

**توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير
الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية:
دراسة ميدانية في عينة من مؤسسات مديريات وزارة الكهرباء**

**Employing Digital Public Relations in Developing the
Communication Aspect of Government Institutions:
A Field Study in a Sample of Institutions in the
Directorates of the Ministry of Electricity**

م.د. عبد الحسين كاظم مريخ

Inst. Dr. Abd-ulhussein Kadham Marreekh

abdulhuseein145@gmail.com

قسم الاعلام / كلية الآداب / جامعة الامام جعفر الصادق 

Department of Media/College of Arts/
Imam Jaafar Al-Sadiq University

الملخص

يهدف البحث التعرف على مفهوم وأهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية في ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية، وذلك من خلال التعرف على الأسباب التي أسهمت في ظهور تلك العلاقات في مؤسسات وزارة الكهرباء العراقية، والعملاء المتعاملين معها، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وأعداد إستبانه تضمنت خمسة محاور هي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي، درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين، إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة، والصعوبات التي تواجه المؤسسة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور، وقد قسم البحث الى ثلاثة مباحث - تناولنا في المبحث الاول الاطار المنهجي للبحث متضمنا : مشكلة البحث وتساؤلاته ، وأهميته ، وأهدافه ، والمنهج ، ومجتمع البحث وعينته، ومجالاته، وأداة جمع البيانات وقياس الصدق ، وتعريف المصطلحات، والدراسات السابقة، اما المبحث الثاني: فقد خصص للاطار النظري للبحث متضمنا : نشأة وتطور، ومفهوم ، وأهمية ، واستخدامات ، ووسائل ، وتحديات العلاقات العامة الرقمية، في حين تناولنا في المبحث الثالث : الدراسة الميدانية وتحليل النتائج وعرضها ، والاستنتاجات ، والتوصيات التي توصل اليها الباحث.

ومن خلال مؤشر الكفايات النسبية لتلك المحاور جاءت نتائج تقديراتها ٩, ٧٥٪، ٦, ٨٨٪، ٤, ٨٦٪، ٠, ٦٩٪، و٢, ٥٢٪ على التوالي، بعينة غير احتمالية من مديريات وزارة الكهرباء (٩٠) مستجيب، مع تحقق مستوى عالٍ بالمعنوية باختبار عشوائية تلك المؤشرات بدلالة أقل من $P < 0.01$. وفي ضوء ما تمخضت عنه نتائج تلك التقديرات فأن الاستخدام الأمثل لتوظيف العلاقات العامة الرقمية من شأنها أن ترتقي بتطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، الاتصالات، المؤسسات الحكومية، تكنولوجيا المعلومات.

Abstract

practices within government institutions. It focuses on the reasons that have contributed to the emergence of such relationships in the Iraqi Ministry of Electricity and its clients. The researcher employed a descriptive methodology and prepared a questionnaire that included five main areas: the use of social media, the role of digital public relations in enhancing communication, the degree of interest that modern communication channels have in the opinions of their user audience, the positives and negatives of using these modern communication tools, and the challenges faced by the institution when using these tools with the public.

The research is divided into three sections. The first section discusses the methodological framework, including the research problem and questions, its significance, objectives, methodology, research community and sample, fields, data collection tools, validity measurement, definition of terms, and previous studies. The second section is dedicated to the theoretical framework of the research, covering the emergence, development, concept, importance, uses, means, and challenges of digital public relations.

In the third section, the field study is presented along with results analysis and presentation, conclusions, and recommendations reached by the researcher. The relative competency indicators for these areas yielded results of 75.9%, 88.6%, 86.4%, 69.0%, and 52.2%, respectively, based on a non-probability sample of 90 respondents from the Ministry of Electricity. A high level of significance was achieved with a random test of these indicators at a significance level of less than $P < 0.01$.

In light of the results of these estimates, the optimal use of digital public relations can enhance the communication aspect of government institutions.

Keywords: digital public relations, communications aspect of government foundations, the theory of information technology.

المقدمة

شهد العالم في ظل التطورات التكنولوجية تحولا سريعا وواسع النطاق، وبدرجات متفاوتة بين الدول، ونظرا لما توفر هذه التطورات من فرص كان لزاما على المؤسسات الاعتماد على المنصات الرقمية كوسيلة تسهم في تحسين الاداء الاتصالي للمؤسسات مع بلوغ المؤشرات التنافسية ذروتها في صلب العمل المهني للمنشآت الادارية، والمنشآت الاقتصادية الخدمية، فالاستغلال الامثل لهذه التكنولوجيا فرض حتمية توظيفها في المجال المؤسساتي تحت عنوان العلاقات العامة الرقمية التي تعتبر وظيفة اساسية من وظائف المؤسسات، والاستفادة من هذه المميزات التي تجنيها لهم هذه التطورات خاصة وانها اصبحت مصدرا للتعرف على ردود افعال الجماهير بشكل آني وفوري حول المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها، وبناء على هذه الردود تبني المؤسسات استراتيجياتها التسويقية لتحقيق اهداف كل مؤسسة مهما كان نوعها.

وفي هذا الصدد سعت الدراسة الى التركيز لابرار واقع تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات العراقية، وهو الهدف الاساسي المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة التي تضمنت ثلاثة مباحث، حيث احتوى المبحث الاول على الاطار المنهجي، في حين ان المبحث الثاني اتى بعنوان الاطار النظري، اما المبحث الثالث فقد خصص للاطار العملي.

اولا: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتمثل مشكلة البحث في ملاحظة الباحث استخدام المؤسسات الحكومية للتكنولوجيا الرقمية في العلاقات العامة على الرغم من فعالية ومصدقية الوسائل التقليدية للجمهور، مثل المعلومات التي تظهر في التلفزيون والاذاعة والصحف وغيرها، الا ان عدم قدرة هذه الوسائل على تلبية احتياجات ورغبات جميع الجمهور، وافتقارها الى التفاعل المباشر بين المرسل والمستقبل، تطلب ظهور جاذبية وتطبيقات،

وجودة عالية المواصفات في تقديم المعلومات، والعديد من البيانات المهمة من خلال الوسائط المتعددة.

لذلك فان مشكلة البحث تتلخص بالسؤال الرئيس هو (مدى استخدام العلاقات العامة الرقمية في تطوير الاساليب الاتصالية في المؤسسات الحكومية - دراسة ميدانية على اقسام العلاقات العامة في مؤسسات وزارة الكهرباء)، فضلا عن محاولة الاجابة على التساؤلات الفرعية الآتية:

- (١) ما مفهوم العلاقات العامة الرقمية.
- (٢) ما الاختلاف بين العلاقات العامة الرقمية، والعلاقات العامة التقليدية.
- (٣) ما الاسباب التي اسهمت في ظهور العلاقات العامة الرقمية.
- (٤) ما الوسائل المستخدمة في تطوير الجانب الاتصالي في المؤسسات الحكومية.
- (٥) ما التحديات التي تواجه عمل العلاقات العامة الرقمية.

ثانيا : اهمية الدراسة

تأتي اهمية الدراسة في استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية مع جمهورها الداخلي والخارجي : وذلك لادارة العلاقات مع العملاء، وبفضل الوسائط الاجتماعية المتعددة يمكن للمؤسسات الحكومية التواصل مباشرة مع شريحة عريضة من الجمهور، كما يمكن للمؤسسات من خلالها التأثير على اراء الجماهير عن طريق نشر محتويات على الانترنت، والوسائط الاجتماعية ذات اهداف معينة.

ثالثا : اهداف الدراسة

- (١) التعرف على اهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية في ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية.
- (٢) التعرف على مفهوم العلاقات العامة الرقمية، وبيان الفرق بينها وبين نظريتها التقليدية.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

(٣) التعرف على الاسباب التي اسهمت في ظهور العلاقات العامة الرقمية في مؤسسات وزارة الكهرباء العراقية، والعملاء المتعاملين معها.

(٤) تحديد الوسائل المستخدمة في تطوير الجانب الاتصالي في المؤسسات الحكومية.

(٥) معرفة التحديات التي تواجه عمل العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية.

رابعا : منهج البحث: استخدم الباحث المنهج المسحي لكون البحث ينتمي الى البحوث الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات وتحليلها للوصول الى النتائج ومن ثم تحليلها، وبالتالي معرفة مدى استخدام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - مؤسسات وزارة الكهرباء لوسائل الاتصال الرقمية للاتصال بجمهورها الخارجي والداخلي -، ودورها في تطوير الجانب الاتصالي في هذه المؤسسات.

خامسا : مجتمع البحث وعينته: يتكون مجتمع البحث من العاملين في مجال العلاقات العامة في مؤسسات وزارة الكهرباء العراقية - المؤسسات شملت كل من : دائرة التدريب وبحوث الطاقة في مقر الوزارة، و مقر الشركة العامة لتوزيع كهرباء بغداد والمديرية المرتبطة بها - مقر الشركة العامة لنقل الطاقة الكهربائية / المنطقة الوسطى العامة - والبالغ عدد(٩٠) تسعون مفردة.

