

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية: المحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

د/ خالد عبد الله النامي (*)

مقدمة:

بظهور البيئة الرقمية والشبكية، وانتشار المواقع الإلكترونية، وبوابات المعلومات الإلكترونية، وظهور الجيل الثاني من الإعلام الجديد وثورة مواقع التواصل الاجتماعي، زاد احتياج المستفيدين للمعلومات والمعرفة، وبالتالي ارتفع مستوى الاهتمام بأدوات أخرى للبحث غير أدوات البحث التقليدية كمحركات وأدلة البحث الإلكترونية غيرها من الاعتبارات والمظاهر التي ارتبطت بالبيئة الرقمية الجديدة في نشر المعلومات.

ومع ظهور الصراعات العربية في الآونة الأخيرة أصبح من الضروري تطوير وتحديث بنية العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية لمواكبة التطور التكنولوجي من أجل التفاعل الدائم مع البيئة الجديدة للمعلومات مما يجعلها تسهم بدور إيجابي في مجتمع المعرفة، حيث أتاحت شبكة الويب إمكانات هائلة في نشر المصادر المرئية والمسموعة للمعلومة، كما ساعدت تقنيات التسجيل والتصوير الرقمي على سهولة إنتاج بيئة معلوماتية متطورة، بل يمكن القول أننا نعيش ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تتمثل في سرعة الحصول على المعلومات ونشرها بأقصى سرعة ممكنة،⁽¹⁾ لذا تُعد وسائل الاتصال الجديدة من الأدوات المهمة للعلاقات العامة الحديثة.⁽²⁾

وقد تبنت العلاقات العامة التقنيات الاتصالية الجديدة كنتيجة للنمو غير المسبوق في ستة مجالات متداخلة بشكل وثيق هي: عدد المنافذ الإعلامية المتوافرة، سرعة نقل المعلومات، مقدار كم المعلومات المتوافرة، وعدد المنظمات التي تستخدم العلاقات العامة، بل وعدد منظمات العلاقات العامة ذاتها، ومقدار وتنوع التقنيات الجديدة الصالحة للاستخدام في مجال العلاقات العامة⁽³⁾.

* دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

أولاً: مشكلة الدراسة:

وفي ضوء تزايد اهتمام الباحثين والممارسين بمجال العلاقات العامة بعد الصراعات التي طرأت على البلاد العربية (ثورات الربيع العربي) والتي كان مصدرها الرئيسي للانطلاق هي شبكة الإنترنت، حرصت إدارة العلاقات العامة على توظيف هذه الوسائل التفاعلية في ممارسة أنشطتها بالمؤسسات العربية التعليمية والترويج لخدماتها التعليمية.

وكمحاولة لتقييم مدى استفادة هذه المؤسسات التعليمية خارج دولها (الملحقية الثقافية) من مواقعها الإلكترونية لبناء العلاقات مع الجمهور؛ تسعى هذه الدراسة إلى "رصد وتقييم استخدام المؤسسة التعليمية السعودية "الملحقية الثقافية السعودية داخل مصر" لوسائل الإعلام الجديد سواء المواقع الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بها، والترويج لخدمات الملحقية التعليمية بها، ودورها في تهدئة الصراعات داخل المؤسسات التعليمية بالمملكة العربية السعودية بعد ثورات الربيع العربي.

ثانياً: أهمية الدراسة:

1. تقييم مدى قدرة المواقع الإلكترونية سواء العامة أو مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر في تحقيق التفاعلية وكونها آلية لتعريف الجمهور بالأنشطة والخدمات التعليمية المختلفة، خاصة في ظل ظهور تأثير وفاعلية الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في اندلاع ثورات الربيع العربي منذ عام 2011، والتي كان لها بالتبعية تأثيراتها على النظام العام للدول العربية، والمؤسسة التعليمية بشكل خاص.
2. استفادة القائمين بمجال العلاقات العامة داخل الملحقية الثقافية السعودية بمصر في معرفة جوانب القوة والقصور في منظومة إدارتها للعمل على تلافيتها، وهو ما يترتب عليه بناء علاقات جيدة مع الجمهور عبر الوسائل التفاعلية المستحدثة.
3. اختبار نظرية علمية لم تحظ بالاهتمام الكافي في الدراسات العربية إلا بشكل قليل، وهي النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا، على الرغم من ما تطرحه من افتراضات مهمة حول العوامل المؤثرة على قبول واستخدام المبتكرات الحديثة.

ثالثاً: أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على نوعية المضامين والخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر.
- 2- التعرف على مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي) للملحقية الثقافية السعودية بمصر في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.
- 3- استشفاف عوامل استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي) للملحقية الثقافية السعودية بمصر في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.
- 4- معرفة اتجاهات العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر نحو استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للملحقية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.
- 5- تحديد أثر تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي) للملحقية الثقافية السعودية بمصر في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بعد ثورات الربيع العربي وتحديدًا في تهدئة الصراعات داخل المؤسسة التعليمية.
- 6- التعرف على السياسات التي اتخذتها الملحقية الثقافية السعودية بمصر لتطوير منظومة التعليم السعودي بعد ثورات الربيع العربي.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تطرقت إلى ممارسات العلاقات العامة وتوظيف التكنولوجيا الحديثة أو الإعلام الجديد في تجويد ورفع كفاءة أداء ممارسي العلاقات العامة، ومن أبرز الدراسات التي توصلت لذلك ما يلي:

توصلت دراسة (أحمد عبد الرحمن عبد الرحيم السيد، 2017) (4) إلى أن تقديم معلومات أكثر حداثة جاء في مقدمة أسباب متابعة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالجامعات المصرية وذلك بنسبة 70.2%، يليها تقديم معلومات عن الجامعة مع دعمها ببعض الأخبار والإحصائيات بنسبة 49.2%، تليها تقديم معلومات متنوعة بنسبة 41.5%، بينما في المرتبة الرابعة جاء الاستفادة من

متابعة أنشطة الجامعة بنسبة 16%.

دراسة (جدعان فاضل الشمري، 2016) (5) أظهرت نتائج الدراسة الكيفية وجود إيمان قوى لدى مديري العلاقات العامة في العديد من الجهات فيما يتعلق بخطة الدولة وتوجهاتها التنموية، كما تبين بروز العديد من الأنشطة الاتصالية التي تعتمد عليها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات محل الدراسة، وتنوعت الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها إدارات العلاقات العامة لخدمة أهداف خطة التنمية الوطنية، كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن 23,4% من مسؤولي العلاقات العامة في الشركات عينة الدراسة يدركون خطة التنمية الوطنية باعتبارها "تطوير البنية التحتية خاصة في مجال التعليم، في حين أن 20% من مسؤولي العلاقات العامة ينظرون إلى خطة التنمية الوطنية باعتبارها "تحقيق الاستقرار الاقتصادي وتحويل الكويت إلى مركز تجاري عالمي".

وجاء في دراسة (معصم بلال جمعة عبد الله، 2016) (6) أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة وبين تحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي، أي كلما استخدمت المؤسسات الحكومية وسائل الاتصال الحديثة كلما استطاعت اتصال حواري مع جمهورها الخارجي، وأنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسات الحكومية لوسائل الاتصال الحديثة لتحقيق اتصال حواري مع جمهورها الخارجي واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه المؤسسات.

توصلت دراسة (حسن الصيفي، 2015) (7) إلى وجود تأثير لتوقع الأداء على النية السلوكية لاستخدام الممارسين لوسائل الإعلام الاجتماعي، فيما لم يؤثر توقع الجهد، والتأثيرات الاجتماعية، والظروف المساعدة على النية السلوكية للاستخدام، وكشفت النتائج عن وجود تأثير للخبرة على توقع الجهد والظروف المساعدة والتأثيرات الاجتماعية بينما لم يكن للنوع تأثير ملحوظ على أي من العناصر الخمسة باستثناء الظروف المساعدة، أما العمر فكان له تأثير على النية السلوكية والتأثيرات الاجتماعية، حيث يكون التأثير أقوى في المراحل الأولى من التجربة، بينما لا يحفز ذلك كبار السن.

وتوصلت دراسة (شيماء محمد محمد عبد المجيد العشماوي، 2015) (8) إلى أن أجهزة العلاقات العامة تهتم بتقويم الأنشطة الإتصالية أكثر مما تهتم بتقويم الأداء الكلي، وأن "الإعتقاد أن أنشطة العلاقات العامة غير قابلة للقياس" جاء في المرتبة الأولى بين معوقات التقويم، وأنه كلما ارتفع مستوى إمتياز جهاز العلاقات العامة ارتفع مستوى فعالية تقويم جهوده.

وجاء في دراسة (حاتم على حيد مقبل الصالحي، 2015) (9) إلى استخدام غالبية ممارسي العلاقات العامة والاتصال المواقع الإلكترونية والفييس بوك في المرتبة الأولى في نشر أخبار المنظمات، في المقابل قلّ استخدامهم للمواقع الإلكترونية والفييس بوك في التنسيق بين العاملين، وتقييم برامج العلاقات العامة، وكشفت النتائج عن وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات التي تشكل العناصر الأساسية للنظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا وهي (توقع الأداء - وتوقع الجهد - والتأثيرات الاجتماعية - والظروف المساعدة) على نوايا استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية والفييس بوك في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.

كشفت دراسة (غادة محمد عبد الفتاح الفداوي، 2015) (10) عن أن أهم المهام التي تقوم بها العلاقات العامة توضيح موقف المؤسسة تجاه القضايا والأحداث الجارية، يليها توطيد علاقة المؤسسة بجمهورها وتنميتها، وفي الترتيب الثالث مهمة تحسين صورة المؤسسة، وأخيراً كلا من مهمة تشكيل صورة ايجابية للمؤسسة في أذهان الجماهير، ومهمة الترويج لنشاط المؤسسة بنسبة (9%) لكل منهما.

وتوصلت دراسة (عبد القادر شهاب، 2013) (11) إلى أن 77.6% من الممارسين يؤكدون على أهمية استخدام الإنترنت في العلاقات العامة، وجاء هدف تحسين آليات الاتصال في المرتبة الأولى لاستخدام الإنترنت، ووجدت الدراسة أن هناك عوامل فنية وتقنية تؤثر على استخدام الإنترنت في العلاقات العامة، مثل درجة إجادة ممارس العلاقات العامة للتعامل مع الإنترنت والخصائص الفنية والتقنية للإنترنت، وتؤثر عوامل اقتصادية مثل الأوضاع الاقتصادية للمؤسسة وإمكانياتها على استخدام الممارسين للإنترنت، إضافة إلى تأثير بعض العوامل السياسية مدى إتاحة النظام السياسي الحرية الكاملة لاستخدام الإنترنت، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاهات ايجابية لدى ممارسين العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت.

توصلت دراسة (محمد اليدومي، 2011) (12) إلى أن 64% من الممارسين بالعلاقات العامة أكدوا على أهمية استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة، وجاء الحاسب في مقدمة التقنيات الحديثة الأكثر استخداماً في العلاقات العامة يليه الإنترنت ثم الهاتف المحمول، فالبريد الإلكتروني، وحصل الفيديو والدوائر التلفزيونية المغلقة على المراتب الأخيرة في الاستخدام، كما كشفت النتائج عن مساعدة التقنيات الحديثة على إنجاز الدقة في العمل، وأن هناك تأثيرات مستقبلية للتقنيات الحديثة في أعمال العلاقات العامة من وجهة نظر الممارسين.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- استفاد الباحث من عرض الدراسات السابقة في التعرف على النظرية المناسبة لدراسته في مجال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تمثلت في النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ومتغيراتها.
- 2- تعرف الباحث على طريقة عرض النتائج وتفسيرها، بعد التمكن من اختيار الإجراءات المنهجية المناسبة لهذه الدراسة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة: النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا

UTAUT

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

تم تطوير النظرية عام 2003م من قبل الباحثين Venkatesh, Morris, Davis and Davis الذين استخلصوا هذه النظرية من خلال المقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف بين أربع نماذج وأربع نظريات ذات صلة وثيقة بقبول واستخدام التكنولوجيا،* لذا تم تسميتها بالشاملة. (13)

تُفسر النظرية العوامل المؤثرة على نية وسلوك استخدام التكنولوجيا أطلقوا عليها " النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا" (UTAUT)، وتقتصر النظرية وجود أربعة عوامل تؤثر بشكل مباشر على النية السلوكية لقبول واستخدام التكنولوجيا هذه العوامل، هي: (14)

- 1- **توقع الأداء (Performance expectancy):** والمقصود به: الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتكنولوجيا من شأنه أن يحقق لهم مكاسب في أدائهم الوظيفي، ويقاس توقع الأداء من خلال خمسة مركبات هي:
 - **المنفعة المدركة (Perceived usefulness):** بمعنى لأي درجة يعتقد الأفراد أن استخدام التكنولوجيا سيعزز أو سيرفع من أدائهم الوظيفي.
 - **الدافعية الخارجية (Extrinsic motivation):** ويقصد بها رغبة المستخدم في إنجاز نشاط ما بسبب إدراكه أن إنجاز النشاط سيعود بتحقيق نتائج هامة.
 - **مناسبة التكنولوجيا للوظيفة (Job-fit):** بمعنى قدرة النظام على تعزيز الأداء الوظيفي.

