

فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين بالتحول الرقمي  
للخدمات الحكومية  
"دراسة تطبيقية"

الباحثة/غادة أحمد صالح محي الدين

لدرجة الماجستير في الآداب / قسم الإعلام / شعبة علاقات عامة / جامعة المنصورة  
إشراف

د/ مروة السعيد السيد حامد  
أستاذ المساعد العلاقات العامة قسم الإعلام  
كلية الآداب – جامعة المنصورة

د/ محمد سيد محمد عتران  
أستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان  
بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى ضرورة إهتمام المواطنين والمؤسسات الحكومية ومؤسسات الأعمال بالتعامل مع التكنولوجيا الرقمية ومعرفة استخدامها لتسهيل الخدمات المقدمة من المؤسسات الحكومية الى الجمهور .

وضرورة معرفة سعي الحكومة المصرية في بناء مصر الرقمية والوصول إلى مجتمع مصري يتعامل رقمياً في كافة مناحي الحياة ، وذلك من خلال قياس وعي الجمهور وسعى الأفراد الدائم في البحث عن وسائل الراحة في إجراء المعاملات الروتينية مع المؤسسات الحكومية ومدى تقبلها لها وتقتها فيها بأمن المعلومات وسرية خصوصية الفرد، وتأثير ذلك على بناء ودعم وتطوير العلاقات بين الحكومات والجمهور، وأيضاً اهتمت الدراسة بفعالية العلاقات العامة التي لها أهمية كبيرة في بناء وتحسين العلاقات بين المؤسسات وأفراد المجتمع حيث ينقل صورة الأنشطة او الخدمات التي تقدمها المؤسسة للجمهور أو مؤسسات الاعمال .

و أعتمدت هذه الدراسة على ( النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا ) Unified theory of acceptance and use of technology ( UTAUT ) ، كما استخدمت الباحثه في هذه الدراسه منهج المسح من خلال إستمارة الإستبيان على الجمهور المصري و إستمارة تحليل مضمون لقياس وعي الجمهور بضرورة التحول الرقمي ومواكبة التقدم التكنولوجي والسعي في الحصول على هذه الخدمات المقدمة لصالح الجمهور .

### مقدمة الدراسة :

ساهمت إنتشار تكنولوجيا المعلومات والإتصالات الحديثة كثيراً في تغيير الاسلوب التقليدي للمؤسسات الحكومية و الشكل التفاعلي مع المواطنين ومؤسسات الأعمال في تسهيل الخدمات المقدمة للمواطنين، وتحويل الأنشطة الاتصالية الحكومية من الاسلوب التقليدي الذي يمتاز بالطابع البيروقراطي الى خدمات حكومية فعالة ومفيدة لمواطنين ، وتعتبر العلاقات العامة في مجال المؤسسات الحكومية لها دور وأهمية بارزة تجاه ممارسة الحكومة بالأعباء الضخمة والمسؤوليات العديدة تجاه أفراد المجتمع ، وهذا ما أدى إلى توسع حجم الجهاز الحكومي وتنوع أدواره<sup>١</sup>. كما تمثل العلاقات العامة جانباً مهماً من جوانب الإدارة سواء في منظمات الأعمال أو في المنظمات الحكومية، فهي لا تخرج عن كونها نشاطاً يسعى لكسب ثقة الجماهير المختلفة وتأييدهم فقط ، بل تتعدى ذلك لأهداف وسياسات وإنجازات المنظمة وخلق جو من الألفة والتعاون بين المنظمة وجماهيرها المختلفة الداخلية والخارجية ، وصلتها المباشرة بالجمهور فالعلاقات العامة لأي منظمة تبدأ بالجمهور وتنتهي بالجمهور وبالتالي فهي تسهم في تقديم مقترحات لتحسين الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية وإدارة علاقاتها مع الجمهور<sup>٢</sup> . وهذا كله يعتمد على وجود سياسات سليمة وإعلام صادق على نطاق واسع ، وفي ذلك لا تختلف مسؤوليات العلاقات العامة وجمهورها في المنظمات الحكومية عنها في المنظمات والمشروعات الصناعية والتجارية ، فهي كلها تهدف في النهاية إلى خلق جو من الثقة والاحترام والفهم المتبادلين بين المنظمة وبين الجمهور الداخلي والخارجي، وذلك يرجع الى مجموعة من الأسباب ساعدت الإدارات في المؤسسات الحكومية أن تعترف بمدى

١ فؤاده البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال. القاهرة ( مصر ) :دار نهضة الشرق للطبع والنشر والتوزيع ، ٢٠٠١، ص ٢٥ .

٢ امينة عبد الرحمن توفيق الديب ، الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية و دورها في إدارة العلاقات مع الجمهور ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الاعلان - العدد الواحد و العشرون - يناير /يونيو ، ٢٠٢١ ، ص ٤٧١ .

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
ضرورة وأهمية العلاقات العامة واعتبارها جانبا مهماً من جوانب الإدارة وذلك مع ظهور وسائل تواصل إعلام جديدة التي دعمها التكنولوجيا الرقمية .  
ومن هذا المنطلق تحاول الباحثة تقديم بحث فكري وعلمي وتسليط الضوء على أسس الحكومة الالكترونية وخاصة في مصر وتقديم بعض الاقتراحات الخاصة بالسياسات والإستراتيجيات التي تضع أمام القطاع الحكومي والمسؤولين لإقامة حكومة الالكترونية. ويختم البحث بالتأكيد على ان الحكومة الالكترونية هي أساس الإصلاح الاقتصادي والسياسي الناجح وان الدول التي أقامت أسس الحكومة الالكترونية حققت نتائج متميزة .

### **إستعراض التراث العلمي في الدراسات السابقة :**

تناولت الباحثة نماذج من الدراسات السابقة في حدود ما توصلت له ، و تم تقسيمها إلى إتجاهين و تم الترتيب وفق الترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم و هما على النحو التالي :

الأول : الدراسات التي تناولت الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة.

الثاني : الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في تنمية الوعي بالقضايا.

### **المحور الاول الذي تناول الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة :**

١- كما أستخدمت دراسة امنية الديب ( ٢٠١٦ )<sup>(٣)</sup> : حول توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ادارة الازمات التي سعت الدراسة الى رصد وتحليل و تقويم الكيفية التي يتم من خلالها توظيف التكنولوجيا الحديثة و الوسائل التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت في ادارة المنظمة لعمليات الاتصال اثناء و بعد الازمات التي تواجهها و ذلك بالتطبيق على الادوات الالكترونية و الوسائل التفاعلية من خلال دراستي حالة على وزارتي الدفاع و الداخلية بالاعتماد على نموذج معايير الممارسة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي و في اتصالات الازمات و نموذج اتصالات الازمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، و تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات " الوصفية " باستخدام المقابلات المتعمقة و تحليل

( ٣ ) امينة عبد الرحمن الديب ،تقييم فاعلية توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ادارة الازمات التي تواجه المنظمات العامة في مصر ،رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام جامعة القاهرة ٢٠١٦ م .

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

المضمون الكيفي و قد اظهرت النتائج ان مستوى الاداء الاتصالي لوزارة الدفاع كان متوسطا بينما كان الاداء الاتصالي لوزارة الداخلية ضعيفا ، الا ان كليهما يفتقد الى التفاعلية مع الجمهور ، و التي تعد السمة المميزة لوسائل الاتصال التفاعلية ، كما اظهرت النتائج ايضا تفوق الاداء الاتصالي لوزارة الدفاعت مقارنة بوزارة الداخلية فيما يتعلق بجودة الموقع الالكتروني و كيفية ادارة الازمات الارهابية .

٢- في حين استخدمت دراسة انس الاغا (٢٠١٥) <sup>(٤)</sup> واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في محافظات غزة من وجهة نظر العاملين وسبل تطويرها والتي هدفت إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في قطاع غزة ، والفروق في أداء العلاقات العامة بين مؤسسات التعليم الحكومية لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي الإحصائي التحليلي وكانت أداة الدراسة الأساسية عبارة عن استبانة تتكون في صورتها النهائية من (١٢٠) فقرة تتوزع على ستة مجالات حيث طبق الاستبانة على عينة مؤلفة من (١١٤) من مجالس الجامعات ، وخرجت الدراسة بنتائج عدة كان أهمها أن واقع توظيف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في قطاع بدرجة كبيرة كما خلصت توصيات عدة كان أهمها ضرورة توطيد العلاقات العامة بين دوائر العلاقات العامة ، ومؤسسات المجتمع المحلي سواء أكانت أهلية أم حكومية.

٣- وازافت دراسة سماح محمد (٢٠١٤) <sup>(٥)</sup>: حول استخدام الانترنت في ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة والتي تناولت الدراسة استخدام الانترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة ، و اعتمدت على منهج " المسح " وجمعت الباحثة بين استخدام استمارة الاستقصاء و تحليل المضمون في جمع بيانات عينتهن المؤسسات الانتاجية و

٤ صلاحات، انس الاغا (٢٠١٥) دور الدبلوماسية الفلسطينية في التأثير على مواقف وسياسات الاتحاد الاوروبي تجاه عملية التنمية السياسية في فلسطين (٢٠٠٥\_٢٠١٣) رسالة ماجستير .

٥ سماح عبد الرزاق غلاب محمد ، استخدام الانترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة : دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية و الخدمية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٤ .

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
الخدمية و توصلت الدراسة الى ان بناء صورة ايجابية ياتي في مقدمه الاهداف الرئيسية من استخدام ممارسى العلاقات العامة للانترنت يليه بناء العلاقات و التواصل مع العملاء و المستهلكين كما يستخدم ممارسو العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال بالجمهور و ياتي في مقدمة هذه المواقع ( الفيس بوك يليه يوتيوب ، يليه تويتر ) و ياتي الانترنت في المرتبة الاولى للوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة . كما توصلت نتائج الدراسة الى ان اللغتين العربية و الانجليزية هم الاكثر شيوعا و استخدام في تقديم مضمون المواقع الى جانب اهتمام المؤسسات بتوظيف النص و الصور في مواقعها وضعف استخدام الامكانيات الاخرى للوسائط المتعددة كملفات الصوت و الفيديو و الرسوم .