سادسا : مجالات البحث

(١) المجال البشري: عناصر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - مؤسسات وزارة الكهرباء العراقية

(٢) المجال المكاني. يتمثل في مؤسسات وزارة الكهرباء العراقية المتواجدة في العاصمة بغداد.

(٣) المجال الزماني. استغرق البحث مدة زمنية استغرقت ثلاثة اشهر للفترة من ١ / ١٢ / ٢٠٢٤ لغاية ١ / ٣ / ٢٠٢٥ .

م.د. عبد الحسين كاظم مريخ.....

سابعا : اداة جمع البيانات: اعتمد الباحث على اداة (الاستبانة) كأفضل اداة لجمع البيانات والحصول على المعلومات وبيان اراء المبحوثين لكون البحث من البحوث الوصفية.

ثامنا : قياس صدق وثبات الاداة: لغرض التأكد من ملائمة الاستبانة لمجريات البحث، تم عرضها على مجموعة من الاساتذة المتخصصين في العلاقات العامة والاعلام، حيث قاموا بأبداء آرائهم حول مدى صحة الصياغة اللغوية لعبارات الاستبانة، ومدى ملائمة فقرات الاستبانة لعينة الدراسة، وجرى تعديل الاستبانة وفقا لتعديلاتهم

١	أ.د. صباح انور الصالحي	رئيس قسم العلاقات العامة في الجامعة العراقية.
٢	أ.د. محمد الجابري	تدريسي في قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة الانبار
٣	أ.م.د. محمد جاسم فلحي	رئيس قسم الاعلام الرقمي في كلية المنصور الجامعة
٤	أ.م.د. عبد الهادي عبد الامير	تخصص علاقات عامة - في مقر وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
٥	م.د. اياد البنداوي	تدريسي في قسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة الامام جعفر الصادق عليه السلام

تعريف المصطلحات :

الدور : الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد (Dictionary 1993)

862)

وكذلك هو المرتكز او المنصب الذي يحتله الفرد والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية (حسن ١٩٩٩، ٩٨٢).

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

العلاقات العامة : الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد، او المؤسسة، او الدولة لكسب ثقة الجمهور، وتحقيق التفاهم المتبادل لتلبية احتياجات الجمهور في اطار ماهو ممكن ومشروع. (عجوة ٢٠٠٠، ٢٤).

العلاقات العامة الرقمية : قيام ادارات العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ انشطتها والاسهام في تحقيق اهدافها (بن الخياط ٩-٨ نيسان ٢٠١٥ ، ٢).

الاتصال : عملية تفاعل مشتركة بين طرفين (شخص، او جماعتين) لتبادل فكرة او خبرة معينة عن طريق وسيلة (سلامة ١٩٩٨ ، ٤١).

المؤسسة : كل منشأة تؤسس لنشاط معين، لمنفعة عامة لها موارد ضرورية حسب النشاط التي تمارس فيه هذه المنفعة (صالح ١٩٩٩ ، ٣٩٩)

دراسات سابقة

الدراسة الاجنبية (duke 2002) دراسة شيلين دوك استخدام الشبكة العنكبوتية العالمية، والبريد الالكتروني في مجال العلاقات العامة، حاول القاء الضوء على استخدامات الشبكة العنكبوتية والبريد الالكتروني في مجال العلاقات العامة، وخاصة في ظل البحوث التي تناولت كيفية استخدام اصحاب مهنة العلاقات العامة للشبكة العنكبوتية الدولية، والبريد الالكتروني في وسائل الاتصال، شملت عينة الدراسة (٢٤٤) عضوا من اصحاب مهنة العلاقات العامة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال اداة الاستبيان لجمع البيانات، وكان من ابرز نتائجها، ان اصحاب مهنة العلاقات العامة قالوا انهم يعتمدون بشكل منظم على البريد الالكتروني غب الاتصال بالصحفيين، وان ٦٥ ٪ منهم قالوا ان البريد الالكتروني هام في العلاقات العامة بوسائل الاعلام، كما اشارت الدراسة الى ان اصحاب المهنة يؤمنون بأن البريد الالكتروني كأداة ساعد في زيادة التغطية الاعلامية .

الدراسة العربية

دراسة (عاطف، ص ٢٠١٥) عنوان الدراسة ممارسة القائم بالاتصال لانشطة العلاقات العامة الرقمية في مصر على جامعة المنوفية، قام الباحث بمسح شامل للقائمين بالاتصال من ممارسي العلاقات العامة والاعلام واختبارهم جميعا، حيث بلغوا (٩٠) مبحوثا، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بنوعيه الكمي والوصفي، وتوصلت الدراسة الى بعض النتائج اهمها، اهمية تدريب ممارسي العلاقات العامة على برامج النشر الالكتروني، وبرامج الجرافيك، وتصميم وادارة المواقع الالكترونية، وان العلاقات العامة بالجامعات الحكومية في حاجة الى تفعيل استخدام الانترنت في المؤتمرات وورش العمل عن بعد بأستخدام برامج البث المباشر عن طريق الانترنت (عاطف مارس ٢٠١٥، ١٣١).

الدراسة المحلية

دراسة (العبيدي، وعزت، ٢٠٢٢) الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في الوزارات العراقية، هدفت الدراسة الى توضيح مضامين الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - الـ فحة الرسمية للوزارة على موقع (الفيس بوك)، استخدم الباحثان المنهج الوصفي، واعتمدا اداة تحليل المضمون، بتحليل محتوى (٣٨٤) نشاطا خلال فترة الدراسة، استخدمت خلالها وحدة الموضوع او (الفكرة) لفئات جمهور الطلبة، وموظفين، واساتذة، ومنظمات، وهيئات متخصصة، حكومات، وتوصلا الباحثان الى نتائج اهمها، ان الفئة التي استهدفتها العلاقات العامة الرقمية هي فئة الطلبة، والموظفين، كون هذه الفئتين تمثلا لجمهور الداخلي، والخارجي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي (العبيدي وعزت ٢٠٢٢، ١٠٦٦).

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

التعليق على الدراسات السابقة

افاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة، وكذلك اتضح للباحث اوجه التشابه والاختلاف مع الدراسة الحالية من حيث ادوات الدراسة والمنهج المستخدم، وقد تبين للباحث ان معظم الدراسات السابقة اكدت نتائجها على ان استخدام العلاقات العامة للوسائط الرقمية في التواصل مع جماهير المؤسسة يعمل على زيادة ترويج افكار واهداف المؤسسة.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

«المبحث الثاني»

الاطار النظري

اولا : نشأة وتطور العلاقات العامة الرقمية

ظهر مصطلح حديث في علم العلاقات العامة اطلق عليه (العلاقات العامة الرقمية) الذي يتطلب فهما عميقا، وتصورا واضحا من العاملين بالعلاقات العامة والادارة العليا بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة في عمل العلاقات العامة، وتوجيه الرأي وتحسين الصورة التي تحتاجها في عملها، ومع توظيف العلاقات العامة لكل هذه التطبيقات التكنولوجية في تحقيق اهدافها، ظهر مصطلح العلاقات العامة الالكترونية (احمد و محمود ٢٠٢١، ١٨).

يرتبط العالم الرقمي بشكل متزايد بمناطق كبيرة وواسعة في العالم، حيث زاد استخدام مجال الاتصالات الرقمية بشكل كبير ومستمر في السنوات الاخيرة، حيث يجمع هذا الاتصال المستخدمين معا في بيئات افتراضية بسهولة وبسرعة، وفي اي وقت. (جرادات و الشامي ٢٠٠٩، ٣٣).

من هنا برزت ضرورة مسايرة المنظمات للتغيرات الحاصلة في طبيعة المجال العام وديمقراطية الاتصال من خلال الاعتماد على الوسائل الرقمية الحديثة في الاتصال بالجمهور، وهذا بدوره ساعد على ظهور العلاقات العامة الرقمية للقيام بهذه المهمة في اطار الاستراتيجية الشاملة للمنظمات (عيد ٢٠١١، ٣١-٤٤).

مفهوم العلاقات العامة الرقمية

في ظل التطورات العلمية والتقنية التي يشهدها عالم الاتصال مؤخراً، وانتشار التقنيات والمبتكرات الحديثة على نطاق واسع بين مختلف شرائح المجتمع، كان لزاماً على المؤسسات وخاصة بلوغ المؤشرات التنافسية ذروتها مستفيدة في ذلك الأدوات

الاتصالية على اختلاف أنواعها عبر الانترنت ومختلف الوسائط الرقمية للمؤسسة، والترويج لخدماتها وعروضها المقدمة للجماهير، والعلاقات العامة كعلم إنساني وكوظيفة إدارية لا يمكن أن تبقى معزولة عن التطورات والابتكارات الجديدة وإلا وجدت نفسها عديمة التأثير والتأثر بما يجري حولها، لذا ظهر ما يسمى بالعلاقات العامة الرقمية وهي امتداد العلاقات العامة التقليدية والتي جاءت لتواكب التغيرات الحاصلة في المجتمعات نتيجة تطور وسائل الاتصال والاستغلال الأمثل لهذه التقنيات وتوظيفها لخدمة أهداف وأنشطة العلاقات العامة (الخياط ٨ - ٩ / ٤ / ٢٠١٥).

