

إعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة انقطاع الكهرباء و علاقته بتقييمهم لكفاءة اتصالات الحكومة في إدارة الأزمة

د. نرمين علي عجوة*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتعرف على أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد، فضلاً عن التعرف على مدى تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، واعتمدت الدراسة على نظرية اتصالات الأزمات الموقفية ونموذج الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال الاستبيان الإلكتروني على عينة متاحة قدرها ٣١٥ مفردة من الجمهور.

وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كأكثر مصادر المعلومات التي يستخدمها الجمهور المصري حول أزمة انقطاع الكهرباء لدى غالبية الباحثين، ورغم ذلك اتضح أنهم يعتمدون عليها بدرجة متوسطة كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء ويتقنون فيها بدرجة متوسطة، وجاءت الصفحات الحكومية الرسمية للوزارات في صدارة الصفحات التي يستخدمها الباحثون للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء بما يقرب من نصف العينة، تلاها صفحات المواقع الإخبارية ثم الأهل والأصدقاء.

وتبين أن أكثر موضوعات البيانات الحكومية التي تعرضت لها عينة الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر توقيتات انقطاع الكهرباء في المناطق المختلفة، تلاها التأكيد على أن السبب في الأزمة هو زيادة الأحمال في الصيف نتيجة الارتفاع غير المسبوق لدرجات الحرارة، وتمثلت أهم أسباب أزمة الكهرباء من وجهة نظر الباحثين في عدم التخطيط المسبق للأزمات في المرتبة الأولى، تلاها أن الأزمة الاقتصادية أدت إلى نقص الموارد المالية اللازمة لاستيراد الوقود، ثم عدم التنسيق بين الوزارات المختصة بالأزمة.

واتضح من نتائج الدراسة أن الباحثين لديهم درجة رضا متوسطة عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة أثناء أزمة الكهرباء، وبشكل عام جاء التقييم العام للجمهور لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة محايداً في المرتبة الأولى تلاه التقييم السلبي في المرتبة الثانية وأخيراً التقييم الإيجابي، حيث رأى الباحثون أن الاستجابة الاتصالية للحكومة كانت بطيئة لتعريف الجمهور بما حدث، ووافق الباحثون إلى حد ما على أنه لم يتم ذكر بعض الحقائق بخصوص الأزمة، إلا أن الباحثين رأوا أن تحدث رئيس الوزراء إلى الجمهور من خلال المؤتمرات الصحفية عبر عن الاحترام للمواطنين وتوضيح الحقائق أمامهم، وأن تقديم رئيس الوزراء اعتذاراً رسمياً أكد فيه شعوره بمعاناة المواطنين قلل من شعورهم بالغضب.

الكلمات المفتاحية: اتصالات الأزمات الحكومية – مواقع التواصل الاجتماعي – أزمة انقطاع الكهرباء

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

Egyptian public dependency on social media during power outage crisis and its relationship to their evaluation of efficiency of government communication in managing crisis

Dr: Nermeen Agwa*

Abstract:

The study sought to identify the extent to which the Egyptian public depend on social media to obtain information about the power outage crisis and to identify the most important cognitive, emotional and behavioral effects resulting from this dependency, in addition to identifying the extent to which dependency on social media affects their assessment of the efficiency of government communication in managing the crisis. The study relied on the theory of situational crisis communications and the dependency model of mass communication through an electronic survey on available sample of 315 individuals from Egyptian public. The study concluded that social media was the most used sources of information about the power outage crisis for most of the respondents. However, they depended on it to a moderate extent as a primary source for obtaining information about electricity crisis and they trusted it to a moderate extent. Official government pages of ministries came at the forefront of pages respondents used to obtain information about electricity crisis, accounting for nearly half of the sample, followed by news sites, then family and friends. The most common topics of government messages that respondents were exposed to via social media sites were declaring power outages timing in different areas, followed by the confirmation that the crisis was caused by the increase in electrical loads in summer due to the unprecedented rise in temperatures. The most important reasons for electricity crisis from respondents' point of view were lack of prior planning for crises in the first place, followed by the fact that the economic crisis led to a

*Associate Professor in public relations and advertising department, faculty of Mass communication, Cairo University.

shortage of the financial resources needed to import fuel, then the lack of coordination between the relevant ministries. The results of the study showed that respondents had a medium degree of satisfaction with the decisions and measures taken by the government during the electricity crisis. In general, the public's overall evaluation of the efficiency of Egyptian government's communications in managing the crisis was neutral in first place, followed by negative evaluation in second place, and finally positive evaluation. The respondents saw that the government's communication response was slow to inform the public of what had happened. They agreed to some extent that some facts about the crisis were not mentioned. However, the respondents saw that the Prime Minister's speaking to the public through press conferences expressed respect for the citizens and clarified the facts to them, and that the Prime Minister's official apology in which he confirmed his feeling for the citizens' suffering reduced their feelings of anger.

Keywords: Government crisis communication, Power Outage Crisis, Medial Media

المقدمة

شهدت مصر في الآونة الأخيرة أزمة حادة للكهرباء استمرت لما يقرب من عام كامل حيث بدأت في يوليو 2023 وانتهت في أغسطس 2024 بعد أن أعلن رئيس الوزراء قيام الحكومة باستيراد شحنات كبيرة من الغاز لوقف انقطاع الكهرباء وتوفير الموارد المالية اللازمة لذلك، وخلال هذه الفترة كان للأزمة تأثيرات بالغة على المواطنين نتيجة إعلان الحكومة جداول لتخفيف الأحمال لمدة ساعة أو ساعتين وبلغت ذروتها قبل انتهاء الأزمة حيث وصلت إلى ثلاث ساعات في الأسابيع الأخيرة.

وخلال هذه الفترة اتخذت الحكومة المصرية مجموعة من القرارات والإجراءات للتغلب على الأزمة، وأصدرت البيانات الصحفية لتوضيح الحقائق حول الأزمة وأسبابها والإعلان عن جدول تخفيف الأحمال في المناطق المختلفة، كما عقد رئيس الوزراء المؤتمرات الصحفية لتوضيح القرارات والإجراءات الحكومية وقدم الاعتذار للمواطنين عن الأزمة وأكد على إدراكه لحجم الصعوبات التي يعاني منها المواطنون.

وخلال الأزمات يتزايد إقبال المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي للتقليل من حالة الغموض وعدم اليقين والشعور بالمخاطر، ومن هنا لم تكن مواقع التواصل الاجتماعي بمعزل عن الأزمة حيث انتشرت المنشورات للتعليق على البيانات والمؤتمرات الصحفية والقرارات والإجراءات التي يتم اتخاذها، كما انتشرت المنشورات الساخرة بشكل ملحوظ والتي يشتهر بها المصريون أوقات الأزمات.

وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ساحة للحوار والنقاش حول أسباب الأزمة وتأثيراتها وسبل مواجهتها والتجارب التي يمر بها المواطنون نتيجة انقطاع التيار الكهربائي، مما جعلها يمكن أن تسهم في تقييم المواطنين لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، ودرجة رضاهم عن القرارات التي اتخذتها الحكومة في إدارة الأزمة.

ومن هنا من الضروري التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتعرف على أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد، فضلاً عن التعرف على مدى تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، إضافة إلى الكشف عن درجة رضا الجمهور المصري عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة في إدارة الأزمة.

الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات السابقة التي تناولت تقييم المواطنين للأداء الحكومي في إدارة الأزمات إثر التعرض لوسائل الإعلام الرقمي المختلفة، وتضمنت أنواع مختلفة من الأزمات الحكومية مثل الأزمات الاقتصادية وأزمات الأوبئة وعلى رأسها أزمة جائحة كورونا والأزمات الأمنية وأزمات الأمن المائي وتلوث المياه و أزمات المحليات إضافة إلى أزمات انقطاع التيار الكهربائي وقد قامت الباحثة بتصنيف الدراسات السابقة وفقاً لنوعية الأزمات.

وقد جاءت الأزمات الصحية في مقدمة الأزمات التي تم دراستها حيث وضعت جائحة كورونا في جميع أنحاء العالم البلدان وحكوماتها في وضع غير مسبوق، وقد تم اتخاذ تدابير صارمة لمواجهة الأزمة في معظم الدول، ومن هنا يثار التساؤل إلى أي مدى يثق المواطنون في حكوماتهم في التعامل مع هذه الأزمة، وتعد الثقة بالحكومة متغيراً رئيسياً للسيطرة على انتشار

تفشى فيروس كورونا، وأكدت العديد من الدراسات على أن ثقة المواطنين في الحكومة شرطاً أساسياً لا غنى عنه لضمان فاعلية تنفيذ السياسات المجتمعية، وباستخدام بيانات من دراسة استقصائية عالمية شارك فيها أكثر من 100 ألف مبحوث، قام كل من **(Rieger & Wang, 2022)** بدراسة تصورات المواطنين حول ردود أفعالهم في 57 دولة، وتوصلت الدراسة إلى أن حرية وسائل الإعلام تقلل من الثقة في الحكومة بشكل مباشر وغير مباشر حيث قيم المبحوثون ردود فعل الحكومة بشكل أكثر سلبية باعتبارها غير كافية أو صارمة للغاية، كما ارتبط المستوى الأعلى من التعليم بزيادة الثقة في الحكومة وانخفاض الميل إلى الحكم على ردود أفعال الحكومة بأنها متطرفة للغاية، كما أشارت النتائج إلى أن المؤمنين بنظرية المؤامرة يميلون إلى اعتبار الإجراءات الحكومية لمواجهة الأزمة صارمة للغاية.

واختلفت معها دراسة **(سماح المحمدي، 2021)** والتي رصدت دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقة الشباب المصري في الحكومة، وتحليل أثر الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا على طبيعة الاتجاهات المتشكلة لديهم نحو أداء الحكومة المصرية، كما سعت الدراسة إلى تحرى العوامل المؤثرة على مستوى ثقة الشباب وكذلك طبيعة اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري (18-40 سنة)، وكشفت النتائج عن ارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قرارات الحكومة المصرية للحد من جائحة كورونا، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية الأمر الذي ارتبط بزيادة الثقة في أداء الحكومة بشكل عام خلال هذه الفترة. واختلفت دراسة **(آمال إسماعيل، 2020)** مع الدراسة السابقة والتي أجريت على النخبة المصرية واستهدفت قياس مدى فعالية الاستراتيجيات الاتصالية والإدارية التي استخدمتها الحكومة المصرية في المراحل الثلاث الأولى لإدارة أزمة جائحة كورونا من وجهة نظر النخبة وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها 120 مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والطبية، وكشفت النتائج عن وجود تراخي من جهة الحكومة في اتخاذ بعض القرارات التي كان من المفترض اتخاذها في مرحلة ميلاد الأزمة، حيث جاء تقييم النخبة لقرارات هذه المرحلة في مستوى المتوسط بنسبة 57%، بينما ارتفع مستوى التقييم لقرارات مرحلة الوقاية والاستعداد بنسبة 74%.

وفي مجال **الأزمات الصحية** أيضا استهدفت دراسة **(Kang,2018)** التعرف على دور الاتصال الحواري عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة في تشكيل تصورات المواطنين حول شفافية الحكومة ، وذلك خلال تفشي متلازمة الشرق الأوسط التنفسي في كوريا الجنوبية عام 2015 من خلال دراسة ميدانية على عينة قدرها 400 مفردة من المواطنين ، واعتمدت الدراسة على نظرية الاتصال الحواري ونظرية تقييم المشاعر ، وخلصت الدراسة إلى أن الاتصال الحواري ساهم في تقليل حالة عدم الثقة وعدم اليقين لدى المواطنين ، وعلى العكس من ذلك عندما كان الاتصال الحكومي الحواري منخفض أدى إلى انعدام الثقة الشديد في الحكومة وزيادة السخرية والغضب والقلق لدى المواطنين مما حفز النشاط الاحتجاجي، و أوصت الدراسة بأهمية الاتصال في إدارة الأزمات الحكومية لتعزيز الثقة والحد من المشاعر السلبية.

ولتقييم تأثير استراتيجيات اتصالات الأزمات على ثقة الجمهور أثناء حالات الطوارئ الصحية في الفلبين أجرت دراسة (4Luiz, 202) دراسة تحليلية من المستوى الثانى وخلصت الدراسة إلى الاتصال الفعال أثناء الأزمات الذى يتميز بالشفافية والدقة وإبراز التعاطف مع المواطنين وحسن التوقيت له دوراً حاسماً فى الحفاظ على ثقة المواطنين فى السلطات الصحية وتعزيزها، كما أن الاتصال الواضح والمتسق والصادق يساعد فى تخفيف الشعور بالغموض وعدم اليقين وتقليل الشائعات وتعزيز الشعور بالأمان والدعم بين المواطنين ، كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعى كأداة اتصال فى الوقت الفعلى له أهميته فى التعامل مباشرة مع الجمهور وتصحيح المعلومات الخاطئة.

وفى ماليزيا أعقب جائحة كورونا أزمة اقتصادية شديدة نتيجة إغلاق العديد من الصناعات مما أدى إلى صعوبات مالية شديدة وزيادة معدل البطالة، وهو ما قد يؤدي إلى تراجع الثقة فى الحكومة، وفى هذا الإطار هدفت دراسة (Jamel J. et al., 2023) إلى رصد تأثير تصورات الشباب الماليزي لاتصالات الأزمة الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعى بشأن الأزمة المالية على الثقة فى الحكومة، واستخدمت الدراسة نظرية اتصالات الأزمة الشبكية Network Crisis Communication (NCC) ، وذلك بالتطبيق على عينة قدرها 373 مفردة من طلاب الجامعات الحكومية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن خصائص مواقع التواصل الاجتماعى المستخدمة فى اتصالات الأزمات الحكومية أثرت على ثقة الشباب فى الحكومة، ولذلك أوصت الدراسة الحكومة بضرورة تضمين الثقة وخصائص مواقع التواصل الاجتماعى فى التخطيط كخطط اتصالات الأزمات عبر الإنترنت، وصناعة السياسات المتعلقة باتصالات الأزمة عبر الإنترنت.

وتؤثر التغطيات الإعلامية على القضايا المجتمعية لاسيما الاقتصادية على تقييمات وأداء المواطنين نحو أداء الحكومات، وإدارة المزاج العام لهم، وفى هذا الإطار سعت دراسة (سماح المحمدي، 2022) لرصد وتحليل تأثير متابعة الجمهور المصري للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية التى أصدرتها الحكومة فى إطار الأزمة العالمية الأوكرانية على حالة المزاج العام لديهم وطبيعة اتجاهاتهم نحو الحكومة وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري وذلك باستخدام نموذج المزاج العام ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكشفت نتائج الدراسة عن أن صدور القرارات الاقتصادية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية زاد من معدل متابعتها، وتنوعت طبيعة الاتجاهات نحو الحكومة ما بين السلبية والإيجابية والمحايدة، وسادت حالة مزاجية إيجابية بين المواطنين حيث عبروا عن ثقتهم فى الحكومة وتأييدهم للقرارات الاقتصادية وتفاؤلهم بقدرة الدولة على تخطى الوضع الاقتصادى، وثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل التعرض للأخبار الاقتصادية، ونوع الاتجاه نحو الحكومة وحالة المزاج العام.