- **الميزة ذات العلاقة باستخدام التكنولوجيا (Relative advantage):** ويقصد بها لأي درجة يدرك المستخدم بأن استخدامه للمبتكرات الحديثة أفضل من استخدامه للتكنولوجيا السابقة.
 - **النتائج المتوقعة (Outcome expectations):** ويقصد به النتائج المتوقعة من السلوك، وهذه النتائج المتوقعة تم تقسيمها إلى نوعين، الأول: يتعلق بنتائج متوقَّعة تتعلق بالأداء الوظيفي، والثاني: نتائج متوقَّعة تتعلق بالأهداف الشخصية.
 - **توقع الجهد (Effort expectancy):** ويقصد به درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام ويتضمن: **سهولة الاستخدام المدركة** أي لأي درجة يعتقد المستخدم أن استخدام النظام خال من بذل أي جهد، و**الصعوبة** أي لأي درجة يتم إدراك النظام على أنه من الصعب فهمه واستخدامه، و**سهولة الاستخدام** لأي درجة استخدام المُبتكر يكون مُدرك من قبل المستخدم كسهل للاستخدام.
 - 2 **التأثيرات الاجتماعية (Social influences):** يقصد به مدى إدراك المستخدم بأن الأشخاص المهمين يعتقدون أنه ينبغي عليه أن يستخدم النظام، وتشمل التأثيرات الاجتماعية ما يلي: **العرف الموضوعي** أي أن الأشخاص الذين يؤثر على سلوك الفرد أو يُعتبرون 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** بمعنى لأي مدى استخدام الفرد للنظام يعزز صورته ومكانته في النظام الاجتماعي.
 - 3 **الظروف المساعدة (Facilitating conditions):** يُقصد بها: لأي مدى يعتقد الفرد أن البنية التحتية التقنية والتنظيمية وُجدت لتوفر الدعم اللازم لاستخدام النظام ويتضمن: **السيطرة السلوكية المدركة** أي إدراك البنية الداخلية والخارجية المنعكسة على السلوك وتشمل الكفاءة الذاتية، وظروف التكنولوجيا المساعدة، و**ظروف المصادر المساعدة** في البيئة كتوفر أشخاص لمساعدته باستخدام النظام، **التوافق** أي ملائمة النظام لاحتياجات وخبرة المتبني ولطبيعة العمل).
- إلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر البنائية الأساسية للنظرية، ثمة عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا، وهي:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

- الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا والمقصود به: ردة فعل المستخدم نحو استخدام النظام ويشمل أربعة عوامل هي (الاتجاه نحو السلوك – الدوافع الداخلية – التأثير نحو الاستخدام – التأثير).
- كفاءة النظام ويقصد القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام بدون مساعدة الآخرين.
- القلق ويقصد القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

أ/ تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما هي الخصائص الشكلية لموقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟
- 2- ما أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة بموقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟
- 3- ما دورية التحديث للبيانات والمعلومات على موقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟ ونوعية المضمون الذي يتم تحديثه؟
- 4- ما عناصر هوية موقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر التي تم إبرازها؟
- 5- ما أوجه التعريف بموقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟
- 6- ما نوعية الخدمات التي يبرزها موقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟
- 7- ما هي آليات التواصل المتاحة للجمهور المستهدف مع موقع الملحقية الثقافية السعودي بمصر؟

ب/ تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما كثافة استخدام مواقع الانترنت عامة وفي العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر؟
- 2- ما مجالات استخدام العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر للموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي في إنجاز وظائف وأنشطة العلاقات العامة بالملحقية؟
- 3- ما المضامين التي ينبغي نشرها في الموقع الإلكتروني وموقع التواصل

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

الاجتماعي التابعة للملحقية من وجهة نظر العاملين في الملحقية الثقافية السعودية
بمصر؟

4- ما عوامل تبني ممارسي العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر للموقع
الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة
بالمملحية؟

5- ما اتجاهات ممارسي العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر نحو استخدام
الموقع الإلكتروني للملحقية ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة
العلاقات العامة بها؟

6- ما تأثير تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الموقع الإلكتروني للملحقية ومواقع
التواصل الاجتماعي) على ممارسات العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين
بالمملحية الثقافية بمصر؟

7- ما أثر استخدام للموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للملحقية على
استخدام وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالمملحية
بمصر؟

8- ما أوجه القصور من وجهة نظر العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر
في توظيف الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للملحقية في تفعيل
خدمة العلاقات العامة بشكل خاص والملحقية بشكل عام؟

9- ما تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل
الاجتماعي) للملحقية في أداء العلاقات العامة للملحقية بعد ثورات الربيع
العربي؟

سابعاً: فروض الدراسة الميدانية:

- الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة
استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي واستطاعتها تحسين
أداء العمل في الملحقية الثقافية السعودية بمصر.

- الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة
استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على
استخدام وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

- **الفرض الرئيسي الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامهما في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية.
- **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر.
- **الفرض الرئيسي الخامس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر.
- **الفرض الرئيسي السادس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على أداء العلاقات العامة للملحقية الثقافية السعودية بمصر بعد ثورات الربيع العربي.

ثامناً: الإجراءات المنهجية:

- أ- **نوع الدراسة:** تُعد هذه الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، فضلاً عن الاعتماد على الأساليب الكمية Quantitative والأساليب الكيفية Qualitative والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات.
- ب- **منهج الدراسة:** تم الاعتماد على منهج المسح Survey، حيث يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لذا يُعتبر هذا المنهج رئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي (15).
- ت- **مجتمع وعينة الدراسة:** اعتمد الباحث على المسح بأسلوب العينة لأنه يصعب التعامل مع كافة مفردات مجتمع الدراسة لكبر حجمه وذلك مع كل من الدراسة التحليلية والميدانية:

1. **مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:** تمثل مجتمع الدراسة التحليلية للموقع الإلكتروني الخاص بالملحقية الثقافية السعودية بمصر، لكن لكبر حجم الروابط على هذا الموقع الذي تم تأسيسه منذ عام 1996، تم تحليل ورصد الموقع لمدة 60 يوم على التوالي، وتحديدًا خلال شهري مارس وإبريل 2017.
2. **مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:** يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في كافة العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر، لكن لكبر حجم المجتمع تم سحب عينة متاحة من العاملين تمثلت في 60 مفردة، منهم 15 مفردة من العاملين في الملحقية الذين لهم اتصال مباشر بالموقع الإلكتروني للملحقية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي أي المسؤولين عن التحديث لهم، في حين أن الباقي (45) من المتعاملين مع مواقع الملحقية بإعداد المحتوى المنشور عليهم من باقي إدارات الملحقية.

وكانت خصائص هذه العينة كما يلي:

1. كانت نسبة مشاركة الذكور في المسح الميداني 51.580% في مقابل مشاركة الإناث بنسبة 20%، حيث غالبية العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر من الذكور.
2. إن نسبة 61.7% من العينة تنحصر أعمارهم ما بين 30 لأقل من 40 سنة، تلاه نسبة 18.3% ممن تنحصر أعمارهم ما بين 20 لأقل من 30 سنة، ثم نسبة 10% ممن تنحصر أعمارهم ما بين 40 سنة لأقل من 50 سنة، كما جاء نسبة 1015.2% ممن لديهم 50 عامًا فأكثر.
3. إن نسبة 96.7% من عينة الدراسة الميدانية حاصلين على مؤهل جامعي في مقابل نسبة 3.3% من الحاصلين على درجة الماجستير.
4. إن نسبة المشاركين في الدراسة من المستوى الإداري "موظف" بنسبة 86.7% في مقابل نسبة 13.3% في المستوى الإداري "رئيس القسم".

ث- أدوات جمع البيانات:

- 1- بالنسبة للدراسة التحليلية: تم الاعتماد على استمارة تحليل مضمون للمحتوى الإلكتروني لموقع الملحقية الثقافية السعودية بمصر وذلك خلال شهري إبريل، ومايو 2017.

2- بالنسبة للدراسة الميدانية: تم الاعتماد على صحيفة استقصاء أعدت خصيصاً للكشف عن فاعلية توظيف الإعلام الجديد في تفعيل دور ونشاط العلاقات العامة في الملحقية الثقافية السعودية بمصر، بما يترتب عليه فاعلية دورها في تجويد الخدمة التعليمية خاصة بعد ثورات الربيع العربي.

ج- اختبارات الصدق والثبات:

1. اختبار الصدق (Validity): والذي يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه، (16) وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث تم عرض أدوات جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء، وكذلك استمارة تحليل المضمون) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام.

2. اختبار الثبات (Reliability): ويقصد بالثبات تحقيق التوازن في نتائج الاستمارة عند إعادة تطبيق الاستمارة، (17) فبالنسبة للدراسة الميدانية تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم استمارة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، كما تم إجراء اختبار الثبات مع ثلاثة باحثين لعينة موحدة من المضمون الذي سيتم تحليله للوصول إلى متوسط الثبات بين الباحثين بالدراسة التحليلية.

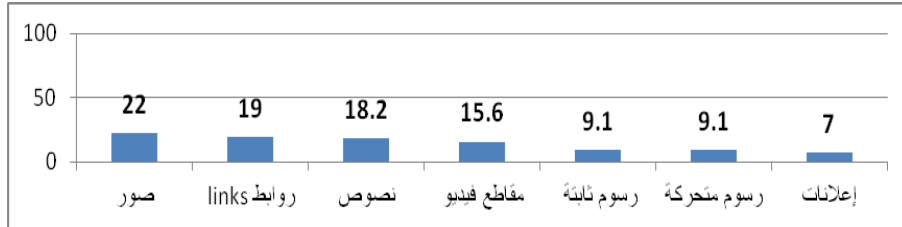
تاسعاً: إدخال البيانات إلي الحاسب ومعالجتها إحصائياً:

تم الاستعانة ببرنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS، ويتمثل مستوي الدلالة المعتمدة في هذه الدراسة في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، كما يعبر مستوى الارتباط عن الفئات الثلاثة التالية: أقل من (+3،-3) يعني درجة ارتباط منخفضة للغاية، والقيمة (أكبر من +،- 4 وأقل من +،- 7) تعني درجة ارتباط متوسطة، والقيمة الأكبر من (-،+ 7 حتى 1) تعني درجة ارتباط عالية وقوية.

عاشراً: نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: خصائص الهيئة الشكلية لموقع الملحقية محل الدراسة:

- (1) كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن أن غالبية روابط الموقع الإلكتروني للملحقية السعودية الثقافي بسيط بنسبة 60%، بمعنى أنه لا يتضمن أي روابط داخلية مركبة لكنها روابط متاحة بشكل مباشر في مقابل نسبة 40% من الروابط بالموقع تُعد مركبة، وتتمثل في الروابط الخاصة ببوابة الطلبة المبتعثين، حيث لا يسمح لغير الطلاب بالدخول عليها، إلا عن طريق رقم الهوية وكلمة المرور الخاصة لكل طالب، للاستفادة من الخدمات التعليمية، كما أن الخدمات التابعة لروابط الطلاب المبتعثين يظهر جميع المعلومات التعليمية التي يمكن الاستفادة منها في فترة الدراسة، وهي من خلال أخبار وبيانات عبر روابط مركبة.
- (2) تضمن الموقع روابط للصفحة على شبكات التواصل الاجتماعي وهم (تويتر- الفيس بوك- اليوتيوب)، ورابطاً لعدد من المواقع الرسمية متمثلة في موقع وزارة التعليم العالي السعودي، وموقع الهيئة العامة للسياحة والآثار، وموقع الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وموقع وزارة التعليم العالي السعودي.
- (3) أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة بموقع الملحقية السعودية محل الدراسة:



رسم بياني رقم (1)

أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة بموقع الملحقية السعودية محل الدراسة

كشفت نتائج الدراسة التحليلية لصفحة الموقع الإلكتروني للملحقية عينة الدراسة عن تنوع الوسائط المتعددة المستخدمة ما بين النصوص والصور ورسوم ثابتة ومتحركة وروابط الـ links ومقاطع الفيديو، إلا أن الصور جاءت في الصدارة والمرتبة الأولى من بين إجمالي أنواع الوسائط المتعددة المتضمنة بالموقع بنسبة 22%، وهو ما يحقق جذب الانتباه خاصة عن تناسق الألوان التي تعد مريحة للعين المتابعة، كما أن

الصور تساعد على تذكر النصوص المكتوبة خاصة لو أُجيد اختيارها لتكون معبرة عن المحتوى النصي.

وفي الترتيب الثاني جاءت روابط links بنسبة 19%، والتي تنوعت ما بين البسيط والمركب، ويتضمن كل رابط مجموعة من البيانات والمعلومات بالصور والرسوم الجرافيكية وروابط خاصة لتسهيل تفاعل المستخدمين مع الموقع للاستفادة من خدماته التعليمية بشكل إلكتروني.

ويأتي في الترتيب الثالث النصوص بنسبة 18.2%، يليه في الترتيب الرابع مقاطع الفيديو بنسبة 15.6%، حيث توجد مقاطع فيديو كثيرة داخل رابط بوابة الطلبة المبتعثين، فضلاً عن وجود رابط للموقع على قناتي عالي، وقناة عين الفضائية.

تلاه في الترتيب الخامس كل من الرسوم المتحركة والثابتة بنسبة 9.1% لكل منهما، وأخيراً الإعلانات بنسبة 7% وهي إعلانات خدمية لصالح المؤسسة وإبراز أنشطتها وليست إعلانات تجارية، والتي كان أبرزها الإعلان عن إتاحة الخدمات التعليمية لموقع الملحقية عبر تطبيق إلكتروني يتاح فتحه على الهواتف الذكية (رابط سفير الطلبة للأجهزة الذكية) سواء عن طريق Apple store أو Google play، وهذا التنوع في الوسائط يعبر عن فعالية العلاقات العامة في تحقيق جودة توصيل المعلومات والخدمات للجمهور، وهو ما يتفق مع ما اقترح من قبل (خيرت عياد & أحمد فاروق، 2015)⁽¹⁸⁾، بأن أهم نتائج العلاقات العامة الذكية القائمة على استخدام التكنولوجيا (المواقع والشبكات الاجتماعية والهواتف الذكية) هي نشر المعلومات والأخبار، ودعم التواصل والحوار مع الجمهور، وأوضحت دراسة (منهل عدنان الحمد، 2016)⁽¹⁹⁾ أن فكرة إتاحة المعلومات الرسمية وتطورها جاء مع تطور المواقع الحكومية وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ابتداءً من الحكومة الإلكترونية مروراً بحكومة الجوال ووصولاً إلى الحكومة المفتوحة التي جعلت اختيار المعلومات المتاحة على طلب المواطن وليس على مزاج الحكومات.