- ٤- و أضافت دراسة معظم ابراهيم ثالث ( ٢٠١٢ )<sup>(٦)</sup>: وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - دراسة تطبيقية على وزارة الاتصال والاعلام بجمهورية نيجيريا الفيدرالية التي أستهدفت التعرف على طبيعة العلاقات العامة في الوزارة و مقارنته بالاسس العلمية لممارسة العلاقات العامة على الاثار السلبية و الايجابية للدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الوزارة اضافة الى معرفة اسباب ضعف دور العلاقات العامة في وزارة الاعلام و الاتصال ، والوقوف على الصعوبات و العوائق التي تواجه ممارسة العلاقات العامة في نيجيريا و استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي و استخدم الملاحظة و المقابلة و الاستبانة كادوات جمع البيانات.
- ٥- في حين استخدمت دراسة ( أحمد أمين محمد عتوم )<sup>(٧)</sup>: أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة - دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، ٢٠١٠ ، و التي استهدفت إلى التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة

٦ معظم ابراهيم ثالث :وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - دراسة تطبيقية على وزارة الاتصال والاعلام بجمهورية نيجيريا الفيدرالية ،رسالة ماجستير ،(الخرطوم :قسم العلاقات العامة و الاعلان ،كلية اعلام ،جامعة امدرمان الاسلامية ٢٠١٢ ) .

٧ احمد امين أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة - دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير .غير منشورة ، الاردن - كلية اعلام ،جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا ، عام ٢٠١٠ .

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين  
الاتصالية، من خلال الإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة، وللتعرف على سبل التطوير المقترحة من الباحث والقائمين بعمل العلاقات العامة في مراكز الوزارات الأردنية، وتم استخدام أداة مكونة من (١٩٧) فقرة موزعة على جزئين: الأول الأنشطة الاتصالية وله (٥) مجالات، والثاني فله (٥) مجالات أيضاً، وتم التأكد من صدق وثبات الدراسة على عينة مكونة من (١٠٤) موظف وإداري في مراكز الوزارات الأردنية.

### المحور الثاني الأول تناول دور العلاقات العامة في تنمية الوعي بالقضايا :

١- تناولت دراسة<sup>٨</sup> ( Mensur Zeqiri ( 2020 ) أهمية مساهمة استراتيجية الوصول في تحقيق علاقات إيجابية بين الحكومة والجمهور مبنية على الثقة والرضا المتبادلين، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من خلال المقابلات المتعمقة ، وأظهرت النتائج أن المواطنين الذين ليس لديهم الوصول الكاف إلى الحكومة ومؤسساتها لا يتقنون بالحكومة وغير راضين عن الحكومة والعلاقة التي تربطها بهم. إلى جانب ذلك ، أظهرت النتائج أن استخدام استراتيجية الوصول أمر حاسم لبناء علاقات مجتمعية حكومية إيجابية قائمة على الثقة والرضا المتبادلين.

٢- تناولت دراسة كل من:-

(Nicholas Browning , Kaye D. Sweetser 2020)<sup>(٩)</sup> & ( V. S. Harrison , A. Xiao ,H. K. Ott, D. Bortree2017<sup>(١٠)</sup> ) & ( Lei Zhu,

<sup>8</sup> (Mensur Zeqiri (2020)," Access and its contribution to achieving trust and satisfaction in inter-ethnic relationships, Corporate Communications: An International Journal

<sup>9</sup> Nicholas Browning, Kaye D. Sweetser (2020)," How media diet, partisan frames, candidate traits, and political organization-public relationship communication drive party reputation ", Public Relations Review, Vol.46, pp.1-17.

<sup>10</sup> Virginia S. Harrison, Anli Xiao, Holly K. Ott & Denise Bortree (2017), " Calling all Volunteers: The Role of Stewardship and Involvement in Volunteer-Organization Relationships", Public Relations Review. Vol.43, pp.872-881.

فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين  
(<sup>11</sup>) **Gang Han 2014** استراتيجيات الحفاظ على العلاقات بين المنظمات والجمهور  
وتنوعت أدوات جمع البيانات والنتائج المتعلقة بكل منهم ، إذ استخدمت دراسة Nicholas  
Browning , Kaye D. Sweetser 2020 استطلاعًا وطنيًا عبر الإنترنت ، وأشارت  
النتائج إلى أن الطرق المختلفة التي تشكل الأيديولوجيات السياسية ليس فقط استخدام  
الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة، ولكن كيف تختلف أنماط استخدام تلك الوسائل في  
التأثير على آراء الجماهير تجاه المنظمات السياسية ونوايا التصويت تجاهها. كما يجب  
على ممارسي العلاقات العامة السياسية إدراك أهمية إيصال الرسائل من خلال قنوات  
إعلامية محددة وليس فقط صياغة رسائل إعلامية صادقة في إدارة العلاقات مع الجمهور  
وذلك لزيادة احتمالية إحداث التأثيرات المرغوبة.

3- **Wenlin Liu, Weiai (Wayne) Xu, ) Jiun- Yi (Jenny) Tsai 2020**

<sup>12</sup> تطوير إطار للاتصال الحوارى متعدد المستويات بين المنظمة والجمهور لتقييم الاتصال  
عبر وسائل التواصل الاجتماعى فى أثناء الكوارث والنتائج المترتبة عليه وتحديد ما إذا  
كانت رسائل الاتصال الخاصة بالمنظمات قد تجسد مبادئ الاتصال الحوارى ، وكيف  
ترتبط مزايا الحوار المختلفة بنتائج مشاركة الجماهير المختلفة عبر وسائل التواصل  
الاجتماعى ، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من خلال تحليل مضمون المحتوى  
المنشور على صفحات الفيس بوك للمنظمات الحكومية

لتقييم القدرة الحوارية لرسائل Facebook المرسله من قبل منظمات إدارة الكوارث أثناء  
وقوع كارثة طبيعية وأظهرت النتائج أنه مع استخدام المنظمات للتقنيات التفاعلية بشكل  
متزايد للتواصل مع الجمهور إلا انها لم توظف لإمكانات الحوارية لهذه التقنيات بشكل  
كبير.

11 Lei Zhu & Gang Han (2014), " Maintaining Organization–Public Relationships on Tourism Websites through Relationship Management Strategies ", *Public Relations Review*, Vol.40, pp. 847–849.

12 Wenlin Liu, Weiai (Wayne) Xu, Jiun-Yi (Jenny) Tsai (2020)," Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes ", *Public Relations Review*, Vol. 46,pp.1-9.

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

٤- استهدفت دراسة وليد فارح المطيري<sup>(١٣)</sup> (٢٠١٦) تقييم أداء أجهزة العلاقات العامة في البنوك الكويتية، وتقييم دورها في بناء المعارف وتشكيل الاتجاهات إزاء هذه البنوك لدى الجمهور الداخلي والخارجي. أوضحت نتائج الدراسة أن هناك نقص في المقومات اللازمة لجهاز العلاقات العامة لأداء دوره في نشر المعارف وبناء الاتجاهات نتيجة ضعف البنية الأساسية لأجهزة العلاقات العامة نتيجة إيقائها -تنظيمياً وإدارياً- ملحقه بالأجهزة المصرفية وعدم وجود علاقة مع أجهزة الإعلام.

٥- واهتمت دراسة إيمان رمضان<sup>(١٤)</sup> (٢٠١٦) بمعرفة حدود الدور الذي يمكن أن تسهم به الحملات الاجتماعية في إكساب الجمهور المستهدف المعرفة وبناء الاتجاهات التي تصل إلي حد تبني الأنماط السلوكية في تعامله مع الموارد المتاحة، وذلك من خلال التطبيق علي حملات ترشيد السلوك الاستهلاكي في مجالات الكهرباء والوقود والمياه. واعتمدت الدراسة علي منهج المسح والمنهج التجريبي من خلال قياس مجموعة واحدة قبل التجربة وبعدها، وبالتطبيق علي عينة قوامها ٥٩ مفردة من الشباب الجامعي ذكوراً وإناً. وأشارت النتائج إلى ارتفاع درجة وعي المبحوثين بأهمية ترشيد الاستهلاك في المجالات الثلاثة محل الدراسة، إلا أن حملات ترشيد الاستهلاك لم تؤثر بشكل فعال علي الوعي بأهمية الترشيد ربما بسبب قصر الفترة الزمنية للحملة، أو تقديمها من خلال قنوات نسبة مشاهدتها ضعيفة.

في حين تناولت دراسات كلاً من :

٦- و أضافت دراسة شويكارت وآخرون (Schweickart & al) (٢٠١٦) <sup>(١٥)</sup> إلي استكشاف دور العلاقات العامة في تنمية الوعي والتهيئة لقبول السياسات. استخدمت

(١٣) وليد عبدالله فارح المطيري: تقييم أداء أجهزة العلاقات العامة في البنوك الكويتية دراسة تطبيقية، مجلة حوليات آداب عين شمس، العدد ٣، يوليو، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، ٢٠١٦)، ص ص: ١٢٥: ٢١٠.

(١٤) إيمان عبد التواب: دور وسائل الإعلام في القضايا القومية: دراسة تطبيقية علي عينة من حملات ترشيد السلوك، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦).

(15) Schweickart, T., Neil, J., Kim, J.Y. and Kioussis, S. (2016), "Time-lag analysis of the agenda-building process between White House public relations and congressional policymaking activity", Journal of Communication Management, Vol. 20 No. 4, pp. 363-380.