واختلفت معها دراسة (غادة شكري، 2024) وربما يرجع ذلك لاختلاف الفترة الزمنية حيث سعت الدراسة للتعرف على العلاقة بين التماس الشباب المصري للقرارات الاقتصادية للحكومة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيرها على اتجاهات الشباب نحو الأداء الاقتصادى ودرجة رضاهم نحو تلك القرارات، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل كانت أهم مصادر التماس المعلومات حول القرارات الاقتصادية، وأن أهم المعلومات الاقتصادية التى حرص المبحوثون على متابعتها هي قضية رفع الأسعار تلاها تعويم الجنيه

ثم القرارات الاقتصادية للتعامل مع الأزمة الاقتصادية، وأظهرت النتائج بروز الاتجاه المحايد نحو الأداء الاقتصادي للحكومة في المرتبة الأولى، تلاه الاتجاه السلبي واتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المبحوثين للمعلومات الخاصة بالأزمة الاقتصادية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضا عن القرارات الاقتصادية. أما عن الأزمة الاقتصادية في الصين فقد استهدفت دراسة (Xie et al, 2019) التعرف على سلوكيات متابعة الجمهور الصيني لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الاقتصادية، ومدى تأثير ذلك على ثقتهم في الأداء الاقتصادي من خلال دراسة ميدانية على عين قدرها 1080 مفردة من الشباب، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع معدل متابعة مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة انخفاض سعر اليوان، كما اتضح وجود علاقة طردية إيجابية بين كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة مستوى الثقة في نجاح الأداء الاقتصادي في تجاوز الأزمة.

ويمكن أن يؤدي نشر المعلومات الكاذبة من قبل الحكومة أثناء الكوارث إلى تقييم سلبي من الجمهور وفقدان الثقة في الحكومة وبالتالي نشر حالة من الذعر العام بين المواطنين وهو ما حدث أثناء أزمة لتسرب المواد الكيميائية الخطرة في الصين إلى الأنهار، ولذلك حاولت دراسة (Lean Yu et al., 2017) تطوير نموذج محاكاة يوضح نشر المعلومات والرأي العام عبر الإنترنت أثناء أزمات طوارئ تسرب المواد الكيميائية الخطرة إلى الأنهار، ويركز النموذج على سمتين أساسيتين للمعلومات أثناء الأزمات السمة الأولى هي مدى صدق المعلومات بمعنى هل الأخبار صحيحة أم كاذبة، والسمة الثانية هي اتجاه الرأي العام والذي قد يكون (إيجابياً أو سلبياً أو محايداً) وتم تضمين النموذج أربعة وكلاء رئيسيين عبر الإنترنت وهم المواطنين والحكومة ووسائل الإعلام وقادة الرأي، وباستخدام أربع حوادث نموذجية لتسرب مواد كيميائية خطيرة إلى الأنهار كدراسات حالة، وخلصت الدراسة إلى أنه ينصح بشدة بعدم نشر أخبار كاذبة لإخفاء الحوادث بشكل مؤقت الأمر الذي يضر بسمعة الحكومة ويثير الذعر العام، وأنه على الحكومة نشر الحقيقة على الفور وتنفيذ سياسات العلاج بسرعة.

وفي نفس السياق، استخدمت دراسة (Yaun & Gasco, 2017) منهج دراسة الحالة من خلال تحليل بيانات المدونات الصغيرة خلال حالة طوارئ تلوث المياه في شنغهاي عام 2013، وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن المواطنين قد أعربوا عن عدم رضاهم عن استجابة الحكومة للأزمة إلا أنهم قدموا توصيات ومقترحات للحكومة وأن حجم الانتقادات زاد مع تطور الأزمة، كما شكك المواطنون في صحة البيانات الحكومية وفعالية استجابة الحكومة وقاموا بمساءلتها، ودلت الانتقادات المتزايدة لإجراءات الاستجابة على انخفاض ثقة المواطنين في الهيئات العامة، وأوصت الدراسة بتحويل الاقتراحات والتقييمات الأولية للمواطنين إلى خطط واضحة.

واستهدفت دراسة (ممدوح السيد شتله، 2024) التعرف على مدى التماس الشباب الجامعي للمعلومات السياسية حول أزمة سد النهضة الأثيوبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا عن أداء الحكومة أثناء الأزمة، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري قوامها 400 مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في التماس المعلومات السياسية حول أزمة سد النهضة تلاه موقع يوتيوب، واهتم معظم الشباب الجامعي بدرجة كبيرة بمتابعة أزمة سد النهضة الأثيوبي،

واتضح أن أكثر الحسابات الرسمية التي يلتمس منها الشباب المعلومات حول أزمة سد النهضة هي موقع رئاسة الجمهورية ثم موقع مجلس الوزراء وتلاه موقع وزارة الخارجية. وتبين أن الشباب الجامعي راضي عن أداء الحكومة المصرية نحو أزمة سد النهضة، وأن هناك علاقة بين ثقة الشباب الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى التماسهم للمعلومات السياسية حول أزمة سد النهضة.

وأحياناً تؤدي الأحداث الجوية القاسية إلى أزمات انقطاع التيار الكهربائي، وفي هذا الإطار شهدت تكساس ثلاث عواصف ثلجية كبيرة أدت الى انقطاع الكهرباء على نطاق واسع، مما أدى إلى آثار سلبية خطيرة وخسائر تقدر بـ ١٥٥ مليار دولار، ومن هنا سعت دراسة (Ramos & Meeus, 2024) إلى تحديد العوامل التي تؤدي إلى الغضب العام من خلال تحليل المضمون باستخدام تحليل البيانات الضخمة على ٢٣٠,٠٠٠ تغريدة وباستخدام تقنية معالجة اللغات الطبيعية (NLP)، وكذلك تحليل المشاعر الواردة في تعليقات الجمهور، وخلصت الدراسة إلى أن الغضب العام كان هو المشاعر السائدة بين الجمهور في التغريدات، والمصدر الأساسي للغضب هو عدم الاستعداد للعاصفة والافتقار الملحوظ للاتصال بشفافية من قبل الحكومة وعدم الاتصال في الوقت المناسب، وقد تبين أن المستخدمين قد طالبوا بشكل متكرر بمعلومات أكثر تفصيلاً ودقة عن انقطاع الكهرباء وجدول الاستعادة، حيث أن نقص المعلومات وانخفاض الثقة أدى إلى زيادة القلق وعدم الرضا، وأخيراً شارك العديد من الأشخاص تجاربهم الشخصية والصعوبات التي واجهتهم أثناء الأزمة مما أدى إلى تضخيم الشعور بالغضب المجتمعي.

وعن أزمة انقطاع الكهرباء في مصر استهدفت دراسة مها مدحت كمال (٢٠٢٤) رصد تأثير تعرض المواطن المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء بالمواقع الإلكترونية، وتحليل تأثيرات ذلك في طبيعة اتجاهات المواطن المصري نحو الحكومة وذلك من خلال دراسة تحليلية كمية وكيفية للأخبار والتقارير الإخبارية في الصحف الإلكترونية ذات التوجهات المختلفة القومية والحزبية والخاصة، إضافة إلى دراسة ميدانية على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري، واستخدمت الدراسة نظرية المزاج العام ونموذج إدارة الأزمات، وكشفت النتائج عن ارتفاع التعرض للأخبار المنشورة عن الكهرباء في المواقع الإلكترونية، وتصدر موقع (بوابة أخبار اليوم) المواقع الإلكترونية من حيث كثافة النشر، كما تبين ارتفاع الحالة المزاجية السلبية لدى المبحوثين إثر التعرض لأخبار الأزمة عبر مواقع الصحف الإلكترونية.

وعن أزمات المحليات استهدفت دراسة (محمد محمود أنيس، 2024) التعرف على تقييم الجمهور لأداء المسؤولين بالمحليات أثناء الأزمات المختلفة، ومستوى رضاه عن أسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات على الموقع الإلكتروني الرسمي للوزارة وموقعها على الفيس بوك وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري، وخلصت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين قيموا أداء المسؤولين بشأن الأزمات المثارة بأنه أداء متوسط ، وجاء في المرتبة الأولى بالنسبة لتوقيت استجابة المسؤولين للأزمات المطروحة أنها جاءت بعد فترة زمنية متوسطة، واتضح أن معظم الجمهور راض إلى حد ما عن أسلوب معالجة المسؤولين لأزمات المحليات على الموقع الرسمي وصفحات التواصل الاجتماعي للوزارة.

وفي إطار اتصالات الأزمات الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هدفت دراسة (Zheag, 2023) للتعرف على كيف يمكن أن تؤثر استراتيجيات الشفافية المختلفة على ثقة الجماهير أو غضبهم في سياق أزمات الشرطة الصينية، وذلك من خلال دراسة تجريبية تختبر (الاعتراف بالمسؤولية عن الأزمة مقابل إنكار الأزمة) إضافة إلى (ارتفاع قيمة المعلومات مقابل انخفاضها) وخلصت الدراسة إلى أن الشفافية عامل أساسي في إدارة الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الإفصاح عن المسؤولية وتقديم معلومات كافية وقائمة على الأدلة وإتاحة المناقشة للجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي هي ثلاث استراتيجيات للشفافية يمكن أن تساعد في تقليل الغضب العام وإعادة بناء ثقة الجمهور.

أوجه الاستفادة من تحليل الدراسات السابقة:

1. ركزت غالبية الدراسات التي تناولت الأزمات الحكومية على وصف المعالجة الإعلامية لإدارة الأزمات من خلال تحليل مضمون اتصالات الأزمات الحكومية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، إلا أن هناك أهمية لدراسة ردود فعل الجمهور وتقييمهم لاتصالات الأزمات الحكومية بما يوفر مؤشراً هاماً للغاية في تعديل أو تعزيز خطتها المستقبلية للاتصال أثناء الأزمات.
2. هناك كثافة في الدراسات التي تناولت أزمة جائحة كورونا كأحد الأزمات الأساسية التي واجهت المؤسسات الحكومية في الآونة الأخيرة، تلاها الأزمات الاقتصادية في العديد من دول العالم ومن بينها مصر نتيجة الإغلاق أثناء الجائحة إضافة إلى حرب روسيا وأوكرانيا، كما تناولت مجموعة أخرى من الدراسات أزمات المياه والتمثلة في تلوث المياه الناتج عن تسرب الكيماويات في الأنهار في بعض الدول الأجنبية، بينما تناولت بعض الدراسات في مصر أزمة سد النهضة الأثيوبي وتأثيرها على الأمن المائي في مصر.
3. أما عن أزمات الطاقة والكهرباء فتوصلت الباحثة إلى دراستين إحداهما تناولت أزمة انقطاع الكهرباء في تكساس الناجمة عن العواصف الثلجية، وعנית بدراسة ردود فعل الجمهور تجاه الاتصالات الحكومية أثناء الأزمة من خلال تحليل المشاعر الواردة في تعليقات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام أسلوب تحليل البيانات الضخمة (Ramos & Meeus, 2024)، والدراسة الثانية أجريت في مصر حول أزمة انقطاع الكهرباء في مصر وعנית بدراسة تحليلية للأزمة في المواقع الإلكترونية الصحفية وتأثير التعرض لأخبار الأزمة على المزاج العام للمواطنين، ولم تتوصل الباحثة إلى أي دراسات تدرس ردود فعل الجمهور المصري وتقييمهم لاتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء في مصر.
4. اعتمدت أغلب الدراسات التي تناولت تقييم الجمهور لأداء المؤسسات الحكومية أثناء الأزمات على نماذج الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية التماس المعلومات والمزاج العام إضافة إلى ونظرية الاتصال الحواري، وقلة منها استخدمت النماذج الحديثة في اتصالات الأزمات مثل نماذج اتصالات الأزمة الشبكية NCC ونموذج اتصالات الأزمات الموقفية SCCT.

المشكلة البحثية:

تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتعرف على أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد، فضلاً عن التعرف على مدى تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، إضافة إلى الكشف عن درجة رضا الجمهور عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة في إدارة الأزمة.

أهمية الدراسة:

1- أهمية الوصول إلى نتائج حول تقييم الجمهور لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، بما يفيد الجهات الحكومية في الوصول إلى أهم الدروس المستفادة من الأزمة وتحديد الايجابيات لتدعيمها وأوجه القصور التي ينبغي تلافيتها في المستقبل بما يمكن من التخطيط للأزمات المستقبلية.

2- تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وهو ما لاحظته الباحثة أثناء أزمة انقطاع الكهرباء مما يستدعي ضرورة التعرف على تأثيرات هذا الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية إضافة إلى تأثيره على تقييم الجمهور المصري لاتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة.

3- تعد أزمة انقطاع الكهرباء أزمة ذات آثار مباشرة على حياة المصريين، وتزايدت حدة الأزمة مع طول مدة الأزمة، حيث استمرت ما يقرب من عام، فبدأت في صيف 2023 وانتهت في أغسطس 2024 بعد حزمة من الإجراءات والقرارات التي اتخذتها الحكومة لإدارة الأزمة.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على درجة اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء.
2. رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء.
3. التعرف على درجة رضا الجمهور المصري عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية أثناء أزمة انقطاع الكهرباء.
4. التعرف على تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء.

5. التعرف على العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء وتقييم الجمهور لاتصالات الحكومة في إدارة الأزمة.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: نظرية اتصالات الأزمات الموقفية (SCCT) (Combs, 2015, Kyrchok, 2017, Jamal & Hassan, 2017)

تشير نظرية اتصالات الأزمات الموقفية إلى أن اختيار الاستراتيجيات الإعلامية المناسبة للأزمة يكون وفقاً للأزمة ذاتها، فكل أزمة لها الاستراتيجيات المناسبة لها، وتهدف استراتيجيات الاستجابة للأزمة إلى تصميم رسائل إتصالية لإصلاح صورة المؤسسة وتقليل التأثير السلبي الناجم عن الأزمة

وتعتمد نظرية اتصالات الأزمات الموقفية على نظرية الإسناد والتي تفترض أن الناس يبحثون عن أسباب حدوث الأزمة ومن ثم إسناد المسؤولية لجهة معينة، وتولى النظرية اهتماماً كبيراً لإدراك الجمهور للأزمة واستجابته للأفعال التي تتخذها المؤسسة في إدارة الأزمة. ووفقاً للنظرية فإن موقف الأزمة يتضمن أربع عناصر أساسية تستخدم لتقييم التأثير المحتمل للأزمة على سمعة المنظمة هي درجة خطورة الأزمة، وتاريخ المنظمة مع الأزمات، ودرجة مسؤولية المنظمة عن الأزمة، وطبيعة علاقة المنظمة مع جمهورها، كما يمكن تقييم الأزمة وتأثيراتها من خلال طول مدة الأزمة وكيفية معالجتها.