(4) تنوعت دورية التحديث لبيانات موقع الملحقية السعودية محل الدراسة ما بين اليومي والأسبوعي، حيث يتوقف نوعية التحديث وفقاً لنوعية البيانات المنشورة، فمثلاً يتم إبراز الإنجازات التي تحققتها الملحقية بشكل دوري سواء عن طريق تقارير تعدها الملحقية أو إحصاءات أو فيديوهات أو أخبار ينشرها الشؤون الثقافية والإعلام داخل الملحقية في الصحف العربية والمصرية المختلفة الإلكترونية مما يزيد من إيجابية صورة المكتب الإعلامي بالملحقية السعودية الثقافية بمصر، ومن أمثلة الصحف

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

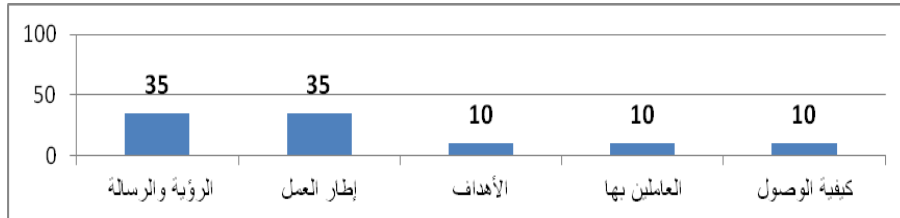
العربية التي يتم نشر الأخبار بها (الخليج أون لاين، صحيفة سبق الالكترونية، وكالة الأنباء السعودية، أزد)، ومن أمثلة الصحف المصرية الالكترونية (الوطن- الوفد- اليوم السابع- فيتو- البوابة- المصري اليوم- مصراوي- صدى البلد- الدستور- الفجر).
(5) أما عن اللغة المستخدمة في كافة روابط الموقع تمثلت في اللغة العربية.

ثانياً: عناصر هوية موقع الملحقية السعودية محل الدراسة:

- (1) تبين حرص عن الإعلان عن هوية موقع الملحقية السعودية بشكل واضح وصريح، حيث الاهتمام بإبراز ما يدل على كيان الدولة من خلال شعار وزارة التعليم العالي، والتوقيت بمدينة الرياض، وموقع الهيئة العامة للسياحة والآثار، وموقع الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وموقع وزارة التعليم العالي السعودي وروابط أخرى تابعة للوزارة.
- (2) تبين التحديد الدقيق لعمر موقع الملحقية السعودية محل الدراسة والذي يبدأ منذ عام 1996 حتى عام 2017 والتابع لوزارة التعليم – التعليم العالي.
- (3) تبين إبراز فلسفة موقع الملحقية السعودية محل الدراسة بشكل واضح بنسبة 100%، حيث تم تخصيص روابط تابعة لبيانات البوابة بشكل مباشر وميثاق العملاء، وسياسات الخصوصية، وإحصاءات البوابة.
- (4) حرص الموقع على إبراز شكل المؤسسات وإداراتها بشكل واضح وصريح بنسبة 100%، عن طريق كتابة تقارير وأخبار متجددة عما يدور بالملحقية، وتابع لإدارة التعليم العالي.
- (5) يتمثل الجمهور المستهدف لموقع الملحقية وهو جمهور محدد بشخصه إما طلاب سعوديين مقيمين في مصر بمنحة من المملكة العربية السعودية أو على حسابهم، وكلاهما تابعين للملحقية، أو عضو هيئة تدريس مصري متقدم للإعلان الوظائف الخالية بجامعات المملكة لشغل وظائف أعضاء هيئة تدريس بالجامعات السعودية، وكلا الجمهورين يتاح لهما الدخول على موقع الملحقية باستخدام رقم هوية وكلمة سر، وهو ما يعبر عن حرص الموقع على الخصوصية والسرية.

ثالثاً: طبيعة المحتوى لموقع الملحقية السعودية محل الدراسة:

(1) التعريف بالملحقية عينة الدراسة:



رسم بياني رقم (2)

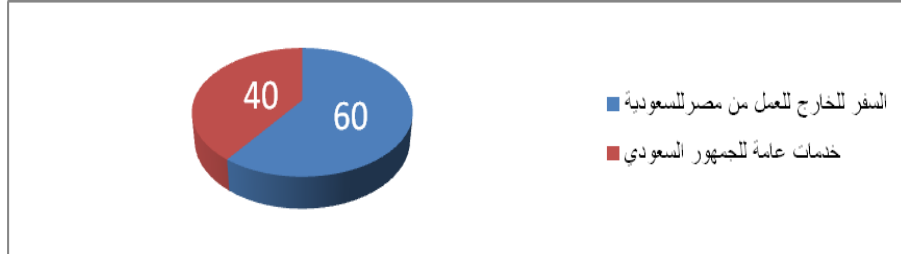
عناصر التعريف بالملحقية على الموقع الإلكتروني لها محل الدراسة

كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن بروز الرؤية والرسالة وكذلك إطار العمل للملحقية في المقدمة بنسبة 35% لكل منهما، حيث حرصت الملحقية على إبراز العلاقات السعودية المصرية على موقعها من خلال تقديم نبذة عن مصر، ونبذة عن المملكة العربية السعودية، ونبذة عن تاريخ العلاقات الدولية بينهما، كما أن الموقع تضمن شرحاً وافياً لنظام التعليم بالدولتين، وإجراءات القبول، والوثائق والمستندات المطلوبة للتسجيل بالجامعات المصرية، فضلاً عن إبراز الجامعات الموصى بالالتحاق بها مثل جامعة القاهرة، وجامعة عين شمس، وجامعة حلوان، علاوة على إتاحة الموقع إبراز المعلومات المتعلقة بالمساعدة والدعم التعليمي، والخدمات الإلكترونية المتاحة للطلاب وللجامعات وموظفي الوزارة.

كما تضمن الموقع إبراز لأهداف الملحقية تحت بند كلمة الملحق، وبند المشاركة الاجتماعية الإلكترونية، والدول التي تشرف عليها الملحقية، فضلاً عن توضيح أقسام الملحقية، أما عن كيفية الوصول لخدماتها، فإنه تم إبراز أرقام الهاتف للتواصل.

لوحظ بشكل عام أن الدخول على بعض الصفحات الداخلية لموقع الملحقية غير متاح للجمهور، لأنها تتضمن خدمات خاصة للمتفاعلين مع الملحقية وتتمثل في تسجيل البيانات بالوظائف الشاغرة حيث يتطلب أن يكون الفرد معرفاً لديهم بالبريد الإلكتروني والرقم السري للدخول، لكن الصفحات المتاحة للجمهور تتمثل في التعرف على الأخبار العامة للملحقية وأنشطتها، وكذلك التعريف بالخدمات المتاحة بالملحقية.

(2) إبراز الخدمات موقع الملحقية السعودية محل الدراسة:

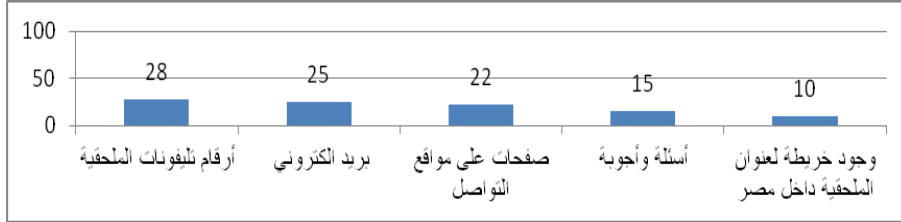


رسم بياني رقم (3)

إبراز خدمات ومقترحات على موقع الملحقية السعودية محل الدراسة

يتضح لنا من الرسم السابق الذي يناقش الخدمات المقدمة من قبل الملحقية أن النسبة الأكبر والتي بلغت 60% تركزت حول إتاحة المعلومات عن السفر للخارج للعمل من مصر للسعودية للاتحاق مع أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية، في حين تمثلت باقي خدمات الموقع في إتاحة خدمات تعليمية عامة للجمهور السعودي المقيم في مصر.

(4) كيفية التواصل مع موقع الملحقية السعودية محل الدراسة:



رسم بياني رقم (4)

كيفية التواصل مع موقع الملحقية السعودية محل الدراسة

أتاح الموقع الإلكتروني إمكانية التواصل مع الملحقية بطرق متنوعة، تصدرها إتاحة أرقام الهواتف الخاصة بالملحقية السعودية الثقافية بمصر، تلاه البريد الإلكتروني الخاص بالملحقية والذي يتيح حرية إرسال أي استفسارات عليه والرد عليها بشكل خاص وسري.

وجاءت روابط صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة والتي تمثلت في الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب، حيث لوحظ أن هناك ارتباط ما بين

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

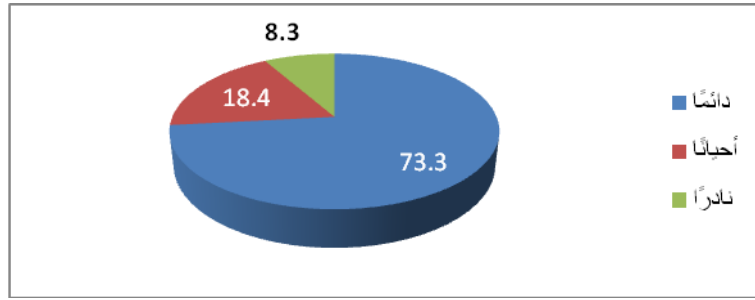
تحديث الموقع الإلكتروني وتحديث هذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يحفز التفاعل الدائم مع هذه الصفحات، إلا أنه لوحظ عدم إتاحة التعليق على ما ينشر في غالبية المحتوى المنشور.

وجاء في الترتيب الرابع رابط أسئلة وأجوبة للتفاعل مع الموقع والذي يتيح الإعلان عن الأسئلة العامة المتعلقة بالخدمات التعليمية للملحقية، وأخيراً في الترتيب الخامس جاءت إتاحة خريطة لعنوان الملحقية الثقافية السعودية داخل مصر والتي تتسم بالوضوح التام مما يسهل عملية الوصول الفعلي للملحقية.

الحادي عشر: نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج التساؤلات العامة للدراسة الميدانية:

- معدل استخدام العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر للإنترنت:



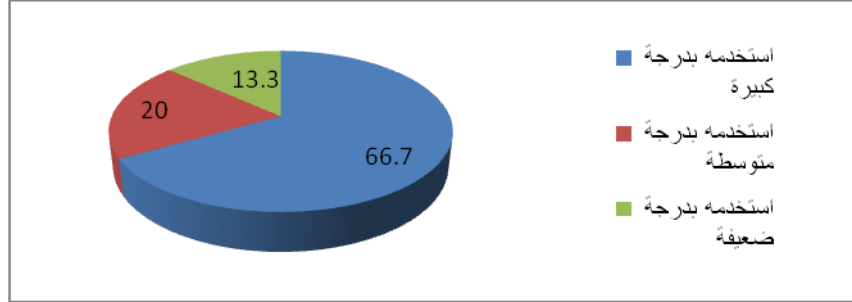
رسم بياني رقم (5)

معدل استخدام العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

يكشف الرسم البياني السابق عن أن معدل استخدام العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر للإنترنت عامة في حياتهم مرتفع، حيث الاستخدام الدائم له لدى نسبة 73.3% من عينة الدراسة، تلاه بفارق كبير الاستخدام غير المنتظم لدى نسبة 18.4% وأخيرًا الاستخدام النادر لدى نسبة 8.3% من العينة.

- مستوى استخدام الانترنت في مجال العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

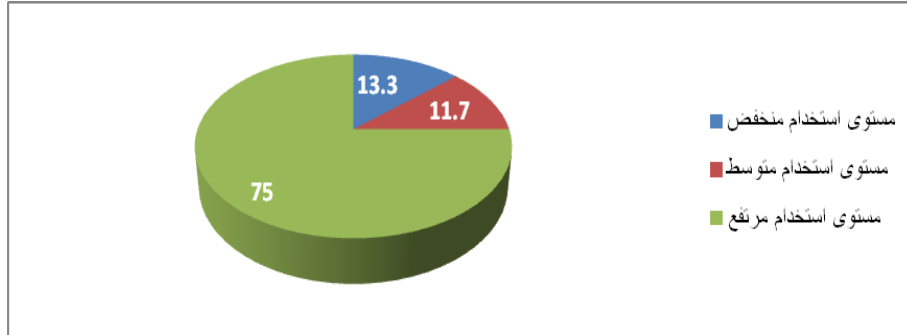


رسم بياني رقم (6)

مستوى استخدام الانترنت في مجال العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

يكشف الرسم البياني السابق عن أن مستوى استخدام العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر للإنترنت عامة في عملهم مرتفع، حيث الاستخدام الدائم له لدى نسبة 66.7% من عينة الدراسة، تلاه بفارق كبير الاستخدام المتوسط لدى نسبة 20% وأخيراً الاستخدام الضعيف لدى نسبة 13.3% من العينة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على السؤالين السابقين، مقياساً عاماً لكثافة استخدام الإنترنت، حيث كان المتوسط العام لاستخدام الإنترنت 79.5 درجة، وكانت مستويات كثافة استخدام عينة الدراسة من العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر كما يلي:



رسم بياني رقم (7)

مستوى استخدام العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر للإنترنت

يكشف الرسم البياني السابق عن أن العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر يستخدموا الانترنت بمستوى مرتفع بنسبة 75%، تلاه بفارق كبير الاستخدام

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

المنخفض لدى نسبة 13.3% من العينة، ثم الاستخدام المتوسط لدى نسبة 11.7% من العينة، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (عبد العزيز بن حمد الثنيان، 2003) ⁽²⁰⁾ بأن أفادت بأن نسبة 71% من إدارات العلاقات العامة في الشركات السعودية الكبرى تستخدم الإنترنت بشكل دائم، وأضافت دراسة شيرلين دك Shearlean Duke (2002) ⁽²¹⁾ أن نسبة 97% من موظفي العلاقات العامة لديهم موقع إلكتروني لمنظمتهم، كما ذكرت نسبة 75% مستخدمون الشبكة للبحث عن القضايا وأن 38% يستخدمونها لمعرفة المنافسين.