ويعرف الباحثون العلاقات العامة الرقمية بأنها : (إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الأنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الأنترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور ومقاطع الفيديو، وبالتالي يمكن تصنيف العلاقات العامة الرقمية في فئتين توضحان تطورها ومجالاتها وتوظيفها، وهاتين الفئتان هما (عياد ٢٠١٩، ٢٤٩):

(١) العلاقات العامة التي تستخدم التطبيقات (Web 01) وتسمى، (1 - PR) وهنا تعتمد العلاقات العامة الرقمية على توظيف الموقع الإلكتروني، والبريد الإلكتروني.

(٢) العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات (Web 01)، وتسمى (2 - PR) وتعتمد على توظيف التطبيقات التي تدعم الاتصال التفاعلي، والحوار بين المنظمة وجمهورها، مثل المدونات، وتويتر، وفيسبوك، واليوتيوب، وتطبيقات الهواتف المحمولة المختلفة، وهي ما تعرف بوسائل التواصل الاجتماعي.

وتعرف العلاقات العامة الرقمية بأنها "توظيف الاتصال التفاعلي وبخاصة شبكة الانترنت وخدماتها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة من جراء بحوث إلكترونية، ونشر معلومات، وأخبار حول أنشطة المنظمة وفعاليتها، والاتصال بمجموعات

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

المصالح المرتبطة بالمنظمة، والاشتراك معهم في حوار متبادل، ومراقبة ردود أفعالهم حول ما تنشره المنظمة، ورصد انطباعاتهم حولها، بهدف إقامة الفهم المتبادل، وبناء العلاقات بين المنظمات ومجموعات المصالح" (الصالحى ٢٠١٨، ٩٥).

أهمية العلاقات الرقمية

تعتمد العلاقات العامة الرقمية بشكل أساسي على المعرفة البشرية والعلمية المتقدمة، والاستخدام الأمثل للمعلومات المتدفقة بوتيرة سريعة وكذلك في خصوصيتها وإنفرادها عن الثورات التقنية السابقة فهي لا تعتمد على المواد الأولية أو الطاقة أو غيرها من عوامل الإنتاج، بل إن اعتمادها الرئيس ومحركها الأساسي هو العقل البشري، كما ازدادت أهمية العلاقات العامة الرقمية في وقتنا الحاضر فمن خلالها تتفاعل المؤسسة مع محيطها وبيئتها وجمهورها، ومن خلالها تشكيل القنوات والمفاهيم والسلوكيات، وتقديم أدلة ومؤشرات على ما وصلت إليه المؤسسة من تقدم (المناصير ٢٠١٩، ١١٣-١١٤).

لذلك من أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها تحسين الاتصالات والتي تعتبر جزءاً أساسياً في تطوير وبناء العلاقات المتبادلة بين المنظمة والجمهور حيث أشار الباحثون إلى التفاعلية عبر شبكة الإنترنت تفاعل أساسي في بناء العلاقات الإيجابية بين المنظمات وجمهورها (Kellchert 2009, 172-173)

استخدامات العلاقات العامة الرقمية

للعلاقات العامة الرقمية استخدامات رئيسية في المؤسسات والمنشآت من أبرزها ما يلي: (خلوف بلا تاريخ، ٣٦-٣٧):

١) تصميم موقع المنظمة الإلكتروني ليمثل إدارة جوهري وحيوية للاتصال بالجمهور المؤسسة والعالم الخارجي بشكل عام.

- (٢) استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار والاستفادة منها في إعداد نشرات المؤسسة ومطبوعاتها.
- (٣) استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخلي بين أعضاء المؤسسة واتصال إدارة المنظمة وأجهزتها المختصة بالجمهور الخارجي المستحدث.
- (٤) إجراء البحوث عن طريق المقابلات على شبكة الإنترنت بواسطة البريد الإلكتروني، أو التصويت في موقع المؤسسة، أو مجموعات الحوار في المنتديات أو عبر التخاطب المكتوب والاتصال التلفزيوني وكل ذلك يتم بأقل التكاليف.
- (٥) التعرف على صورة المؤسسة عن طريق ما تنشره وسائل الإعلام والمنافسون والمستخدمون.
- (٦) تصفح مواقع المؤسسة المنافسة والمماثلة في أنشطتها والتعرف على أنشطتها.
- (٧) الاستفادة من نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والصور.
- (٨) التواجد الدائم على شبكة الإنترنت من خلال موقع المنظمة الخاصة بها.

وسائل العلاقات العامة الرقمية

الوسيلة هي القناة التي تناسب من خلالها الرسالة الاتصالية للجمهور، وهنا تبدو أهمية اختيار القناة المناسبة لخصائص الجمهور والقدرة على الوصول إليه في الوقت المناسب، وتوصيل الرسالة بالشكل والطريقة التي تتفق مع قدرات الجمهور وتحفزه على استيعاب الرسالة، وفيما يلي عرض لابرز خصائص وسائل العلاقات العامة الرقمية : (حجاب ٢٠٠٧، ٢٦٩).

- (١) التفاعلية : من المفترض أن التفاعلية سمة طبيعية للاتصال الشخصي، لكنها تحدث في وضع الاتصال من خلال الوسائل الرقمية الحديثة.
- (٢) التزامنية / واللاتزامنية : الاتصال المتزامن (synchronous) وفيه يتواصل الأفراد ببعضهم في وقت واحد، ويتقابلوا على شبكة الإنترنت في نفس الوقت، اما غير المتزامن asynchronous أو ما يسمى بالاتصال المؤجل، حيث

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

يسمح للمشاركين بقراءة وكتابه الرسائل في أوقات مستقلة دون الحاجة لتواجد كل الأطراف.

(٣) سيطرة المستخدم : قدرة الفرد على اختيار التوقيت المناسب والمحتوى وتتابع عملية الاتصال والبحث عن بدائل الرسائل المتاحة.

(٤) الاتصال ثنائي الاتجاه : يعد الاتصال الرقمي (الاتصال من خلال الحاسب والاتصال الشخصي) اتصالاً ثنائي الاتجاه حيث يتبادل الطرفان المرسل والمستقبل الرسائل التي تتدفق بشكل ثنائي الاتجاه.

(٥) الحضور عن بعد : ويعني أن المشارك في الاتصال يشعر وكأنه متواجد في مكان المشارك الآخر الذي يتواصل معه.

السرعة : المقصود بها سرعة استخدام الرسائل وسرعة معالجتها والرد عليها، إذ أن سرعة الاستجابة عملية محورية في وسائل الاتصال الرقمي. (الصالح، العلاقات العامة والاتصال التفاعل عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية ٢٠١٨، ٢٤-٢٦).

التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية

من أبرز التحديات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية على شبكة الإنترنت هي تعرض الأصول الرقمية (المحتوى الرقمي) للعلاقات العامة للنقد، والانتحال، وقرصنة وسرقة المحتوى، ويعرض (هالان) خمسة مصادر أساسية تهدد المحتوى الرقمي للعلاقات العامة هي: (Hallahan 2004, 256) :

(١) المهاجمون (Attackers) : هم النقاد والمعارضون للمنظمة الذين يجدون الاتصال عبر شبكة الإنترنت طريقاً مريحاً للنزاعات والشكاوى.

(٢) القراصنة (Hackers) : وهم أشخاص ينتهكون عن عمد أنظمة الحاسب التابعة للمنظمات ويعملون على تغيير المحتوى أو تعطيل العمليات.

٣) المترصدون (Lurkers) : هم مستخدمون شرعيون، أو مرخص لهم بالعمل على الإنترنت، ومنهم زوار الموقع الإلكتروني للمنظمة، والمشترون في القوائم البريدية.

٤) المحتالون (Rogues) : هم مشغلي المواقع الإلكترونية الذين يحاولون عن عمد الاستفادة من المنظمة، بتأسيس مواقع مشابهة للموقع الأصلي للمنظمة ليتم إرباك وتشويش المستخدمين.

٥) اللصوص (Thieves) : هم مشغلي ومستخدمي الإنترنت الذين يسرقون المنظمات عن طريق التحميل وسرقة الملكية الفكرية.

كما تعرض بعض الدول قيود على المنظمات العامة داخل حدودها وتلتزمها بالقانون المحلي للدولة مما يحد من الاستفادة من الوسائل الإلكترونية والانفتاح على باقي بلدان العالم (رشيد و منصور بلا تاريخ، ٧١)

حاجة الممارسين لتعلم طرق جديدة ومبتكرة في التواصل الفعال مع العملاء والموظفين - المستثمرين، وسائل الإعلام عبر الوسائل الرقمية، والاستفادة من إمكانيات البريد الإلكتروني، والمدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، وغرف الدردشة، والهواتف الذكية وتسخيرها للتواصل مع المئات والآلاف من الجماهير المتعددة والمتنوعة مع مراعاة توظيف الأساليب الإقناعية والكتابة الإبداعية في توظيف هذه الوسائل بما يحقق أهداف المؤسسة ويلبي طموحات وتطلعات جماهيرها (Aronson, et al. 2007, 26).

