), The Virtual Community: Homes Leading on The Electronic Frontier Reading, M.A, Addison Wesley, P4.
4. Justin E. Petitgrew E,(2008)the new dynamic of corporate media relations : Engaging the press through dialogic components of world web sites , partial fulfillment of the requirements for the degree master of arts , pp17-19.
5. Alivizos Sofos and Apostolos Kostas,(2009) Pedagogically-oriented evaluation criteria for educational web resources, e-Learning Papers, N 17 . ISSN 188, December .
6. Michael L. Kent, Maureen Taylor, William J.(2003) White, The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders, public relations review, N29, , pp63-77
7. Rachmi Gupta , (2010)Evaluation and analysis of quality in e-commerce B2C Website, Master of philshpy , Chirst University , Bangalore,

8. Jenny Kate ,(2003) Reviewing annual arts events in Eugene, Oregon and the future of web marketing in the event Industry , Master of Arts in Arts Management , University of Oregon , March.
9. K. Prakash V eland Ricly Sharma, (2010)Mega marketing an event using integrated marketing communications: the success story of TMH, Business strategy Series, V . 11, Iss: 6

ثالثاً: مراقع الإنترنت

١. محمد المنصور (٢٠١٢م)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية (العربية أنموذجاً). رسالة ماجستير غير منشورة. (الدنمارك: الأكاديمية العربية، كلية الآداب والتربية، ٢٠١٢م)، متاح على موقع:

<http://www.aocademy.com/docs/masterdegreelettemohammadalmanxour02022012.doc.retri>
[evedat:14/12/2012,7:05A.M](http://www.aocademy.com/docs/masterdegreelettemohammadalmanxour02022012.doc.retri)

2,Bradley C. Freeman, Julia Kaczynski, and Elliott Wood Radio and Facebook:(2012) The relationship between broadcast and social media software in the U.S., Germany, and Singapore, First Monday, Volume 17, Number 4 - 2 April available at:<http://www.uic.edu/htbin>



The Role of Social Media sites in Educating the Egyptian Public about the Nile Water Crisis

Dr. Rola Abdel Rahman Saqr

rulasakr@yahoo.com

Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
Faculty of Mass Communication,
Misr University for Science and Technology

Abstract

The study aimed to identify the role of traditional and modern media in educating the Egyptian public about the Nile water crisis, and the research is a descriptive research . Ministry of The Environment and the civil societies under study, and the study community was the public who participated on the pages of official and civic websites .

General results :The results showed that there is a relationship between the use of modern media and the public's interest in following up the issue of the Nile water crisis.

Keywords: The communicator, public awareness, the Nile water crisis.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRR Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRR

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRR

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



English Researches:

- *Dr. Bandar Jaber Dawshi - University of Southern Mississippi*
How did ISIS use Social Media to Spread its Extremist Ideas?: An Analytical Study 7

Abstracts of Arabic Researches:

- *Prof. Dr. Abdullah Khamis Al-Kindi - Sultan Qaboos University*
Dr. Faten Ben Lagha - Sultan Qaboos University
Azza Al-Yaroubi - Sultan Qaboos University
The Impact of Personal, Professional, and Social Factors on Occupational Burnout Among Public Relations Practitioners in the Sultanate of Oman 35
- *Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey - Umm Al-Qura University*
Naseem Muhammad Mahmoud Al-Sharif - Umm Al-Qura University
The Role of Media Education for Pre-University Education Students in Achieving the Concept of a Knowledge Society According to the Kingdom's Vision 2030: A Study on a Sample of the Academic Elite in the Fields of Media and Education 36
- *Dr. Mahmoud Mohamed Mostafa Khallouf - Arab American University*
Deema Hussein Shehade Assaf - Arab American University
The Nature of the Treatments of the "Arab American" and "Khadouri" Universities Websites before and during the Corona Pandemic 38
- *Dr. Fatimah Fayez Qotob - Beni Suef University*
Dr. Ahmed Shehata Abd El Fadeel Ebaed - Beni Suef University
Reality of Service Content Forms in Egyptian Digital Platforms: An Evaluative Study 39
- *Dr. Howaida Mohamed Lotfy Ahmed - Umm Al-Qura University*
Nadrah. S. Bahamdan - Umm Al-Qura University
Consciousness of University Saudi Youth for the Potential Risks of Electronic Marketing of Pharmaceutical Products: Empirical Study 40
- *Dr. Souad Mohammed Mustafa Mohammed - Aljazeera Institute for Media and Mass Communication*
Evaluating the Effectiveness of Public Relations Departments in Public and Private Health Organizations (Hospitals) in the Face of the COVID-19 Pandemic 41
- *Dr. Rola Abdel Rahman Saqr - Misr University for Science and Technology*
The Role of Social Media sites in Educating the Egyptian Public about the Nile Water Crisis 42