- المواقع الإلكترونية التي تستخدمها عينة الدراسة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

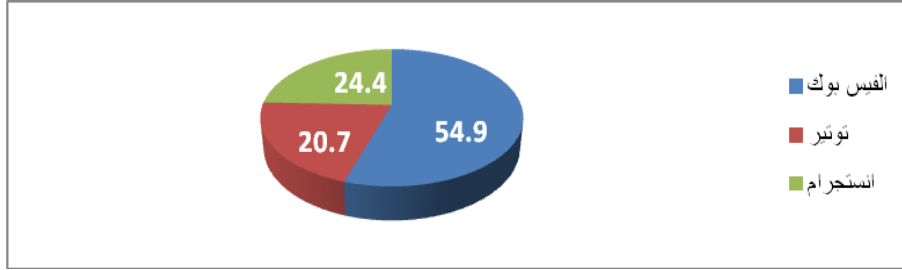
جدول رقم (1)

المواقع الإلكترونية التي تستخدمها عينة الدراسة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

الترتيب	المتوسط المرجح	درجة الاستخدام								المواقع
		لا أستخدمها		نادرا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	84.7	8.3	5	1.7	1	16.7	10	73.3	44	الموقع الإلكتروني
2	56.8	11.7	7	33.3	20	23.3	14	31.7	19	مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الموقع الإلكتروني جاء في الترتيب الأول من حيث استخدام العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر لها بمتوسط مرجح بلغ 84.7 درجة، تلاه في الترتيب الثاني مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح بلغ 56.8 درجة، وعن مواقع التواصل الاجتماعي التي تتفاعل معها عينة الدراسة كما يوضحها الرسم البياني التالي:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً



رسم بياني رقم (8)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يتفاعل معها العاملين في الملحقية الثقافية
السعودية بمصر

يكشف الرسم البياني السابق عن أن موقع الفيس بوك جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتفاعل معها بعض العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر وذلك بنسبة 54.9% من عينة الدراسة، تلاه استخدام موقع الانستجرام لدى نسبة 24.4%، وأخيراً استخدام موقع التويتر بنسبة 20.7%.

- عدد ساعات الاستخدام اليومية للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

جدول رقم (2)

عدد ساعات الاستخدام اليومية للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في
ممارسة أنشطة العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

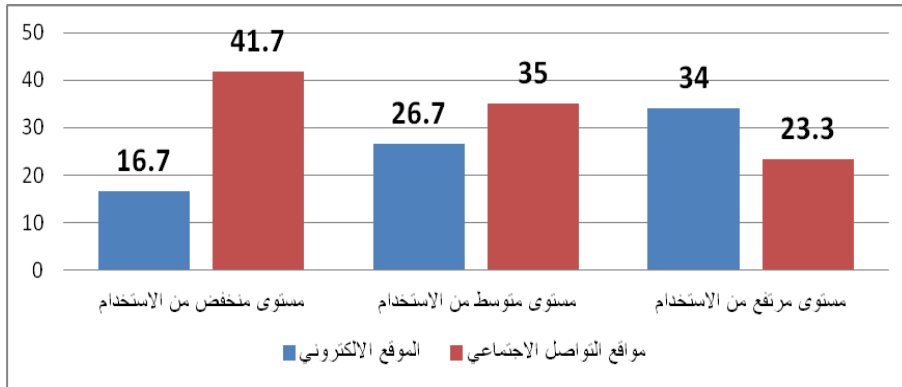
مواقع التواصل الاجتماعي		المواقع الإلكترونية		عدد ساعات الاستخدام
%	ك	%	ك	
43.4	23	29.1	16	من يوم إلى يومين في الأسبوع
15.1	8	9.1	5	من 3 إلى 4 أيام في الأسبوع
41.5	22	61.8	34	استخدمه يومياً
100	53	100	55	الإجمالي*

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة 61.8% من عينة الدراسة تستخدم الموقع الإلكتروني للملحقية في المقدمة، تلاه نسبة 29.1% من عينة الدراسة تستخدم الموقع الإلكتروني من يوم ليومين في الأسبوع، تلاه في الترتيب الثالث ولدى نسبة 9.1% من العينة تستخدم الموقع الإلكتروني من 3 إلى 4 أيام في الأسبوع، في مقابل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

المقدمة لدى نسبة 43.4% من يوم ليومين في الأسبوع، تلاه الاستخدام اليومي لهذه المواقع بنسبة 41.5%، وأخيراً جاء نسبة 15.1% من العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من 3 إلى 4 أيام في الأسبوع.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياساً عامًا لكثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، وكان المتوسط العام لاستخدام الموقع الإلكتروني للملحقية (72) درجة في مقابل المتوسط العام لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي (48.8) درجة، وكانت مستويات الاستخدام لكلاهما كما يوضحها الرسم البياني التالي:



رسم بياني رقم (9)

مستوى استخدام العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لكلا من الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للملحقية

يتضح من الرسم السابق ارتفاع مستوى استخدام الموقع الإلكتروني للملحقية عن مواقع التواصل الاجتماعي التي لا يتاح فيها خاصية التفاعل والرد على الجمهور بل هي مجرد نشر خبري لما يتاح على الموقع، وبالتالي يعد الموقع الإلكتروني للملحقية هو الأساس، وأن الغرض من مواقع التواصل الاجتماعي هو ضمان سرعة نشر المعلومة ووصولها بشكل أسرع وفي رسائل مباشرة للجمهور المستهدف للملحقية الثقافية السعودية بمصر.

- مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) في ممارسة أنشطة العلاقات العامة:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

جدول رقم (3)

مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) في ممارسة أنشطة العلاقات العامة

الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي						الوزن النسبي	المواقع الإلكترونية						العبارات
	نادرا		أحيانا		دائما			نادرا		أحيانا		دائما		
	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
60	5	3	70	42	25	15	63.4	15	9	43.3	26	41.7	25	نشر أخبار الملحقية على نطاق واسع (محلي وعالمي) بالتواصل مع وسائل الإعلام المختلفة
57.5	6.7	4	71.7	43	21.7	13	59.2	15	9	51.7	31	33.3	20	جمع كل ما ينشر عن الملحقية
59.2	11.7	7	58.3	35	30	18	62.5	10	6	55	33	35	21	التواصل مع المؤسسات الأخرى المرتبطة بالملحقية
51.7	25	15	46.7	28	28.3	17	55	25	15	40	24	35	21	إجراء استطلاعات الجمهور حول قضايا الملحقية
71.7	6.7	4	43.3	26	50	30	65.8	15	9	38.3	23	46.7	28	الرد على استفسارات وشكاوى الجمهور
56.7	15	9	56.7	34	28.3	17	64.2	10	6	51.7	31	38.3	23	جمع كل ما ينشر عن المنظمة
61.7	1.7	1	73.3	44	25	15	69.2	1.7	1	58.3	35	40	24	جمع المعلومات اللازمة لوضع خطط واستراتيجيات العلاقات العامة والملحقية بشكل عام
69.2	6.7	4	48.3	29	45	27	65.8	10	6	48.3	29	41.7	25	التنسيق بين العاملين وبين الإدارات المختلفة داخل الملحقية
61.7	6.7	4	63.3	38	30	18	59.2	20	12	41.7	25	38.3	23	تنفيذ الحملات الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية المختلفة التابعة للملحقية
49.2	25	15	51.7	31	23.3	14	48.3	35	21	33.3	20	31.7	19	نشر وجهة نظر الملحقية حول ثورات الربيع العربي
51.7	15	9	66.7	40	18.3	11	51.7	20	12	56.7	34	23.3	14	تقييم برامج العلاقات العامة

يوضح الجدول رقم (3) مجالات استخدام عينة الدراسة للموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي التابعين للملحقية الثقافية السعودية بمصر، حيث جاء في المرتبة الأولى جاء جمع معلومات مفيدة لوضع خطط واستراتيجيات العلاقات بوزن نسبي

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

69.2% بالنسبة للموقع الإلكتروني، وهو الأمر الذي احتل الترتيب الثالث بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 61.7%.

وفي الترتيب الثاني جاء الرد على استفسارات الجمهور وشكواهم، وبذات الترتيب جاء التنسيق بين العاملين وبين الإدارات المختلفة داخل الملحقية، وهي المجالات التي اختلف ترتيبها بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتل مجال الجمهور الترتيب الأول بوزن نسبي 71.7%، في حين احتل مجال التنسيق الترتيب الثاني بوزن نسبي 69.2%.

وفي الترتيب الثالث جاء جمع كل ما ينشر عن المنظمة بوزن نسبي 64.2% للمواقع الإلكترونية، في حين اختلف الأمر بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي حيث احتل الترتيب الثالث تنفيذ الحملات الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية المختلفة التابعة للملحقية وذلك بوزن نسبي 61.7%.

اتفق كل من الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع من حيث الاهتمام بنشر أخبار الملحقية على نطاق واسع (محلي/ عالمي) بالتواصل مع وسائل الإعلام المختلفة، وهو ما اتضح في الدراسة التحليلية للموقع، حيث تنوع الوسائل العربية والمصرية التي تنشر أخبار الملحقية، كما اتفق كلا الموقعين في الترتيب الخامس من حيث مجال التواصل مع المؤسسات الأخرى المرتبطة بالملحقية حيث حرص على التعريف بالجامعات المصرية المتعامل معها، وكذلك الجامعات السعودية التي تستقبل أعضاء هيئة التدريس، وذلك بوزن نسبي 62.5% بالنسبة للموقع الإلكتروني، وبوزن نسبي 59.2% لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي النتيجة التي تتفق مع رؤية (22) (Hill & White, 2000) بأن من أهم الفوائد التي تقدمها المواقع الإلكترونية لممارسي العلاقات العامة هي دعم وتعزيز أنشطة العلاقات الإعلامية، ويعني ذلك أن المواقع الإلكترونية قدمت طريقاً سهلاً لنشر البيانات والمعلومات التي تُعد مصدرًا معلوماتيًا لوسائل الإعلام وتقوم وسائل الإعلام بإعادة نشر تلك البيانات والأخبار المنشورة على صفحات المواقع الإلكترونية للمنظمات إلى الجماهير الواسعة.

ومن خلال النتائج السابقة يتضح اهتمام الممارسين أكثر باستخدام المواقع في القيام بوظيفتي "التقييم والتنسيق" بين العاملين داخل الملحقية وكذلك في التواصل مع المؤسسات الخارجية، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسات (Roger C. Peek, 2003)⁽²³⁾، (Theodore J. Sofianos, 2005)⁽²⁴⁾، (Julie

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

(M. Bjorkman, 2007)⁽²⁵⁾ ، (Karen Elizabeth, 2007)⁽²⁶⁾ من حيث تأثير الاتصالات مع العاملين على فاعلية المنظمة من عدة جوانب، كوجود علاقة بين الاتصالات الداخلية ورضا العاملين، وتلعب الاتصالات الداخلية دوراً هاماً في إشراك العاملين في إستراتيجية ورؤية المنظمة، يزيد إحساس العاملين بالمسئولية المشتركة عندما يبدي المديرون الإنصات لهم.

وجاء في الترتيب الثاني اهتمام ممارسي العلاقات العامة بوظيفة "النشر والإعلام" مقابل ضعف الاهتمام باستخدام هذه المواقع في "التفاعل والحوار" مع جماهير المنظمة حيث جاءت عبارة "إجراء استطلاعات الجمهور، وعبارة إجراء حوارات مع الجمهور" في مراتب متأخرة في كلا الموقعين على الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي من المفترض أن هدفها الأساسي هو فتح مجال الحوار مع الجمهور والتعرف على الرؤي المختلفة منهم، حيث ندرة تعليقات الجمهور على منشورات الملحقية، وبشكل عام غالبية الدراسات السابقة التي تطرقت لمفهوم الحكومة الإلكترونية أكدت على أن المواقع الإلكترونية للحكومات تهتم بفكرة النشر المعلوماتي في المقام الأول، وأن الخدمات يغلب عليها طابع تقديم المعلومات، وذلك مثل دراسة (عبد المنعم صالح يونس، 2015) (27)

- الموضوعات والمضامين التي يتم نشرها في المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر:

جدول رقم (4)

الموضوعات والمضامين التي يتم نشرها في المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر

الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي						الوزن النسبي	المواقع الإلكترونية						الموضوعات
	غير مهم		مهم لحد ما		مهم جداً			غير مهم		مهم لحد ما		مهم جداً		
	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
63.4	1.7	1	70	42	28.3	17	75.8	1.7	1	45	27	53.3	32	معلومات عن تاريخ الملحقية وإنجازاتها
63.4	6.7	4	60	36	33.3	20	78.3	6.7	4	30	18	63.3	38	معلومات عن رؤية الملحقية وفلسفتها
70.8	1.7	1	55	33	43.3	26	91.7	1.7	1	13.3	8	85	51	معلومات عن خدمات الملحقية
63.4	6.7	4	60	36	33.3	20	73.4	11.7	7	30	18	58.3	35	مقاطع صوتية وفيديوهات تعريفية بالملحقية وإنتاجها

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

63.4	11.7	7	50	30	38.3	23	77.5	11.7	7	21.7	13	66.7	40	نقاير سنوية
64.2	6.7	4	58.3	35	35	21	80	6.7	4	26.7	16	66.7	40	مطبوعات ومنشورات الملحقية
51.7	16.7	10	63.3	38	20	12	64.2	20	12	31.7	19	48.3	29	بيانات صحفية
60.8	6.7	4	65	39	28.3	17	79.2	6.7	4	28.3	17	65	39	معلومات عن العاملين وانجازاتهم
62.5	5	3	65	39	30	18	70	5	3	50	30	45	27	معلومات عن الأنشطة التفاعلية مع المجتمع كنوع من الشراكة المجتمعية
70.8	1.7	1	55	33	43.3	26	72.5	15	9	25	15	60	36	روابط نتيج للجمهور التواصل بإدارة الملحقية مباشرة
72.5	1.7	1	51.7	31	46.7	28	82.5	6.7	4	21.7	13	71.7	43	روابط نتيج للجمهور تقديم شكاوى ومقترحات
62.5	5	3	65	39	30	18	71.7	15	9	26.7	16	58.3	35	روابط نتيج للجمهور تقديم أفكار تجاه أنشطة الملحقية ومخرجاتها
59.2	6.7	4	68.3	41	25	15	67.5	11.7	7	41.7	25	46.7	28	استطلاعات آراء الجمهور حول بعض القضايا
54.2	11.7	7	68.3	41	20	12	56.7	28.3	17	30	18	41.7	25	روابط نتيج لممارسي العلاقات العامة التعرف على ردة فعل الصحفيين
54.2	11.7	7	68.3	41	20	12	65	16.7	10	36.7	22	46.7	28	روابط لمواقع خارجية مهتمة بنفس مجال عمل الملحقية

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى تصدر المعلومات الخاصة بالخدمات التعليمية من حيث اهتمام ممارسي العلاقات العامة في المقدمة وذلك بوزن نسبي 91.7% للموقع الإلكتروني لتحتمل الترتيب الأول في مقابل وزن نسبي 70.8% لمواقع التواصل الاجتماعي لتحتمل الترتيب الثاني.