وتتميز النظرية بين ثلاث أنواع رئيسية من الأزمات التي تحدد مسؤولية المنظمة تجاه الأزمة وكيفية تأثير الأزمة على سمعة المنظمة لدى الجمهور على النحو التالي:

1. أزمات الضحية Victim Crisis: وفي هذا النوع من الأزمات تكون المنظمة ضحية للأزمة مثل الأزمات الناجمة عن الكوارث الطبيعية والأوبئة والفيروسات والشائعات التي تنسب للمنظمة، وتهدد أزمة الضحية سمعة المنظمة بشكل محدود للغاية.
2. الأزمات العارضة: Accidental Crisis تحدث عندما تقع المنظمة في خطأ غير مقصود بسبب أزمة مثل التحديات التي تشير إلى أن المنظمة تعمل بطريقة غير صحيحة، أو غير ملائمة، أو حدوث عطل فني، أو خطأ فني، أو شكاوى العملاء.
3. الأزمات العمدية: Intentional Crisis وفي هذا النوع من الأزمات تضع المنظمة الجمهور في خطر عن قصد، حيث تقوم بأفعال غير مناسبة أو تنتهك القوانين واللوائح مثل الأخطاء البشرية التي تتسبب في حوادث صناعية أو إصابات أو طرح منتج في السوق بعبء معروف أو الأخطاء الناتجة عن سوء السلوك التنظيمي، ويطلق عليها في بعض الأحيان الأزمات التي يمكن الوقاية منها.

ويشير (Combs, 2015) إلى أن التاريخ السابق للأزمات والأداء الضعيف يمكن أن يجعل الجمهور ينظر إلى أزمة الضحية على أنها أزمة عرضية، والأزمة العرضية على أنها أزمة عمدية.

وبعد تحديد نوع الأزمة ومدى مسؤولية المنظمة عنها يجب على المنظمة اختيار استراتيجيات الاستجابة للأزمة والتي يمكن تصنيفها لأربع فئات رئيسية هي الإنكار Deny والتهوين Diminish وإعادة البناء Rebuild والتعزيز Reinforce.

وبشكل عام فإنه في إطار استراتيجية الإنكار يمكن للمنظمة إنكار الأزمة أو نفيها أو مهاجمة من يدعون بوجود الأزمة أو إدانة جهة أخرى غير المؤسسة، ووفقاً لنموذج SCCT فإن استراتيجية الإنكار ينصح باستخدامها في حالة الشائعات أو عندما تكون المؤسسة غير مدانة بالفعل. وتستخدم استراتيجية التهوين للتقليل من حجم مسؤولية المنظمة عن الأزمة وفي إطارها يتم التماس الأعذار للمنظمة وأيضاً تبرير الأزمة من خلال تقديم أسباب تحد من مسؤولية المنظمة، وتستخدم هذه الاستراتيجية عندما تكون الأزمة بسيطة.

أما استراتيجية إعادة البناء فيجب أن تستخدم بقوة في الأزمات التي يمكن الوقاية منها وتتضمن الإجراءات أو الأفعال التصحيحية والاعتذار، وأخيراً هناك استراتيجية مكتملة لهذه الاستراتيجية وهي استراتيجية التعزيز وتتضمن تذكير الجمهور بالأفعال الطيبة التي قدمتها المنظمة في الماضي أو توجيه الشكر للجمهور لتفهم الوضع وللمساعدة في تخطي الأزمة، وفي بعض الأحيان قد تذكر المنظمة الجمهور بأنها ضحية للأزمة.

كما أشار كومبس إلى أهمية التوقيت في اتصالات الأزمات من خلال استراتيجية سرقة الرعد *Stealing Thunder* والتي تعني أن تأخذ المنظمة استراتيجية استباقية للإعلان السريع بنفسها عن الأزمة، فيجب ان تكون المنظمة أول من يعترف بالأزمة قبل وسائل الإعلام حيث إن الاستجابة البطيئة تفتح الفرصة لانتشار الشائعات، كما أن الصدق والصراحة والوضوح سمات أساسية تكتسب المنظمة من خلالها ثقة جماعات المصالح خلال الأزمات وأشار النموذج إلى أن هناك معلومات إرشادية (*Instructing Information*) يجب أن تمد المنظمات بها جمهورها بعد الأزمة للتقليل من حجم الغموض وعدم اليقين المصاحبين للأزمات، وتشير المعلومات الإرشادية إلى ما تحتاجه جماعات المصالح أو تريد أن تعرفه بعد الأزمة وتوجد ثلاث أنواع من المعلومات الإرشادية:

- **أساسيات الأزمة Crisis Basics** ويقصد بها المعلومات الأساسية عما حدث خلال الأزمة
- **الحماية Protection** ما تحتاج جماعات المصالح أن تفعله من أجل حماية أنفسهم من الأذى
- **الإجراءات التصحيحية Correction** ما تفعله المنظمة من أجل علاج المشكلة ومنع تكرارها في المستقبل، وتتضمن التعبير عن التعاطف وتقديم الدعم النفسي

(Combs, 2014)

ثانياً: نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام **Dependency Model of Mass Communication**

قدم ميلفين ديفلير وبول روكيتش عام 1967 نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، ويتناول النموذج العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وجمهور وسائل الإعلام ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر للمعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة على الساحة (محمود إسماعيل ، 2003)، والفكرة الأكثر أهمية وبروزاً في النظرية هي أن مثل هذا المجتمع يصبح فيه الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام بشكل متزايد لأغراض المعرفة والتوجيه لما يحدث في مجتمعهم وتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والصراع والتحول تدفع أفراد المجتمع لاستيفاء مزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم (McQuail & Windahl, 1993).

ويقوم هذا النموذج على أنه في المجتمع الحديث فإن أعضاء الجمهور يعتمدون على وسائل الإعلام في تكوين معارفهم واتجاهاتهم نحو ما يحدث في مجتمعاتهم. وتتوقف نوعية ودرجة الاعتماد على وسائل الإعلام على عدد من العوامل، أهمها درجة اتجاه المجتمع إلى التغيير، ودرجة عمل وكفاءة نظام الإعلام في المجتمع. ويوجه هذا النموذج اهتمامه إلى الظروف التاريخية والاجتماعية المحيطة بالتأثير المعرفي لوسائل الإعلام بأكثر مما تعمل النماذج الأخرى التي تركز على التأثيرات الفردية والاجتماعية لوسائل الإعلام (حسني نصر، 2007).

ويشير النموذج إلى أن لوسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على الأفراد، وأن درجة اعتماد الجماهير على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام تعد عاملاً أساسياً في فهم متى ولماذا تؤثر مضامين الوسائل على معتقدات واتجاهات وسلوكيات الجماهير (DeFleur & Bale-Rokeach, 1989)

وتنطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الأفراد من مقولة رئيسية هي أنه كلما تحققت الإشباع التي يتوقعها الأفراد من وسائل الإعلام زادت أهمية الأدوار التي يمكن أن تؤديها تلك الوسائل في حياة هؤلاء الأفراد ومن ثم تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على أفراد المجتمع (Baran & Davis, 2011)

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء؟
- 2- ما أهم الصفحات التي تتابع عليها عينة الدراسة أزمة انقطاع الكهرباء ، وما مدى متابعتها للصفحات الحكومية الرسمية في الحصول على المعلومات عن الأزمة؟
- 3- ما أهم الموضوعات التي حرصت عينة الدراسة على متابعتها أثناء الأزمة؟
- 4- ما أهم الرسائل الحكومية التي تعرضت لها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن الأزمة؟
- 6- ما مدى رضا المبحوثين عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة في إدارة الأزمة؟
- 7- ما تقييم المبحوثين لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء؟
- 8- ما أشكال تفاعل المبحوثين مع المنشورات الخاصة بأزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة.

الفرض الثاني: توجد علاقة بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء.

الفرض الثالث (فرض رئيسي): توجد علاقة ارتباطية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء والتأثيرات الناجمة عن هذا الاعتماد.

- فرض فرعي ١: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات المعرفية الناجمة عن هذا الاعتماد.
 - فرض فرعي ٢: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الوجدانية الناجمة عن هذا الاعتماد.
 - فرض فرعي ٣: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات السلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد.
- الفرض الرابع:** توجد علاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة ما، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره تم مسح الجمهور الإلكتروني للتعرف على تأثيرات اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة انقطاع الكهرباء.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المصري فوق سن 18 سنة وذلك بهدف التعرف على مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء وتأثير هذا الاعتماد على تقييمهم لاتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة.

عينة الدراسة وأدوات جمع المعلومات:

تم اختيار عينة متاحة قدرها 310 مفردة من الجمهور المصري والذين لا تقل أعمارهم عن 18 عام، واعتمدت الباحثة على الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وتم مليء الاستمارات في شهر سبتمبر 2024، وقد قامت الباحثة بتصميم الاستبيان عن طريق نماذج ميكروسوفت Microsoft Forms، وتم ارسال الرابط الى عينة متاحة عبر وسائل تواصل متعددة من خلال صفحات فيسبوك وبرنامج WhatsApp و Messenger، حيث استجاب 323 فرد، وتم استبعاد 8 استمارات لعدم صلاحيتها لتصبح العينة 310 مفردة من الجمهور المصري.

اختبار الصدق:

لاختبار صدق البيانات، تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام** ومناهج البحث، وفي ضوء توجيهاتهم تم اجراء التعديلات اللازمة في صياغة بعض الأسئلة وحذف بعض الأسئلة، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

اختبار الثبات (Reliability):

يقصد باختبار الثبات مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها بتكرار القياس على العبارات ذاتها، ومدى الاتساق الداخلي بين الفئات، والذي يقاس من خلال حساب الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس، وتم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية مقاييس الاستبيان، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم معامل ألفا كرونباخ Cronbach' Alpha الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس وجاءت نتائج الثبات لكل مقياس من مقاييس الدراسة كما يوضحها الجدول رقم (1)

** محكمي الاستمارة:

- أ.د سماح المحمدي- الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
- أ.م.د السيد السعيد - - الأستاذ المساعد بكلية الإعلام - جامعة المنوفية
- أ.م.د محمد عبد الحميد - الأستاذ المساعد بكلية الإعلام - جامعة الأزهر

وعند تطبيق اختبار الثبات باستخدام معامل ارتباط ألفا كرونباخ على الاستمارة ككل بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0.864). وهي قيمة ثبات مرتفعة يمكن الاعتماد عليها.

جدول رقم (1) نتائج معامل ألفا كرونباخ 'Cronbach' Alpha لقياس الاتساق الداخلي بين مقاييس الدراسة

مقاييس الاستثمارة	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
مقياس الثقة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	7	.882
مقياس الاعتماد على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء	6	.901
مقياس أسباب أزمة انقطاع الكهرباء	7	.788
مقياس موضوعات البيانات التي تعرض لها المبحوثون عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	8	.881
مقياس التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد	4	.880
مقياس التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد	4	.758
مقياس التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد	4	.851
مقياس الرضا عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة لإدارة الأزمة	9	.831
مقياس تقييم كفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء	9	.888
معامل ارتباط ألفا كرونباخ على الاستمارة ككل		0.864

بناء المقاييس:

تم بناء كل مقياس من مقاييس الدراسة من عدد من العبارات، وتم طرحها للمبحوثين بمقياس ليكرت الثلاثي (اتفق- اتفق إلى حد ما- لا اتفق)، (كثيرًا -أحيانًا- نادرًا)، بحيث يعبر المبحوث عن درجة موافقته على العبارة، ثم قامت الباحثة بإعطاء درجات لكل إجابة بحيث يكون الأعلى قيمة أكبر درجة، حيث قدرت الإجابات موافق (3 درجات)، إلى حد ما (درجتين)، لا أوافق (درجة واحدة)، ثم تم عمل المتوسط الحسابي بحيث يكون من (1- 1.66) المدى الذي تتراوح فيه درجة عدم الموافقة أو نادرًا أو معارض، ومن (1.67 - 2.33) المدى الذي يتراوح فيه الموافقة إلى حد ما أو أحيانًا أو محايد، ومن (2.34 - 3) المدى الذي تتراوح فيه درجة الموافقة، أو دائمًا أو مؤيد.

كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (اتفق تمامًا- اتفق- اتفق إلى حد ما- لا اتفق- لا اتفق تمامًا)، (راضٍ تمامًا- راضٍ- راضٍ إلى حد ما- غير راضٍ- غير راضٍ تمامًا) بحيث يعبر المبحوث عن درجة موافقته على العبارة، ثم قامت الباحثة بإعطاء درجات لكل إجابة بحيث يكون الأعلى قيمة أكبر درجة، حيث قدرت الإجابات اتفق تمامًا (5 درجات)، اتفق (4 درجات)، اتفق إلى حد ما (3 درجات)، لا أتفق (درجتين)، لا أتفق تمامًا (درجة واحدة)، ثم تم عمل المتوسط الحسابي بحيث يكون من (1- 1.79) المدى الذي تتراوح فيه درجة عدم الموافقة تمامًا أو غير راضٍ تمامًا، ومن (1.80- 2.59) المدى الذي يتراوح فيه عدم الموافقة أو غير راضٍ، ومن (2.60- 3.39) المدى الذي يتراوح فيه الموافقة إلى حد ما أو راضٍ إلى حد ما، ومن (3.40- 4.19) المدى الذي يتراوح فيه الموافقة أو راضٍ، ومن (4.20- 5) المدى الذي تتراوح فيه درجة الموافقة تمامًا أو راضٍ تمامًا.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية وتفريغها، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وتم استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات البسيطة Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Deviation Std.
- اختبار كا² (Test Square Chi) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal).
- اختبار (Test T Samples Independent) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين، والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (Test -T).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (ANOVA Way One) والمعروف اختصارا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Correlation Pearson) لدراسة شدة، واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- معامل ارتباط الفروق بين الرتب، "سبيرمان" (Spearman's rho) مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الدراسة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

خصائص عينة الدراسة:

توضح بيانات جدول رقم (2) توزيع المبحوثين عينة الدراسة مما يتعلق بخصائصهم الديموغرافية على النحو التالي:

جدول رقم (2) خصائص عينة الدراسة

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية
النوع	ذكر	137	315	43%
	أنثى	178		57%
المرحلة العمرية	من 18 إلى أقل من 21	27	315	9%
	من 21 إلى أقل من 35	72		23%
	من 35 إلى أقل من 55	161		51%
	55 أكثر من	55		17%
التعليم	طالب جامعي	41	315	13%
	خريج جامعي	105		33%
	دراسات عليا	169		54%
العمل	قطاع حكومي	125	315	40%
	قطاع خاص	98		31%
	لا أعمل	61		19%
	صاحب عمل	31		10%
الحالة الاجتماعية	أعزب / عزباء	99	315	31%
	متزوج / متزوجة	182		58%
	مطلق / مطلقة	24		8%
	أرمل / أرملة	10		3%
متوسط الدخل	أقل من 5,000	52	315	17%
	من 5,000 إلى أقل من 10,000	94		30%
	من 10,000 إلى 20,000	86		27%
	أكثر من 20,000	83		26%

من حيث النوع: بلغت نسبة الإناث 57% من عينة متابعي أزمة الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما بلغت نسبة الذكور 43% من إجمالي العينة.

من حيث السن: بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 21 عاماً 9%، وبلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 21 إلى أقل من 35 عاماً 23%، بينما بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 55 عاماً 51%، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين في الفئة العمرية أكثر من 55 عاماً 17%.

من حيث المستوى التعليمي: غالبية المبحوثين عينة الدراسة ينتمون إلى فئة دراسات عليا بنسبة 54% ثم خريجي الجامعة بنسبة 33%، وأخيراً الطلاب الجامعيين بنسبة 13%.