**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
الدراسة تحليل المحتوي لفحص مواد العلاقات العامة ونشاط صنع السياسات خلال الأشهر الستة الأولى من الولاية الثانية للرئيس الأمريكي باراك أوباما. وتم جمع بيانات العلاقات العامة من موقع البيت الأبيض الرسمي ومن وسائل التواصل الاجتماعي. وتم جمع بيانات صنع القرار من قائمة أعمال الكونجرس. أظهرت الدراسة قوة أنشطة العلاقات العامة ذات المصادقية في عمليات التهيئة للرأى العام وبناء المفاهيم لقبول السياسات.

#### **التعليق على الدراسات السابقة :**

- الإهتمام باستخدام الإنترنت كوسيلة اتصالية بين المنظمات بوجه عام والجمهور بمختلف أنواعه ، وزيادة الإهتمام فى الأونة الأخيرة بتطبيقات مفهوم " الحكومة الالكترونية " بشكل خاص .
- إجمعت الدراسات على أن المؤسسات بشكل عام والمؤسسات الحكومية بشكل خاص لم تتجح حتى الآن فى الإستفادة بشكل كامل من الخصائص التفاعلية لشبكة " الانترنت " فى تحقيق اتصال تفاعلى ثنائى الإتجاه متوازن مع الجمهور ، فى الوقت الذى حققت فيه نجاحاً واضحاً فى الإستفادة من العناصر الفنية التقنية ( النص - الصوت - الصورة - الحركة - سهولة الاستخدام ) ، والمعلوماتية للويب فى الوصول للجمهور وتقديم الخدمات والمعلومات له .
- توجد ندرة شديدة فى الدراسات العربية وندرة نسبية فى الدراسات الأجنبية التى قامت بدراسة استخدام " الإنترنت " كوسيلة اتصالية تفاعلية فى المؤسسات الحكومية لبناء علاقة إيجابية ثنائية الإتجاه مع الجمهور .
- لجأت معظم الدراسات إلى الإعتماد على تكتيك " تحليل المضمون " كأداة لتحليل المواقع الالكترونية للمنظمة.

#### **أستفادات الباحثه من الدراسات السابقة :**

فتمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة فى صياغة مشكلة الدراسة بشكل دقوى وصياغة تساؤلاتها ووضع الفروض العلمىة وتحديدها مجتمع وعينة الدراسة، كما أن

الدراسة الحالية تسعى إلى الاستفادة من نتائج تلك الدراسات وما أوصت به مستقبلاً. واستفادة الباحثة من ذلك في تحديد منهج الدراسة وهو المنهج المسحي، و الذي جاء في مقدمة المناهج المستخدمة، و كذلك تحديد أدوات جمع البيانات وهي أسئمة الاستبيان، وأسئمة تحليل المضمون، و دليل المقابلات المتعمقة، و أيضاً إيماننا بأهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية و إقناع المواطنين في جمهورية مصر العربية بضرورة بالتحول الرقمي لمواكبة الإعلام الجديد، و ايضاً إعتبار تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحد أهم العوامل التي تعمل على زيادة كفاءة وفعالية أداء المؤسسات لتقديم أفضل خدمة للمواطنين.

### مشكلة الدراسة:

إن التحول الرقمي يعتبر ضرورة من ضروريات الحياة التي تعمل على تحسين الجودة و تبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المقدمة، الأمر الذي من خلاله يوفر الوقت و المجهود بشكل كبير، و يؤكد الحاجة الضرورية للتحول الرقمي لاسيما في ظل الأزمات و خاصة أزمة جائحة كورونا التي جعلت الجميع يفكر في حلول واقعية يمكن من شأنها أن تحد من إنتشار من الأوبئة والأمراض و التي بثت الرعب و الخوف في النفوس البشرية و أغلقت كثير من المؤسسات و الشركات، إذ إتجهت الدول و تحديداً الدول النامية الى الرقمنة عن طريق الإدارة الالكترونية أي "التحول الرقمي" وهو ما دعى الباحثة الى دراسة هذه المشكلة و التي واجهت العديد من المؤسسات الحكومية و الخاصة الي تخفيف تواجد الموظفين داخل مقر العمل و تبنى نمط العمل من المنزل تجنباً لانتشار العدوى، و التعليم عن بعد عبر نظم الفيديو، و أيضاً أعتمدت بعض الدول التقاضي عن بعد، بحيث يسمح للقضاء فيها بالنظر في الدعوى و مباشرة الإجراءات القضائية بوسائل الالكترونية مستحدثة و ذلك من خلال الانتقال من الخدمات و المعلومات المقدمة للأشخاص بشكل تقليدي الى شكل الالكتروني عبر الإنترنت و أيضاً صعوبة تعامل كبار السن أو بالأحرى الكثير من أفراد المجتمع مع التحول الرقمي، و عدم مرونة الجهات المسؤولة في تمكينهم بالتعامل مع الادوات الاتصالية و التحول الرقمي بشكل يسمح ليهم الأعتداع على أنفسهم دون الحاجة الى المساعدة من أحد، و علاوة على ذلك عدم قدرة الجهات المعنية

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
بالإفصاح عن كيفية التعامل مع خدماتهم الرقمية بشكل سلس و هذا ما يسبب الهروب من التعامل مع هذه الخدمات الرقمية و التثبث بالوسائل التقليدية أما لتعقيدها أو صعوبة استخدامها أو المشكلات الفنية التي تعوق المستخدم الوصول الى الهدف الذي يرده .  
**ومن هنا جاءت أهمية الدراسة :**

- ١- إبراز الدور الهام التي تقوم به العلاقات العامة في نشر مفهوم التحول الرقمي .
  - ٢- تنوع الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في اقناع الجماهير بمزايا التحول الرقمي .
  - ٣- تطوير أداء المؤسسات بالشكل الذي يساعد في تحقيق أهدافها الآنية والمستقبلية .
- و على هذا النحو إنبثقت أهداف الدراسة و ذلك على النحو التالي :

#### **أهداف الدراسة :**

سعت هذه الدراسة الى توضيح أهمية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة و دورها في نشر وبناء ثقافة الوعي الرقمي لدى الجمهور، و في ضوء مشكلة البحث تم تحديد الأهداف التالية على سبيل المثال و ليس الحصر الذي يسعى البحث الى تحقيقها وذلك على النحو التالي :

- ١- دراسة مدى تعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي.
- ٢- دراسة مدى تقبل المصريين للحكومة الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية و آراء الجمهور و إتجاهاتهم حول هذه التقنيات الحديثة او الحكومة الرقمية .
- ٣- الكشف عن الصعوبات التي تواجه المواطنين أثناء إستخدامهم للمواقع الحكومية الإلكترونية .
- ٤- توضيح أهمية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة و دورها في نشر وبناء ثقافة الوعي الرقمي لدى الجمهور .

#### **تساؤلات الدراسة :**

١. ما مدى تعرض الجمهور للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات الحكومية حول التحول الرقمي ؟

٢. ما تقييم المستخدمين لسهولة استخدام المواقع الكومية بشكل عام ؟
٣. ما مدى فهم الجمهور للتحول الرقمي للمؤسسات الحكومية ؟
٤. ما المشكلات التي تحول دون الإستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقدم ادارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ؟
٥. ما المشاكل التي تواجه مستخدمى الحكومة الالكترونية في مصر ؟ وكيف يمكن معالجتها من وجهة نظر الجمهور ؟

#### الإطار النظري للدراسة : النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا :

- و أتمدت هذه الدراسة على ( النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا ) Unified theory of acceptance and use of technology ( UTAUT ) هي نظرية نظم المعلومات التي نماذج كيف تأتي للمستخدمين لقبول واستخدام التكنولوجيا. ويقترح النموذج أنه عندما يتم عرض المستخدمين مع التكنولوجيا الجديدة ، و من العوامل التي تؤثر على قرارهم حول كيف و متى استخدامها، ومن أبرزها :
- ١- توقع الأداء :والمقصود به الدرجة التي يعتقد الافراد أن استخدامهم للتكنولوجيا من شأنه ان يحقق لهم مكاسب في أدائهم الوظيفي، ويقاس توقع الأداء من خلال خمسة مركبات تم تجميعها من النظريات والنماذج الثمانية هي:
    - المنفعة المدركة :بمعنى لأي درجة يعتقد الافراد ان استخدام التكنولوجيا سيعزز من أدائهم الوظيفي، وقدم الباحثون بعض العبارات التي تقيس المنفعة المدركة مثل (يمكنني من انجاز المهام بشكل سريع، سيطور أدائي الوظيفي، سيرفع إنتاجيتي، سهل أداء ال وظيفة، مفيد في وظيفتي. )
    - الدافعية الخارجية ، ويقصد بها رغبة المستخدم في انجاز نشاط بسبب إدراكه أن إنجاز النشاط سيعود بتحقيق نتائج هامة مثل تطوير الأداء الوظيفي، أو زيادة الدخل، أو الترويج.
    - الميزة ذات العلاقة باستخدام التكنولوجيا :و يقصد بها لأي درجة يدرك المستخدم بأن استخدامه للمبتكرات الحديثة أفضل من استخدامه للتكنولوجيا السابقة.

## فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين

- النتائج المتوقعة: ويقصد بها النتائج المتوقعة من السلوك وهذه النتائج تم تقسيمها الى نوعين الأول يتعلق بنتائج متوقعة تتعلق بالأداء الوظيفي والثاني يتعلق بالأهداف الشخصية.
- سياسة التكنولوجيا الوظيفية: بمعنى قدرة النظام على تعزيز الاداء الوظيفي مثل تخفيض الوقت في انجاز الوظيفة، رفع جودة المخرجات.
- ٢- توقع الجهد: ويقصد به درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام، ويتضمن سهولة المستخدم المدركة، اى لأي درجة يعقد المستخدم ان استخدام النظام خال من بذل الجهد، والصعوبة اى لاي درجة يتم ادراك النظام انه من الصعب فهمة واستخدامه، وسهولة الإستخدام، اى لأي درجة استخدم المبتكر يكون مدرك من قبل المستخدم كسهل الإستخدام
- ٣- التأثيرات الاجتماعية: ويقصد بها مدى إدراك المستخدم بأن الأشخاص المهمين يعتقدون انه ينبغي عليه ان يستخدم النظام، وتشمل التأثيرات الاجتماعية ما يلي: العرف الموضوعي، أى أن ا لأشخاص الذين يؤثرون على سلوك الفرد أو يعتبرون مهمين بالنسبة له يعتقدون أن ينبغي عليه أن يستخدم النظام، و العوامل الاجتماعية ، أي ثقافة الجماعات المرجعية وتوافق الشخص مع الآخرين في مواقف محددة، الصورة وتعنى لأي مدى استخدام الفرد للنظام يعزز صورته ومكانته في النظام الاجتماعي.
- ٤- الظروف المساعدة: ويقصد بها لأي مدى يعتقد الفرد ان البنية التحتية التقليدية والتنظيمية وجدت لتوفر الدعم اللازم لاستخدام النظام، ويتضمن: السيطرة السلوكية المدركة أى إدراك البنية المساعدة وظروف المصادر المساعدة، الظروف المساعدة في البيئة كتوف أشخاص لمساعدته باستخدام النظام، التوافق أى ملائمة النظام لاحتياجات وخبرة المتبنى ولطبيعية العمل إلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر البنائية الاساسية للنظرية.

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا وهي<sup>١٦</sup> :  
١- الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا :والمقصود به ردة فعل المستخدم نحو استخدام النظام ويشمل اربعة عوامل هي ( الاتجاه نحو السلوك، الدوافع الداخلية، التأثير نحو الاستخدام، التأثير . )

٢- كفاءة النظام :ويقصد به القدرة على انجاز الوظيفة باستخدام النظام بدون مساعدة الآخرين  
٣- القلق : ويقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات او الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام.

#### الإطار المنهجي للدراسة:

في ضوء مشكلة البحث وفروض الدراسة وتساؤلاتها تم تحديد مجتمع الدراسة واختيار أنسب أنواع العينات تمثيلاً لهذا المجتمع ، وكذلك اختيار نوع المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة ، القيام بإجراءات المعالجات الإحصائية اللازمة للخروج بنتائج المسح الميداني .

#### نوع الدراسة ومنهجها :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة و هي إلقاء الضوء على فعالية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في اقناع المواطنين بالتحول الرقمي للخدمات الحكومية ،و علاقتها في وضعها الراهن و التي تعد الأكثر ملائمة للدراسة ،كونها تستهدف وصف و تحديد الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الالكترونية ، و تعزيز دوره في اقناع الجمهور بتقبل التعامل بالتقنيات الحديثة و عصر التحول الرقمي .

#### منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثة على منهج المسح ، و يتم ذلك من خلال جمع المعلومات وتحليلها و تفسيرها لاستخلاص دلالاتها و الوصول الى أهم النتائج و تعتمد الدراسة على الأدوات البحثية الآتية :

١- إستمارة الاستبيان : الجمهور المتعاملين مع المؤسسات الحكومية عينة الدراسة .

١٦ حاتم على حيدر الصالحي " استخدام تكنولوجيا الإتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن"، رسالة ماجستير غير منشورة،( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015، ص41 .

٢- إستمارة تحليل المضمون : لقياس الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة سواء الالكترونية او التقليدية

### مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية التي تقدم الخدمات الالكترونية و الجمهور المصرى المتعاملين مع المؤسسات الحكومية التي تقدم خدمات الكترونية من سن ٢٠ سنة فأكثر .

### عينة الدراسة :

تم استخدام عينة عشوائية بسيطة من الجمهور المصرى قوامها ٤٠٠ مفردة ممن يتعاملون مع المؤسسات الحكومية بواقع ١٥٠ مفردة و الذين يتراوح اعمارهم من سن ٢٠ سنة فأكثر من الرجال و النساء في مستويات التعليم و المهن المختلفة .

### نتائج الدراسة :

التحقق من فروض الدراسة في ضوء نتائج الدارسة الميدانية : تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من استمارة الاستبيان التي اعددت على جوجل فورم و التي قامت الباحثة بتصميمها و هدفت الدراسة الى معرفة مدى تقبل الجمهور باستخدام المواقع الاليكترونية الخاصه بالمؤسسات الحكومية ومدى الاستفادة منها وتحقيق مواكبة التطور التكنولوجي والتحول الرقمي في مصر .

الإجمالي		الإناث		الذكور		البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٤٠٠	٤١	١٦٤	٥٩	٢٣٦	النوع
٧.٧	٣١	١٦.٥	٢٧	١.٧	٤	من ٢٠-٢٩ عاماً
٢١.٣	٨٥	٤١.٥	٦٨	٧.٢	١٧	من ٣٠-٣٩ عاماً
٣٢.٧	١٣١	٢٣.٢	٣٨	٣٩.٤	٩٦	من ٤٠ - ٤٩ عاماً
٣٨.٣	١٥٣	١٨.٩	٣١	٥١.٧	١٢٢	50 فأكثر
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
١	٤	٢.٤	٤	٠	٠	ثانوية
٤٣.٢	١٧٣	٣٧.٨	٦٢	٤٧	١١١	مؤهل جامعي
٥٥.٨	٢٢٣	٥٩.٨	٩٨	٥٣	١٢٥	دراسات عليا
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
١١.٨	٤٧	٢٦.٢	٤٣	١.٧	٤	أقل من ٣٠٠٠ جنية
٣٢	١٢٨	٤٥.١	٧٤	٢٢.٩	٥٤	من ٣٠٠٠ الى أقل من ٦٠٠٠ جنية
١٠.٨	٤٣	١٥.٢	٢٥	٧.٦	١٨	من ٦٠٠٠ الى أقل من ٩٠٠٠ جنية
٤٥.٤	١٨٢	١٣.٤	٢٢	٦٧.٨	١٦٠	من ٩٠٠٠ فأكثر
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
٥	٢٠	٢.٤	٤	٦.٨	١٦	شعبي
٣٦.٥	١٤٦	٤٦.٣	٧٩	٢٩.٧	٧٠	متوسط
٥٨.٥	٢٣٤	٥١.٢	٨٤	٦٣.٦	١٥٠	راق
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
١٣	٥٢	٢٢	٣٦	٦.٨	١٦	وسيلة مواصلات عامة.
٦٤	٢٥٦	٥٠.٦	٨٣	٧٣.٣	١٧٣	سيارة أجرة.
٢٣	٩٢	٢٧.٤	٤٥	١٩.٩	٤٧	سيارة خاصة.
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
١٢.٣	٤٩	٢.٤	٤	١٩.١	٤٥	منخفض
٣٥	١٤٠	٤٦.٣	٧٦	٢٧.١	٦٤	متوسط
٥٢.٧	٢١١	٥١.٢	٨٤	٥٣.٨	١٢٧	مرتفع
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة؛ حول النوع، بلغت نسبة الذكور (٥٩%)، في مقابل (٤١%) من الإناث. وحول العمر، كان أغلب



### فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين

المبحوثين ممن تزيد أعمارهم عن ٥٠ عامًا بنسبة بلغت (٣٨.٣%)، منهم (٥١.٧%) من الذكور، و(١٨.٩%) من الإناث، يليهم من تتراوح أعمارهم بين ٤٠ و ٤٩ عامًا بنسبة بلغت (٣٢.٧%)، منهم (٣٩.٤%) من الذكور، و(٢٣.٢%) من الإناث، يليهم من تتراوح أعمارهم بين ٣٠ و ٣٩ عامًا بنسبة بلغت (٢١.٣%)، منهم (٧.٢%) من الذكور، و(٤١.٥%) من الإناث، فيما جاء في الترتيب الأخير من تتراوح أعمارهم بين ٢٠ و ٢٩ عامًا بنسبة بلغت (٧.٧%)، منهم (١.٧%) من الذكور، و(١٦.٥%) من الإناث. وبالنسبة للمستوى التعليمي، كان أغلب المبحوثين من الحاصلين على دراسات عليا بنسبة بلغت (٥٥.٨%)، منهم (٥٣%) من الذكور، و(٥٩.٨%) من الإناث، يليهم الحاصلون على مؤهل جامعي بنسبة بلغت (٤٣.٢%)، منهم (٤٧%) من الذكور، و(٣٧.٨%) من الإناث، وأخيرا جاء الحاصلون على الثانوية العامة بنسبة ضئيلة جدا بلغت (١%)، منهم (٢.٤%) فقط من الإناث.

١- في رأيك الى أي مدى يتعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي ؟

#### جدول ( )

رأي المبحوثين في مدى تعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي

الإجمالي		الإناث		الذكور		رأي المبحوثين في مدى تعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي
ك	%	ك	%	ك	%	
٥٠	١٢.٥	١٨	١١	٣٢	١٣.٦	يتعرض بشكل كبير
١٩٨	٤٩.٥	٨٣	٥٠.٦	١١٥	٤٨.٧	يتعرض بشكل متوسط
١٢٥	٣١.٣	٥٢	٣١.٧	٧٣	٣٠.٩	يتعرض بشكل ضعيف
٢٧	٦.٧	١١	٦.٧	١٦	٦.٨	عدم تعرض على الاطلاق
٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	الإجمالي
كا ٢ : ٠.٦٠٥ درجة الحرية : ٣ مستوى المعنوية: ٠.٨٩٥ غير دال						

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه جدول ( ) رأي المبحوثين في مدى تعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي؛ فذكروا في المقدمة " يتعرض بشكل متوسط" بنسبة بلغت (٤٩.٥%)، منهم (٤٨.٧%) من الذكور، و(٥٠.٦%) من الإناث، وهو ما يأتي متسقاً مع نتائج جدول ( ) حول رأي المبحوثين في تقبل الجمهور لمفهوم التحول الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبدل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية في مصر، فذكروا في المقدمة انه "تقبل متوسط" بنسبة بلغت (٦٩%)، وكذلك نتائج جدول ( ) مدى مواجهة المبحوثين لمشاكل او صعوبات عند استخدامهم للمواقع الحكومية الإلكترونية؛ حيث ذكروا في المقدمة "أحياناً" بنسبة بلغت (٧٥%)، هذا الى جانب نتائج الجدول جدول ( ) حول مدى استطاعة المبحوثين الحصول على الخدمات الإلكترونية في أى وقت و أى مكان؛ حيث ذكروا في المقدمة "أحياناً" بنسبة بلغت (٦٠.٤%)، ويأتي في الترتيب الثاني من ذكروا " يتعرض بشكل ضعيف" بنسبة بلغت (٣١.٣%)، منهم (٣٠.٩%) من الذكور، و(٣١.٧%) من الإناث، ثم من ذكروا " يتعرض بشكل كبير" بنسبة بلغت (١٢.٥%)، منهم (١٣.٦%) من الذكور، و(١١%) من الإناث، ثم من أوضحوا " عدم التعرض على الاطلاق" بنسبة بلغت (٦.٧%)، منهم (٦.٨%) من الذكور، و(٦.٧%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (٠.٦٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٨٩٥) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق برأيهم في مدى تعرض الجمهور للأنشطة الإتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية حول تعريف الجمهور بالتحول الرقمي.