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

الدراسة الاستطلاعية:

أولاً: صدق المقياس: (The validity)

(علاقة المحاور بالمقياس ككل):

يبين الجداول رقم (٣، ١) مستوى الأهمية العالية للمحاور موضوع درجة الاتساق الداخلي للاستجابات الملاحظة على مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية من خلال نتائج مستويات الدلالة المعنوية عند مستوى دلالة بأقل من $P < 0.01$ عموماً، وبذلك يتأكد بموجبة تحقق صدق المقياس المعتمد في عملية القياس.

الجدول (٣، ١): تقدير درجة الاتساق الداخلي للاستجابات الملاحظة على مقياس محاور مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية (علاقة المحاور بالمقياس الكلي) بموجب مؤشر معامل ارتباط بيرسون

المحاور المبحوثة	المؤشر الإحصائي	معامل ارتباط (*) ومستوى المعنوية
أهم الوسائل والتطبيقات الرقمية التي تستخدمها للتواصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي	معامل ارتباط بيرسون	0.985
	مستوى المعنوية	0.000 (HS)
دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي	معامل ارتباط بيرسون	0.949
	مستوى المعنوية	0.000 (HS)
درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بأراء جمهورها من المستخدمين	معامل ارتباط بيرسون	0.973
	مستوى المعنوية	0.000 (HS)

0.971	معامل ارتباط بيرسون	إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة
0.000 (HS)	مستوى المعنوية	
0.984	معامل ارتباط بيرسون	الصعوبات التي تواجه المؤسسة / الدائرة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور
0.000 (HS)	مستوى المعنوية	

(*) معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation coefficients).

HS: عالي المعنوية (Highly Significant) عند مستوى دلالة بأقل من

0.001

ثانياً : ثبات المقياس بموجب مؤشر ألفا-كرون باخ (Alpha- Cronbach)

يعرض الجدول رقم (٣, ٢) نتائج تقدير درجة الاتساق الداخلي للاستجابات الملاحظة على مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية (علاقة الفقرة بالمقياس الكلي) للعينة المبحوثة بموجب مؤشر ألفا-كرون باخ الذي إشارة بموجبه القيمة المقدرة وهي (0.9915) الى تحقق مستواً عالٍ جداً من الاتساق الداخلي على عموم فقرات المقياس مقارنة بالحد الحرج.

الجدول (٣, ٢): معامل الاتساق الداخلي (ألفا - كرون باخ) للاستجابات الملاحظة بموجب مقياس نسبة توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

المؤشر	القيمة المحتسبة	الحد الأدنى (الحرج)	النتيجة
ألفا-كرون باخ	0.9915	0.70	متحقق

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

ثالثاً: الخطأ المعياري للمقياس: (Standard Error)

يدل الخطأ المعياري على دقة المقياس، ويستخدم في تفسير نتائج القياس، لأنه يوضح مدى اقتراب درجة الفرد على المقياس من الدرجة الحقيقية، وهي الدرجة التي يحصل عليها الفرد بعد زوال جميع الأخطاء. ولاستخراج الخطأ المعياري تم تطبيق الصيغة الآتية:

$$SE = SD \sqrt{1 - R}$$

إذ إن:

SE: يمثل الخطأ المعياري.

SD: يمثل الانحراف المعياري على مستوى متوسطات القياس الشاملة لعموم المستجيبين.

R: يمثل درجة الثبات المحتسبة بطريقة معينة.

والجدول رقم (٣, ٢) يتضمن على نتائج تقديرات الخطأ المعياري لفقرات مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية.

الجدول (٣-٥-٧) تقدير الخطأ المعياري لفقرات مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية بتقدير درجة الاتساق الداخلي لـ (كرون - باخ)

الخطأ المعياري للمقياس الكلي	الانحراف المعياري للمقياس الكلي	مؤشر الثبات المحتسب (الكلي)
0.058	0.63108	فقرات مقياس توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

م.د. عبد الحسين كاظم مريخ.....

وتعد هذه القيمة منخفضة ومقبولة بدرجة عالية جداً، وبذلك فإن الدرجة الحقيقية للمستجيب هي الدرجة التي يحصل عليها في فقرات توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية عموماً $\pm$ الخطأ المعياري على درجات المقياس المعتمد

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

«المبحث الثالث»

الجانب العملي : (النتائج وعرضها)

أ) الخصائص الديموغرافية للمستجيبين:

الجدول (1-1) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لمغيرات الخصائص الديموغرافية لعينة المستجيبين، ممثلةً بـ (الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، والتخصص)، كذلك المقارنات المعنوية، بهدف التعرف على طبيعة توزيع تلك المتغيرات بافتراض عشوائية التوزيع، حيث جاءت نتائج تلك المقارنات باتجاه عدم عشوائية التوزيع، بدلالة أصغر من مستوى 0.01، باستثناء متغير العمر، حيث تماثل توزيع التكرارات الملاحظة بما هو متوقع وفقاً للافتراض المذكور عند مستوى دلالة بأكبر من مستوى 0.05.

الجدول (1-1): توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية للخصائص الديموغرافية لعينة المستجيبين، ممثلةً بـ (الجنس، الفئات العمرية، المستوى التعليمي، والتخصص) والمقارنات المعنوية

المتغيرات الأولية	الفئات	التكرار	النسبة	المقارنات المعنوية
الجنس	الذكور	68	75.6	P=0.000
	الإناث	22	24.4	(HS)
الفئات العمرية	30 _ 18	22	24.4	$\chi^2 = 3.267$
	40 _ 31	35	38.9	P=0.195
	41 _ 50	33	36.7	(NS)
المستوى التعليمي	ابتدائية	3	3.30	$\chi^2 = 204.0$
	متوسطة	3	3.30	P=0.000
	إعدادية	9	10.0	(HS)

$\chi^2 = 35.0$ $P = 0.000$ (HS)	80.0	72	بكالوريوس	التخصص
	3.30	3	شهادة عليا	
	61.1	55	إعلام	
	27.8	25	إداري	
	11.1	10	(أخرى - فنون، علم النفس، لغات)	

HS^(*): عال المعنوية عند مستوى أقل من ٠,٠٥، NS: غير معنوي عند مستوى أكبر من ٠,٠٥، الاختبارات المعتمدة هي اختبار مربع كاي، واختبار ذات الحدين.

يتضح بأن أكثر من ثلاثة أرباع العينة المبحوثة هم من فئة الذكور مشكلين نسبة قدرها ٦٨ (٦٠,٧٥٪)، كما بلغ أعداد المبحوثين ممن تتراوح أعمارهم عند الفئتين الثانية والثالثة ما يزيد عن ثلاثة أرباع المبحوثين مشكلين نسبة قدرها 68 (75.6٪) أيضاً، وقد بلغت نسبة ممن جاء تحصيلهم الدراسي الجامعي "البكالوريوس" نسبة قدرها ٧٢ (٨٠,٠٪)، وأخيراً فقد سجل أعداد المتخصصين من الإعلاميين نسبة قدرها ٥٥ (٦١,١٪) من بين فئات التخصصات الأخرى وهي أعلى نسبة من بين أعداد المبحوثين.

ومن خلال عرض نتائج الخصائص الديموغرافية لعينة البحث يتضح وبما لا يقبل الشك ارتفاع نسبة الفئات الفعالة في المجتمع من حيث تلك الخصائص عموماً، الأمر الذي يعزز أهمية استجاباتها نحو دراسة توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية لدى مديريات وزارة الكهرباء عينة البحث.

(ب) ثانياً: طرائق تلقي الشكاوى، رصدتها ومصادرها:

الجدول (١-٢) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لبعض المغيرات المرتبطة بعينة المستجيبين، ممثلة بـ (طرائق تلقي الشكاوى، رصدتها و مصادرها)،

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

كذلك المقارنات المعنوية، بهدف التعرف على طبيعة توزيع تلك المتغيرات بافتراض عشوائية التوزيع، حيث جاءت نتائج تلك المقارنات باتجاه عدم عشوائية التوزيع، بدلالة أصغر من مستوى 0.01، باستثناء رصد الشكاوى، حيث تماثل توزيع التكرارات الملاحظة بما هو متوقع وفقاً للافتراض المذكور عند مستوى دلالة بأكبر من مستوى 0.05.

الجدول (١-٢): توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية للخصائص الديموغرافية لعينة المستجيبين، ممثلة بـ (الجنس، الفئات العمرية، المستوى التعليمي، والتخصص) والمقارنات المعنوية

طرائق تلقي الشكاوى والمقترحات	الفئات	التكرار	النسبة	المقارنات المعنوية
طرائق تلقي الشكاوى والمقترحات	البريد الالكتروني	20	22.2	$\chi^2 = 9.267$ $P = 0.0097$ (HS)
	تطبيقات الكترونية	27	30.0	
	مقابلة المدير	43	47.8	
رصد الشكاوى الواردة	عبر وسائل الإعلام	53	58.9	$P = 0.114$ (NS)
	صندوق الشكاوى	37	41.1	
الشكاوى الواردة من الجهات العليا	رئاسة الوزراء	20	22.2	$\chi^2 = 57.267$ $P = 0.000$ (HS)
	مجلس النواب	7	7.8	
	مقر الوزارة	63	70.0	

HS^(*): عال المعنوية عند مستوى أقل من ٠,٠٥، **NS**: غير معنوي عند مستوى أكبر من ٠,٠٥، الاختبارات المعتمدة هي اختبار مربع كاي، واختبار ذات الحدين.