من حيث العمل: غالبية المبحوثين عينة الدراسة يعملون في القطاع الحكومي بنسبة 40%، تلاها من يعملون في القطاع الخاص بنسبة 31%، ثم من لا يعملون بنسبة 19% وذلك لوجود نسبة من الطلاب الجامعيين أو النساء غير العاملات، وأخيراً صاحب عمل بنسبة 10%.

من حيث الحالة الاجتماعية: معظم المبحوثين متزوجين بنسبة 58% ثم غير متزوجين بنسبة 31% تلاها المطلقين بنسبة 8% وأخيراً الأراامل بنسبة 3%

من حيث متوسط الدخل الشهري: غالبية المبحوثين عينة الدراسة يحصلون على دخل شهري من 5,000 إلى أقل من 10,000 جنيهاً بنسبة 30%، تلاها من يحصلون على دخل شهري من 10,000 إلى 20,000 جنيهاً بنسبة 27%، ثم من يحصلون على أكثر من 20,000 جنيهاً بنسبة 26%، وأخيراً يحصل 17% من العينة على دخل شهري أقل من 5,000 جنيهاً.

محاوّر نتائج الدراسة:

المحور الأول: تعرض المبحوثين لأزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
المحور الثاني: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء ودرجة الثقة فيها.

المحور الثالث: التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء.

المحور الرابع: تقييم الأداء الحكومي في إدارة أزمة الكهرباء.

نتائج الدراسة الميدانية

المحور الأول: تعرض المبحوثين لأزمة الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي

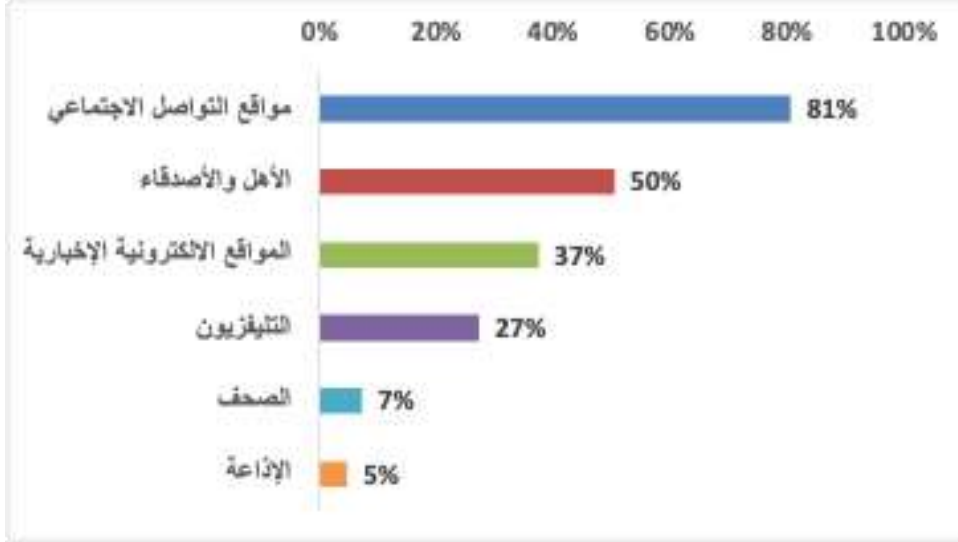
1- أهم مصادر معلومات المبحوثين حول أزمة انقطاع الكهرباء

جدول (3) مصادر المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

النسبة المئوية	التكرارات	مصادر المعلومات
81%	254	مواقع التواصل الاجتماعي
50%	159	الأهل والأصدقاء
37%	118	المواقع الإلكترونية الإخبارية
27%	86	التلفزيون
7%	23	الصحف
5%	15	الإذاعة
المبحوث يختار أكثر من بديل ن=315		

تشير نتائج جدول رقم (3) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كأكثر مصادر المعلومات التي يستخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات حول أزمة انقطاع الكهرباء لدى غالبية المبحوثين بنسبة 81%، تلاها الأهل والأصدقاء بنسبة 50% ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 37% فالتلفزيون بنسبة 27%، بينما تضاءلت للغاية نسب تعرض المبحوثين لكل من الصحف والإذاعة للحصول على المعلومات حول أزمة انقطاع الكهرباء حيث بلغت 7% و 5% على التوالي

رسم بياني رقم (1) مصادر المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء



2- مدى متابعة المبحوثين لأزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي يشير شكل رقم (4) إلى أن ما يقرب من نصف العينة بنسبة 49% تابعوا أزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما تابعها أكثر من ثلث العينة بنسبة 39% بصفة منتظمة، وتضاءلت نسبة من يتابعونها نادراً حيث بلغت 12%، ويشير ذلك إلى كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة انقطاع الكهرباء.

جدول رقم (4) مدى متابعة المبحوثين لأزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاتجاه	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	مدى متابعة المبحوثين لأزمة
تابعها أحياناً	76%	2.27	49%	155	تابعها أحياناً
			39%	123	تابعها بانتظام
			12%	37	تابعها نادراً
			100%	315	الإجمالي

3- أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها المبحوثين أزمة انقطاع الكهرباء

جدول (5) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها المبحوثين أزمة انقطاع الكهرباء

شبكة التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
فيسبوك	288	91%
انستجرام	49	16%
يوتيوب	35	11%
منصة إكس (تويتر سابقاً)	33	10%
تيك توك	20	6%

المبحوث يختار أكثر من بديل ن=315

تشير نتائج شكل رقم (5) إلى أن غالبية العينة تتابع أزمة انقطاع الكهرباء على الفيس بوك بنسبة 91% من إجمالي العينة، ويتفق ذلك مع معظم الدراسات التي أجريت على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، وتوصلت إلى أن الفيسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي

متابعة بين المجتمع المصري، وتلى موقع الفيسبوك وبفارق كبير موقع انستجرام بنسبة 16% ثم موقع يوتيوب بنسبة 11% في المرتبة الثالثة، تلاه موقع اكس (تويتر سابقاً) بنسبة 10% من إجمالي العينة، وتراجع استخدام تيك توك في متابعة أزمة انقطاع الكهرباء حيث بلغ 6% فقط من إجمالي العينة.

4- أهم الصفحات التي استخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء
جدول (6) أهم الصفحات التي استخدمها المبحوثين للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

صفحات مواقع التواصل	التكرارات	النسبة المئوية
الصفحات الحكومية الرسمية للوزارات	151	48%
صفحات الصحف الإخبارية	139	44%
صفحات الأهل والأصدقاء	127	40%
صفحات عامة	88	28%
صفحات القنوات الإلكترونية	70	22%
صفحات الكوميكس الساخر (المميز)	63	20%
صفحات المشاهير والمؤثرين	24	8%
المبحوث يختار أكثر من بديل ن=315		

تشير نتائج جدول رقم (6) إلى أن الصفحات الحكومية الرسمية للوزارات جاءت في صدارة الصفحات التي استخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء بما يقرب من نصف العينة بنسبة 48%، ويشير ذلك إلى وعى عينة الدراسة بأهمية الصفحات الحكومية في الحصول على المعلومات حول الأزمة من المصادر الرسمية، وجاءت صفحات الصحف الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة 44%، ثم الأهل والأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة 40%، تلاها الصفحات العامة بنسبة 28% ثم صفحات القنوات الإلكترونية بنسبة 22%، فصفحات الكوميكس الساخر بنسبة 20%، وأخيراً صفحات المشاهير والمؤثرين بنسبة ضئيلة بلغت 8%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ممدوح شتلة، 2024) والتي توصلت إلى أن أهم الصفحات التي يلتصق منها الشباب المعلومات حول أزمة سد النهضة هي الصفحات الرسمية للوزارات، كما اتفقت مع دراسة (سماح المحمدي، 2021) والتي كشفت عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية الرسمية أثناء جائحة كورونا.

رسم بياني رقم (2) أهم الصفحات التي استخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء



5- أهم الصفحات الرسمية التي تابع عليها المبحوثون أزمة انقطاع الكهرباء
جدول (7) أهم الصفحات الرسمية التي تابع من خلالها المبحوثون أزمة انقطاع الكهرباء

النسبة المئوية	التكرارات	الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي
86%	130	صفحة وزارة الكهرباء
82%	124	صفحة رئاسة مجلس الوزراء
42%	64	صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء
30%	46	صفحة رئاسة الجمهورية
30%	45	صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية
9%	14	صفحة وزارة البترول
8%	12	صفحة وزارة التنمية المحلية

المبحوث يختار أكثر من بديل ن=151 (من يتابعون الصفحات الرسمية)

تشير نتائج جدول رقم (7) إلى أن صفحة وزارة الكهرباء جاءت في مقدمة الصفحات الرسمية التي تابعتها عينة المبحوثين الذين تابعوا الصفحات الرسمية بنسبة 86%، تلاها صفحة رئاسة مجلس الوزراء بفارق بسيط بنسبة 82%، ثم صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء بنسبة 42%، ويشير ذلك إلى وعي المبحوثين بأن وزارة الكهرباء هي الوزارة المختصة بالأزمة وبطبيعة الحال رئاسة مجلس الوزراء والتي تختص بجميع الأزمات الحكومية التي ترتبط بكافة الوزارات، وجاءت صفحة رئاسة الجمهورية و صفحة المتحدث الرسمي لرئيس الجمهورية في المرتبة الرابعة بنسبة 30% بالتساوي لكل منهما، وتضاءلت متابعة المبحوثين لصفحات وزارة البترول ووزارة التنمية المحلية حيث بلغت 9% و 8% على التوالي .

رسم بياني رقم (3) أهم الصفحات الرسمية التي تابع من خلالها المبحوثون أزمة انقطاع الكهرباء



المحور الثاني: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء ودرجة الثقة فيها

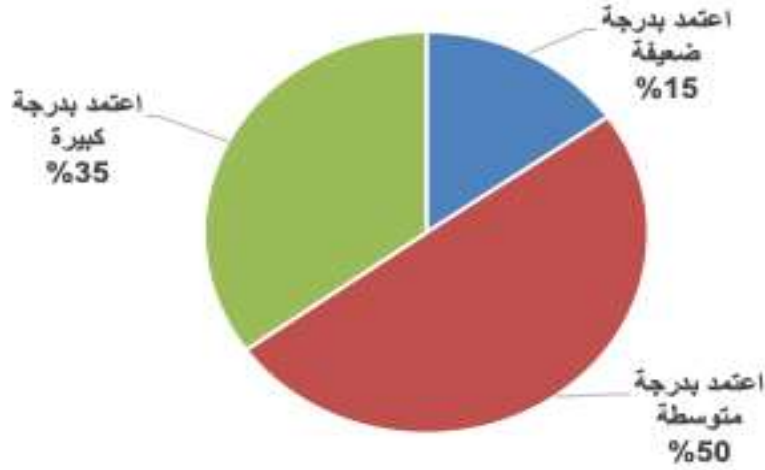
1- درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

جدول رقم (8) الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن الأزمة

الاتجاه	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	درجة الاعتماد
اعتمد بدرجة متوسطة	2.20	15%	48	اعتمد بدرجة ضعيفة
		50%	157	اعتمد بدرجة متوسطة
		35%	110	اعتمد بدرجة كبيرة
		100%	315	الإجمالي

تشير بيانات جدول رقم (8) إلى أن نصف العينة يعتمد بدرجة متوسطة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء، بينما اعتمد نحو ثلث العينة بدرجة كبيرة عليها بنسبة 35%، وأخيراً فإن نسبة محدودة تبلغ 15% من إجمالي العينة تعتمد عليها بدرجة ضعيفة.

رسم بياني رقم (4) الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن الأزمة



2- أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

جدول رقم (9) أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

العبارة	درجة الموافقة ن=315						المتوسط المرجح للمحور=2.3513	الوزن النسبي=78.37%	الاتجاه العام للمحور= أتفق
	أتفق		لا أتفق		أتفق إلى حد ما				
	ك	%	ك	%	ك	%			
سهولة و فورية الحصول على المعلومات	189	60%	117	37%	9	3%	2.57	86%	أتفق
تتيح معرفة وجهات النظر المختلفة حول الأزمة	158	50%	139	44%	18	6%	2.44	81%	أتفق
إمكانية التواصل ومشاركة الآراء مع الآخرين	162	51%	125	40%	28	9%	2.43	81%	أتفق
تعرض المعلومات بأسلوب واضح وبسيط	145	46%	146	46%	24	8%	2.38	79%	أتفق
تعرض الأزمة بحرية وتتسم بالجرأة في عرض المشكلة	135	43%	146	46%	34	11%	2.32	77%	أتفق إلى حد ما
يسبب ثقتي في المعلومات التي أحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي	56	18%	191	61%	68	22%	1.96	65%	أتفق إلى حد ما

تشير نتائج جدول رقم (9) إلى أن أهم أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء هي سهولة وفورية الحصول على المعلومات بوزن نسبي 86%، تلاها أنها تتيح معرفة وجهات النظر المختلفة حول الأزمة، وإمكانية التواصل ومشاركة الآراء مع الآخرين بوزن نسبي 81% لكل منهما، ثم تعرض المعلومات عن الأزمة بأسلوب واضح وبسيط بوزن نسبي 79%، واتفق المبحوثين إلى حد ما على عبارة تعرض الأزمة بحرية وتنسم بالجرأة في عرض المشكلة بوزن نسبي 77%، وبسبب ثقتي في المعلومات التي أحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 65% والتي جاءت في المرتبة الأخيرة واتفق هذه النتيجة مع الجدول التالي والذي يشير إلى أن المبحوثين يثقون إلى حد ما في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن الأزمة.

3- مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

أما عن مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء فقد أشارت النتائج بالجدول رقم (10) إلى أن المبحوثين يثقون إلى حد ما في مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء وأن الصفحات الرسمية الحكومية جاءت في مقدمة الصفحات التي يثق فيها المبحوثين إلى حد ما بوزن نسبي 71%، تلاها صفحات الأهل والأصدقاء وصفحات الصحف الإخبارية في المرتبة الثانية بالتساوي لكل منهما بوزن نسبي 66% ثم صفحات القنوات الإلكترونية بوزن نسبي 58%، إلا أن المبحوثين لم يثقوا في الصفحات العامة وصفحات المشاهير والمؤثرين وصفحات الكوميكس الساخر (المميز) حيث بلغت الأوزان النسبية للثقة في هذه الصفحات 46% و 42% و 39% على الترتيب، واتفق هذه النتيجة مع جدول رقم (8) حيث أن المبحوثين يثقون إلى حد ما في مواقع التواصل الاجتماعي ومن ثم لا يعتمدون عليها بشكل أساسي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء وإنما يعتمدون عليها إلى حد ما.

