

جامعة غزة

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

قسم العلاقات العامة والإعلام

بحث بعنوان:

دور العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الحكومية:

(وزارة المالية، وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة) نموذجاً.

Research Title

**The Role Of Digital Public Relations In Making An Interactive Environment in
Governmental Institutions: "Ministry Of Finance – Ministry Of Education –
Ministry Of Health" As A Model**

إعداد الباحث:

أشرف أنور يوسف شاهين

رسالة مقدمة لجامعة غزة لاستكمال متطلبات نيل درجة

الماجستير

في العلاقات العامة والإعلام

إشراف:

الأستاذ الدكتور / زهير عبد اللطيف عابد

أستاذ دكتور في العلاقات العامة والإعلان / جامعة غزة

نتيجة الحكم علي اطروحة ماجستير

بناء علي موافقة عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة غزة علي تشكيل لجنة المناقشة والحكم علي اطروحة الباحث / أشرف أنور يوسف شاهين لنيل درجة الماجستير في العلاقات العامة والاعلام وموضوعها: دور العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الحكومية . * وزارة الصحة – وزارة المالية – وزارة التربية والتعليم نموذجا

The era of digital public relations in the creation of an interactive environment in government institutions. "Ministry of Health – Ministry of Finance – Ministry of Education Model"

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الأربعاء 01 ربيع الثاني 1444 هـ، الموافق 26/10/2022 الساعة الثانية مساءً بمبنى الجامعة الرئيسي، اجتمعت لجنة الحكم علي الاطروحة والمكونة من:

أ.د. زهير عابد	مشرقا ورئيسا
د. علاء العقاد	مناقشا داخليا
د. أحمد الترك	مناقشا خارجيا

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في العلاقات العامة والاعلام.

واللجنة اذ تمنحه هذه الدرجة فأنها توصيه بتقوي الله ولزوم طاعته وان يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،،

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي
د. م. وسام محمد العليسا



إقرار الباحث

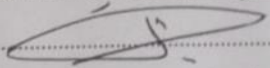
انا الموقع ادناه مقدم هذه الرسالة التي تحمل العنوان:

دور العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الحكومية (وزارة المالية
وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة) نموذجا "

The era of digital public relations in the creation of an interactive environment
in government institutions. "Ministry of Health – Ministry of Finance – Ministry
of Education Model"

أقر بأن المادة العلمية الواردة في هذه الرسالة قد تم تحديدها مصدرها العلمي وأن محتوى الرسالة غير مقدم
للحصول على أي درجة علمية أخرى، وأن مضمون هذه الرسالة يعكس آراء الباحث الخاصة وهي ليست
بالضرورة الآراء التي تتبناها الجهة الماتحة.

وأني اتحمل المسؤولية القانونية الاكاديمية كاملة في حال ثبوت ما يخالف ذلك.

اسم الباحث: د. سري نور يوسف هزين
التوقيع: 
التاريخ: 2022/11/5

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ كَرَجَاتٍ

(سورة المجادلة الآية 11)

إهداء

إلى والدي ومعلمي الأول الذي تَلَقَّ روحه الآن بيننا.....
إلى والدتي التي كان لها الفضل في تربيتنا، أرجو من الله أن يمدَّ
في عمرها....

إلى رفيقة الروح التي أكرمني الله بها زوجتي العزيزة.....
إلى إخواني أيمن، إيهاب، يوسف، خميس، أسامة وأخواتي إيمان
وأنوار وآلاء الذين كان لهم كل الدعم.....

إلى ابني أنور وبناتي أندى ويارا وسيلا نور عيوني....
لكم مني كل الحب....

شكر وتقدير:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين شفيعنا يوم الدين سيدنا محمد صل الله عليه وسلم وعلى آله وأصحابه أجمعين..

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا أحمدُ الله الذي يسرَّ طريقي ووفقني في السير بطريق العلم والوصول إلى هذه المكانة العلمية المميّزة.

اعترافاً لذوي الفضل بفضلهم ورد المعروف إلى أهله من غير نكران ولا نقصان أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى مشرفي وأستاذي ودكتورتي الأستاذة الدكتورة/ زهير عبد اللطيف عابد عميد كلية الإعلام في جامعة الأقصى سابقاً والذي كان له كل الدعم وسعة الصدر وطول البال في وصولي إلى هذه القاعة لمناقشة الرسالة

والشكر موصول إلى المناقشين الدكتور/ احمد عرابي الترك والدكتور/ علاء العقاد.....

وإلى أساتذتي من بدء تعليمي في الصفوف الأولى وصولاً إلى جامعة الأقصى وجامعة غزة كل بلقبه واسمه، الذين كان لهم الفضل في الوصول إلى هذه الدرجة العلمية.....

وإلى أصدقائي الذين لم يتخلوا عني، وكان لهم العون في المتابعة معي والمراجعة.....

وإلى كل من قدم الدعم المعنوي أو الزمني من وقته.....