وجاء اهتمام ممارسي العلاقات العامة في ترتيب لاحق بإتاحة روابط للجمهور للتواصل بإدارة الملحقية مباشرة وذلك بوزن نسبي 82.5% للموقع الإلكتروني ليحتل بذلك الموضوع الترتيب الثاني، في مقابل وزن نسبي 72.5% لمواقع التواصل الاجتماعي ليحتل بذلك الموضوع الترتيب الأول، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له الدراسة التحليلية حيث أن الملحقية تهتم بشكل كبير في تنوع وسائل توصيل المعلومة المتعلقة بالخدمة التعليمية لجمهورها المستهدف سواء عن تخصيص رقم واسم سري للتواصل الشخصي مع مسؤولي الموقع، وكذلك إنشاء تطبيق للخدمات

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

التعليمية على الهواتف الذكية لضمان سرعة وصول المعلومة للجمهور المستهدف، كما أن الملحقية أعلنت عن روابط متعددة للتواصل معها سواء كان الهاتف أو عنوان الملحقية، أو تخصيص رقم واسم سري لكل فرد، فضلاً عن التحاور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك عبر بندا أسئلة وأجوبة، وإتاحة رابط للاستفسارات.

وتكشف البيانات السابقة عن ارتفاع اهتمام ممارسي العلاقات العامة والاتصال بالمعلومات الخاصة بالمنظمات (تاريخها ورؤيتها وفلسفتها وإنجازاتها ومنتجاتها وخدماتها) حيث احتلت هذه المعلومات المراتب الأولى في أولويات اهتمام الممارسين، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (سلمان فيحان فيصل، 2012)⁽²⁸⁾ والتي أكدت على أن المواقع الإلكترونية للمنظمات تهتم بتقديم معلومات عن مجال عمل المنظمة وتاريخها في السوق والرؤية المهمة في تحكيم سياسات عملها بما يحقق تكوين صورة ذهنية جيدة عنها تدعم سمعتها عن السوق.

وجاء اهتمامهم بالاتصال التفاعلي بالدرجة الوسطى حيث وردت الروابط الخاصة بالتواصل مع إدارة المنظمة وتقديم شكاوى واقتراحات وأفكار تجاه أنشطة المنظمة في المراتب الوسطى في أولويات اهتمام الممارسين، كما تؤكد نتائج الجدول عن ضعف اهتمام الممارسين بالجوانب التفاعلية نسبياً إذا ما قورنت باهتمامهم بنشر المعلومات، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (أحمد عبد الرحمن، 2017)⁽²⁹⁾ بأنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد عينة الدراسة على أنشطة العلاقات العامة وأنواع المعلومات التي يحصلوا عليها، ودراسة (هنية محمد سلام 2008)⁽³⁰⁾ بأن من أهداف استخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال العلاقات العامة سرعة الحصول على المعلومات.

وتتسق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (خيرت عياد، 2006)⁽³¹⁾، حيث كشفت عن تصدر المعلومات الخاصة بمنتجات المنظمة وخدماتها قائمة الموضوعات التي ينبغي تضمينها في مواقع المنظمات على شبكة الإنترنت، يليها المعلومات المتعلقة بمهمة المنظمة وفلسفتها، وفقاً لرؤية ممارسي العلاقات العامة في تلك المنظمات، كما أثبتت وجود اتجاهات قوية لدى ممارسي العلاقات العامة نحو تبني نموذج الإعلام العام والوكالة العامة (نشر المعلومات) أكثر من اهتمامهم بتبني نموذج الاتصال المتمثل وغير المتمثل (الاتصال التفاعلي مع جمهور المنظمة).

- العوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدام المواقع الإلكترونية وموقع التواصل الاجتماعي في ممارسة مهنتهم بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

جدول رقم (5)

العوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدام المواقع الإلكترونية وموقع التواصل
الاجتماعي) في ممارسة مهنتهم بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي						الوزن النسبي	الموقع الإلكتروني						العبارات
	معارض		محايد		موافق			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
71.7	1.7	1	53.3	32	45	27	82.5	1.7	1	31.7	19	66.7	40	استخدام المواقع مفيد في نشر أخبار الملحقية والتواصل مع الجمهور
73.4	1.7	1	50	30	48.3	29	86.7	1.7	1	23.3	14	75	45	يساعدني استخدام هذه المواقع على إنجاز أنشطة الاتصال والعلاقات العامة بسرعة
66.7	1.7	1	63.3	38	35	21	85	1.7	1	26.7	16	71.7	43	استخدام المواقع يزيد معدل إنتاجي في العمل
62.5	11.7	7	51.7	31	36.7	22	71.7	11.7	7	33.3	20	55	33	استخدامي لهذه المواقع يزيد من فرصتي بالترقية في العمل
68.4	6.7	4	50	30	43.3	26	81.7	6.7	4	23.3	14	70	42	استخدامها سهل وبسيط
60.8	10	6	58.3	35	31.7	19	79.2	5	3	31.7	19	63.3	38	من السهل بالنسبة لي التعلم والتدريب على استخدامها في العمل
55	18.3	11	53.3	32	28.3	17	53.4	31.7	19	30	18	38.3	23	استخدم هذه المواقع لأن زملائي في العمل يستخدمونها
60.8	10	6	58.3	35	31.7	19	68.4	18.3	11	26.7	16	55	33	توفر لي إدارة الملحقية الدعم في استخدام هذه المواقع في عملي
64.2	6.7	4	58.3	35	35	21	70	15	9	30	18	55	33	لدي الموارد اللازمة لاستخدام هذه المواقع
66.7	1.7	1	63.3	38	35	21	75	1.7	1	46.7	28	51.7	31	أملك المعرفة المطلوبة لاستخدام هذه المواقع
47.5	15	9	75	45	10	6	55.8	20	12	48.3	29	31.7	19	توفر المنظمة فنيين متخصصين يساعدوني على تجاوز صعوبات استخدام هذه المواقع
63.4	10	6	53.3	32	36.7	22	77.5	13.3	8	18.3	11	68.3	41	أتوقع أن استخدامي لهذه المواقع في تادية وظيفتي سيستمر في المستقبل

يتضح من الجدول السابق تنوع العوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدام المواقع الإلكترونية وموقع التواصل الاجتماعي) في ممارسة مهنتهم بالملحقية الثقافية السعودية بمصر والتي هي مستخلصة من منظور النظرية الشاملة لتطبيق وقبول التكنولوجيا، وهي مقسمة لخمسة عوامل رئيسية على النحو التالي- مرتبة من الأعلى تأثيراً فالأقل:-

- تصدر عامل توقع الأداء قائمة عوامل تبني العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لاستخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي

المقدمة بوزن نسبي 81.5% للموقع الإلكتروني في مقابل وزن نسبي 68.6% لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث مثلت هذه الأوزان متوسط إجابات عينة الدراسة على العبارات (استخدام الموقع مفيد في نشر أخبار الملحقية والتواصل مع الجمهور، ويساعدني استخدام الموقع على إنجاز أنشطة الاتصال والعلاقات العامة بسرعة، واستخدام الموقع يزيد معدل إنتاجي في العمل، واستخدام الموقع يزيد من فرصتي بالترقية في العمل)، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (هدى بن محمد، وعبدالنور موساوي، 2009)⁽³²⁾ بأن نظام المعلومات يسهم في تحسين الأداء الوظيفي في هذه الشركات، وذلك لأنه يؤدي إلى توفير الوقت والجهد وتقليل الأخطاء.

- وجاء عامل توقع الجهد في الترتيب الثاني من عوامل تبني العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لاستخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك بوزن نسبي 80.5% للموقع الإلكتروني في مقابل وزن نسبي 64.6% لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث مثلت هذه الأوزان متوسط إجابات عينة الدراسة على العبارات (استخدامها سهل وبسيط، ومن السهل بالنسبة لي التعلم والتدريب على استخدامها في العمل).

- وجاء عامل نية الاستخدام في الترتيب الثالث من عوامل تبني العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لاستخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك بوزن نسبي 77.5% للموقع الإلكتروني في مقابل وزن نسبي 63.4% لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم قياسه من إجابة عينة الدراسة على عبارة (أتوقع أن استخدامي للموقع في تأدية وظيفتي مستمر في المستقبل).

- وجاء عامل الظروف المساعدة في الترتيب الرابع من عوامل تبني العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لاستخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك بوزن نسبي 67% للموقع الإلكتروني في مقابل وزن نسبي 59.5% لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم قياسه من إجابة عينة الدراسة على العبارات (لدى الموارد اللازمة لاستخدام الموقع، وامتلك المعرفة المطلوبة لاستخدام الموقع، وتوفر المنظمة فنيين متخصصين يساعدوني على تجاوز صعوبات استخدام الموقع).

- وأخيراً جاء عامل التأثيرات الاجتماعية في الترتيب الخامس والأخير من عوامل تبني العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لاستخدام الموقع الإلكتروني

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك بوزن نسبي 60.9% للموقع الإلكتروني في مقابل وزن نسبي 57.9% لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم قياسه من إجابة عينة الدراسة على العبارات (استخدم الموقع لأن زملائي في العمل يستخدمونها، وتوفر لي إدارة الملحقية الدعم في استخدام هذه المواقع في عملي).

- تعكس النتيجة السابقة بأن عوامل تبني العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر للموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي تتعلق بتحسين الأداء في العمل، وتقليل الجهد المبذول، أكثر من تعلقهم بالجوانب والمكانة الاجتماعية، حيث يتفوق عاملي توقع الجهد وتوقع الأداء على عاملي التأثيرات الاجتماعية والظروف المساعدة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (33) (Mobahi , 2011)، والتي توصلت إلى تصدر عامل توقع الجهد عوامل تبني المبحوثين لخدمات الحكومة الإلكترونية، فيما جاء عامل التأثيرات الاجتماعية في المرتبة الأخيرة، وكذلك دراسة (34) (Alshehri, et al , 2012) التي وجدت أن العوامل التي أثرت في سلوك استخدام الموظفين لخدمات الحكومة الإلكترونية، هي: توقع الأداء، وتوقع الجهد، والظروف المساعدة، وجودة الموقع، في حين لم يظهر أي تأثير لعامل التأثيرات الاجتماعية، وكذلك دراسة (35) (Lederer et al , 2000) التي أشارت إلى أن عاملي الفوائد المتوقعة وسهولة الاستخدام يؤثران على استخدام الموظفين للشبكة، لكن تأثير الفوائد المتوقعة كان أعلى من تأثير سهولة الاستخدام.
- الاتجاهات نحو استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

جدول رقم (6)

العوامل الاتجاهات نحو استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في
ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي						الوزن النسبي	المواقع الإلكترونية						العبارات
	معارض		محايد		موافق			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
الاتجاهات الإيجابية														
61.7	25	15	26.7	16	48.3	29	80.8	1.7	1	35	21	63.3	38	تسهيل عملية التواصل بوسائل الإعلام
76.7	1.7	1	43.3	26	55	33	80.8	1.7	1	35	21	63.3	38	وسائل رخيصة التكلفة في الوصول للجمهور
72.5	1.7	1	51.7	31	46.7	28	85.8	1.7	1	25	15	73.3	44	وسائل لتعزيز والحفاظ على العلاقات مع جماهير الملحقية

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

60.8	11.7	7	55	33	33.3	20	80.8	1.7	1	35	21	63.3	38	تمكن العاملين من القيام بعملهم بفاعلية أكبر
64.2	10	6	51.7	31	38.3	23	81.7	5	3	26.7	16	68.3	41	نتيح معرفة آراء الجمهور واتجاهاته حول الملحقية
64.2	5	3	61.7	37	33.3	20	72.5	8.3	5	38.3	23	53.3	32	تقدم لممارسي العلاقات العامة معلومات فورية حول مجال العمل
70.8	1.7	1	55	33	43.3	26	75	5	3	40	24	55	33	تساعد في التغلب على مشكلات وسائل الاتصال التقليدية
68.4	1.7	1	60	36	38.3	23	76.7	6.7	4	33.3	20	60	36	يمكن استخدامها من قبل ممارسي الاتصال بالملحقية في أي وقت وعلى مدار 24 ساعة
68.4	1.7	1	60	36	38.3	23	80	1.7	1	36.7	22	61.7	37	وسيلة فعالة للتواصل مع الجماهير عند حدوث أزمة وخاصة في وقت نورات الربيع العربي
الاتجاهات السلبية														
53.4	10	6	73.3	44	16.7	10	67.5	5	3	55	33	40	24	استخدامها غير أمن حيث تعرض معلومات الملحقية للقرصنة
46.7	23.3	14	60	36	16.7	10	41.7	33.3	20	50	30	16.7	10	لا تحقق النتائج التي يحقها الاتصال الشخصي أو الاتصال التقليدي الجماهيري
31.7	45	27	46.7	28	8.3	5	43.4	35	21	43.3	26	21.7	13	وسائل تتسم بالتعقيد في استخدامها
38.4	36.7	22	50	30	13.3	8	40.8	40	24	38.3	23	21.7	13	استخدامها مجرد جميل لصورة الملحقية ومكانتها التنافسية

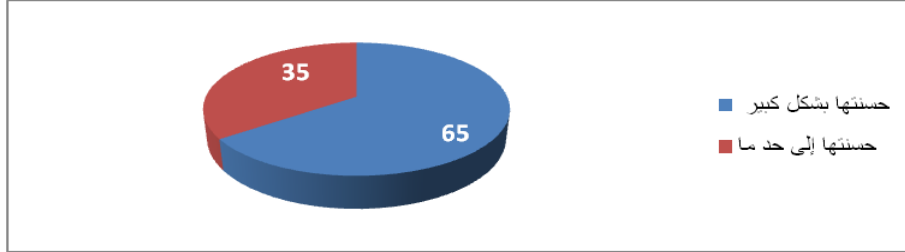
من خلال قراءة بيانات الجدول رقم (6) يتضح لنا ارتفاع الوزن النسبي للاتجاهات الإيجابية لدى العاملين في الملحقية الثقافية السعودية نحو استخدام كل من الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسات العلاقات العامة مقابل انخفاض الوزن النسبي للاتجاهات السلبية، حيث حصلت الاتجاهات الإيجابية على وزن نسبي عام 79.3 للموقع الإلكتروني و67.5% لمواقع التواصل الاجتماعي، في مقابل وزن نسبي عن الاتجاهات السلبية نحو الموقع الإلكتروني بلغ 48.4% ووزن نسبي 42.6% لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (خيرت عياد، 2014)⁽³⁶⁾ حيث وجدت أن ممارسي العلاقات العامة في الدوائر والهيئات الحكومية في دبي ينظرون لوسائل الإعلام نظرة إيجابية بوجه عام، حيث يرون أن العلاقة مع وسائل الإعلام يجب أن تقوم على المصلحة المتبادلة، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة وسائل رخيصة التكلفة في الوصول الى الجماهير العريضة للمنظمة.