جدول رقم (10) مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

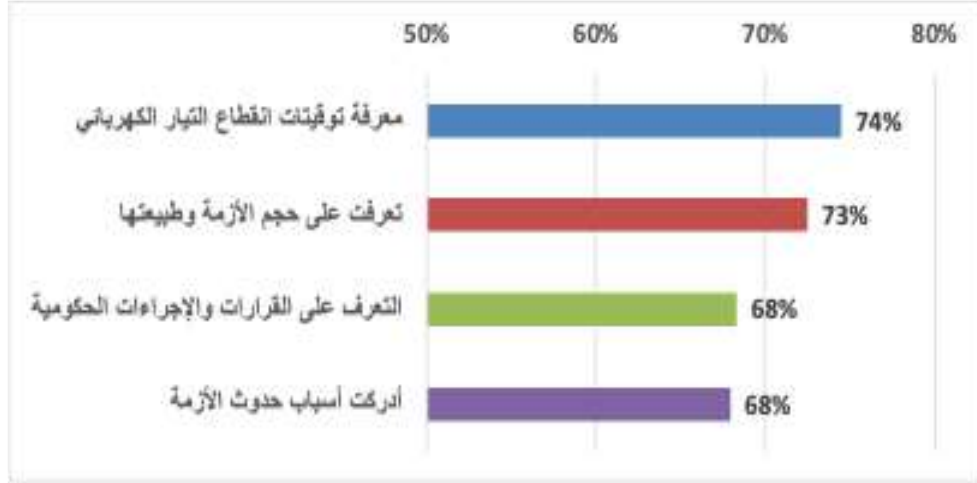
العبارة	درجة الموافقة ن=315									
	أثق		لا أتق		أثق إلى حد ما		لا أتق		لا أتق	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الصفحات الحكومية الرسمية للوزارات	40%	126	11%	36	41%	129	40%	126	71%	2.13
صفحات الأهل والأصدقاء	21%	67	12%	37	62%	195	21%	67	66%	1.99
صفحات الصحف الإخبارية	24%	75	12%	38	57%	178	24%	75	66%	1.97
صفحات القنوات الإلكترونية	13%	41	19%	61	57%	180	13%	41	58%	1.73
صفحات عامة	5%	16	30%	95	46%	144	5%	16	46%	1.37
صفحات المشاهير والمؤثرين	5%	17	30%	94	41%	128	5%	17	42%	1.27
صفحات الكوميكس الساخر (الميمز)	6%	18	36%	113	31%	99	6%	18	39%	1.16
المتوسط المرجح للمحور= 1.66 الوزن النسبي=55.33% الاتجاه العام للمحور= أثق إلى حد ما										

المحور الثالث: التأثيرات الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

1- التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

تشير نتائج جدول رقم (11 - أ) إلى أن التأثيرات المعرفية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي هي تأثيرات مرتفعة بمتوسط مرجح 3.54 وبوزن نسبي 70.8%، وتمثلت أهم التأثيرات المعرفية في المساعدة على معرفة توقيتات انقطاع الكهرباء في المرتبة الأولى بوزن نسبي 74% تلاها معرفة حجم الأزمة وطبيعتها بوزن نسبي 73% ثم التعرف على القرارات والإجراءات الحكومية للتعامل مع الأزمة، وإدراك أسباب حدوث الأزمة بوزن نسبي 68% بالتساوي لكل منهما.

رسم بياني رقم (5) الوزن النسبي للتأثيرات المعرفية



2- التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

تشير نتائج جدول رقم (11 - ب) إلى أن التأثيرات الوجدانية الناجمة عن الاعتماد على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء هي تأثيرات مرتفعة بمتوسط مرجح 3.6 ووزن نسبي 72.7%، وتمثلت أكثر التأثيرات الوجدانية في الشعور بالغضب والانزعاج من طول فترة أزمة انقطاع الكهرباء بوزن نسبي 82% ثم الشعور بالقلق والخوف من تكرار الأزمة في المستقبل بوزن نسبي 81% فالشعور بالضيق والتشاؤم نتيجة تصفح أخبار الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 71%، وأخيراً الشعور بالطمأنينة بأن الحكومة تتخذ بعض الإجراءات لحل الأزمة حيث وافق المبحوثون الى حد ما على هذه العبارة بوزن نسبي 56%.

رسم بياني رقم (6) الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية

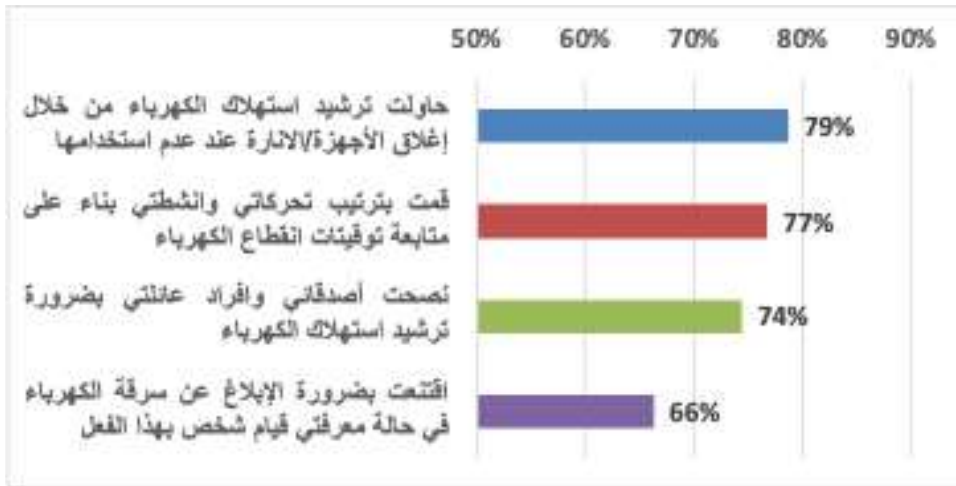


3- التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول

على المعلومات عن أزمة الكهرباء

تشير نتائج جدول رقم (11 - ج) إلى أن التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي هي أيضاً تأثيرات مرتفعة بشكل كبير يفوق التأثيرات المعرفية والوجدانية بمتوسط حسابي 3.7 وبوزن نسبي 74% وربما يعود ذلك إلى شدة تأثير الأزمة على حياة الأفراد، وتمثلت أكثر التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء في ترشيد استهلاك الكهرباء من خلال إغلاق الأجهزة/الإنارة عند عدم استخدامها بوزن نسبي 79%، تلاها القيام بترتيب تحركات المواطنين وأنشطتهم بناء على متابعة توقيتات انقطاع الكهرباء بوزن نسبي 77%، ثم تقديم النصيحة للأصدقاء وأفراد العائلة بضرورة ترشيد استهلاك الكهرباء بوزن نسبي 74%، وأخيراً الاقتناع بضرورة الإبلاغ عن سرقة الكهرباء في حالة معرفة قيام أحد الأشخاص بهذا الفعل بوزن نسبي 66%.

رسم بياني رقم (7) الوزن النسبي للتأثيرات السلوكية



جدول رقم (11) تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء

التأثير	درجة الموافقة = 325											
	الوزن النسبي الاجمالي	لا أتفق إطلاقاً		لا أتفق		أتفق لجزءاً		أتفق		أتفق تماماً		متوسط
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
معرفة توقيتات انقطاع التيار الكهربائي	74%	3%	9	7%	23	29%	91	37%	117	24%	76	معرفة توقيتات انقطاع التيار الكهربائي
تعرف على حجم الأزمة وطبيعتها	73%	3%	8	9%	29	32%	100	36%	114	20%	64	تعرف على حجم الأزمة وطبيعتها
التعرف على القرارات والإجراءات الحكومية	68%	4%	13	12%	39	35%	118	35%	118	14%	43	التعرف على القرارات والإجراءات الحكومية
أولت أسباب حدوث الأزمة	68%	3%	10	15%	46	34%	107	36%	113	12%	39	أولت أسباب حدوث الأزمة
المتوسط المرجح للمعور = 3.540 - الوزن النسبي = 70.31% - الاتجاه العام للمعور = أتفق												

التغيب والازدحام من طول فترة الأزمة	82%	4.10	0%	1	5%	17	20%	62	34%	106	41%	129	التغيب والازدحام من طول فترة الأزمة
الحل والحرف من تكرار الأزمة في المستقبل	81%	4.07	1%	2	6%	18	19%	59	36%	112	39%	124	الحل والحرف من تكرار الأزمة في المستقبل
الضيق والتساؤم من سطح أخبار الأزمة	71%	3.57	1%	3	15%	47	31%	97	33%	104	20%	64	الضيق والتساؤم من سطح أخبار الأزمة
الطمينة أن الحكومة تتخذ بعض الإجراءات لحل الأزمة	56%	2.81	12%	39	30%	94	31%	98	18%	57	9%	27	الطمينة أن الحكومة تتخذ بعض الإجراءات لحل الأزمة
المتوسط المرجح للمعور = 3.636 - الوزن النسبي = 72.71% - الاتجاه العام للمعور = أتفق													

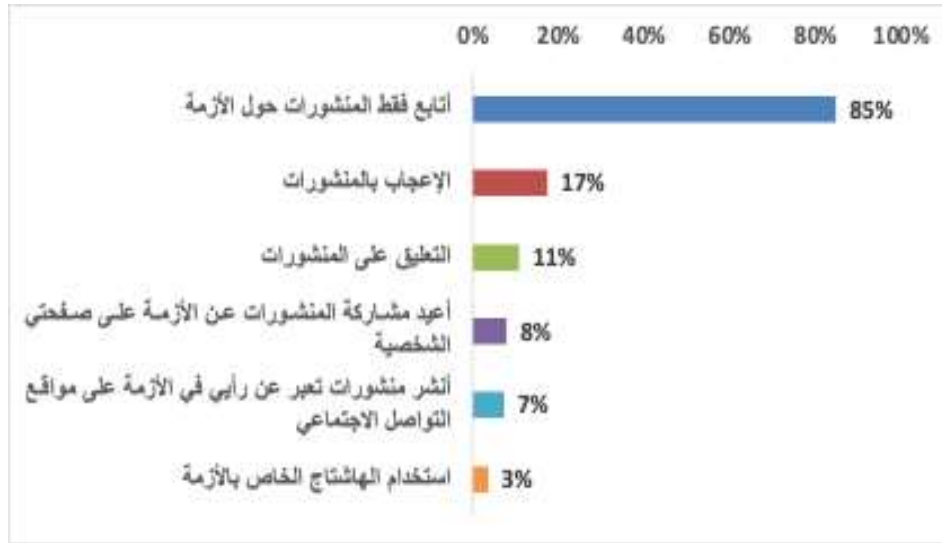
التعليق	درجة الموافقة = 315											
	الموافق		لاوافق تماما		لاوافق		وافق الردهما		وافق		وافق تماما	
	النسبة	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
رئيس تحقيقي والتحقيقي بناء على نتائج قطاع الكهرباء	79%	3.93	2%	6	6%	18	20%	63	42%	132	30%	96
رئيس تحقيقي والتحقيقي بناء على نتائج قطاع الكهرباء	77%	3.84	2%	7	9%	28	21%	67	38%	120	30%	93
نصحت أمنياتي وأفواه عفتي بضرورة توحيد اسمها لكهرباء	74%	3.72	2%	7	10%	32	27%	84	35%	111	26%	81
أقنع بضرورة الإبلاغ عن مرفق الكهرباء في حالة معرفة ذلك	66%	3.31	7%	23	17%	53	29%	90	32%	100	16%	49
الموافق المرجح المعيار = 3.702 لوزن النسبة = 74.03% الإجابة لعدم المعيار = أوافق												

4- مدى تفاعل المبحوثين مع المنشورات التي تتناول أزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (12) التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انقطاع الكهرباء

النسبة المئوية	التكرارات	
85%	267	أتابع فقط المنشورات حول الأزمة
17%	55	الإعجاب بالمنشورات
11%	34	التعليق على المنشورات
8%	25	أعيد مشاركة المنشورات عن الأزمة على صفحتي الشخصية
7%	23	أنشر منشورات تعبر عن رأيي في الأزمة
3%	11	استخدام الهاشتاج الخاص بالأزمة
		المبحوث يختار أكثر من بديل ن=315

تبين من نتائج جدول رقم (12) تساؤل تفاعل المبحوثين مع المنشورات التي تتناول أزمة الكهرباء حيث أن غالبية المبحوثين تابعوا فقط المنشورات حول الأزمة بنسبة 85% من إجمالي العينة، تلاها وبفارق كبير الإعجاب بالمنشورات بنسبة 17%، ثم التعليق على المنشورات بنسبة 11%، ثم من أعادوا نشر المنشورات عن الأزمة على صفحتهم الشخصية بنسبة 8%، تلاها من نشروا منشورات تعبر عن رأيهم في الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 7%، وأخيراً استخدام الهاشتاج الخاص بالأزمة بنسبة 3%.
رسم بياني رقم (8) التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انقطاع الكهرباء



وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ممدوح شتله، 2024) والتي توصلت إلى أن أكثر الصفحات التي يلتبس منها الشباب المعلومات حول أزمة سد النهضة هي الصفحات الرسمية للوزارات كما اتفقت مع دراسة (سماح المحمدي، 2021) والتي كشفت عن استخدام الشباب للصفحات الحكومية أثناء جائحة كورونا

المحور الرابع: تقييم الأداء الحكومي في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء 1- أهم الرسائل الحكومية التي تعرض لها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة انقطاع الكهرباء:

تشير بيانات جدول رقم (13) إلى أن أكثر موضوعات البيانات الحكومية التي تعرضت لها عينة المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر توقيتات انقطاع الكهرباء في المناطق المختلفة في المرتبة الأولى بوزن نسبي 80%، تلاها التأكيد على أن السبب في الأزمة هو زيادة الأحمال في الصيف نتيجة الارتفاع غير المسبوق لدرجات الحرارة في المرتبة الثانية بوزن نسبي 79%. وجاءت عبارة التوعية بأهمية ترشيد الاستهلاك من أجل حل الأزمة في المرتبة الثالثة أحياناً بوزن نسبي 77%، ثم القرارات والإجراءات الحكومية للتغلب على الأزمة بوزن نسبي 75%، تلاها بث روح المسؤولية المجتمعية لتحمل القرارات التي تؤثر على حياة المواطنين بوزن نسبي 72%، ثم التأكيد على قيام الحكومة ببذل الجهود من أجل حل الأزمة بوزن نسبي 71%، فالإشارة إلى أن من يقومون بسرقة الكهرباء يساهمون في الأزمة وحث المواطنين لضرورة الإبلاغ عنهم بوزن نسبي 69%، وأخيراً الاعتذار عن الأزمة وتوجيه الشكر للمواطنين لتفهم الوضع والمساعدة في تخطي المحنة بوزن نسبي 64%.