وهذا ما يتفق مع دراسة Ines Mergel (2013)<sup>١٧</sup> التي ركزت على العوامل المؤثرة على درجة تفاعل المواطنين مع الصفحات الحكومية الرسمية عبر مواقع التواصل

<sup>17</sup> Ines Mergel, " A framework for interpreting social media interactions in the public , Op.Cit , 2013 , No 4 , pp.327 -334 sector", Government Information Quarterly

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين الاجتماعي ومستوى ثقتهم فيها، وأهمية قياس ردود الأفعال على صفحات التواصل الاجتماعي الحكومية والذي يمكن قياسه عبر التواصل مع المواطنين، وتحليل الاستجابات باستخدام برنامج تحليلي، قياس درجة التفاعل معه، وأشارت الدراسة إلى أن الحرص على " خصوصية Click through " الصفحات الأفراد، بمعنى عدم السعي خلف جمع معلومات عن المواطنين يزيد ثقة المواطنين ومستوى تفاعلهم مع محتوى الصفحات الرسمية) وإن كان الفيس بوك يفعل ذلك بالتأكيد.**

٢- إلى أي مدى ترى تقبل الجمهور لمفهوم التحول الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية في مصر ؟

#### جدول ( )

رأي المبحوثين في تقبل الجمهور لمفهوم التحول الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية في مصر

الإجمالي		الإناث		الذكور		رأي المبحوثين في تقبل الجمهور لمفهوم التحول الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية في مصر
%	ك	%	ك	%	ك	
٩.٥	٣٨	٦.١	١٠	١١.٩	٢٨	تقبل تام
٦٩	٢٧٦	٧٢	١١٨	٦٦.٩	١٥٨	تقبل متوسط
٢١.٥	٨٦	٢٢	٣٦	٢١.٢	٥٠	تقبل ضعيف
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	١٣٦	الإجمالي
كا ٢ : ٣.٧٦٤ درجة الحرية : ٢ مستوي المعنوية: ٠.١٥٢ غير دال						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه جدول (أ) رأي المبحوثين في تقبل الجمهور لمفهوم التحول الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات الحكومية في مصر؛ فذكروا في المقدمة "تقبل متوسط" بنسبة بلغت (٦٩%)، منهم (٦٦.٩%) من الذكور، و(٧٢%) من الإناث، يأتي في الترتيب الثاني من ذكروا "تقبل ضعيف" بنسبة بلغت (٢١.٥%)، منهم (٢١.٢%) من الذكور، و(٢٢%) من الإناث، ثم من ذكروا "تقبل تام" بنسبة بلغت (٩.٥%)، منهم (١١.٩%) من الذكور، و(٦.١%) من الإناث.

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين  
يرجع ذلك في سهولة التعاملات و توفير الوقت و المجهود و عدم التعامل مع الاجهزة  
الإلكترونية التقليدية التي تتميز بالبيروقراطية و عدم الشفافية و تخفيف الرشاوى و  
نسبة الفساد و المحسوبيات و الواسطات و خفض استخدام المال العام  
تنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة ٢٤ (٣.٧٦٤) عند درجة  
حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.١٥٢) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق  
ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق برأيهم في تقبل الجمهور لمفهوم التحول  
الرقمي والخدمات الحكومية الإلكترونية كبديل عن الوسائل التقليدية في التعامل مع المؤسسات  
الحكومية في مصر.

٣- في رأيك هل يوجد وعى ثقافى بالتحول الرقمي ( موظفين / مواطنين ) من خلال إستخدامهم  
للمواقع الإلكترونية داخل المؤسسات الحكومية ؟

جدول ( )

رأي المبحوثين في مدى وجود وعى ثقافى بالتحول الرقمي ( موظفين / مواطنين ) من خلال

إستخدامهم للمواقع الإلكترونية داخل المؤسسات الحكومية

الإجمالي		الإناث		الذكور		رأي المبحوثين في مدى وجود وعى ثقافى بالتحول الرقمي ( موظفين / مواطنين ) من خلال إستخدامهم للمواقع الإلكترونية داخل المؤسسات الحكومية
ك	%	ك	%	ك	%	
٣٧	٩.٣	١٠	٦.١	٢٧	١١.٤	يوجد وعى كبير
٢٤٩	٦٢.٣	١١٨	٧٢	١٣١	٥٥.٥	يوجد وعى متوسط
١١٤	٢٨.٤	٣٦	٢٢	٧٨	٣٣.١	يوجد وعى ضعيف
٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	الإجمالي
٠.٠٠٠ دال		مستوي المعنوية: ٠.٠٠٠ دال		درجة الحرية : ٢		١١.٣٧٢
				معامل التوافق : ٠.١٦٦		

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه جدول ( ) رأي المبحوثين في مدى وجود وعى ثقافى بالتحول الرقمي ( موظفين / مواطنين ) من خلال إستخدامهم للمواقع الإلكترونية داخل المؤسسات الحكومية؛ فذكروا في المقدمة انه "وعى متوسط" بنسبة بلغت (٦٢.٣%)، منهم (٥٥.٥%) من الذكور، و(٧٢%) من الإناث، وهو ما يتفق مع نتائج الجدول رقم ( ) حول رؤية المبحوثين لمدة تقبل الخدمات الإلكترونية حيث أوضحوا في المقدمة انه "تقبل

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**

متوسط" بنسبة بلغت (٦٩%) . ويأتي في الترتيب الثاني من ذكروا " و عي ضعيف" بنسبة بلغت (٢٨.٤%)، منهم (٣٣.١%) من الذكور، و(٢٢%) من الإناث، ثم من ذكروا " و عي كبير" بنسبة بلغت (٩.٣%)، منهم (١١.٤%) من الذكور، و(٦.١%) من الإناث.

تتنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (١١.٣٧٢) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل التوافق (٠.١٦٦) مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق برأيهم في مدى وجود وعي ثقافي بالتحول الرقمي ( موظفين / مواطنين ) من خلال إستخدامهم للمواقع الإلكترونية داخل المؤسسات الحكومية.

و هذا التفسير يتفق مع دراسة Sohrab Khan وآخرون (2019) <sup>١٨</sup> المتغيرات والعوامل المؤثرة على ثقة المواطنين في محتوى الصفحات الحكومية المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى:

- متغيرات تتعلق بخصائص المواطنين: كالشخصية والخبرات والقيم الثقافية والتي تؤثر في ثقة المواطن.
- متغيرات تتعلق بالحكومة: فدرجة الثقة في الحكومة وخدمات الحكومة لها دور رئيس في التعامل مع صفحات الحكومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- عوامل تتعلق بالمخاطرة: أي الخوف من فقدان الأمان والخصوصية عند التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وصفحات الحكومة عليها.
- متغيرات تتعلق بخصائص الشبكات الاجتماعية ذاتها.
- جودة المعلومات المقدمة عبر الصفحات ذاتها وإدراك المواطن لنفعها وفائدتها له.
- سهولة استخدام الموقع الرسمي والتي تؤثر على نية الاستخدام.

تتنسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (٢.٨٨٢) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.٢٣٧) وهو مستوى معنوية غير دال، مما

<sup>18</sup> Sohrab Khan , etal. " A review on antecedents of citizen , trust in government social media services " , **Recent trends in computer science and Electronics** , Jan .2019

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بتقنتهم في إجراء بعض الخطوات أو الإجراءات المالية بنفسه من خلال المواقع الحكومية .  
٤- ما هي الصعوبات التي تواجه المواطنين أثناء إستخدامهم للمواقع الحكومية الإلكترونية ؟

### جدول ( )

الصعوبات التي تواجه المواطنين أثناء إستخدامهم للمواقع الحكومية الإلكترونية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨.٠	٠.٥٠٦	٢.٣٤	١.٥	٦	٦٢.٨	٢٥١	٣٥.٨	١٤٣	الأمية الرقمية للمواطن
٧٧.٣	٠.٥٩١	٢.٣٢	٦.٥	٢٦	٥٤.٨	٢١٩	٣٨.٨	١٥٥	بطء شبكة الانترنت
٧٧.٣	٠.٥٦٤	٢.٣٢	٥	٢٠	٥٨	٢٣٢	٣٧	١٤٨	البنية التكنولوجية الضعيفة
٧٧.٣	٠.٥٦٥	٢.٣٢	٥	٢٠	٥٧.٨	٢٣١	٣٧.٣	١٤٩	مشاكل تقنية
٧٧.٠	٠.٥٥٧	٢.٣١	٤.٨	١٩	٥٩.٣	٢٣٧	٣٦	١٤٤	عدم ثقة المواطن في الإفصاح عن بياناته المالية على الموقع
٧٣.٧	٠.٦	٢.٢١	٩.٨	٣٩	٥٩.٨	٢٣٩	٣٠.٥	١٢٢	عدم تصميم مواقع الحكومة بشكل مبسط
٦١.٧	٠.٦٩٩	١.٨٥	٣٣	١٣٢	٤٩	١٩٦	١٨	٧٢	الخدمات التقليدية أجدد بالثقة من الخدمات الإلكترونية

تشير بيانات الجدول السابق إلى الصعوبات التي تواجه المواطنين أثناء إستخدامهم للمواقع الحكومية الإلكترونية؛ فذكر المبحوثون في المقدمة " الأمية الرقمية للمواطن" بوزن نسبي (٧٨)، ثم كل من " بطء شبكة الانترنت" و" البنية التكنولوجية الضعيفة" و" مشاكل تقنية " بوزن نسبي (٧٧.٣) لكل منهم، يلي ذلك " عدم ثقة المواطن في الإفصاح عن بياناته

فأعلى الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين المالية على الموقع" في الترتيب الثالث بوزن نسبي (٧٧)، ثم " عدم تصميم مواقع الحكومة بشكل مبسط" في الترتيب الرابع بوزن نسبي (٧٣.٧)، يلي ذلك " الخدمات التقليدية أجدر بالثقة من الخدمات الإلكترونية" بوزن نسبي (٦١.٧).