ومن خلال تفحص النتائج السابقة يمكن القول بأن لدى الممارسين اتجاهاً إيجابياً عالياً نحو استخدام المواقع الإلكترونية في ممارسات العلاقات العامة، وحاز استخدام المواقع الإلكترونية في عملية في الاتصال التفاعلي وتعزيز علاقات المنظمة بجماهيرها تلاه في عملية الإعلام والنشر، وكذلك رخص التكلفة في عملية التواصل خاصة مع مواقع التواصل الاجتماعي، علاوة على فكرة إيجابية هذه المواقع الإلكترونية في التغلب على عقبات وسائل الإعلام التقليدي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (السيد بخيت، 2007)⁽³⁷⁾، التي كشفت عن وجود تصورات إيجابية عالية لدى ممارسي العلاقات العامة في الإمارات نحو فوائد استخدام وسائل التواصل الإلكتروني، وجاء الاتجاه نحو فائدة وسائل التواصل الإلكتروني في تسهيل التواصل بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في المرتبة الأولى، يليها توسيع التغطية الإعلامية، ثم تدعيم العلاقات مع الصحفيين، فيما جاءت فائدة استخدام هذه الوسائل على مدار 24 ساعة في المراتب الأخيرة لفوائد وسائل التواصل الإلكتروني من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة، وتضيف دراسة (سلوى العوادلي، 2012)⁽³⁸⁾، أن نسبة 96% من المسوقين يرون أن استخدام الوسائل الاجتماعية في الحملات التسويقية رخيص التكلفة ولا يوجد أي مخاطر تعلق بالمال في استخدامها، تلتها عبارة تتيح معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو المنظمة وأنشطتها، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (Capriotti & Kuklinskib, 2012)⁽³⁹⁾، من أن الجيل الثاني للشبكة العنكبوتية المتمثل في مواقع الشبكات الاجتماعية قد لبي متطلبات الاتصالات التفاعلية والتماثلية، وعزز العلاقات الحوارية بين المنظمة وجماهيرها.

- تحسين توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) أداء مهام عمل العلاقات العامة في الملحقية الثقافية السعودية بمصر:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

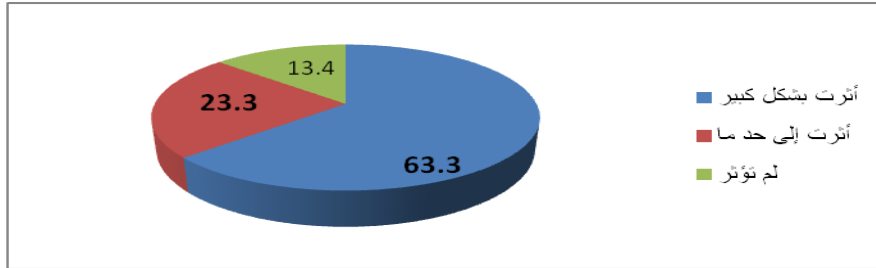


رسم بياني رقم (10)

تحسين توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) أداء مهام العمل في الملحقية الثقافية السعودية بمصر

عبر نسبة 65% من العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر بأن توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الموقع الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي) حسن من أداء مهام عمل العلاقات العامة في الملحقية بشكل كبير، في مقابل نسبة 35% من العينة التي رأت أن توظيفها حسن الأداء إلى حد ما، وتتفق هذه النتيجة مع رؤية ممارسي العلاقات العامة في دراسة (سماح غلاب، 2014)⁽⁴⁰⁾ التي ترى أن 69.5% من الممارسين من استخدامهم للإنترنت قد طوّر بشكل كبير أدائهم في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، فيما يرى 27% أن التطوير كان بشكل متوسط، ويرى 3.5% أن استخدام الإنترنت لم يُطور أدائهم في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.

- أثر استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي على استخدامكم لوسائل الإعلام التقليدية (كالتلفزيون والصحف) في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:



رسم بياني رقم (11)

تحسين أثر استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي على استخدامكم لوسائل الإعلام التقليدية (كالتلفزيون والصحف) في ممارسة أنشطة العلاقات العامة

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

يكشف الرسم البياني السابق عن أن استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي أثر بشكل كبير على استخدام العاملين بالملحقية لوسائل الإعلام التقليدية (كالتلفزيون، والصحف) في ممارسة أنشطة العلاقات العامة وذلك بنسبة 63.3% من العينة، تلاه نسبة 23.3% من العينة التي ترى أن استخدام وسائل الإعلام الجديدة أثرت إلى حد ما على توظيفهم لوسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وأخيراً أعرب نسبة 13.4% من عينة الدراسة عن عدم تأثيرها، وهذه النتيجة تعكس وجود وعي لدى الممارسين بأن لكل وسيلة استخداماتها المختلفة والتكاملية مع الوسائل المختلفة؛ لذا فالوسائل التفاعلية الحديثة أثرت على استخدام الوسائل الإعلامية التقليدية ولكن ليس بدرجة كبيرة في ممارستهم لأنشطة العلاقات العامة، إذ أن استخدام الممارسين للوسائل التقليدية لا يزال مستمرًا وإن قل نوعًا ما مع ظهور الوسائل التفاعلية الحديثة.

- تأثير المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر:

جدول رقم (7)

تأثير المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

الوزن النسبي	مواقع التواصل الاجتماعي						الوزن النسبي	المواقع الإلكترونية						التأثيرات
	معارض		محايد		موافق			معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك	%	ك	
التأثير على وظائف وأنشطة العلاقات العامة														
72.5	6.7	4	41.7	25	51.7	31	81.7	6.7	4	23.3	14	70	42	قدمت فرصة ومكان جديد للقيام بحملات العلاقات العامة
60.8	15	9	48.3	29	36.7	22	73.4	15	9	23.3	14	61.7	37	ساعدت الملحقية على إجراء استطلاع آراء الجماهير إلكترونياً ومعرفة اتجاهاته واحتياجاته
60.8	15	9	48.3	29	36.7	22	73.4	10	6	33.3	20	56.7	34	ساهمت في معرفة ردة فعل الجمهور نحو المنظمة وبرامجها
66.7	6.7	4	53.3	32	40	24	87.5	6.7	4	11.7	7	81.7	49	غيرت طريقة الملحقية في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي
64.2	6.7	4	58.3	35	35	21	72.5	6.7	4	41.7	25	51.7	31	وسعت عملية التغطية الإعلامية لتضاهي الملحقية إلى النطاق الإقليمي والعالمي
69.2	1.7	1	58.3	35	40	24	77.5	1.7	1	41.7	25	56.7	34	ساهمت في الوصول إلى جماهير كان من الصعب الوصول إليها
التأثير على أداء ممارسي العلاقات العامة														
64.2	6.7	4	58.3	35	35	21	74.2	11.7	7	28.3	17	60	36	أجبرت الممارسين على إعطاء الجمهور اهتماماً أكبر
60.8	6.7	4	65	39	28.3	17	72.5	10	6	35	21	55	33	جعلت ممارس العلاقات أكثر دراية ومعرفة بمشاكل جمهوره

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

70	1.7	1	56.7	34	41.7	25	76.7	5	3	36.7	22	58.3	35	زادت من قدرة ممارس العلاقات على تبادل الخبرات واكتساب المهارات
70	1.7	1	56.7	34	41.7	25	75	5	3	40	24	55	33	جعلت ممارس العلاقات العامة أكثر انبساطاً وتركيزاً نظراً لسهولة انتشار المعلومات
56.7	15	9	56.7	34	28.3	17	63.4	18.3	11	36.7	22	45	27	حفظت لممارس العلاقات التميز في العمل
التأثير على أخلاقيات المهنة														
69.2	6.7	4	48.3	29	45	27	75	10	6	30	18	60	36	حفظت مبدأ التوازن وديمقراطية الاتصال بين الملحقية وجمهورها
66.7	6.7	4	53.3	32	40	24	72.5	10	6	35	21	55	33	جعلت الملحقية أكثر شفافية في التعامل مع الجمهور
65.8	6.7	4	55	33	38.3	23	72.5	10	6	35	21	55	33	جعلت الملحقية أكثر مصداقية في نشر المعلومات عن السلع والخدمات والمنظمة بشكل عام
65.8	6.7	4	55	33	38.3	23	75	10	6	30	18	60	36	جعلت الملحقية أكثر استجابة لطلبات واحتياجات الجمهور
64.2	10	6	51.7	31	38.3	23	66.7	10	6	46.7	28	43.3	26	فتحت قنوات الحوار التفاعلي بين الملحقية والجمهور
64.2	5	3	61.7	37	33.3	20	69.2	5	3	51.7	31	43.3	26	عززت بناء علاقات الملحقية والحفاظ عليها مع جماهيرها المختلفة

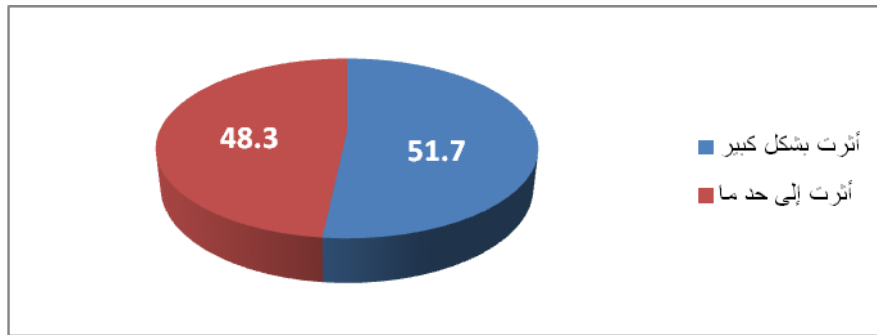
تكشف نتائج الجدول السابق رقم (7) عن تقييم العاملين في الملحقية الثقافية السعودية بمصر لتأثير الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي على ممارسات العلاقات العامة من خلال ثلاثة جوانب اختلفا ترتيبهما بالنسبة لكلا نمطي الموقع، حيث جاء في الترتيب الأول تأثير الموقع الإلكتروني للملحقية على وظائف وأنشطة العلاقات العامة بوزن نسبي بلغ 77.7%، تلاه تأثير الموقع الإلكتروني على أداء ممارس العلاقات العامة بوزن نسبي بلغ 72.4%، وأخيراً تأثير الموقع الإلكتروني على أخلاقيات المهنة بوزن نسبي بلغ 71.8%.

أما بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، فجاء تأثيرها في المقدمة على أخلاقيات المهنة بوزن نسبي 66%، تلاه تأثيرها على وظائف وأنشطة العلاقات العامة بوزن نسبي 65.7%، وأخيراً تأثيرها على أداء ممارس العلاقات العامة بوزن نسبي بلغ 64.4%، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (حاتم سعد، 2010)⁽⁴¹⁾ التي أشارت إلى أن معظم ممارس العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات العاملة في مصر يرون أن الإنترنت أثرت إيجاباً على أخلاقيات العلاقات العامة، وساعدت في الالتزام بالشفافية في عرض الأحداث الخاصة بالمنظمة، وساهمت المواقع الإلكترونية في تحقيق مبدأ الديمقراطية والتوازن في الاتصال بين المنظمات وجماهيرها، كما أثبتت دراسة (على بن سهيل بن محمد، 2016)⁽⁴²⁾ أن تطبيق الحكومة الإلكترونية في تقديم الخدمات العامة في مجالات الحياة المختلفة وبخاصة

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

في مجال التعليم والتوظيف من المتطلبات الأساسية لدفع عجلة التنمية المعرفية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع لما يوفره هذا التوجه من شفافية وعدالة ومساواة وتصدي للمحسوبية والفساد والمساعد على تطوير الأداء الحكومي وفقاً لمعايير الجودة.

- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) في أداء العلاقات العامة للملحقية بعد ثورات الربيع العربي:



رسم بياني رقم (12)

تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) في أداء العلاقات العامة للملحقية بعد ثورات الربيع العربي

يكشف الرسم البياني السابق عن أن نسبة 51.7% من عينة الدراسة أقرت بالتأثير الكبير لتكنولوجيا الاتصال الحديثة (المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) على أداء العلاقات العامة للملحقية بعد ثورات الربيع العربي في مقابل نسبة 48.3% من العينة التي أقرت بالتأثير إلى حد ما لهذه التكنولوجيا على أداء العلاقات العامة بالملحقية، وبشكل عام لوحظ أن السياسة العامة للملحقية التركيز على إعلان الخدمات التعليمية للسعوديين والمصريين، مع عدم إتاحة خاصية التعليق للجمهور المتعامل مع الملحقية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن التركيز الإعلامي في المقام الأول على النشر الخبري للأخبار والأنشطة والخدمات التعليمية.

ويتضح من نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية وجود سياسة ثابتة ومتطورة بخطي ثابتة لدى المملكة العربية السعودية من حيث توظيف إمكانات الاتصال التكنولوجي الحديث في تجويد مستوى الخدمات التعليمية، حيث أعربت عينة

**الدراسة الميدانية عن أوجه تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة (المواقع الإلكترونية
ومواقع التواصل الاجتماعي) في تهدئة الصراعات داخل المؤسسات التعليمية بعد
ثورات الربيع العربي وذلك على النحو التالي:**

- أكد نسبة 60% من عينة الدراسة في المقدمة على مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تهيئة الجو العام للنقاش البناء من حيث إتاحة خاصية الاستفسار والتوضيح والرد بخصوص كل ما يتعلق بالشأن التعليمي، مما أثر على تبادل الأفكار ومناقشتها بشكل بناء وإيجابي يساعد في النهاية في تطوير مستوى الخدمات التعليمية بما يحقق الراحة والجودة للأطراف المتعاملة مع الملحقية وخدماتها.