رسم بياني رقم (9)الوزن النسبي للتعرض للرسائل الحكومية



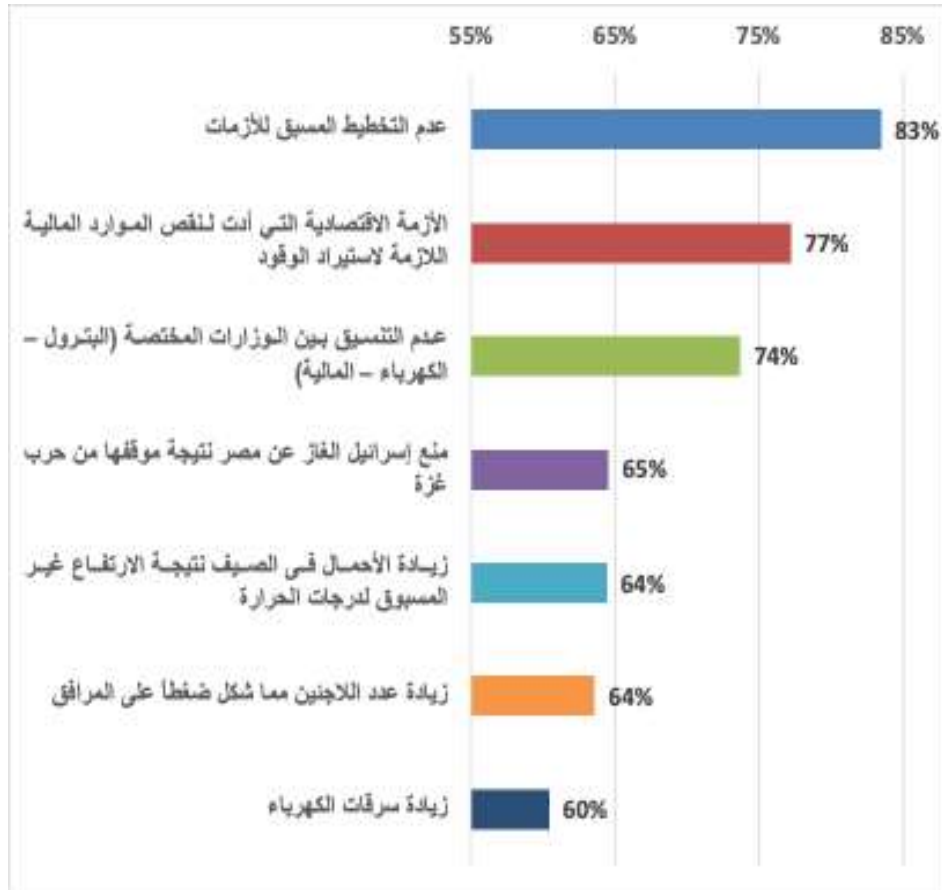
جدول (13) أهم الرسائل الحكومية التي تعرض لها المبحوثون عن أزمة انقطاع الكهرباء

العبارة	درجة الموافقة ن=315						المتوسط الحسابي mean	الوزن النسبي للمتوسط	اتجاه الموافقة
	كثيرا		أحيانا		نادرا				
	%	ك	%	ك	%	ك			
نشر توقيتات انقطاع الكهرباء في المناطق المختلفة	49%	154	43%	135	8%	26	2.41	80%	كثيراً
التأكيد على أن السبب في الأزمة هو زيادة الأحمال في الصيف نتيجة ارتفاع غير المسبوق بدرجات الحرارة	47%	149	41%	130	11%	36	2.36	79%	كثيراً
التوعية بأهمية ترشيد الاستهلاك من أجل حل الأزمة	42%	131	48%	150	11%	34	2.31	77%	أحياناً
القرارات والإجراءات الحكومية للتغلب على الأزمة	36%	114	54%	170	10%	31	2.26	75%	أحياناً
بث روح المسؤولية المجتمعية لتحمل القرارات التي تؤثر على حياة المواطنين	32%	102	50%	159	17%	54	2.15	72%	أحياناً
التأكيد على قيام الحكومة ببذل الجهود من أجل حل الأزمة	30%	94	53%	168	17%	53	2.13	71%	أحياناً
الإشارة إلى من يقومون بسرقة الكهرباء يساهمون في الأزمة وحث المواطنين لضرورة الإبلاغ عنهم	30%	95	46%	146	23%	74	2.07	69%	أحياناً
الاعتذار عن الأزمة وتوجيه الشكر للمواطنين لتفهم الوضع والمساعدة في تخطي المحنة	24%	76	43%	134	33%	105	1.91	64%	أحياناً
المتوسط المرجح للمحور=2.199 الوزن النسبي=73.30% الاتجاه العام للمحور= أحياناً									

2- أسباب أزمة انقطاع الكهرباء من وجهة نظر المبحوثين

تشير بيانات جدول رقم (14) إلى أن أهم أسباب أزمة الكهرباء من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في عدم التخطيط المسبق للآزمات في المرتبة الأولى بوزن نسبي 83%، تلاها الأزمة الاقتصادية التي أدت لنقص الموارد المالية اللازمة لاستيراد الوقود بوزن نسبي 77%، ثم عدم التنسيق بين الوزارات المختصة (البتترول - الكهرباء - المالية) بوزن نسبي 74%، واتفق المبحوثون إلى حد ما على أن منع إسرائيل الغاز عن مصر نتيجة موقفها من حرب غزة هو أحد أسباب الأزمة في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 65%، وتراجعت زيادة الأحمال في الصيف نتيجة الارتفاع غير المسبوق لدرجات الحرارة إلى المرتبة الخامسة بوزن نسبي 64%، وذلك على الرغم من أنها كانت أحد أهم الرسائل التي بثتها الحكومة عبر بياناتها كأحد أسباب الأزمة في المرتبة الثانية (جدول رقم 15)، كما جاءت زيادة عدد اللاجئين مما شكل ضغطاً على المرافق في نفس المرتبة بوزن نسبي 64%، وأخيراً زيادة سرقات الكهرباء بوزن نسبي 60%.

رسم بياني رقم (10) الوزن النسبي لأسباب أزمة انقطاع الكهرباء من وجهة نظر المبحوثين



جدول (14) أسباب أزمة انقطاع الكهرباء من وجهة نظر المبحوثين

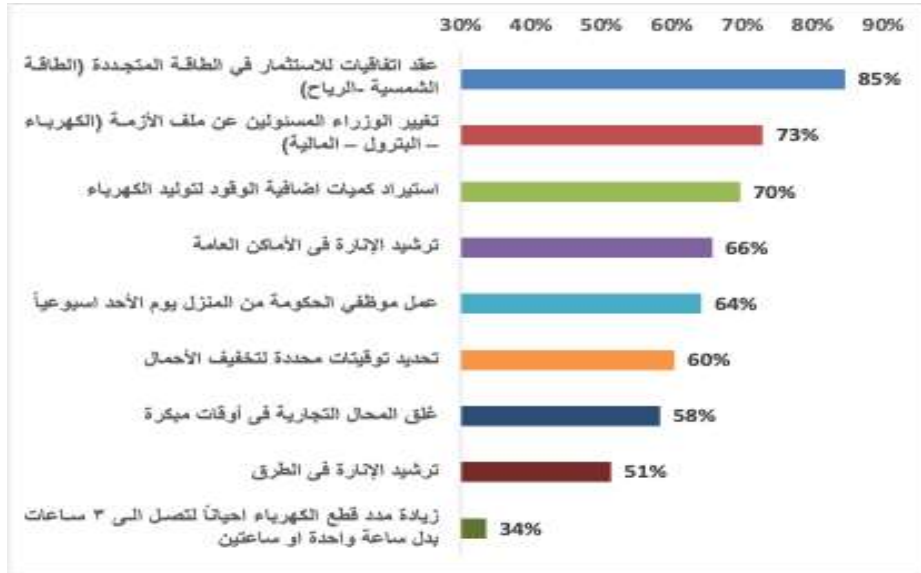
الوجهة	الوزن النسبي النسبة	المتوسط النسبي	درجة الموافقة=15									
			لا أتفق تمامًا		أتفق		أفق لدرجة		أفق		أفق تمامًا	
			%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد
عدم التخطيط للمستقبل	83%	4.17	1%	4	3%	11	19%	60	29%	91	47%	140
أزمة الخصوبة أدت لقص الموارد للإدارة المستوية لوقود	77%	3.86	2%	5	9%	24	23%	74	38%	119	34%	91
عدم التنسيق بين الوزارات المختصة	74%	3.69	3%	9	13%	40	24%	77	33%	104	27%	85
ضعف إمدادات الغاز من مصر لوقودها من دول أخرى	67%	3.23	7%	21	22%	69	29%	91	27%	85	16%	49
زيادة الضرائب في الصناعات التي تحتاج الغاز	64%	3.22	12%	37	17%	55	28%	87	23%	73	24%	63
الاجتناب مخاطر ارتفاع الأسعار	64%	3.18	11%	34	20%	63	29%	90	22%	63	19%	60
زيادة الطلب الكهرباء	60%	3.02	11%	34	25%	73	30%	95	20%	63	14%	45
المتوسط المرجح = 3.402 الوزن النسبي = 69.64% الدرجة لمتوسط = 4.17												

3- درجة رضا المبحوثين عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة أثناء أزمة الكهرباء

تشير بيانات جدول رقم (15) إلى أن المبحوثين لديهم درجة رضا متوسطة عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة أثناء أزمة الكهرباء، حيث تنوعت درجة رضاهم عن القرارات المختلفة فرضى المبحوثين تماماً عن قرار عقد اتفاقيات للاستثمار في الطاقة المتجددة في المرتبة الأولى بوزن نسبي 85%، ورضوا في المرتبة الثانية عن قرار تغيير الوزراء المسؤولين عن ملف الأزمة (الكهرباء – البترول – المالية) بوزن نسبي 73%، كما رضوا عن قرار استيراد كميات إضافية من الوقود لتوليد الكهرباء بوزن نسبي 70% في المرتبة الثالثة، بينما رضى المبحوثين إلى حد ما عن قرار ترشيد الإنارة في الأماكن العامة بوزن نسبي 66% ثم عمل موظفي الحكومة من المنزل يوم الأحد أسبوعياً بوزن نسبي 64%، تلاها تحديد توقيتات محددة لتخفيف الأحمال بوزن نسبي 60%، ثم غلق المحال التجارية في أوقات مبكرة بوزن نسبي 58%. ولم يرضى المبحوثون عن قرار الحكومة بترشيد الإنارة في الطرق بوزن نسبي 51% وربما يعود ذلك للخوف من حوادث الطرق، وأخيراً لم يرضى المبحوثين تماماً عن زيادة مدد قطع الكهرباء أحياناً لتصل إلى 3 ساعات بدلاً من ساعة أو ساعتين بوزن نسبي 34%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (غادة شكري، 2024) والتي أظهرت أن هناك درجة رضا متوسطة عن القرارات الاقتصادية، بينما اختلفت مع دراسة (ممدوح شنتلة، 2024) والتي توصلت إلى أن الشباب الجامعي راضي عن أداء الحكومة المصرية نحو أزمة سد النهضة واختلفت أيضاً مع دراسة (سماح المحمدي، 2021) والتي أشارت إلى ارتفاع الرضا عن قرارات الحكومة للحد من أزمة جائحة كورونا.

رسم بياني رقم (11) الوزن النسبي لرضا المبحوثين عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة أثناء أزمة الكهرباء



جدول (15) رضا المبحوثين عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة

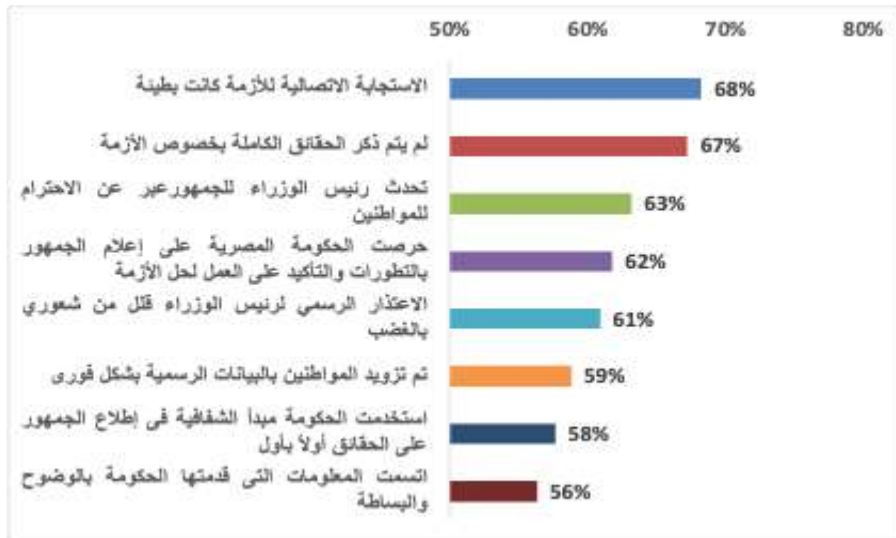
القرار	الوزن النسبي للقرار	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة (%)									
			راضياً تماماً		راضياً		راضياً لحد ما		راضياً		راضياً قليلاً	
			%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد
عدم التقييد بالمشاورات في عملية اتخاذ القرارات	65%	423	1%	2	3%	9	16%	48	35%	111	44%	144
تغير الوزراء المسؤولين عن اتخاذ القرارات	73%	364	5%	15	9%	29	31%	97	27%	86	23%	83
استمرار محبة شعبية الوزراء تجاه القيادة السياسية	70%	348	7%	23	11%	34	29%	82	32%	101	21%	65
زيادة الثقة في أداء الوزراء	66%	328	9%	28	17%	52	30%	85	26%	83	18%	57
عمل موظفي الحكومة من أجل أداء أعمالهم بجد	64%	321	10%	33	17%	52	31%	99	25%	79	17%	52
تحديد أولويات تنفيذ خطط العمل	60%	302	13%	40	20%	64	32%	101	23%	71	12%	39
تخصيص الموارد المالية في وقت مبكر	58%	291	17%	52	26%	81	23%	73	19%	61	15%	48

4- تقييم كفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة الكهرباء

تشير نتائج جدول رقم (16) إلى التقييم المحايد لاتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، حيث رأى المبحوثين أن الاستجابة الاتصالية للحكومة كانت بطيئة لتعريف الجمهور بما حدث بوزن نسبي 68%، ووافق المبحوثون الى حد ما على أنه لم يتم ذكر بعض الحقائق بخصوص الأزمة بوزن نسبي 67%، إلا أن المبحوثين رأوا أن تحدث رئيس الوزراء إلى الجمهور من خلال المؤتمرات الصحفية عبر عن الاحترام للمواطنين وتوضيح الحقائق أمامهم وأن الحكومة المصرية حرصت على عقد المؤتمرات الصحفية لإعلام الجمهور بتطورات الموقف وأن تقديم رئيس الوزراء اعتذار رسمي أكد فيه شعوره بمعاناة المواطنين قلل من شعورهم بالغضب بأوزان نسبية متقاربة إلى حد كبير بلغت 63% و62% و61% على التوالي.

كما وافق المبحوثون إلى حد ما في مراتب متأخرة على أنه تم تزويد المبحوثين بالبيانات الرسمية بشكل فوري لتوضيح المستجدات فيما يتعلق بالأزمة بوزن نسبي 59%، وأن الحكومة استخدمت مبدأ الشفافية في إطلاع الجمهور على الأزمة والحقائق أولاً بأول بوزن نسبي 58%، وأخيراً أن المعلومات التي قدمتها الحكومة المصرية حول الأزمة اتسمت بالوضوح والبساطة بوزن نسبي 56% وربما يعود ذلك إلى الجدل التي ثار حول البيان الذي أصدرته الحكومة في بداية الأزمة والذي أشارت فيه إلى أن قطع الكهرباء سيكون لمدة ساعة، مع مراعاة أن يتم البدء في الفصل بمدة زمنية 15 دقيقة قبل رأس الساعة و15 دقيقة بعدها وهو البيان الذي أثار التساؤلات حول مغزاة في مواقع التواصل الاجتماعي وعبر وسائل الإعلام المختلفة وأعرب الكثيرون عن عدم فهمهم للبيان، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Ramos & Meeus, 2024) والتي توصلت إلى أن المصدر الأساسي للغضب أثناء أزمة انقطاع الكهرباء في تكساس نتيجة العواصف الثلجية هو الافتقار للاتصال بشفافية من قبل الحكومة وعدم الاتصال في الوقت المناسب.