٥- في رأيك هل للأنشطة الإتصالية دور في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور؟

جدول ( )

رأي المبحوثين في دور الأنشطة الإتصالية دور في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور

الإجمالي		الإناث		الذكور		رأي المبحوثين في دور الأنشطة الإتصالية دور في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٢.٣	٢٠٩	٤٥.٧	٧٥	٥٦.٨	١٣٤	دور كبير جداً
٣٣	١٣٢	٣٢.٩	٥٤	٣٣.١	٧٨	الى حد ما
١٢.٣	٤٩	١٥.٢	٢٥	١٠.٢	٢٤	دور متوسط
٢.٤	١٠	٦.١	١٠	٠	٠	دور ضعيف
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٦٤	١٠٠	٢٣٦	الإجمالي
كا : ٢ : ١٨.٦٨٥ درجة الحرية : ٣ مستوى المعنوية: ٠.٠٠٠٠ دال معامل التوافق : ٠.٢١١						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه جدول ( ) رأي المبحوثين في دور الأنشطة الإتصالية دور في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور؛ فذكروا في المقدمة " دور كبير جداً " بنسبة بلغت (٥٢.٣%)، منهم (٥٦.٨%) من الذكور، و(٤٥.٧%) من الإناث وبذلك يتضح أن غالبية المبحوثين يعتبرون أن دور الأنشطة الإتصالية في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور يعد دوراً كبيراً، وهو ما يرتبط بتعدد جوانب التأثير الإيجابية للاستخدامات الإلكترونية بين المبحوثين، وارتفاع تقييمهم الإيجابي والمتوسط لها، وهو ما يرتبط برؤيتهم أيضاً حول الجوانب الإيجابية التي يرونها في العمليات الإلكترونية. يأتي

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

في الترتيب الثاني من ذكروا " الى حد ما " بنسبة بلغت (33%)، منهم (33.1%) من الذكور، و(32.9%) من الإناث، ثم من ذكروا " دور متوسط " بنسبة بلغت (12.3%)، منهم (10.2%) من الذكور، و(15.2%) من الإناث، ثم من أوضحوا " دور ضعيف" بنسبة بلغت (2.4%)، منهم (0%) من الذكور، و(6.1%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (18.685) عند درجة حرية (3) ومستوى معنوية (0.000) وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل التوافق (0.211)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق برأيهم في دور الأنشطة الاتصالية دور في نشر الوعي وثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية الإلكترونية للجمهور.

و هذا ما يتفق مع دراسة (شريفة رحمة الله سليمان 2016) <sup>(19)</sup> بالتطبيق على مشروع رؤية الإمارات 2021 و التي سعت الدراسة نحو الإجابة على السؤال التالي :إلى أي مدى يسهم الاتصال الحكومي في نشر وتعزيز مفهوم الهوية الوطنية لدى فئات المجتمع من خلال المواد الإعلامية التي تقوم بإنتاجها؟ وعبر رصد مدى تفاعل الجماهير معها، وأشارت النتائج إلى تزايد تفاعلية المواطنين مع منشورات المواقع الحكومية الرسمية بالتطبيق على مواقع وزارة الدفاع، وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع.

#### فيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض: فروض الدراسة :

الفرض الاول : توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ووعي المواطنين بالتحول الرقمي للخدمات الحكومية .

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباطية بين ادراك المواطنين لسهولة استخدام التحول الرقمي للخدمات الحكومية واقتناع المواطنين بالتحول الرقمي.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية بين فعالية الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة وسلوكيات المواطنين بالتعامل الرقمي مع الخدمات الحكومية .

١٩ دراسة شريفة رحمة الله سليمان: استخدام الاتصال الحكومي في تعزيز الهوية الوطنية : دولة الامارات العربية المتحدة نموذجاً ، الامارات ، مجلة شئون اجتماعية ، العدد ١٣٠ ، صيف ٢٠١٦ ، ص ٤٦ ، ص ٨٥ .



**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
وهنا تأتي الباحثة بعرض بعض نتائج الدراسات التحليل الكيفي لمحتويات الصفحات الأساسية للمواقع الحكومية الإلكترونية محل الدراسة والتي توصلت إليها الباحثة من خلال إجراء الإختبارات الاحصائية في تحليل البيانات، ذلك على النحو التالي :

**المواقع محل الدراسة وهي على النحو التالي :**

١- موقع وزارة الداخلية .

٢- موقع وزارة الشؤون الاجتماعية .

٣- موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) .

٤- موقع وزارة التعليم العالى .

• **محور البيانات الأساسية عن المواقع محل الدراسة :**

١. من حيث آليات تاريخ المواقع ومتابعته : جاء مؤشر القياس يومي في كل من موقع وزارة الداخلية و موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) بينما جاء مؤشر القياس شهري لكل من موقع وزارة الشؤون الإجتماعية و موقع وزارة التعليم العالى .

ويرجع ذلك الى ان كلا من وزارة الداخلية و قطاع البنوك مرتبطين بالخدمات اليومية المرتبطة بالمجتمع المصرى وياحدثه المباشره المرتبطة بالجمهور المستفاد فيؤدي ذلك الي التحديث اليومي في موقعى قطاع البنوك و وزاره الداخليه ، اما بالنسبة لوزارة الشؤون الاجتماعية و موقع وزارة التعليم العالى فخدماته ثانويه وليست يومية وثابت في متغيراته نسبيا .

٢. من حيث لغة المواقع : تبين من التحليل ان موقع وزارة الشؤون الاجتماعية إستخدم اللغة العربية فقط ، في حين استخدمت مواقع وزارة الداخلية ووزارة التعليم العالى وكذلك موقعى قطاع البنوك (الاهلى - الامارات ) اللغة العربية و اللغة الانجليزية معاً ، و يرجع ذلك الى ان هناك جنسيات اخرى مستفيدة بالخدمات التى تقدمها هذه المواقع و تحتاج الى اللغة الانجليزية لانها لغة عالمية ، بينما استخدم موقع وزارة الشؤون الاجتماعية لغة واحده فقط و هى اللغة العربية لان اغلب المتعاملين معها هم المصريين

٣. من حيث مستوى المواقع : جاء مستوى المواقع بسيطاً في بعض المواقع مثل موقع وزارة الشؤون الاجتماعية وموقع وزارة الداخلية وموقع وزارة التعليم العالى ، بينما جاء مستوى

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين  
الموقع مركب في موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) ، ويرجع ذلك الى سهولة  
الدخول و التعامل مع هذه المواقع (وزارة الشئون الاجتماعية وموقع وزارة الداخلية  
وموقع وزارة التعليم العالى ) فى الاستفادة من هذه الخدمات ، بينما جاء موقع قطاع  
البنوك مركب لما يحتوية من تشعب فى الخدمات المقدمة وصعوبة الاجراءات التى  
تحتاج الى تركيز شديد فى التعاملات البنكية .

٤. من حيث نوعية تحديث المواقع : جاء تحديث الموقع بشكل يومي في موقع وزارة الداخلية و جاء تحديث الموقع بشكل أسبوعي في موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) في حين جاء تحديث الموقع بشكل شهري في كل من موقع وزارة الشئون الاجتماعية و موقع وزارة التعليم العالى ، وترى الباحثة ان ذلك يرجع الى كثرة استخدام الافراد لهذه المواقع بشكل يومي و احتياجهم لهذه المواقع ولسهولة الخطوات الخدمة المقدمة .

• محور جودة تصميم شكل الموقع الإلكتروني وعناصره البنائية:

و ترى الباحثة من حيث التصميم انه يعد أحد العوامل الاساسية التى تساهم في نجاح المواقع الالكترونية خاصة مع التطور التكنولوجى الهائل الذى ظهر من خلال الثورة التكنولوجية التى احدثت طفرة هائلة ، سمحت بان يتضمن الموقع الالكتروني على العديد من الامكانيات والمزايا الجمالية والتفاعلية على حد سواء ، وذلك يعد التصميم في المواقع الالكترونية من العناصر المهمة والاساسية التى من شأنها أن تؤثر على تعرض المستخدمين لاي موقع الكتروني .