يتضح بأن أعداد المبحوثين ممن تلقوا شكاوهم عن طريق المدير هي أعلى نسبة، وهي ٤٣ (٨, ٤٧٪)، كما بلغ أعداد المبحوثين ممن تم رصد شكاوهم عن طريق وسائل الإعلام نسبة قدرها ٥٣ (٩, ٥٨٪)، وقد بلغت نسبة ممن وردت شكاوهم عن مقر الوزارة وهي أعلى نسبة، حيث بلغت ٦٣ (٠, ٧٠٪).

ثانياً: محاور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

أ) محور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

الجدول (٢-١) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي عينة البحث، بالإضافة الى بعض التقديرات ممثلة بـ (متوسطات القياس، الانحراف المعياري، والكفاية النسبية)، بالإضافة الى إعادة توزيع مؤشر الخيارات المتاحة للاستجابات الملاحظة بموجب مدى الكفاية النسبية الى ثلاث مستويات لتقييم فقرات المحور وكما يأتي: (٣٣, ٣٣ - ٥٥, ٥٥)، (٥٦, ٥٥ - ٧٧, ٧٧)، (٧٨, ٧٧ - ١٠٠) بموجب مستويات التقييم (منخفض، متوسط، وعالٍ) على التوالي.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

الجدول (٢-١): توزيع التكرارات الملاحظة للخصائص المرتبطة باستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ونسبها المئوية ممثلةً بـ (الجنس معدل التصفح اليومي، الشبكة الأكثر تصفحاً)

شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات	الخيارات	التكرار	النسبة المئوية	متوسط القياس	الانحراف المعياري	الكفاية النسبية
الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة Web	غير موافق	0	0.00	2.7	0.45	90.7 H
	محايد	25	27.8	2		
	موافق	65	72.2			
البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة E-mail	غير موافق	9	10	2.6	0.66	87.7 H
	محايد	15	16.7	3		
	موافق	66	73.3			
Application تطبيق خاص بالمؤسسة	غير موافق	14	15.6	2.2	0.70	74.3 M
	محايد	41	45.6	3		
	موافق	35	38.9			
الفيسبوك Facebook	غير موافق	11	12.2	2.5	0.71	83.7 H
	محايد	22	24.4	1		
	موافق	57	63.3			

80.7 H	0.70	2.42	12.2	11	غير موافق	واتسآب Whats App
			33.3	30	محايد	
			54.4	49	موافق	
66.7 M	0.85	2.00	35.6	32	غير موافق	سناپشات Snapchat
			28.9	26	محايد	
			35.6	32	موافق	
63.7 M	0.82	1.91	37.8	34	غير موافق	تويتر Twitter
			33.3	30	محايد	
			28.9	26	موافق	
71.3 M	0.80	2.14	25.6	23	غير موافق	إنستغرام Instagra
			34.4	31	محايد	
			40	36	موافق	
71.3 M	0.79	2.14	24.4	22	غير موافق	اليوتيوب YouTube
			36.7	33	محايد	
			38.9	35	موافق	
68.7 M	0.78	2.06	27.8	25	غير موافق	الرسائل القصيرة SMS
			38.9	35	محايد	
			33.3	30	موافق	
75.93 M	0.670	2.278	مؤشر القياس العام للمحور: [القيمة الافتراضية للاختبار] 50.= P=0.000*(HS): مستوى الدلالة 3.931 قيمة ت =			

HS*: عال المعنوي بدلالة أقل من ٠,٠١

H: مستوى عالٍ، **M**: مستوى متوسط، **L**: مستوى منخفض

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

يتضح ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتي جاءت بتقييم عالٍ ممثلةً بـ (الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة Web، البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة E-mail، الفيسبوك Facebook، و واتسآب Whats App) والتي سجلت نسبة قدرها (٤٠,٠٪) من بين شبكات التواصل عموماً، وقد جاءت بقية الشبكات بتقييم بمستوى متوسط وبنسبة استخدام قدرها (٦٠,٠٪)، وباستخدام اختبار مدى معنوية المؤشر العام لمحور المعارف والمعلومات مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري (٢)، عن وجود فرق معنوي عالٍ عند مستوى الدلالة بأقل من ٠,٠١، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات هذا المحور من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب المقياس المعتمد.

ب) محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي:

الجدول (٢-١) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لفقرات محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي عينة البحث، بالإضافة الى بعض التقديرات ممثلةً بـ (متوسطات القياس، الانحراف المعياري، والكفاية النسبية)، بالإضافة الى إعادة توزيع مؤشر الخيارات المتاحة للاستجابات الملاحظة بموجب مدى الكفاية النسبية الى ثلاث مستويات لتقييم فقرات المحور وكما يأتي: (٣٣, ٣٣ - ٥٥, ٥٥)، (٥٦, ٥٥ - ٧٧, ٧٧)، (٧٨, ٧٧ - ١٠٠) بموجب مستويات التقييم (منخفض، متوسط، وعالٍ) على التوالي.

الجدول (٢-٢): توزيع التكرارات الملاحظة للخصائص المرتبطة بدور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي

التقييم	الانحراف المعياري	متوسط القياس	النسبة	التكرار	الخيارات	دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي (البدائل)
94.3 H	0.37	2.83	0.00	0	غير موافق	تُعد وسائل الاتصال الحديثة سهلة الاستخدام
			16.7	15	محايد	
			83.3	75	موافق	
88.0 H	0.53	2.64	2.2	2	غير موافق	تغطي وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بجميع الخدمات والمتطلبات التي يحتاجها الجمهور
			31.1	28	محايد	
			66.7	60	موافق	
91.0 H	0.49	2.73	2.2	2	غير موافق	زادت وسائل الاتصال الحديثة من حجم التواصل بين المؤسسة وجمهورها المستفيد من خدماتها
			22.2	20	محايد	
			75.6	68	موافق	
96.0 H	0.33	2.88	0.00	0	غير موافق	أدت الأخبار التي تنشرها المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى توفير الجهد والوقت لاطلاع الجمهور على ما يجري
			12.2	11	محايد	
			87.8	79	موافق	
88.0 H	0.53	2.64	2.2	2	غير موافق	يعود استخدام المؤسسات الحكومية العراقية لوسائل الاتصال الحديثة بالفائدة الكبيرة على الجمهور
			31.1	28	محايد	
			66.7	60	موافق	
83.7 H	0.57	2.51	3.3	3	غير موافق	تستقبل المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة جميع الاستفسارات والشكاوى وتجيب عليها بحرفية
			42.2	38	محايد	
			54.4	49	موافق	
87.3 H	0.53	2.62	2.2	2	غير موافق	تقوم المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة بنشر جميع إنجازاتها
			33.3	30	محايد	
			64.4	58	موافق	
88.0 H	0.53	2.64	2.2	2	غير موافق	تؤدي المادة المنشورة عن المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى تحقق المعرفة وتعزز المعلومات لدى جمهورها
			31.1	28	محايد	
			66.7	60	موافق	

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

87.7 H	0.55	2.63	3.3	3	غير موافق	تحرص المؤسسة على تزويد جمهورها بأخبار المؤسسة أولاً بأول ودون انقطاع
			30	27	محايد	
			66.7	60	موافق	
90.7 H	0.50	2.72	2.2	2	غير موافق	تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور في معرفة جميع المناسبات والفعاليات الرسمية والأنشطة الوطنية العراقية
			23.3	21	محايد	
			74.4	67	موافق	
78.7 H	0.94	2.36	0.00	0	غير موافق	تقوم المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة بدعوة الجمهور للمشاركة بالأعياد والفعاليات والمناسبات الوطنية
			32.2	29	غير موافق	
			67.8	61	موافق	
88.57 H	0.488	٢,٦٥٧	مؤشر القياس العام للمحور: [القيمة الافتراضية للاختبار = 2.0] P=0.000: مستوى الدلالة 12.762 قيمة ت = (HS)*			

HS*: عال المعنوي بدلالة أقل من ٠,٠١

H: مستوى عالٍ، **M**: مستوى متوسط، **L**: مستوى منخفض

يتضح ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد فقرات محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي، والتي جاءت بتقييم عالٍ على عموم فقراتها والتي سجلت نسبة قدرها (١٠٠٪)، وباستخدام اختبار مدى معنوية محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري (٢)، عن وجود فرق معنوي عالٍ عند مستوى الدلالة بأقل من ٠,٠١، الأمر الذي يؤكد وبها لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات هذا المحور من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب القياس المعتمد.