رسم بياني رقم (12) الوزن النسبي لتقييم كفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة الكهرباء



جدول (16) تقييم كفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة الكهرباء

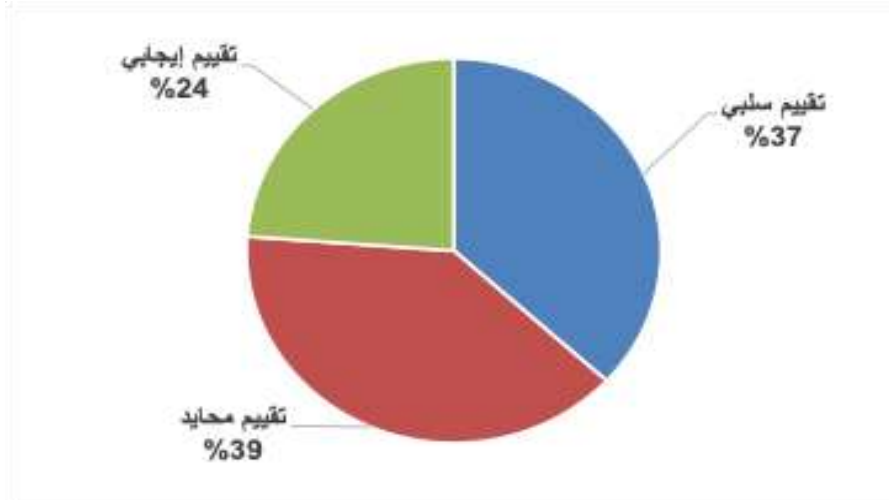
الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة ن=315										العبارة
			لا أتفق تمامًا		لا أتفق		أتفق إلى حد ما		أتفق		أتفق تمامًا		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
أتفق	68%	3.41	4%	12	15%	46	34%	106	32%	102	16%	49	الاستجابة الاتصالية للأزمة كانت بطيئة
إلى حد ما	67%	3.36	6%	18	19%	60	30%	96	23%	72	22%	69	لم يتم ذكر بعض الحقائق بخصوص الأزمة
إلى حد ما	63%	3.16	8%	24	18%	56	38%	119	25%	78	12%	38	تحدث رئيس الوزراء للجمهور عبر عن الاحترام للمواطنين
إلى حد ما	62%	3.09	7%	23	21%	65	37%	118	25%	79	10%	30	حرصت الحكومة على إعلام الجمهور بالتطورات والتأكيد على العمل لحل الأزمة
إلى حد ما	61%	3.04	10%	33	22%	69	33%	103	23%	71	12%	39	الاعتذار الرسمي لرئيس الوزراء قلل من شعوري بالغضب
إلى حد ما	59%	2.94	9%	29	23%	74	38%	121	22%	69	7%	22	تم تزويد المواطنين بالبيانات الرسمية بشكل فوري
إلى حد ما	58%	2.88	12%	38	27%	84	31%	97	22%	69	9%	27	استخدمت الحكومة الشفافية في إطلاع الجمهور على الحقائق
إلى حد ما	56%	2.82	13%	40	26%	82	35%	109	20%	64	6%	20	اتسمت المعلومات التي قدمتها الحكومة بالوضوح والبساطة
			المتوسط المرجح للمحور = 3.088 الوزن النسبي = 61.76% الاتجاه العام للمحور = أتفق إلى حد ما										

التقييم العام لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة الكهرباء:
جدول رقم (17) المقياس التجميعي لتقييم الجمهور المصري
لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة

التقييم	تجميع المقياس	النسبة المئوية	متوسط المقياس	الوزن المرجح	الاتجاه
تقييم محايد	124	39%	1.87	62%	متوسط/ محايد
تقييم سلبي	116	37%			
تقييم إيجابي	75	24%			
الإجمالي	315	100%			

وتشير نتائج جدول رقم (17) إلى أن تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة جاء محايدا في المرتبة الأولى بنسبة 39% تلاه التقييم السلبي في المرتبة الثانية بنسبة 37% وأخيرا التقييم الإيجابي بنسبة 24%

رسم بياني رقم (13) المقياس التجميعي لتقييم الجمهور المصري
لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة



نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة
جدول رقم (18) نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's لبيان العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة

تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة		الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي
معامل الارتباط Spearman's rho	.203**	
مستوى المعنوية Sig	.000	
الدلالة	دالة	
قوة العلاقة	ضعيفة	
نوع العلاقة	إيجابية	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (.203**)، عند مستوى معنوية (.000)، وهي علاقة ارتباطية إيجابية طردية دالة مما يشير إلى أنه كلما زاد اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي زاد التقييم الإيجابي لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، وهذا الارتباط بدرجة ضعيفة.

مما سبق يتضح ثبوت الفرض العلمي الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة في إدارة الأزمة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء
جدول رقم (19) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

الاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات		مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي
معامل الارتباط Spearman's rho	.191**	
مستوى المعنوية Sig	.001	
الدلالة	دالة	
قوة العلاقة	ضعيفة	
نوع العلاقة	إيجابية	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (.191**)، عند مستوى معنوية (.001)، وهي علاقة ارتباطية إيجابية طردية دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي زاد الاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع التيار الكهربائي، وهذا الارتباط بدرجة ضعيفة.

مما سبق يتضح ثبوت الفرض العلمي الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء.

الفرض الثالث (فرض رئيسي): توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الناجمة عن هذا الاعتماد.

- فرض فرعي ١: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات المعرفية الناجمة عن هذا الاعتماد.
 - فرض فرعي ٢: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الوجدانية الناجمة عن هذا الاعتماد.
 - فرض فرعي ٣: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات السلوكية الناجمة عن هذا الاعتماد.
- تشير بيانات الجدول رقم (20) إلى:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات المعرفية، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (**.375)، عند مستوى معنوية (0.075)، وهي علاقة ارتباطية إيجابية طردية دالة مما يشير إلى أنه كلما زاد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية ، وهذا الارتباط بدرجة متوسطة.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الوجدانية، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (.100)، عند مستوى معنوية (0.075)، وهي علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات السلوكية، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (.051)، عند مستوى معنوية (0.371)، وهي علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (20) نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho العلاقة بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الناجمة عن هذا الاعتماد

التأثيرات المعرفية		
	معامل الارتباط Spearman's rho	.375**
	مستوى المعنوية Sig	.000
	الدلالة	دالة
	قوة العلاقة	متوسطة
	نوع العلاقة	إيجابية

التأثيرات الوجدانية		
	معامل الارتباط Spearman's rho	.100
	مستوى المعنوية Sig	.075
	الدلالة	غير دالة
	قوة العلاقة	-
	نوع العلاقة	-

التأثيرات السلوكية		
	معامل الارتباط Spearman's rho	.051
	مستوى المعنوية Sig	.371
	الدلالة	غير دالة
	قوة العلاقة	-
	نوع العلاقة	-

مما سبق يتضح القبول الجزئي للفرض العلمي الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الناجمة عن هذا الاعتماد بالنسبة للتأثيرات المعرفية فقط، وعدم ثبوته لكل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية ويمكن تفسير ذلك بالتأثير المباشر للأزمة على حياة المواطنين ومن ثم فإن تأثيرات الأزمة الوجدانية والسلوكية لا ترتبط فقط بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

الفرض الرابع: توجد علاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة

تشير بيانات الجدول رقم (21) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (*.444)، عند مستوى معنوية (.000)، وهي علاقة ارتباطية إيجابية طردية دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية زاد تقييم الجمهور الإيجابي لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية، وهذا الارتباط بدرجة متوسطة.

جدول رقم (21) نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's لبيان العلاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة

تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية	معامل الارتباط Spearman's rho	.444**
مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية	مستوى المعنوية Sig	.000
	الدلالة	دالة
	قوة العلاقة	متوسطة
	نوع العلاقة	إيجابية

كما سبق يتضح ثبوت الفرض العلمي الذي ينص على وجود علاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة في إدارة الأزمة. **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

جدول رقم (22) نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير النوع

تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t-test قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	ذكر	137	1.6277	.99267	-.015-	313	.988	غير دالة
	أنثى	178	1.6292	.80088				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء تبعاً لمتغير "النوع"، حيث بلغت قيمة t-test (-.015-) عند مستوى معنوية (.988). وهي قيمة غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى اتفاق وجهة نظر المبحوثين وفقاً لهذا المتغير.

جدول رقم (23) نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير "السن"

تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة	السن	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	من 18 إلى أقل من 21	27	3.4815	بين المجموعات	6.115	3	2.038	3.530	.015	دالة
	من 21 إلى أقل من 35	72	3.0278							
	من 35 إلى أقل من 55	161	2.9752	داخل المجموعات	213.081	311	.685			
	من 55 أكثر من	55	2.9818							
	Total	315	3.0317	المجموع	216.921	314				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء تبعا لمتغير السن، حيث بلغت قيمة تحليل التباين ANOVA (3.530) عند مستوى معنوية (0.015). وهي قيمة دالة إحصائية لصالح فئة من 18 إلى أقل من 21 بمتوسط الحسابي (3.4815) مما يشير إلى أن هذه الفئة هي أكثر الفئات تقييماً إيجابياً لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع التيار الكهربائي، بينما قيمت الفئات من 21 إلى أقل من 35، ومن 35 إلى أقل من 55، وأكثر من 55 اتصالات الأزمة تقييماً سلبياً إلى حد ما.

جدول رقم (24) نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع

الكهرباء وفقاً لمتغير التعليم

تقييم الجمهور المصري	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
الكفاءة اتصالات الحكومة	طالب جامعي	41	3.2439	بين المجموعات	7.206	2	3.603	5.360	.005	دالة
	خريج جامعي	105	2.7524	داخل المجموعات						
	دراسات عليا	169	2.8580	المجموع	.672	312	209.715			
Total		315	2.8730	المجموع	216.921	314				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء تبعا لمتغير التعليم، حيث بلغت قيمة تحليل التباين ANOVA (5.360) عند مستوى معنوية (0.005). وهي قيمة دالة إحصائية لصالح فئة طالب جامعي بمتوسط الحسابي (3.2439) مما يشير إلى أن هذه الفئة هي أكثر الفئات تقييماً إيجابياً لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع التيار الكهربائي، بينما كان تقييم الخريج الجامعي والدراسات العليا تقييماً سلبياً إلى حد ما.

جدول رقم (25) نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع

الكهرباء وفقاً لمتغير العمل

تقييم الجمهور المصري	العمل	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
الكفاءة اتصالات الحكومة	قطاع حكومي	125	2.8960	بين المجموعات	2.699	3	.900	1.306	.272	دالة غير
	قطاع خاص	98	2.7449	داخل المجموعات						
	لا أعمل صاحب عمل	61	2.9836	المجموع	.689	311	214.222			
Total		315	2.8730	المجموع	216.921	314				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء تبعاً لمتغير العمل، حيث بلغت قيمة معامل تحليل التباين ANOVA (1.306) عند مستوى معنوية (0.272). وهي قيمة غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى اتفاق وجهة نظر المبحوثين وفقاً لهذا المتغير.

جدول رقم (26) نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الحالة الاجتماعية	تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة
غير دالة	.181	1.638	1.125	3	3.374	بين المجموعات	2.9495	99	أعزب / عزباء	
						2.7912	182	متزوج / متزوجة		
			.687	311	213.547	داخل المجموعات	3.0833	24	مطلق / مطلقة	
						3.1000	10	أرمل / أرملة		
			314	216.921	المجموع	2.8730	315	Total		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل تحليل التباين ANOVA (1.638) عند مستوى معنوية (0.181). وهي قيمة غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى اتفاق وجهة نظر المبحوثين وفقاً لهذا المتغير.

جدول رقم (27) نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير متوسط الدخل

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	متوسط الدخل	تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة
دالة	.000	6.434	4.226	3	12.677	بين المجموعات	3.2692	52	أقل من 5,000	
						2.9255	94	من 5,000 لـ أقل من 10,000		
			.657	311	204.244	داخل المجموعات	2.6744	86	من 10,000 إلى 20,000	
						2.7711	83	أكثر من 20,000		
			314	216.921	المجموع	2.8730	315	Total		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً لمتغير الدخل، حيث بلغت قيمة تحليل التباين ANOVA (6.434) عند مستوى معنوية (0.000) وهي قيمة دالة إحصائياً لصالح فئة أقل من 5,000 بالمتوسط الحسابي (3.2692)، وفئة من 5,000 إلى أقل من 10,000 بالمتوسط الحسابي (2.9255) مما يشير إلى أن هاتين الفئتين هما أكثر الفئات تقييماً إيجابياً لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، بينما كان تقييم الفئات الأعلى في الدخل من 10,000 إلى 20,000 وأكثر من 20,000 تقييماً سلبياً إلى حد ما لكفاءة اتصالات الأزمة مما سبق يتضح أنه يمكن القول **بالقبول الجزئي للفرض العلمي** القائل بوجود فروق ذات دلالة في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً للمتغيرات الديموغرافية حيث ثبت صحة الفرض بالنسبة لمتغيرات التعليم والدخل والسن ولم يثبت وجود فروق في تقييم كفاءة الاتصالات الأزمة بالنسبة لمتغيرات النوع والعمل

خاتمة الدراسة

اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كأكثر مصادر المعلومات التي يستخدمها المبحوثون حول أزمة انقطاع الكهرباء لدى غالبية المبحوثين بنسبة 81%، تلاها الأهل والأصدقاء بنسبة 50% ثم المواقع الإلكترونية الإخبارية، كما تبين أن ما يقرب من نصف العينة تابعوا أزمة انقطاع الكهرباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما تابعها أكثر من ثلث العينة بصفة منتظمة، كما أن غالبية العينة تتابع أزمة انقطاع الكهرباء على الفيس بوك بنسبة 91% من إجمالي العينة.

تشير نتائج الدراسة إلى أن الصفحات الحكومية الرسمية للوزارات جاءت في صدارة الصفحات التي يستخدمها المبحوثين للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء بما يقرب من نصف العينة، ويشير ذلك إلى وعي عينة الدراسة بأهمية الصفحات الحكومية في الحصول على المعلومات حول الأزمة من المصادر الرسمية، وجاءت صفحات الصحف الإخبارية في المرتبة الثانية، ثم الأهل والأصدقاء في المرتبة الثالثة.

تبين أن صفحة وزارة الكهرباء جاءت في مقدمة الصفحات الرسمية التي تابعتها عينة المبحوثين الذين تابعوا الصفحات الرسمية، تلاها صفحة رئاسة مجلس الوزراء بفارق بسيط، ثم صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء، ويشير ذلك إلى وعي المبحوثين بأن وزارة الكهرباء هي الوزارة المختصة بالأزمة وبطبيعة الحال رئاسة مجلس الوزراء والتي تختص بجميع الأزمات الحكومية التي ترتبط بكافة الوزارات.