١- موقع وزارة الداخلية :

جاء مؤشر القياس لجودة تصميم شكل الموقع الالكتروني لوزارة الداخلية فى وسط الشاشة من المجال المرئى للشاشة ، ليبين أن شعار الموقع جاء بسيط و سهل .  
كما جاء مؤشر القياس للجاذبية ليبين أن تصميم الصفحة الأولى للموقع كان جذاباً ، و يوجد أيضاً في موقع وزارة الداخلية صور ثابتة و صور متحركة ، كما ان حجم الصور مناسب للموقع ، بجانب وجود صور مصاحبة لنصوص مكتوبة وتوافر روابط للصور ووجود صورة معبرة عن المنظمة كمؤشر لقياس الصور. واستخدام الموقع أحجام

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
مختلفة من الخطوط كمؤشر لقياس النصوص ، ويوجد أيضاً تمييز للعناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط و شكله ، كما أستخدام الموقع خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء ، وذلك مع مراعاة المسافات بين الأسطر ، وجاء تمييز العناوين الرئيسية بألوان مختلفة عن كتابة النصوص كمؤشر لقياس الألوان ، كما أستخدام الألوان الفاتحة لخلفيات ، ومن حيث سرعة الدخول للموقع فإنه سريع حيث زمن تحميل الصفحة لا يزيد عن ١٠ ثوان ، ومن حيث عناصر الوسائط المتعددة يوجد بالموقع صور ورسومات وملفات صوت ونص عادي ونص فائق وملفات فيديو ، وجاء أستخدام الروابط النصية بدلاً من الصور كمؤشر لقياس الروابط .

**وترى الباحثة ان مؤشر قياس تصميم موقع وزارة الداخلية جاء سهل و بسيط بطريقة ايجابية ومرتب و سهل الحصول الخطوات من خلال تقديم والحصول على الخدمات و عدم التعقيد فى الموقع و مراعاة الالوان ذات الوان المحدده ، وجاء ايضا زمن التحميل سريع فذلك يدل على ان الموقع جيد جدا .**

٢- موقع وزارة الشؤون الاجتماعية :

جاء مؤشر القياس لجودة تصميم شكل الموقع الالكتروني لوزارة الشؤون الإجتماعية من المجال المرئى للشاشة على يمين الشاشة ، كما جاء مؤشر القياس للجاذبية ليبين ان تصميم الصفحة الأولى للموقع كان جذاباً ، ويوجد أيضاً في موقع وزارة الشؤون الاجتماعية صوراً ثابتة و صوراً متحركة ، كما ان حجم الصور مناسب للموقع، بجانب وجود صور مصاحبة لنصوص مكتوبة وتوافر روابط للصور ووجود صورة معبرة عن المنظمة كمؤشر لقياس الصور.

واستخدام الموقع أحجام مختلفة من الخطوط كمؤشر لقياس النصوص ، ويوجد أيضاً تمييز للعناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط و شكله ، كما أستخدام الموقع خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء ، وذلك مع مراعاة المسافات بين الأسطر ، وجاء تمييز العناوين الرئيسية بألوان مختلفة عن كتابة النصوص كمؤشر لقياس الألوان ، كما أستخدام الألوان الفاتحة لخلفيات ، ومن حيث سرعة الدخول للموقع فإنه ليس بسرعة المطلوبة لموقع الالكتروني حيث زمن تحميل الصفحة لا يزيد عن ١٥ ثوان

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين  
، ومن حيث عناصر الوسائط المتعددة يوجد بالموقع صور ورسومات ونص عادى  
ونص فائق ، وجاء استخدام روابط نصية تفاعلية و مفعلة كمؤشر لقياس الروابط .  
وترى الباحثة فيما سبق ذكره من قياس تصميم موقع وزارة الشؤون الاجتماعية جاءت  
كمؤشر ايجابي الى حد ما من حيث سرعة التحميل و الشكل والخدمات ، وان تصميم  
الموقع جاء بشكل تفاعلي غير تقليدي يحتوى على تصميمات متحركة جذابة و فيما  
يخص الخدمات المقدمة و سهولة التعامل معها فانها تحتاج الى قليل من التركيز لرؤية  
ما يطلبه المستخدم .

### ٣- موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) :

حيث جاء مؤشر القياس لموقع التصميم من المجال المرئى للشاشة ملء الشاشة ، كما جاء  
مؤشر القياس للجاذبية يوجد تصميم الصفحة الأولى للموقع بشكل جمالى ، و يوجد أيضاً  
في موقع ٣- موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) صور ثابتة و صور متحركة ،  
كما ان حجم الصور مناسب للموقع ، بجانب وجود صور مصاحبة لنصوص مكتوبة  
وتوافر روابط للصور ووجود صورة معبرة عن المنظمة كمؤشر لقياس الصور ،  
واستخدام الموقع أحجام مختلفة من الخطوط كمؤشر لقياس النصوص ، ويوجد أيضاً  
تمييز للعناوين عن المعلومات الاخرى عن طريق حجم الخط و شكله ، كما أستخدام  
الموقع خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء ، وذلك مع مراعاة المسافات بين  
الأسطر، وجاء تمييز العناوين الرئيسية بألوان مختلفة عن كتابة النصوص كمؤشر لقياس  
الألوان ، كما أستخدام الألوان الفاتحة خلفيات ، ومن حيث سرعة الدخول للموقع فإنه  
سريع حيث زمن تحميل الصفحة لا يزيد عن ١٠ ثوان ، ومن حيث عناصر الوسائط  
المتعددة يوجد بالموقع صور ورسومات وملفات صوت ونص عادى ونص فائق وملفات  
فيديو ، وجاء استخدام عناوين مميزة للروابط كمؤشر لقياس الروابط .

وتشير الباحثة من خلال تحليل موقعي قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) حيث جاء مؤشر  
القياس بشكل جذاب ومرتب ومختصر الخدمات في الصفحة الرئيسية و مفصل الخدمات في  
القائمة الرئيسية بما يتواءم مع المتغيرات والمتطورات المتلاحقة التي تشهدها منظومة  
قطاعي البنوك ( الاهلى - الامارات ) .

### ٤- موقع وزارة التعليم العالى:

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**

حيث جاء مؤشر القياس لموقع التصميم من المجال المرئى للشاشة يمين الشاشة ، كما جاء مؤشر القياس للجاذبية يوجد تصميم الصفحة الأولى للموقع بشكل أنيق، و يوجد أيضاً في موقع وزارة التعليم العالى صور ثابتة و صور متحركة ، كما ان حجم الصور مناسب للموقع ، بجانب وجود صور مصاحبة لنصوص مكتوبة وتوافر روابط للصور ووجود صورة معبرة عن المنظمة كمؤشر لقياس الصور ، واستخدام الموقع أحجام مختلفة من الخطوط كمؤشر لقياس النصوص ، ويوجد أيضاً تمييز للعناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط و شكله ، كما أستخدام الموقع خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء، وذلك مع مراعاة المسافات بين الأسطر ، وجاء تمييز العناوين الرئيسية بألوان مختلفة عن كتابة النصوص كمؤشر لقياس الألوان ، كما أستخدام الألوان الفاتحة خلفيات ، ومن حيث سرعة الدخول للموقع فإنه جاء بطيء نسبي حيث زمن تحميل الصفحة يزيد عن ١٠ ثوان ، ومن حيث عناصر الوسائط المتعددة يوجد بالموقع صور ورسومات وملفات صوت ، وجاء توافر روابط أخرى للموقع كمؤشر لقياس الروابط .

**و ترى الباحثة ان درجة الوضوح جاءت جيدة ، وقد تتشابه العديد من المواقع الالكترونية في تصميم صفحات المواقع الرئيسية رغم اختلاف مضمونها و الذى يرجع الى تشابه التكنولوجيا المستخدمة و الاهتمام بمجال الذى يقدمه الموقع للمستخدمين ، و برغم من وجود عناصر ديناميكية متحركة و لكنها لم تستخدم بشكل فعال رغم ان تصميم الموقع يساعد المستخدمين فى تلقي المعلومات بشكل سهل .**

- محور الإستراتيجيات الإتصالية بالمواقع الإلكترونية الحكومية محل الدراسة :  
١- موقع وزارة الداخلية :

من حيث إستراتيجية الإعلام جاء معلومات ذات طبيعة خدمية كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية الإقناع جاء عرض الرأى كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية المنطقية على الموقع جاء ملفات صوت وفيديو وبيانات رسمية كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية العاطفية على الموقع جاء التخويف كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، وجاء كسب تأييد لقرار معين كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من

حيث إستراتيجية بناء الإجماع ، و جاء وجود إستطلاعات لأراء الزوار نحو قضية معينة على الموقع و إتاحة معلومات عن كيفية التواصل مع القائمين بالمؤسسة كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية الحوار ، ومن حيث إستراتيجية الوصول جاءت إمكانية تلقى الاستئلة و إمكانية الرد على الاستئلة واستفسارات زوار الموقع كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية سهولة الوصول جاء سهولة تصفح الموقع كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية بناء الشبكات الإجتماعية جاءت تقديم شهادات جهات رسمية تحظى بقبول زوار الموقع لصالح المؤسسة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية .

#### ٢- موقع وزارة الشؤون الاجتماعية :

من حيث إستراتيجية الإعلام جاء معلومات ذات طبيعة استراتيجية و معلومات ذات طبيعة تنظيمية و قانونية كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية الإقناع جاء عرض موقف او قضية كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية المنطقية على الموقع جاء تقديم إقتراحات و إحصاءات كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية العاطفية على الموقع جاء الترغيب كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، وجاء كسب تأييد لسياسة معينة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية بناء الإجماع ، وجاء تخصيص روابط مستقلة لكيفية تواصل و إمكانية قيام زوار الموقع بالتواصل مع المؤسسة كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية الحوار ، ومن حيث إستراتيجية الوصول جاءت وجود تصنيف " اتصل بنا " واضح و صريح كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، و من حيث إستراتيجية سهولة الوصول جاء وجود ترتيب منظم لمحتوى الموقع كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية بناء الشبكات الإجتماعية جاءت إبراز التحالف مع الوزارات والهيئات الأخرى مع توضيح اسمها

**فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين**  
وشعارها وعناوينها الإلكترونية كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات  
الاتصالية .