- وفي الترتيب الثاني جاء وبنسبة 25% من عينة الدراسة التي تؤكد على أن الملحقية تتبع نوع مميز في التواصل من حيث إيصال الرسائل الدورية المعبرة عن أي تجديد في الخدمات التعليمية وأنشطتها وأخبارها لكافة المتعاملين مع الملحقية وهو ما يمنح مجال التساؤل وتحديث المعلومات لديه.

- وفي الترتيب الثالث والأخير جاء نسبة 15% من عينة الدراسة التي ترى أن اتجاه الملحقية نحو تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في النشر الخبري لكل ما يستجد بالملحقية باعتبارها أسر أنواع التواصل.

**أما عن السياسات التي اتخذتها الملحقية لتطوير منظومة التعليم السعودية بعد
ثورات الربيع العربي كما يلي:**

- مراعاة الملحقية الثقافية السعودية بمصر أن يكونوا أكثر انفتاح وحيوية للتعامل مع الطلاب السعوديين، وأعضاء هيئة التدريس من المصريين الذين يعاروا للعمل بالجامعات السعودية.

- زيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتسهيل التواصل مع الجمهور المستهدف مما يعود بالنفع والإيجابية في تحقيق الخدمة التعليمية المرجوة، فمثلاً أعدت الملحقية تطبيقاً لها على الأجهزة الذكية، حيث تسعى الملحقية إلى التحول للمعاملات الإلكترونية بشكل أكبر، حيث أن هذه التعاملات تسمح بتحقيق أعلى مستوى من الشفافية والمصادقية في التعامل.

- تركيز الملحقية الثقافية السعودية على تطوير مستوى موقعها الإلكتروني بما يتماشى مع التطورات والأحداث بالمنطقة العربية، مع التركيز على النواحي التعليمية والثقافية، حيث الاستخدام المستمر للإمكانيات التكنولوجية للموقع، وإن لوحظ أن

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

مواقع التواصل الاجتماعي يمنع فيها التعليق بالرأي على المنشورات، حيث هذا إعلان واضح من قبل الملحقية بأن توظيف هذه المواقع للإعلان الخبري، وإذا كان هناك شكوى أو مقترح فهناك آليات للتواصل الإلكتروني على الموقع تتيح تحقيق الهدف مع الحفاظ على الخصوصية، وهو الأمر الذي من شأنه من حدوث أي بلبلة أو إثارة للرأي العام على صفحاتها.

- تسعى المملكة العربية السعودية إلى تحسين مستوى الخدمة التعليمية لديها والارتقاء بها، حيث تشترط بأن يكون المتقدم للعمل بالجامعات عضو أكاديمي وليس حاصل على مؤهل فقط.

- وعن أوجه القصور من وجهة نظرك في توظيف المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة العلاقات العامة بشكل خاص وخدمات الملحقية بشكل عام، فقد أوضحت عينة الدراسة أنها تحتاج إلى وجود رؤية أعمق لإتاحة مساحة أكبر لتعزيز التماز والتفاعل مع الجمهور بشكل علني وذلك بنسبة 55% في المقدمة، حيث أشارت دراسة (43) (Wright & Hinson , 2010) إلى أن ممارسي العلاقات العامة يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي قد غيرت ممارسات العلاقات العامة، حيث عززت ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وجعلت الاتصال أكثر فورية، وشجعت المنظمات على سرعة الاستجابة للجمهور من خلال فتح قنوات اتصال مباشر بين المنظمات وجمهورها، وخفضت نفقات الاتصال بالجمهور، كما اختصرت الوقت في التواصل.

- وفي الترتيب الثاني وبنسبة 20% من وجهة نظر عينة الدراسة احتياج ممارسي العلاقات العامة لأطر أفضل لنشر المعلومات والمعرفة، وعدم الارتكاز على فكرة نشر الخدمات التعليمية، علاوة على أنه يجب نشر كل جديد يتعلق بأى قرار يصدر من أى جهة تتعلق بالملحقية وعملها.

وفي الترتيب الثالث وبنسبة 15% تحسين مجال الأنشطة للطلاب والتفاعل معهم وتنظيم الرحلات الرستكشافية والترفيهية، وأخيراً جاء وبنسبة 10% احتياج الملحقية أن تضع في اعتبارها أهمية التطوير المستمر لأداء موظفي الملحقية عامة وممارسي العلاقات العامة، وكذلك تطوير خدمة المراجعة والتقييم.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة الميدانية:

- الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

- استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي واستطاعتها تحسين أداء العمل في الملحقية الثقافية السعودية بمصر، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط جاما، وتبين ما يلي:
- ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتحسين أداء العمل بها وذلك عند مستوى معنوية (0.001) عندما كان قيمة معامل الارتباط (0.688).
 - في حين تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتحسين أداء العمل بها، وذلك عند مستوى معنوية (0.967) عندما كانت قيمة معامل الارتباط (0.010).
 - ووفقاً لما سبق يقبل الفرض الرئيسي الأول جزئياً مع الموقع الإلكتروني، ويرفض موقع مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على استخدام وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط K^2 ، وتبين ما يلي:
 - ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتأثيرها على استخدام وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وذلك عند مستوى معنوية (0.234) عندما كان قيمة معامل الارتباط (5.562).
 - في حين تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتأثيرها على استخدام وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وذلك عند مستوى معنوية (0.017) عندما كانت قيمة معامل الارتباط (12.061).
 - ووفقاً لما سبق يرفض الفرض الرئيسي الثاني جزئياً مع الموقع الإلكتروني ويقبل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامهما في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان، وتبين ما يلي:

- أولاً: الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامهما في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

جدول رقم (8)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامهما في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية

مستوى المعنوية	قيمة معامل الارتباط	كثافة الاستخدام العوامل
0.036	0.783	توقع الجهد
0.166	0.204	توقع الأداء
0.306	0.017	التأثيرات الاجتماعية
0.099	0.450	الظروف المساعدة
0.034	0.798	نية الاستخدام

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني وعاملي توقع الجهد وكذلك نية الاستخدام، وذلك عند مستوى معنوية (0.36) مع توقع الجهد، ومستوى معنوية (0.034) مع نية الاستخدام، في حين لم يثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني وعوامل (التأثيرات الاجتماعية، والظروف المساعدة، وتوقع الأداء).

- ثانياً: الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامهما في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

جدول رقم (9)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل التي تدفع الموظفين إلى استخدامها في ممارسة مهنة العلاقات العامة بالملحقية

العوامل	كثافة الاستخدام	قيمة معامل الارتباط	مستوى المعنوية
توقع الجهد	0.582	0.073	
توقع الأداء	0.229	0.079	
التأثيرات الاجتماعية	0.057	0.666	
الظروف المساعدة	0.017	0.899	
نية الاستخدام	0.220	0.092	

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني وعوامل (التأثيرات الاجتماعية، والظروف المساعدة، وتوقع الأداء، وتوقع الجهد، ونية الاستخدام).

- ووفقاً لما سبق يتم رفض الفرض الرئيسي الثالث جزئياً مع مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك مع الموقع الإلكتروني وبعض العوامل، وقبوله جزئياً مع الموقع الإلكتروني وعاملي توقع الجهد وكذلك نية الاستخدام.

- الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بيرسون، وتبين ما يلي:

- أولاً: الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

جدول رقم (10)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

التأثيرات	كثافة الاستخدام	قيمة معامل الارتباط	مستوى المعنوية
التأثيرات الإيجابية	194.002	0.000	
التأثيرات السلبية	144.524	0.000	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والاتجاهات سواء الإيجابية أو السلبية نحو استخدام الموقع الإلكتروني في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) مع التأثيرات الإيجابية وقيمة معامل الارتباط (194.002)، وكذلك عند مستوى معنوية (0.000) مع التأثيرات السلبية وقيمة معامل الارتباط (144.524)، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (مي الخاجة، 2002) ⁽⁴⁴⁾ بأن اتجاهات الغالبية العظمى من المبحوثين العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت في مؤسساتهم اتجاهات إيجابية إذ بلغت نسبة مستخدميهم 90%، ودراسة (شريفة سليمان، 2006) ⁽⁴⁵⁾ بأن المواقع الإلكترونية ساهمت في المؤسسات الإماراتية الحكومية عينة الدراسة في بناء صورة طيبة عنها كما وفرت الجهد والوقت، وهذا يساهم في دعم ثقهم بالمؤسسة والخدمات التي تقدمها عن غيرها التي تقدم بشكل تقليدي قديم.

- **ثانياً: الفرض الفرعي الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

جدول رقم (11)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

مستوى المعنوية	قيمة معامل الارتباط	كثافة الاستخدام التأثيرات
0.000	130.790	التأثيرات الإيجابية
0.000	111.549	التأثيرات السلبية

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للملحقية والاتجاهات سواء الإيجابية أو السلبية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) مع التأثيرات الإيجابية وقيمة معامل الارتباط (130.790)، وكذلك عند مستوى معنوية (0.000) مع التأثيرات السلبية وقيمة معامل الارتباط (111.549).

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

- ووفقاً لما سبق يتم قبول الفرض الرئيسي الرابع كلياً مع مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك مع الموقع الإلكتروني.
- **الفرض الرئيسي الخامس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر، واختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتبط جاما، وتبين ما يلي:
- **أولاً: الفرض الفرعي الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني وتأثيراتها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

جدول رقم (12)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

التأثيرات	كثافة الاستخدام	قيمة معامل الارتباط	مستوى المعنوية
التأثير على وظائف وأنشطة العلاقات العامة	0.133	0.285	
التأثير على أداء ممارسي العلاقات العامة	0.281	0.011	
التأثير على أخلاقيات المهنة	0.344	0.004	

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والتأثير على وظائف وأنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وذلك عند مستوى معنوية (0.285) وقيمة معامل الارتباط (0.133)، في حين ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني والتأثير على أداء ممارسي العلاقات العامة بالملحقية وذلك عند مستوى معنوية (0.011) وقيمة معامل الارتباط (0.281)، وكذلك ثبت وجود علاقة ارتباطية مع التأثير على أخلاقيات مهنة العلاقات العامة وذلك عند مستوى معنوية (0.004) وقيمة معامل الارتباط (0.344).

- **ثانياً: الفرض الفرعي الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيراتها على ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وجاء ما يلي:

جدول رقم (13)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو استخدامها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالملحقية الثقافية السعودية بمصر

التأثيرات	كثافة الاستخدام	قيمة معامل الارتباط	مستوى المعنوية
التأثير على وظائف وأنشطة العلاقات العامة	0.027	0.821	
التأثير على أداء ممارسي العلاقات العامة	0.171	0.133	
التأثير على أخلاقيات المهنة	0.144	0.203	

- يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتأثير على وظائف وأنشطة العلاقات العامة بالملحقية، وذلك عند مستوى معنوية (0.821) وقيمة معامل الارتباط (0.027)، وكذلك مع التأثير على أداء ممارسي العلاقات العامة بالملحقية وذلك عند مستوى معنوية (0.133) وقيمة معامل الارتباط (0.171)، والتأثير على أخلاقيات مهنة العلاقات العامة وذلك عند مستوى معنوية (0.203) وقيمة معامل الارتباط (0.144).

- ووفقاً لما سبق يتم قبول الفرض الرئيسي الخامس جزئياً مع الموقع الإلكتروني وتحديدًا حدوث تأثيرات على أداء ممارسي العلاقات العامة وأخلاقيات مهنة العلاقات العامة، في حين يرفض جزئياً مع مواقع التواصل الاجتماعي.

- **الفرض الرئيسي السادس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على أداء العلاقات العامة للملحقية الثقافية السعودية بمصر بعد ثورات الربيع العربي، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط سومرز، وتبين ما يلي:

- ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الموقع الإلكتروني للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتأثيراتها على أداء العلاقات العامة للملحقية الثقافية السعودية بمصر بعد ثورات الربيع العربي وذلك عند مستوى معنوية (0.087) عندما كان قيمة معامل الارتباط (0.206).

- كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

التواصل الاجتماعي للملحقية الثقافية السعودية بمصر وتأثيراتها على أداء العلاقات العامة للملحقية الثقافية السعودية بمصر بعد ثورات الربيع العربي، وذلك عند مستوى معنوية (0.122) عندما كانت قيمة معامل الارتباط (0.065).

- ووفقاً لما سبق يرفض الفرض الرئيسي السادس كليةً.

الخلاصة والتوصيات:

تكشف نتائج الدراسة التحليلية والميدانية عن دور الإعلام الجديد في تطوير أداء العلاقات العامة في أي مؤسسة وخاصة الحكومية، وهنا الملحقية الثقافية السعودية بمصر، والمتعلق مجال عملها بالخدمات التعليمية، وأن هذا الحرص على تطوير الأداء ورسم سياسة عمل، يترتب عليه قدرتها على مواجهة أي تحديات جديدة تتعرض لها الأنظمة السياسية، وبالتحديد هنا ثورات الربيع العربي التي تعرضت لها المنطقة العربية ومنها جمهورية مصر العربية، وهو ما كان يمكن أن يؤدي لتأثير جذري على العلاقات المصرية السعودية، إلا أن السياسة السعودية من خلال متابعتها لتطورات الثورتين المصريتين، وكيفية تأثير المواقع الإلكترونية على تحريك الرأي العام المصري، ففطنت الملحقية إلى أهمية توظيف هذه المواقع الإلكترونية سواء الموقع الإلكتروني العام للملحقية أو مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع جمهورها بتوصيل الخدمات التعليمية له وتلبية احتياجاته منعاً لحدوث أي بلل أو مجالاً لاستثمار الحاجة للمعلومة من قبل المواطنين السعوديين فيحدث إثارة للرأي العام، فكان التفكير المتجدد والمستمر في كيفية توصيل المعلومة بطرق متنوعة وبما يتناسب مع احتياجات وإمكانات جمهور الملحقية المتنوع المستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية.