اتضح أن نصف العينة يعتمد بدرجة متوسطة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء، بينما اعتمد عليها نحو ثلث العينة بدرجة كبيرة، وأخيراً فإن نسبة محدودة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة ضعيفة.

أما عن مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء فقد أشارت النتائج إلى أن المبحوثين يثقون إلى حد ما في مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء وأن الصفحات الرسمية الحكومية جاءت في مقدمة الصفحات التي يثق فيها المبحوثين إلى حد ما، تلاها صفحات الأهل والأصدقاء وصفحات الصحف الإخبارية في المرتبة الثانية بالتساوي لكل منهما ثم صفحات القنوات الإلكترونية، إلا أن المبحوثين لم يثقوا في الصفحات العامة وصفحات المشاهير والمؤثرين وصفحات الكوميكس الساخر (الميميز).

وتمثلت أهم التأثيرات المعرفية للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة الكهرباء في المساعدة على معرفة توقيتات انقطاع الكهرباء في المرتبة الأولى تلاها معرفة حجم الأزمة وطبيعتها ثم التعرف على القرارات والإجراءات الحكومية للتعامل مع الأزمة، وإدراك أسباب حدوث الأزمة بالتساوي لكل منهما، بينما تمثلت أكثر التأثيرات الوجدانية في الشعور بالغضب والانعاج من طول فترة أزمة انقطاع الكهرباء ثم الشعور بالقلق والخوف من تكرار الأزمة في المستقبل فالشعور بالضيق والتشاؤم نتيجة تصفح أخبار الأزمة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً الشعور بالطمأنينة بأن الحكومة تتخذ بعض الإجراءات لحل الأزمة حيث وافق المبحوثون إلى حد ما على هذه العبارة.

أما عن التأثيرات السلوكية فجاءت مرتفعة بشكل كبير وتوقفت على كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية وجاء في مقدمتها ترشيد استهلاك الكهرباء من خلال إغلاق الأجهزة/الإنارة عند

عدم استخدامها، ثم ترتيب تحركات المواطنين وأنشطتهم بناء على متابعة توقيتات انقطاع الكهرباء، تلاها تقديم النصيحة للأصدقاء وأفراد العائلة بضرورة ترشيد استهلاك الكهرباء، وأخيراً الاقتناع بضرورة الإبلاغ عن سرقة الكهرباء في حالة معرفة قيام أحد الأشخاص بهذا الفعل.

تبين أن أكثر موضوعات البيانات الحكومية التي تعرضت لها عينة المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر توقيتات انقطاع الكهرباء في المناطق المختلفة في المرتبة الأولى، تلاها التأكيد على أن السبب في الأزمة هو زيادة الأحمال في الصيف نتيجة الارتفاع غير المسبوق لدرجات الحرارة.

تمثلت أهم أسباب أزمة الكهرباء من وجهة نظر المبحوثين في عدم التخطيط المسبق للأزمات في المرتبة الأولى، تلاها الأزمة الاقتصادية التي أدت لنقص الموارد المالية اللازمة لاستيراد الوقود، ثم عدم التنسيق بين الوزارات المختصة (البتترول - الكهرباء - المالية)، واتفق المبحوثون إلى حد ما على أن منع إسرائيل الغاز عن مصر نتيجة موقفها من حرب غزة هو أحد أسباب الأزمة في المرتبة الرابعة، وتراجعت زيادة الأحمال في الصيف نتيجة الارتفاع غير المسبوق لدرجات الحرارة إلى المرتبة الخامسة.

تبين من نتائج الدراسة أن المبحوثين لديهم درجة رضا متوسطة عن القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة أثناء أزمة الكهرباء، حيث تنوعت درجة رضاهم عن القرارات المختلفة فرضى المبحوثون تماماً عن قرار عقد اتفاقيات للاستثمار في الطاقة المتجددة في المرتبة الأولى، ورضوا في المرتبة الثانية عن قرار تغيير الوزراء المسؤولين عن ملف الأزمة (الكهرباء - البترول - المالية)، كما رضوا عن قرار استيراد كميات إضافية من الوقود لتوليد الكهرباء، بينما رضى المبحوثين إلى حد ما عن قرار ترشيد الإنارة في الأماكن العامة، ثم عمل موظفي الحكومة من المنزل يوم الأحد أسبوعياً، تلاها تحديد توقيتات محددة لتخفيف الأحمال، ولم يرضى المبحوثون عن قرار الحكومة بترشيد الإنارة في الطرق بوزن نسبي 51% وربما يعود ذلك للخوف من حوادث الطرق، وأخيراً لم يرضى المبحوثون تماماً عن زيادة مدد قطع الكهرباء أحياناً لتصل إلى 3 ساعات بدلاً من ساعة واحدة أو ساعتين.

وأشارت النتائج إلى التقييم المحايد لاتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة حيث رأى المبحوثون أن الاستجابة الاتصالية للحكومة كانت بطيئة لتعريف الجمهور بما حدث، ووافق المبحوثون إلى حد ما على أنه لم يتم ذكر بعض الحقائق بخصوص الأزمة، إلا أن المبحوثين رأوا أن تحدث رئيس الوزراء إلى الجمهور من خلال المؤتمرات الصحفية عبر عن الاحترام للمواطنين وتوضيح الحقائق أمامهم وأن تقديم رئيس الوزراء اعتذار رسمي أكد فيه شعوره بمعاناة المواطنين قلل من شعورهم بالغضب.

كما وافق المبحوثون إلى حد ما في مراتب متأخرة على أنه تم تزويد المبحوثين بالبيانات الرسمية بشكل فوري لتوضيح المستجدات فيما يتعلق بالأزمة، وأن الحكومة استخدمت مبدأ الشفافية في إطلاع الجمهور على الأزمة والحقائق أولاً بأول، وأخيراً أن المعلومات التي قدمتها الحكومة المصرية حول الأزمة اتسمت بالوضوح والبساطة، وربما يعود ذلك إلى الجدل التي ثار حول البيان الذي أصدرته الحكومة في بداية الأزمة والذي أشارت فيه إلى أن قطع الكهرباء سيكون لمدة ساعة، مع مراعاة أن يتم البدء في الفصل بمدة زمنية 15 دقيقة قبل رأس الساعة

و15 دقيقة بعدها وهو البيان الذي أثار التساؤلات حول مغزاة في مواقع التواصل الاجتماعي وعبر وسائل الإعلام المختلفة وأعرب الكثيرون عن عدم فهمهم للبيان. بشكل عام جاء التقييم العام للجمهور لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة الأزمة محايدا في المرتبة الأولى بنسبة 39% تلاه التقييم السلبي في المرتبة الثانية بنسبة 37% وأخيرا التقييم الإيجابي بنسبة 24%.

اتضح وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتقييم الإيجابي للجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة في إدارة الأزمة، كما تبين وجود علاقة بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء

اتضح القبول الجزئي للفرض العلمي الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمة انقطاع الكهرباء والتأثيرات الناجمة عن هذا الاعتماد بالنسبة للتأثيرات المعرفية فقط، وعدم ثبوته لكل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية، ويمكن تفسير ذلك بالتأثير المباشر للأزمة على حياة المواطنين ومن ثم فإن التأثيرات الوجدانية والسلوكية للأزمة لا ترتبط فقط بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

اتضح وجود علاقة بين مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية وتقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة في إدارة الأزمة مما يشير إلى أنه كلما زادت مصداقية الصفحات الحكومية الرسمية زاد تقييم الجمهور الإيجابي لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية أشارت النتائج الى القبول الجزئي للفرض العلمي القائل بوجود فروق ذات دلالة في تقييم الجمهور المصري لكفاءة اتصالات الحكومة المصرية في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء وفقاً للمتغيرات الديموغرافية حيث ثبت صحة الفرض بالنسبة لمتغيرات التعليم والدخل والسن ولم يثبت وجود فروق في تقييم كفاءة الاتصالات للأزمة بالنسبة لمتغيرات النوع والعمل.

التوصيات

- ضرورة التخطيط للأزمات المستقبلية الشبيهة بأزمة الكهرباء ووضع سيناريوهات للتعامل معها، كأن يتم وضع سيناريو لأزمة محتملة كنقص امدادات الغاز او تعطل محطات كهرباء او مياه رئيسية فى ضوء التحديات التى تواجه المنطقة وتجهيز خطة اتصال أزمة تفعل عند الحاجة بعد أن تكييفها لتناسب مع ظروف الأزمة الفعلية.
- سرعة إتاحة البيانات والمعلومات للجمهور أثناء الأزمات بما يحقق الإفصاح الاستباقي حتى لا يتم فتح المجال لإنتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة.
- استخدام الحكومات لاستراتيجية الاعتذار والتعاطف مع المواطنين إثر التحديات التى تواجههم أثناء الأزمات الحكومية والتي أثبتت فعاليتها في إدارة الغضب العام وترك إنطباعاتاً طيباً لدى المواطنين.
- ضرورة التنسيق بين الوزارات المعنية عند حدوث الأزمات الحكومية للوصول إلى أفضل استجابة ممكنة للأزمة من خلال إنشاء هيئة مستقلة تابعة لرئاسة الجمهورية أو رئاسة الوزراء تتولى التنسيق وقت الأزمات وترفع تقاريرها لرئاسة الوزراء أو رئاسة الجمهورية بشكل دوري أثناء الأزمات.
- إنشاء مراكز بحثية بالتنسيق مع الجامعات لتجميع وتحليل الدراسات بمجال إدارة الأزمات لاستخلاص الدروس المستفادة من الأزمات السابقة والتنبؤ بأزمات مستقبلية يتم وضع سيناريوهات للتعامل معها.
- تبنى استراتيجيات اتصال فعالة أثناء أزمات المؤسسات الحكومية تضمن الالتزام بمبادئ الشفافية والصدق والوضوح عبر بياناتها وتصريحاتها لإدارة الغضب العام والحفاظ على ثقة المواطنين.
- ضرورة أن يتم ادراج مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية ضمن خطط اتصال الأزمات والتي ثبت من خلال الدراسة مصداقيتها وفعاليتها في التقويم الإيجابي للمواطنين لاتصالات الأزمة الحكومية، وذلك من خلال تعيين مسؤولي اتصال متخصصين بالوزارات المختلفة ولديهم خبرة بإدارة الاتصالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المراجع:

أولاً - المراجع العربية

1. آمال إسماعيل زيدان، (٢٠٢٠)، تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، الجزء الرابع.
2. حسنى محمد نصر، "نظريات الإعلام"، القاهرة، دار الكتاب الجامعي، 2007، ص169.
3. غادة شكرى محمود (٢٠٢٤)، التماس الشباب للمعلومات الاقتصادية من مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأداء الحكومى فى مصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٦، الجزء الثانى.
4. سماح المحمدي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة كورونا - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٦، الجزء الخامس.
5. سماح المحمدي (٢٠٢٢)، تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على اتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم: دراسة تحليلية وميدانية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٠، الجزء الثانى.
6. محمد محمود أنيس، (٢٠٢٤)، اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٧.
7. محمود حسن إسماعيل. (2003)، مبادئ الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، بغداد ط١ - ص٢٧٨
8. ممدوح السيد شنتلة، (٢٠٢٤)، التماس الشباب للمعلومات السياسية حول أزمة سد النهضة الأثيوبى فى وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا عن أداء الحكومة المصرية أثناء الأزمة: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٥١.
9. مها مدحت كمال (٢٠٢٤)، تعرض الجمهور المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة والمزاج العام لهم - دراسة تحليلية وميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٧١، الجزء الأول.

ثانياً - المراجع الأجنبية

10. Baran, S. J., & Davis, D. K. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism)* (6th ed.). Cengage Learning.
11. Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from Situational Crisis Communication Theory. *Journal of Business Communication*, 41(3), 265-289. <https://doi.org/10.1177/0021943604265607>
12. Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a Crisis: The development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
13. Coombs, W. T. (2014). The value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research. *Business Horizons*, 58(2), 141-148. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.10.003>
14. DeFleur, M. L., & Bale-Rokeach, S. (1989). *Theories of Mass Communication (5th Edition)* (5th ed.). Pearson.

15. Jamal, J., & Bakar, H. A. (2017). Revisiting organizational credibility and organizational reputation – a situational crisis communication approach. In *International Conference on Communication and Media: An International Communication Association Regional Conference (i-COME'16)* (Vol. 33, p. 00083). SHS Web of Conferences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300083>
16. Jamal, J., Yusof, N., & Muda, S. (2023). Public Trust toward Government Online Crisis Communication: A Malaysian Youth perspective. In *Proceedings of the 8th International Conference on Communication and Media 2022 (i-COME 22) Advances in Social Science, Education and Humanities Research* (pp. 403–415). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-098-5_35
17. Kang, M., Kim, J. R., & Cha, H. (2018). From concerned citizens to activists: a case study of 2015 South Korean MERS outbreak and the role of dialogic government communication and citizens' emotions on public activism. *Journal of Public Relations Research*, 30(5–6), 202–229. <https://doi.org/10.1080/1062726x.2018.1536980>
18. Kyrychok, A. P. (2017). An impact of Situational crisis-communicational theory on the efficiency of investigations in the field of crisis communications. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 5(19), 119. <https://www.seanewdim.com/>
19. Lozano-Recalde, C. (2024). Six years of public crisis research on social media. A systematic review of the main lessons and guidelines for future studies. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e25983. <https://doi.org/10.14198/medcom.25983>
20. Luiz, E. (2024). Impact of crisis communication strategies on public trust during health emergencies in Philippines. *American Journal of Communication*, 6(3), 1–11.
21. McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication models for the study of mass communications*. Routledge.
22. Ramos, A., & Meeus, L. (2024). Finding public outrage on social media during the Texas energy crisis. *Energy Research & Social Science*, 109, 103409. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2023.103409>
23. Rieger, M. O., & Wang, M. (2021). Trust in government actions during the COVID-19 crisis. *Social Indicators Research*, 159(3), 967–989. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02772-x>
24. Xie, Y., Qiao, R., Shao, G., & Chen, H. (2016). Research on Chinese social media users' communication behaviors during public emergency events. *Telematics and Informatics*, 34(3), 740–754. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.023>
25. Youngblood, S. (2010). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 2nd Edition (Coombs, W. T.) and Handbook of Risk and Crisis Communication (Heath, R. L. and O'Hair, H. D., Eds.) [Book reviews. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 53(2), 174–178. <https://doi.org/10.1109/tpc.2010.2046099>

26. Yu, L., Li, L., Tang, L., Dai, W., & Hanachi, C. (2017). A multi-agent-based online opinion dissemination model for China's crisis information release policy during hazardous chemical leakage emergencies into rivers. *Online Information Review*, 41(4), 537–557. <https://doi.org/10.1108/oir-04-2015-0126>
27. Yuan, Q., & Gasco, M. (2017). Citizens' Use of Microblogging During Emergency. In *Proceedings of the 18th Annual International Conference on Digital Government Research* (pp. 110–119). <https://doi.org/10.1145/3085228.3085306>
28. Zheng, Q. (2023). Restoring trust through transparency: Examining the effects of transparency strategies on police crisis communication in Mainland China. *Public Relations Review*, 49(2), 102296. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102296>