### ٣- موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) :

من حيث إستراتيجية الإعلام جاء معلومات ذات الطبيعية التعريفية و التحليلية كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، و من حيث إستراتيجية الإقناع جاء تفسير موقف او سياسة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية المنطقية على الموقع جاءت تقارير علمية كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية العاطفية على الموقع جاء الترغيب كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، وجاء كسب تأييد لقانون معين كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية بناء الإجماع ، و جاء إمكانية طلب تحديث مستمر للمعلومات من خلال البريد الإلكتروني و إستطلاع آراء الجمهور عن الموقع كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية الحوار ، ومن حيث إستراتيجية الوصول جاءت توافر ارقام تليفونات للتواصل مع المؤسسة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية سهولة الوصول جاء وجود مضامين تفاعلية على الموقع كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية بناء الشبكات الإجتماعية جاءت إبراز التحالف مع الوزارات و الهيئات الأخرى مع توضيح اسمها و شعارها وعناوينها الإلكترونية كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية .

### ٤- موقع وزارة التعليم العالى :

من حيث إستراتيجية الإعلام جاء معلومات تتعلق بانجازات المنظمة و فاعلياتها كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، و من حيث إستراتيجية الإقناع جاء عرض الرأى كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث المداخل الإقناعية المنطقية على الموقع جاءت آراء الخبراء كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، و من حيث المداخل الإقناعية العاطفية

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين

على الموقع جاء الترغيب كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، وجاء كسب تأييد لقضية معينة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية بناء الإجماع ، و جاء التّواصل مع الجمهور كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية من حيث إستراتيجية الحوار ، ومن حيث إستراتيجية الوصول جاءت توافر وسائل الإتصال الإجتماعي على الموقع كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، و من حيث إستراتيجية سهولة الوصول جاء وجود شرح وافى للمصطلحات الغير المفهومة على الموقع كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية ، ومن حيث إستراتيجية بناء الشبكات الإجتماعية جاءت تقديم شهادات جهات رسمية تحظى بقبول زوار الموقع لصالح المؤسسة كمؤشر لقياس آليات تحليل عنصر الاستراتيجيات الاتصالية .

• محور سهولة الاستخدام على الموقع محل الدراسة :

١- موقع وزارة الداخلية :

جاء مؤشر القياس لسهولة الاستخدام على موقع وزارة الداخلية جاء سهل التعامل معه و وضوح المعلومات وإمكانية الوصول إليها بطريقة سهلة ، وجاء سهولة الوصول للموقع من خلال محرك البحث وإمكانية إختيار اللغة و سهولة ايجاد المعلومات كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر سهولة استخدام الموقع .

وترى الباحثة ان الموقع امتاز بعدة مزايا منها سهولة التعامل و سهولة الاستخدام مما يزيد من ثقة المواطن في استخدام الموقع اكثر من مرة وترشيح استخدام الموقع لكثير من الافراد لسهولة التعامل معه وغير معقد بالمرّة .

٢- موقع وزارة الشؤون الإجتماعية :

جاء مؤشر القياس لسهولة الاستخدام على موقع وزارة الشؤون الإجتماعية من حيث وضوح المعلومات و الصور و إمكانية الوصول إليها بسهولة جاء وجود روابط للتصفح داخل كل صفحة و سهولة عرض المعلومات وزمن تحميل الصفحة معتدل كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر سهولة استخدام الموقع .

وتفسيرا لذلك ترى الباحثة ان الموقع يمتاز بوضوح الصور و المعلومات المكتوبه عليها الذي يمكن الفرد من الوصول الى هدفه من دخول الموقع .



٣- موقع قطاع البنوك ( الاهلى - الامارات ) :

جاء مؤشر القياس لسهولة الاستخدام على موقعى ( الاهلى - الامارات ) من حيث وضوح المعلومات وامكانية الوصول اليها بسهولة ، جاء وجود روابط للعودة الى الصفحة الرئيسية ، كما يوفر الموقع روابط لادارات تابعة للمنظمة كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر سهولة استخدام الموقع .

وتفسيرا لذلك ان موقعى (الاهلى - الامارات ) امتازوا بمرونة فى التعامل مع الموقع لزيادة الثقة بين الجمهور والموقع، وتقديم افضل واسرع خدمة مقدمة للمستخدم فى الموقع وتوفير محرك البحث الكثير من المعلومات لتسهيل على المستخدم التواصل مع الاجراءات التى يريدونها .

٤- موقع وزارة التعليم العالى :

جاء مؤشر القياس لسهولة الاستخدام على موقع وزارة التعليم العالى من حيث وضوح المعلومات و امكانية الوصول اليها جاء سهل ايضاً مع وجود المعلومات الرئيسية على الصفحة الاولى ، ووضوح مسميات الروابط على الموقع كمؤشرات لقياس آليات تحليل عنصر سهولة استخدام الموقع .

وترى الباحثة ان وضوح المعلومات فى هذا الموقع الحيوى الذى يخدم شريحة كبيرة من الافراد ويضخ كمية كبيرة من المعلومات جاء بطريقة سهلة فى التعامل و الاستخدام .

الباحثة/ غادة أحمد صالح محي الدين  
مصادر ومراجع الدراسة

المراجع العربية :

رسائل ماجستير غير منشورة :

- 1- امينة عبد الرحمن الديب ،تقييم فاعلية توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ادارة الازمات التي تواجه المنظمات العامة في مصر ،رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام جامعة القاهرة ٢٠١٦ م .
- 2- احمد امين أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة – دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة ، الاردن – كلية اعلام ،جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا ، عام ٢٠١٠ .
- 3- حاتم على حيدر الصالحي" .استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة،( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015، ص41 .
- 4- سماح عبد الرزاق غلاب محمد ، استخدام الانترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة : دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية و الخدمية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ٢٠١٤ .
- 5- ماريان مراد أنيس: العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بحقوق الإنسان لدى الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨ .
- 6- نجمة بنت سعيد بن خميس: معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٩).
- 7- هالة سمير محمد محمود: دور وسائل الاتصال في تشكيل مفهوم التربية افعلامية في المدارس المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٩) .

رسائل ماجستير :

- 8- امينة عبد الرحمن توفيق الديب ، الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية و دورها في إدارة العلاقات مع الجمهور ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الاعلان – العدد الواحد و العشرون – يناير /يونيو ، ٢٠٢١ ، ص ٤٧١ .
- 9- إيمان عبد التواب: دور وسائل الإعلام في القضايا القومية: دراسة تطبيقية علي عينة من حملات ترشيد السلوك، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- 10- شريفة رحمة الله سليمان: استخدام الاتصال الحكومي في تعزيز الهوية الوطنية : دولة الامارات العربية المتحدة نمودجا ، الامارات ، مجلة شؤون اجتماعية ، العدد ١٣٠، صيف ٢٠١٦ ، ص ٤٦ ، ص ٨٥ .
- 11- صلاحات، انس الاغا (٢٠١٥) دور الدبلوماسية الفلسطينية في التأثير على مواقف وسياسات الاتحاد الاوروبي تجاه عملية التنمية السياسية في فلسطين (٢٠٠٥\_٢٠١٣) رسالة ماجستير .
- 12- فؤاده البكري ،العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال. القاهرة ( مصر ) :دار نهضة الشرق للطبع والنشر والتوزيع ،٢٠٠١، ص٢٥ .
- 13- مازن عثمان، وصالح موسى: فعالية إستراتيجيات حملات العلاقات العامة في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية علي إدارة العلاقات العامة للبرنامج القومي للصحة الإنجابية .
- 14- معظم ابراهيم ثالث :وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية – دراسة تطبيقية على وزارة الاتصال والاعلام بجمهورية نيجيريا الفيدرالية ،رسالة ماجستير ،(الخرطوم :قسم العلاقات العامة و الاعلان ،كلية اعلام ،جامعة ام درمان الاسلامية ٢٠١٢ ) .
- 15- وليد عبدالله فارح المطيري: تقويم أداء أجهزة العلاقات العامة في البنوك الكويتية دراسة تطبيقية، مجلة حوليات آداب عين شمس، العدد ٣، يوليو، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، ٢٠١٦)، ص: ١٢٥: ٢١٠ .

- 1- Imesha Dharmasena, M.K.G., Toledano, M. and Weaver, C.K. (2020), "The role of public relations in building community resilience to natural disasters: perspectives from Sri Lanka and New Zealand", *Journal of Communication Management*, Vol. 24 No. 4, pp. 301-317
- 2- Lei Zhu & Gang Han (2014), " Maintaining Organization–Public Relationships on Tourism Websites through Relationship Management Strategies ", **Public Relations Review**, Vol.40, pp. 847–849.
- 3- (Mensur Zeqiri (2020)," Access and its contribution to achieving trust and satisfaction in inter-ethnic relationships, **Corporate Communications: An International Journal**
- 4- Nicholas Browning, Kaye D. Sweetser (2020)," How media diet, partisan frames, candidate traits, and political organization-public relationship communication drive party reputation ", **Public Relations Review**, Vol.46, pp.1-17.
- 5- Sohrab Khan , etal. " A review on antecedents of citizen , trust in government socialmedia services “,Recent trends in computer science and Electronics , Jan .2019
- 6- Schweickart, T., Neil, J., Kim, J.Y. and Kiouisis, S. (2016), "Time-lag analysis of the agenda-building process between White House public relations and congressional policymaking activity", *Journal of Communication Management*, Vol. 20 No. 4, pp. 363-380.
- 7- Venkatesh V. and Zhang X., (2010)unified theory of acceptance and Use of teachnology,U.S.Vs.china ,journal of global information management ,Vol,13 ,No1, PP.5-27.
- 8- Virginia S. Harrison, Anli Xiao, Holly K. Ott & Denise Bortree (2017), " Calling all Volunteers: The Role of Stewardship and Involvement in Volunteer-Organization Relationships", **Public Relations Review**. Vol.43, pp.872-881.
- 9- Wenlin Liu, Weiai (Wayne) Xu, Jiun-Yi (Jenny) Tsai (2020)," Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes ", *Public Relations Review*, Vol. 46,pp.1-9.