فقامت الملحقية وخاصة بعد الثورات الربيع العربي بإنشاء حسابات لها على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر والانستجرام، وكذلك تفعيل إمكانات موقعها الإلكتروني، والربط بينه وبين المواقع الإلكترونية للمؤسسات التعليمية المعنية بتقديم شتى الخدمات التعليمية والثقافية للمواطنين السعوديين أو المواطنين المصريين المعاريين للعمل كأعضاء هيئة تدريس في الجامعات السعودية، وانطلاقاً مما سبق يوصى الباحث بما يلي:

1- ضرورة تفعيل المنظمات للأدوات التفاعلية عبر مواقعها الإلكترونية وصفحاتها

بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كشفت الدراسة عن ضعف الحوار والتفاعل مع الجمهور عبر المواقع الإلكترونية، كما لاحظ الباحث توفر بعض الأدوات التفاعلية في المواقع الإلكترونية للملحقية لكن لم يتم تفعيل تلك الأدوات ومنها إتاحة التعليق على بعض منشورات مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك إتاحة التعليق على بعض أخبار الموقع الإلكتروني، ويتفق الباحث بأنه لا يسمح بالتعليق على كافة الأخبار حتى لا يتم استغلال الأمر لإثارة بلبلة في بعض الأخبار التي لها حساسية سياسية معينة.

2- ينبغي على الإدارات العليا بالملحقية الثقافية السعودية بمصر تشخيص سبب ضعف ممارسة الحوار التفاعلي عبر مواقعها الإلكترونية وصفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال إجراء مناقشة المجموعات المركزة أو المقابلات المتعمقة مع الممارسين لمعرفة المشاكل التي تحول دون ذلك حيث كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن وجود اتجاه إيجابي لدى الممارسين بأهمية استخدام المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل والحوار مع الجمهور إلا أن ممارستهم للحوار التفاعلي عبر هذه المواقع جاءت في الدرجة المتوسطة أي أن واقع الممارسة لا يعكس مدركات الممارسين الإيجابية عن الحوار التفاعلي.

3- ينبغي على الملحقية الثقافية السعودية بمصر إقامة دورات تدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة والاتصال والتسويق والحاسب الآلي والمكتب الإعلامي، وأن تستهدف تلك الدورات تطوير مهارات الاتصال الإلكتروني لدى العاملين، إلى جانب تدريبهم على كيفية إجراء استطلاعات إلكترونية عبر المواقع وتحليل تعليقات الجمهور، خاصة أن الملحقية فطنت إلى إنشاء إدارة مختصة بالاتصال الإلكتروني مع الجمهور عبر المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام الاجتماعي، تتبع الإدارة العليا بالمنظمة، وتعيين ممارسين علاقات عامة، وإعلام، وتسويق في هذه الإدارة.

4- وتثير نتائج الدراسة الحالية مجموعة من الأفكار البحثية حيث أهمية التعرف على دور مواقع الشبكات الاجتماعية في بناء العلاقة مع الجمهور: دراسة تطبيقية على المؤسسات التعليمية سواء التي لها طابع سياسي خاص مثل الملحقية الثقافية السعودية بمصر، أو الجامعات السعودية، أو الوزارات المعنية بالتعليم الأساسي والعالي والثقافة، ودراسة استخدام الإعلام الجديد في إدارة

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

الأزمات التعليمية: دراسة حالة، وكذلك دراسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التعليمية والسياسية عبر مواقعها الإلكترونية سواء المتخصصة أو العامة أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتها على تلبية الاحتياجات التعليمية لجمهورها المستهدف، خاصة في ظل التنامي المستمر في فكر التعليم الإلكتروني أو عن بعد، وكذلك خاصة أن المنطقة العربية شهدت خلال الفترة السابقة حراكاً سياسياً قوياً (ثورات الربيع العربي)، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي من أقوى العوامل المحركة لهذا الحراك، حيث تمثلت أهم الأدوار التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة الكشف عن الحقائق ثم الإمداد بالمعلومات والتعريف بأماكن التجمع، وهو ما أكدته العديد من الدراسات ومنها دراسة (عالية أحمد عبد العال، 2012)،⁽⁴⁶⁾ ودراسة (أشرف جلال حسن (2012)).⁽⁴⁷⁾

مراجع الدراسة

- (1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الإتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008)، ص 103.
- (2) شدوان علي شيبية، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص 164.
- (3) Heath, L. R., **Handbook of Public Relations**, (United Kingdom: Sage Publications, 2001), P. 583.
- (4) أحمد عبد الرحمن عبد الرحيم السيد. دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات المصرية في إمداد المراهقين بالمعلومات. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الطفل. 2017).
- (5) جدعان فاضل الشمري. دور العلاقات العامة في دعم جهود خطة التنمية الوطنية بدولة الكويت . رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام. 2016).
- (6) معصم بلال جمعة عبد الله. دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. 2016).
- (7) حسن نيازي الصيفي (2015)، تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية ، دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، كلية الإعلام والاتصال)، ص 1-33 .
- (8) شيماء محمد محمد عبد المجيد العشماوي. العوامل المؤثرة على تقويم برامج العلاقات العامة في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015).
- (9) حاتم على حيد مقبل الصالحي. استخدام تكنولوجيا الإتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015).
- (10) غادة محمد عبد الفتاح الفداوي. تأثير تكنولوجيا الإتصال الجديدة على أداء ممارسي العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015).
- (11) عبد القادر شهاب، (2013)، العوامل المؤثرة على استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام).
- (12) محمد عبدالله اليدومي، (2011)، استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة بشركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية وانعكاسها على أداء العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام) .

• - النماذج الأربعة:

- نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model / نموذج الدوافع
- Motivational Model / النموذج المركب من (السلوك المخطط وقبول التكنولوجيا)
- Combined TAM and TPB Model of PC / نموذج استخدام الحاسب الشخصي Utilization
- النظريات الأربعة:

- نظرية السلوك المبرر /Theory of Reasoned Action /نظرية السلوك المخطط
Theory of Planned Behavior /نظرية انتشار المبتكرات Innovation Diffusion
Theory /نظرية التعلم الاجتماعي Social Cognitive Theory
(13) راجع الباحث كل من الدراستين:
- Ana Carolina Barata Martins. (2012), Understanding the Internet Banking Adoption by Portuguese Customers: a Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application. M.A. Statistics and Information Management, Universidade Nova de Lisboa. PP 4-9.
- Gonçalo Baptista ↑ , Tiago Oliveira. (2015) Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. **Computers in Human Behavior**. vol 50. pp 418-430.
-
- (14) راجع الباحث في تناول العوامل للدراسات التالية:
- حاتم على حيدر، (2015)، مرجع سابق. ص ص 37-47.
- حسن نيازي الصيفي (2015)، مرجع سابق، ص ص 1-33
- Ana Carolina Barata Martins. (2012), **Op.Cit.** PP 4-9
- Gonçalo Baptista ↑ , Tiago Oliveira. (2015) . **Op.Cit.** pp 418-430
- Alikilic, O. & Atabek , U., (2012), Social media adoption among Turkish public relations professionals: A survey of practitioners , **Public Relations Review** , Vol. 38, March, PP.56-63
- Venkatesh V. and Zhang X., (2010), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology U.S. Vs. China, **Journal of Global Information Technology Management**, Vol. 13 , No. 1, p.8
- Payne, K., (2008), Much Ado About Something: Web 2.0 Acceptance and Use by Public Relations Practitioners, **Educators Academy PRSA Proceedings**, PP. 76-93
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. **MIS Quarterly**, Vol. 27, PP. 425-478
- Lidia Oshlyansky. Paul Cairns. Harold Thimbleby. (2007), Validating the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) tool cross-culturally. **the British Computer Society**. Vol 2. Available at: http://www.bcs.org/upload/pdf/ewic_hc07_sppaper21.pdf
-
- (15) محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص 158-159.
- (16) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها. ط1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001)، ص 134.
- (17) عاطف عدلى العبد، الرأي العام وطرق قياسه، ط3، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2000)، ص 177.

الأدوار المستحدثة للعلاقات العامة في تقليص الصراعات العربية داخل المؤسسات التعليمية
الملحقية الثقافية السعودية بمصر نموذجاً

- (18) خيرت عياد، أحمد فاروق (2015)، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الإنترنت، ط1(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص 172
- (19) منهل عدنان الحمد. المعلومات الرسمية على المواقع الحكومية السورية: دراسة تحليلية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، 2016).
- (20) عبد العزيز بن حمد الثنيان، التوجهات الجديدة للعلاقات العامة في الشركات السعودية الكبرى في ظل العولمة، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود، 2003.
- (21) Laura New Land & Candace White: Public Relations Practitioners Perception Of World Wide Web As A Communications Toll, **Public Relations Review**, Vol., 26, No. 1, 2002, PP. 31-51
- يُعد الإجمالي لعدد ساعات الاستخدام للموقع الإلكتروني وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي أقل من إجمالي عينة الدراسة، ويرجع ذلك لأن هناك عدد من العاملين بالملحقية الثقافية السعودية بمصر غير مستخدمين هذه المواقع.
 - تكون المقياس العام من متوسط إجابات عينة الدراسة على السؤالين التاليين:
 - مستوى استخدام الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي بالملحقية الثقافية السعودية بمصر
 - عدد ساعات الاستخدام اليومية للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العمل بالملحقية الثقافية السعودية بمصر.
- (22) Hill , L. N. & White , C. , (2000) , Public Relations Practitioners' Perception of the World Wide Web as a Communications Tool , **Public Relations Review**, Vol. 26 , No.1, PP.31-51.
- (23) Roger C. Peek, The relationship between organizational climate and job satisfaction as reported by institutional research staff at Florida community colleges, **Published Ph.D** in Education, University of Florida, 2003, Publication Number: AAT 3257559, available at:
(<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=765204781&sid=2&Fmt=2&clientId=93083&RQT=309&VName=PQD>)
- (24) Theodore J. Sofianos, The relationship between organizational climate and job satisfaction as reported by community college executive secretaries and/or associates to the president, **published Ph.D**, University of Florida, 2005, available at:
(<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=921021471&sid=3&Fmt=2&clientId=93083&RQT=309&VName=PQD>)
- (25) Julie Bjorkman, Change communication: An examination of the impact of change messages on individual behavior change, **Published Ph.D** in Organization Development, Benedictine University, 2007, Publication Number: AAT 3265680, available at:
(<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1328051841&sid=6&Fmt=2&clientId=93083&RQT=309&VName=PQD>)
- (26) Karen Elizabeth Mishra, Internal communication: Building trust, commitment, and a positive reputation through relationship management with employees, **Published Ph.D** in Mass Communication, The

University of North Carolina, 2007, Publication Number: AAT 3257559, available at:

(<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1306850001&sid=1&Fmt=2&clientId=93083&RQT=309&VName=PQD>)

- (27) عبد المنعم صالح يونس الميهوب. الخدمات الإلكترونية الليبية على الإنترنت: دراسة تقييمية للمواقع الحكومية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة بنها: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات. 2015).
- (28) سلمان فيحان فيصل، "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات السعودية- دراسة ميدانية وتحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (2012).
- (29) أحمد عبد الرحمن. (2017). مرجع سابق.
- (30) هنية محمد سلام. "استخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال العلاقات العامة وانعكاساته على أداء العاملين"، دراسة ميدانية مقارنة بين القطاعين الحكومي والخاص، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم العلاقات العامة والإعلان، (2008).
- (8) خيرت معوض عياد، (2006)، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال: دراسة علي المؤسسات الإنتاجية والخدمية بمملكة البحرين، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد السابع، العدد الأول، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 27 .
- (32) هدى بن محمد، وعبدالنور موساوي. "أثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية،- دراسة تطبيقية على شركة التأمين في الجزائر"، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، (2009).
- (33) Mobahi , H. (2011) , The Adoption of E-government Services by Employees in Iran Case study: Rasht municipality, **Master's Thesis** , Lulea University of Technology, Department of business Administration and Social Sciences, P.87.
- (34) Alshehri, M. & Drew ,S. , Alhussain,T. & Alghamdi , R. , (2012) , The Effects of Website Quality on Adoption of E-Government Service: An Empirical Study Applying UTAUT Model Using SEM, **23rd Australasian Conference On Information Systems**, 3-5 Dec 2012, Geelong. 1-13 .
- (11) Lederer ,A. , Maupin , D. , Sena , M. & Zhuang, Y. , (2000) , The technology acceptance model and the World Wide Web , **Decision Support Systems** , Vol. 29, PP . 269–282 .
- (36) خيرت عياد، (2014)، مرجع سابق. ص 19 .
- (37) السيد بخيت، (2007) اتجاهات الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في دولة الإمارات نحو استخدام وسائل التواصل الإلكتروني، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 27/يناير (القاهرة، جامعة الأزهر)، ص ص 347-348
- (38) سلوى العوادلي، (2012)، استخدام الوسائل الاجتماعية في الحملات التسويقية: رؤية مستقبلية ، **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر "الإعلام وبناء الدولة الحديثة"**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام). ص 1089 .

- (39)Capriotti, P. & Kuklinskib, H. P., (2012), Assessing dialogic communication through the Internet in Spanish museums, **Public Relations Review**, Vol.38. P.621
- (40) سماح عبد الرزاق غلاب، (2014)، استخدام الإنترنت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية والخدمية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان)، ص 159 .
- (41) حاتم محمد عاطف سعد (2010)، أثر استخدام الإنترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان)، ص ص246-275.
- (1) على بن سهيل بن محمد. الأبعاد الاجتماعية للحكومة الإلكترونية في المجتمع العماني: دراسة سوسولوجية مطبقة على برنامجي التعليم والعمل. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع، 2016).
- (43) Wright, D. & Hinson, M., (2010), An Analysis of New Communications Media Use in Public Relations: Results of a Five-Year Trend Study, **Public Relations Journal**, Vol. 4, No. 2, PP.18-19 .
- (44) مي الخاجة. "وسائل الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة: دراسة تحليلية للعلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والعاملين في وسائل الاتصال الجماهيري في الإمارات"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002.
- (45) شريفة رحمة الله سليمان، دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية، دراسة حالة على إمارة دبي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2006.
- (46) عالية أحمد عبد العال. شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية ، المؤتمر العلمي الأول: مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية، كلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية، 19 - 21 مارس 2012.
- (47) أشرف جلال حسن، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر - تونس - ليبيا - سوريا - اليمن) ملخصات المؤتمر الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام - جامعة القاهرة ، 2012، ص ص 37-47 .