(ج) محور درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين:

الجدول (٢-١) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لفقرات محور درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين عينة البحث، بالإضافة الى بعض التقديرات ممثلةً بـ (متوسطات القياس، الانحراف المعياري، و الكفاية النسبية)، بالإضافة الى إعادة توزيع مؤشر الخيارات المتاحة للاستجابات الملاحظة بموجب مدى الكفاية النسبية الى ثلاث مستويات لتقييم فقرات المحور وكما يأتي: (٣٣, ٣٣ - ٥٥, ٥٥)، (٥٦, ٥٥ - ٧٧, ٧٧)، (٧٨, ٧٧ - ١٠٠) بموجب مستويات التقييم (منخفض، متوسط، وعالي) على التوالي.

الجدول (٢-٣): توزيع التكرارات الملاحظة للخصائص المرتبطة بدرجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين

الدرجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين (البدائل)	الخيارات	التكرار	النسبة	متوسط القياس	الانحراف المعياري	التقييم
أتاحه الفرصة للجمهور بتقديم الشكاوى في حال حدوث مشكلة وتقديم آرائهم ومقترحاتهم التي يتم أخذها بعين الاعتبار من قبل المؤسسة	غير موافق	0	0.0	2.73	0.44	91.0 H
	محايد	24	26.7			
	موافق	66	73.3			
القيام بدراسات استطلاعية بشكل دوري لآراء الجمهور وتوجهاتهم	غير موافق	4	4.4	2.46	0.58	82.0 H
	محايد	41	45.6			
	موافق	45	50			

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

86.0 H	0.56	2.58	3.3	3	غير موافق	دعوة الجمهور للاشتراك في الخدمات المستحدثة التي تقدمها لجمهورها
			35.6	32	محايد	
			61.1	55	موافق	
83.3 H	0.59	2.50	4.4	4	غير موافق	إتاحة الفرصة لجمهورها بالتصويت والتعليق على القضايا والموضوعات التي تخص الخدمات الجديدة
			41.1	37	محايد	
			54.4	49	موافق	
90.0 H	0.57	2.70	5.6	5	غير موافق	تمكن الجمهور من الاطلاع على أخبار المؤسسة وقوانينها المعدلة والجديدة
			18.9	17	محايد	
			75.6	68	موافق	
86.4 3 H	0.49 9	٢,٥ ٩٣	مؤشر القياس العام للمحور: [القيمة الافتراضية للاختبار] 2.0 = P=0.000: مستوى الدلالة 11.271 قيمة ت = (HS)*			

HS*: عال المعنوي بدلالة أقل من ٠,٠١

H: مستوى عالٍ، M: مستوى متوسط، L: مستوى منخفض.

يتضح ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد فقرات اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين، والتي جاءت بتقييم عالٍ وعلى عموم فقراتها والتي سجلت نسبة قدرها (١٠٠٪)، وباستخدام اختبار مدى معنوية محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري (٢)، عن وجود فرق معنوي عالٍ عند مستوى الدلالة بأقل من ٠,٠١، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات هذا المحور من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب المقياس المعتمد.

د) محور إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة:

الجدول (٢-٤) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لفقرات محور إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة عينة البحث، بالإضافة الى بعض التقديرات ممثلة بـ (متوسطات القياس، الانحراف المعياري، والكفاية النسبية)، بالإضافة الى إعادة توزيع مؤشر الخيارات المتاحة للاستجابات الملاحظة بموجب مدى الكفاية النسبية الى ثلاث مستويات لتقييم فقرات المحور وكما يأتي: (٣٣, ٣٣ - ٥٥, ٥٥)، (٥٥, ٥٥ - ٧٧, ٧٧)، (٧٧, ٧٧ - ١٠٠) بموجب مستويات التقييم (منخفض، متوسط، وعالٍ) على التوالي.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

الجدول (٢-٤): توزيع التكرارات الملاحظة للخصائص المرتبطة بإيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة

إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة (البدائل)	الخيارات	التكرار	النسبة	متوسط القياس	الانحراف المعياري	التقييم
توفر وسائل الاتصال الحديثة الوقت والجهد في الحصول على الخدمات التي تقدمها المؤسسة والحصول على بعض الخدمات دون تكلفة مالية	غير موافق	9	10	2.73	0.63	91.0 H
	محايد	6	6.7			
	موافق	75	83.3			
تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور على إنجاز معاملاتهم في أي زمان وفي أي مكان	غير موافق	6	6.7	2.51	0.62	83.7 H
	محايد	32	35.6			
	موافق	52	57.8			
مكنت وسائل الاتصال الحديثة الجمهور من الحصول على الخدمات دون التواجد داخل الدائرة المعنية	غير موافق	9	10	2.46	0.67	82.0 H
	محايد	31	34.4			
	موافق	50	55.6			

73.7 M	0.69	2.21	15.6	14	غير موافق	تأخر وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز معاملات الجمهور
			47.8	43	محايد	
			36.7	33	موافق	
79.0 L	0.69	2.37	12.2	11	غير موافق	تتسم وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بالبطء بعكس التعامل وجها لوجه مع الموظف المسؤول
			38.9	35	محايد	
			48.9	44	موافق	
74.7 M	0.72	2.24	16.7	15	غير موافق	لا توفر وسائل الاتصال الحديثة للجمهور إمكانية الحصول على أوراق ثبوتية توثق عملية متابعة المعاملات
			42.2	38	محايد	
			41.1	37	موافق	
79.7 L	0.67	2.39	10	9	غير موافق	لا يوفر النظام الرقمي في المؤسسات الحكومية إمكانية حفظ بيانات ومعلومات الجمهور حال تعطله
			41.1	37	محايد	
			48.9	44	موافق	
٦٨, ٩٩٧ M	0. ١٨٧	٢,٠ ٧٠	مؤشر القياس العام للمحور: [القيمة الافتراضية للاختبار] 2.0 = P=0.001: مستوى الدلالة 3.543 قيمة ت = (HS)*			

HS*: عال المعنوي بدلالة أقل من ٠,٠١

H: مستوى عالٍ، M: مستوى متوسط، L: مستوى منخفض.

الفقرات ذات الاتجاه السلبي على المقياس المعتمد بتقييم باتجاه معكوس على درجات التقييم. (المؤشرة باللون الأحمر).

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

يتضح ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد الفقرات الإيجابية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة، والتي جاءت بتقييم عالٍ وعلى عموم فقراتها الثلاثة والتي سجلت نسبة قدرها (١٠٠٪)، في حين جاءت نتائج تقييم الفقرات السلبية بمستوى متوسط ومنخفض بمعدل فقرتين لكل مستوى، وباستخدام اختبار مدى معنوية محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري (٢)، عن وجود فرق معنوي عالٍ عند مستوى الدلالة بأقل من ٠,٠١، الأمر الذي يؤكد وبها لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات هذا المحور باتجاه فقراته (الإيجابية والسلبية) من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب المقياس المعتمد.

هـ) محور الصعوبات التي تواجه المؤسسة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور:

الجدول (٢-٥) يعرض توزيع التكرارات الملاحظة ونسبها المئوية لفقرات محور الصعوبات التي تواجه المؤسسة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور عينة البحث، بالإضافة الى بعض التقديرات ممثلة بـ (متوسطات القياس، الانحراف المعياري، والكفاية النسبية)، بالإضافة الى إعادة توزيع مؤشر الخيارات المتاحة للاستجابات الملاحظة بموجب مدى الكفاية النسبية الى ثلاث مستويات لتقييم فقرات المحور وكما يأتي: (٣٣, ٣٣ - ٥٥, ٥٥)، (٥٦, ٥٥ - ٧٧, ٧٧)، (٧٨, ٧٧ - ١٠٠)، بموجب مستويات التقييم (منخفض، متوسط، وعالٍ) على التوالي.

الجدول (٢-٥): توزيع التكرارات الملاحظة للخصائص المرتبطة بالصعوبات التي تواجه المؤسسة / الدائرة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور

التقييم	الانحراف المعياري	متوسط القياس	النسبة	التكرار	الخيارات	الصعوبات التي تواجه المؤسسة / الدائرة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور (البدائل)
86.0 L	0.62	2.58	6.7	6	غير موافق	قلة معرفة الجمهور بكيفية استخدام الحاسوب والأجهزة الإلكترونية والأمر التكنولوجية
			28.9	26	محايد	
			64.4	58	موافق	
73.7 M	0.73	2.21	17.8	16	غير موافق	وجود وسائل إعلامية أخرى تغني عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة
			43.3	39	محايد	
			38.9	35	موافق	
68.0 M	0.81	2.04	30	27	غير موافق	استخدام وسائل الاتصال الحديثة يعتبر مضيعة للوقت والجهد
			35.6	32	محايد	
			34.4	31	موافق	
80.7 L	0.58	2.42	4.4	4	غير موافق	تمثل الأمية الرقمية أبرز تحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية العراقية في استخدام جمهورها لوسائل الاتصال الحديثة
			48.9	44	محايد	
			46.7	42	موافق	
52.2 00 L	0.63 1	1.68 6	مؤشر القياس العام للمحور: [القيمة الافتراضية للاختبار] 2.0 =			

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

			$P=0.000$: مستوى الدلالة 4.719 - قيمة ت = (HS)*
--	--	--	---

HS*: عال المعنوي بدلالة أقل من ٠,٠١

H: مستوى عالٍ، M: مستوى متوسط، L: مستوى منخفض.

الفقرات ذات الاتجاه السلبي على المقياس المعتمد بتقييم باتجاه معكوس على درجات التقييم. (المؤشرة باللون الأحمر).

يتضح ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو مستويي الاتفاق والحياد، حيث جاءت نتائج تقييم الفقرات السلبية بمستوى متوسط ومنخفض بمعدل فقرتين لكل منها، وباستخدام اختبار مدى معنوية محور الصعوبات التي تواجه المؤسسة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري (٢)، حيث أسفرت نتائج الاختبار عن وجود فرق معنوي عالٍ عند مستوى الدلالة بأقل من ٠,٠١، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات هذا المحور باتجاه فقراته (السلبية) من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب المقياس المعتمد وباتجاه الاتفاق والمحايدة عموماً.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

الاستنتاجات

(١) ارتفاع نسبة الفئات الفعالة في المجتمع من حيث الخصائص السكانية عموماً، مُثَلَّةً بارتفاع أعداد: (فئة الذكور، فئات العمر الفعالة، الحاصلين على الدرجات الجامعية، المتخصصين بالإعلام)، الأمر الذي يعزز أهمية استجاباتهم الملاحظة نحو دراسة توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية لدى مديريات وزارة الكهرباء عينة البحث.

(٢) ارتفاع نسبة أعداد المبحوثين ممن تلقوا شكاوهم عن طريق مقابلة المدراء من بين طرائق تلقي الشكاوي والمقترحات، والتي تعكس القدرة الذاتية على الاتصال المباشر، كذلك ارتفاع أعداد المبحوثين ممن تم رصد شكاوهم عن طريق وسائل الإعلام مقابل استخدام صندوق الشكاوي، مع ارتفاع نسبة ممن وردت شكاوهم عن طريق الاتصال بمقر الوزارة مقارنة بالاتصال عن طريق الجهات الأخرى.

(٣) ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتي جاءت بتقييم عالٍ وتحديدًا: (الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة Web، البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة E-mail، الفيسبوك Facebook، والواتس آب Whats App)، وباستخدام اختبار مدى معنوية المؤشر العام لمحور التصفح اليومي للشبكة الأكثر تصفحاً مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري، أتضح وجود فرق معنوي عالٍ، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو عموم فقرات تأييد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تأكيد تفضيلاتهم الشخصية بموجب المقياس المعتمد.

(٤) ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد فقرات محور دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي، والتي جاءت بتقييم عالٍ على عموم

فقراتها، وباستخدام اختبار مدى معنوية هذا المحور مقابل القيمة العشوائية المتوسط القياس النظري، أتضح وجود فرق معنوي عالٍ، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو فقرات هذا المحور عموماً.

٥) ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد فقرات محور اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بأراء جمهورها من المستخدمين، والتي جاءت بتقييم عالٍ على عموم فقراتها، وباستخدام اختبار مدى معنوية هذا المحور مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري، أتضح وجود فرق معنوي عالٍ، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو فقرات هذا المحور عموماً.

٦) ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو تأييد الفقرات الايجابية لمحور استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة، مع بلوغ المستوى المتوسط في تقييم استجابات الفقرات السلبية، وباستخدام اختبار مدى معنوية هذا المحور مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري، أتضح وجود فرق معنوي عالٍ، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو فقرات هذا المحور عموماً.

٧) ارتفاع مستويات الاستجابات الملاحظة نحو مستويي الاتفاق والحياد لمحور الصعوبات التي تواجه المؤسسة / الدائرة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور، مع بلوغ المستوى المتوسط في تقييم الاستجابات عموماً، وباستخدام اختبار مدى معنوية هذا المحور مقابل القيمة العشوائية لمتوسط القياس النظري، أتضح وجود فرق معنوي عالٍ، الأمر الذي يؤكد وبما لا يقبل الشك الاتفاق العالي لعموم المستجيبين نحو فقرات هذا المحور عموماً.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

التوصيات :

من أجل الارتقاء بمستوى فعالية العلاقات العامة الرقمية من خلال مساهماتها في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسة الحكومية (عينة البحث)، نقترح التوصيات الآتية:

(١) السعي نحو اتخاذ الإجراءات الفعالة لمحو أمية الاستخدامات الرقمية بين جمهور المستفيدين من خلال استثمار كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة.

(٢) إلزام الجهات الحكومية نحو استخدام التقنيات الرقمية في تعاملاتها مع المستفيدين مع بيان أهمية استخداماتها وذلك لما توفره من سهولة استخدام من جهة ولضمان واثمان لحقوقهم من جهة أخرى.

(٣) العمل بمبدأ الحوافز والخصومات التي يمكن تقديمها للمستفيدين الحصول عليها مقابل استخدامهم لوسائل وتقنيات الاتصال الحديثة، وعلى وجه الخصوص تلك التي توفرها التقنيات الحديثة والتي تعجز على توفيرها خدمات المؤسسات الخدمية بسبب بعد المسافات أو طول الوقت الذي تتطلبه التعاملات الروتينية أو حجم الجهد اللازم لانجازها، أو ارتفاع تكاليف تنفيذها... الخ.

(٤) العمل على إدماج المراكز البحثية والجامعات في التوجه نحو سوق العمل، وتحديدًا وضع خطة شاملة للقيام بدراسات وبحوث وورش عمل وعقد لقاءات وزيارات علمية من قبل المختصين من خلال التخطيط الاستراتيجي لأهمية دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظائف الاتصالية للمؤسسات الحكومية والخاصة على حد سواء.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

الملاحق

حضرة : السيدات والسادة العاملين في مجال العلاقات العامة والاعلام في
مؤسسات / مديريات وزارة الكهرباء المحترمين.

م / استمارة استبانة

يروم الباحث القيام بدراسة ميدانية بهدف التعرف على (توظيف العلاقات العامة
الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية - دراسة ميدانية في مؤسسات
/ مديريات وزارة الكهرباء، حيث يتوجه اليكم بمجموعة من الاسئلة، يرجى الاجابة
على ماترونه مناسبا لكم، علما ان الاجابات التي ستدلون بها محدودة الاستخدام
لاغراض البحث العلمي، اذ لاداعي لذكر الاسم، ولا توجد هناك اجابة خاطئة، او
صحيحة، وانما ما تختارونه يعبر عن وجهات نظركم وهي محط احترامنا.

شاكرين تعاونكم معنا....مع فائق الاحترام والتقدير.

الباحث

م. د عبد الحسين كاظم مريخ العطواني

تدريسي في قسم الاعلام - كلية الآداب

جامعة الامام جعفر الصادق عليه السلام

ملاحظة يرجى وضع علامة (✓) امام الاختيار المناسب.

المعلومات الديموغرافية

(١) الوزارة : الكهرباء

(٢) الجنس : ذكر ☐ ٦٨ أنثى ☐ ٢٢

م.د. عبد الحسين كاظم مريخ.....

(٣) العمر : من ١٨-٣٠ = ٢٢ - من ٣١-٤٠ = ٣٥ - من ٤١-٥٠ = ٣٢ من ٥٠ - فاكثر = ١

(٤) التحصيل الدراسي : ابتدائية = ٣ - متوسطة = ٣ - اعدادية = ٩ - بكالوريوس = ٧٢ شهادة عليا = ٣

(٥) التخصص : اعلام = ٥٥ - اداري = ٢٥ - فني = ٤ - ا카데미ة فنون جميلة = ٣ - علم النفس الاجتماعي = ١ - لغات = ٢ .

المحور الاول : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

س١ : ما اهم الوسائل والتطبيقات الرقمية التي تستخدمها للتواصل بين المؤسسة وجهورها الخارجي :

ت	شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات	موافق	محايد	غير موافق
١	الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة Web	٦٥	٢٥	-
٢	البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة E-mail	٦٦	١٥	٩
٣	تطبيق خاص بالمؤسسة Application	٣٥	٤١	١٤
٤	الفيس بوك Facebook	٥٧	٢٢	١١
٥	واتس آب WhatsApp	٤٩	٣٠	١١
٦	سناپ شات Snapchat	٣٢	٢٦	٣٢
٧	تويتر Twitter	٢٦	٣٠	٣٤
٨	إنستغرام Instagram	٣٦	٣١	٢٣
٩	اليوتيوب YouTube	٣٦	٣٢	٢٢
١٠	الرسائل القصيرة SMS	٤٠	٢٥	٢٥
١١	اخرى تذكر : لا يوجد			

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

س٢ : طريقة تلقي الشكاوى والمقترحات :

البريد الالكتروني ٢٠ ☐ تطبيقات الكترونية ٢٧ ☐ مقابلة المدير، او احد مدراء الاقسام ٤٣

عن طريق رصد الشكاوى الواردة عبر وسائل الاعلام ٥٣ ☐ صندوق الشكاوى ٣٧ ☐

الشكاوى المباشرة في المؤسسة / الدائرة ٩٠ ☐

الشكاوى الواردة من الجهات العليا (رئاسة الوزراء = ٢٠ - مجلس النواب = ٧ - مقر الوزارة = ٦٣).

المحور الثاني : دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي :

ت	البدائل	موافق	محايد	غير موافق
١	تُعد وسائل الاتصال الحديثة سهلة الاستخدام	٧٥	١٥	-
٢	تغطي وسائل الاتصال الحديثة الخاصة جميع الخدمات والمتطلبات التي يحتاجها الجمهور	٦٠	٢٨	٢
٣	زادت وسائل الاتصال الحديثة من حجم التواصل بين المؤسسة وجمهورها المستفيد من خدماتها	٦٨	٢٠	٢
٤	أدت الأخبار التي تنشرها المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى توفير الجهد والوقت لاطلاع الجمهور على ما يجري	٧٩	١١	-
٥	يعود استخدام المؤسسات الحكومية العراقية لوسائل الاتصال الحديثة بالفائدة الكبيرة على الجمهور	٦٠	٢٨	٢

٦	تستقبل المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة جميع الاستفسارات والشكاوى وتحجب عليها بحرفية	٤٩	٣٨	٣
٧	تقوم المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة بنشر جميع إنجازاتها	٥٧	٣١	٢
٨	تؤدي المادة المنشورة عن المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى تحقق المعرفة وتعزيز المعلومات لدى جمهورها	٥٩	٢٩	٢
٩	تحرص المؤسسة على تزويد جمهورها بأخبار المؤسسة أولاً بأول ودون انقطاع	٥٩	٢٨	٣
١٠	تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور في معرفة جميع المناسبات والفعاليات الرسمية والأنشطة الوطنية العراقية	٦٧	٢١	٢
١١	تقوم المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة بدعوة الجمهور للمشاركة بالأعياد والفعاليات والمناسبات الوطنية	٦١	٢٩	-

المحور الثالث : درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بآراء جمهورها من المستخدمين :

ت	البدائل	موافق	محايد	غير موافق
١	أتاحه الفرصة للجمهور بتقديم الشكاوى في حال حدوث مشكلة وتقديم آرائهم ومقترحاتهم التي يتم أخذها بعين الاعتبار من قبل المؤسسة	٦٦	٢٤	-
٢	القيام بدراسات استطلاعية بشكل دوري لآراء الجمهور وتوجهاتهم	٤٥	٤١	٤
٣	دعوة الجمهور للاشتراك في الخدمات المستحدثة التي تقدمها لجمهورها	٥٥	٣٢	٣

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

٤	٤٩	٣٧	٤	إتاحة الفرصة لجمهورها التصويت والتعليق على القضايا والموضوعات التي تخص الخدمات الجديدة
٥	٦٩	١٦	٥	تمكن الجمهور من الاطلاع على أخبار المؤسسة وقوانينها المعدلة والجديدة

المحور الرابع : إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة

ت	البدائل	موافق	محايد	غير موافق
١	توفر وسائل الاتصال الحديثة الوقت والجهد في الحصول على الخدمات التي تقدمها المؤسسة والحصول على بعض الخدمات دون تكلفة مالية	٧٥	٦	٩
٢	تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور على إنجاز معاملاتهم في أي زمان وفي أي مكان	٥٢	٣٢	٦
٣	مكنت وسائل الاتصال الحديثة الجمهور من الحصول على الخدمات دون التواجد داخل الدائرة المعنية	٥٠	٣١	٩
٤	تأخر وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز معاملات الجمهور	٣٣	٤٣	١٤
٥	تتسم وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسة بالبطء بعكس التعامل وجها لوجه مع الموظف المسؤول	٣٤	٣٥	١١
٦	لا توفر وسائل الاتصال الحديثة للجمهور إمكانية الحصول على أوراق ثبوتية توثق عملية متابعة المعاملات	٣٧	٣٨	١٥
٧	لا يوفر النظام الرقمي في المؤسسات الحكومية إمكانية حفظ بيانات ومعلومات الجمهور حال تعطله	٤٤	٣٧	٩

م.د. عبد الحسين كاظم مريخ.....

المحور الخامس: الصعوبات التي تواجه المؤسسة/ الدائرة عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة مع الجمهور

ت	البدائل	موافق	محايد	غير موافق
١	قلة معرفة الجمهور بكيفية استخدام الحاسوب والأجهزة الإلكترونية والأمور التكنولوجية	٥٨	٢٦	٦
٢	وجود وسائل إعلامية أخرى تغني عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة	٣٥	٣٩	١٦
٣	استخدام وسائل الاتصال الحديثة يعتبر مضيعة للوقت والجهد	٣١	٣٢	٢٧
٤	تمثل الأمية الرقمية أبرز تحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية العراقية في استخدام جمهورها لوسائل الاتصال الحديثة	٤٢	٤٤	٤

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

المصادر

أولاً: المصادر العربية

- (١) حسن، احسان محمد. (١٩٩٩). *موسوعة علم الاجتماع*. بيروت: الدار العربية للموسوعات.
- (٢) المناصير، اشرف محمد مازن. (٢٠١٩)، "جمهور العلاقات العامة الرقمية في ادارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي ، وانعكاسه على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الاردني". *مجلة التنمية البشرية والتعليم للابحاث التخصصية*، الإصدار الخامس.
- (٣) العبيدي، ايثار طارق ؛ و عزت، سجي كنهان. (٢٠٢٢) "الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في الوزارات العراقية". *مجلة الجامعة العراقية* ، الإصدار الثاني.
- (٤) رشيد، تحسين منصور؛ و منصور، هيا تحسين. (بلا تاريخ). "أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردنّي". *مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، الإصدار الواحد والاربعون ملحق ٢.
- (٥) الصالحى، حاتم علي. (٢٠١٨)، *العلاقات العامة والاتصال التفاعل عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية*. القاهرة: عالم الكتب.
- (٦) العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية، (٢٠١٨). القاهرة : عالم الكتب .
- (٧) عاطف ، حاتم محمد. (مارس ٢٠١٥)، "ممارسة القائم بالاتصال لانشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية ، دراسة في جامعة المنوفية". *مجلة الشرق الاوسط*، الإصدار السادس.

- ٨) عياد، خيرت معوض. (٢٠١٩)، "الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية، دراسة تحليلية." مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، الإصدار السادس عشر.
- ٩) سلامة، عبد الخالق محمد. (١٩٩٨)، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعلم. عمان : دار الفكر.
- ١٠) بن الخياط ، عبد العزيز. (٩-٨ نيسان ٢٠١٥) العلاقات العامة الرقمية ، مفهومها ، ادواتها ، تحدياتها . الرياض: بحث مقدم الى الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والاعلان .
- ١١) الخياط ، عبد العزيز بن سعيد(٨ - ٩ / ٤ / ٢٠١٥). "العلاقات العامة الرقمية ، مفهومها ، ادوارها ، تحدياتها . " الجمعية السعودية للعلاقات العامة والاعلان المنعقد ، الرياض.
- ١٢) جرادات ، عبد الناصر احمد؛ و الشامي، لبنان هاتف. (٢٠٠٩)، اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. عمان : دار البازوري
- ١٣) عجوة ، علي.(٢٠٠٠). الاسس العلمية للعلاقات العامة. المجلد الرابعة. القاهرة: عالم الكتب.
- ١٤) حجاب، محمد منير.(٢٠٠٧). العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة . القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ١٥) خلوف، محمود محمد. (بلا تاريخ). العلاقات العامة في العصر الرقمي . الجزائر: دار أسامة .
- ١٦) صالح، مصلح احمد، (١٩٩٩). الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية (انكليزي - عربي). عالم الكتب للطباعة والنشر.
- ١٧) عيد ، نيثفين جلال ابراهيم، (٢٠١١). العلاقات العامة الالكترونية وبناء الصورة الذهنية للمؤسسة السياحية لدى السائحين. " مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، الإصدار الثامن.

.....توظيف العلاقات العامة الرقمية في تطوير الجانب الاتصالي للمؤسسات الحكومية

١٨) احمد ، هويدا ؛ و محمود ، حسين. (٢٠٢١)، "العلاقات العامة الرقمية وأثرها على تسويق الخدمات الفندقية بالفنادق المصرية." مجلة كلية السياحة والفنادق، الإصدار العاشر.

ثانيا: المصادر الاجنبية

- 1) Aronson, Merry , Spetner , Don , Ames , and Carol.(2007). The Public Relations writer's Handbook : The Digital Age. 2nd vol. Jossey -Bass: Awiley Imprint, San Francisco.
- 2) Dictionary. ew Websters, (1993), Lexicon Publications.
- 3) Duke, Sherlean.(2002). USA of world wide web and e-mail 1 in science Public Relations. public Review, 3rd ed.
- 4) K. Hallahan. (2004). Protecting an organization digital public relations assets, public relations review, vol.30.
- 5) T, Kellchert. (2009). conversational voice, communicated commitment and public relations, outcomes in interactive online communication . Journal of communication, vol.59.