أهديكم بكل فخر وحب هذا العمل، الذي أرجو فيه وجه الله

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الحكومية، ومدى استفادة موظفي العلاقات العامة من التطبيقات الرقمية في تحقيق وظائف العلاقات العامة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي أُستخدِم فيها المنهج المسحي والمنهج المقارن للمقارنة بين الوزارات المختلفة، واشتملت على عينة شاملة لمجتمع الدراسة إذ طبقت على جميع العاملين في العلاقات العامة في كل من: (وزارة المالية، وزارة الصحة، وزارة التربية والتعليم)، والذي بلغت (88) موظفاً وهي على النحو كالتالي: وزارة الصحة (45) موظفاً، ووزارة المالية (7) موظفين، ووزارة التربية والتعليم (36) موظفاً المتواجدين في قطاع غزة، حيث استخدمت استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من المبحوثين واعتمد الباحث على كل من النظريات الآتية (نظرية التفاعلية، نظرية التميز، ونظرية البنائية) لتفسير بعض النتائج التي تتفق معها.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي:

- 1- جاء في المرتبة الأولى لتخصصات العاملين في العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في قطاع غزة لفئة تخصصات (أخرى) مثل: (إدارة صحية، تربية، لغة عربية، هندسة حاسوب) بنسبة (42%)، في حين أن تخصص العلاقات العامة جاء بنسبة ضعيفة بلغت (28.4%).
- 2- أظهرت الدراسة أنّ من أهم المميزات لصنع بيئة تفاعلية في الوزارات الحكومية محل الدراسة كان استخدام التطبيقات الرقمية كوسيلة اتصالية في المرتبة الأولى بنسبة (81.8%)، كانت أكثر تفاعلية مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.
- 3- أظهرت الدراسة أنّ هدف العلاقات العامة الرقمية في الوزارات الحكومية لصنع بيئة تفاعلية كان (نشر صورة إيجابية عن الوزارة عبر وسائل الإعلام الإلكتروني) بنسبة مرتفعة بلغت (92%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة لفقرة أهداف (أخرى) مثل: (توثيق إنجازات الوزارات في تقديم الخدمات للجمهور) بنسبة ضعيفة جدا بلغت (1.1%).
- 4- أوضحت الدراسة أنّ من أهم الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها هي استراتيجية الحوار.
- 5- بينت الدراسة أنّ أكثر التطبيقات الرقمية التي تستخدمها الوزارات لصنع بيئة تفاعلية هي: (الواتس أب) بنسبة (97.7%)، و (الفيس بوك) بنسبة (94.3%)، والبريد الإلكتروني بنسبة ضعيفة بلغت (38.6%) وجاء (تويتر)، في المراتب الأخيرة.

وقد خلصت الدراسة إلى التوصيات الآتية:

- 1- ضرورة الاهتمام بتعيين كوادر متخصصة في دوائر العلاقات العامة الرقمية في الوزارات الحكومية، لمواكبة التطور التكنولوجي الحديث في الاتصال لصنع بيئة تفاعلية مع جماهيرها.
- 2- الاستمرار في استخدام التطبيقات الرقمية في العملية الاتصالية في دوائر العلاقات العامة والعمل على تطويرها بشكل مستمر يتلاءم مع تطور وسائل الاتصال الحديثة؛ كونها أكثر تفاعلية من وسائل الاتصال التقليدية في صنع بيئة تفاعلية.
- 3- ضرورة الاهتمام بتوثيق إنجازات الوزارات الحكومية للخدمات التي تقدمها للجمهور وذلك لتحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية في الوزارات لنشر صورة إيجابية مستمرة عنها.
- 4- أن تعمل العلاقات العامة في الوزارات الحكومية على التنوع في استخدام استراتيجيات اتصالية رقمية مختلفة مثل: استراتيجية التفاعلية واستراتيجية المشاركة واستراتيجية المفاجئة واستراتيجية الحوار.

الكلمات المفتاحية:

- دور - العلاقات العامة الرقمية - صنع - بيئة تفاعلية - المؤسسات الحكومية.

Abstract

The study has aimed at identifying the role of digital public relations in creating an interactive environment in government institutions, and the extent to which public relations employees get benefit from digital applications in achieving public relations functions. This study is a descriptive one in which a survey approach and a comparative method have been used. The study has included a comprehensive sample of the study community as it has been applied to all public relations employees in (Ministry of Finance, Ministry of Health, Ministry of Education), which has amounted to (88) employees. A number of employees are as follows: Ministry of Health (45), Ministry of Finance (7) and Ministry of Education (36) in the Gaza Strip. The questionnaire has been used as a tool for collecting data from the respondents.

The study has come up with the following findings:

1. The specializations of public relations workers have reached the first rank in governmental ministries in Gaza for the category of other specializations such as (Health administration – Education – Arabic Language – Computer engineering) with a percentage of (42%), while public relations specialization has reached a weak percentage of (28%).
2. The study has shown that one of the most important advantages of creating an interactive environment in the governmental ministries is the use of digital applications as a means of communication in

the first place with a percentage of (81.8%), which is more interactive compared to traditional means of communication.

3. The study has shown that the goal of digital public relations in governmental ministries for creating an interactive environment is (publishing positive image of the ministry through electronic media) with a high rate of (92%). Other goal paragraph has reached the last rank with a very weak rate (1.1%) such as documenting the achievements of ministries in providing services for the public.
4. The study has shown that one of the most important digital communication strategies used in public relations is the dialogue strategy.
5. The study has shown that the most digital applications used in ministries for creating an interactive environment are: (Whats APP) with a percentage of (97.7%), (Facebook) with a percentage of (94.3%) and e-mail with a weak percentage of (38.6%), followed by (Twitter).

The study has come to the following recommendations:

1. The necessity to show interest in appointing specialized cadres in digital public relations departments in governmental ministries to keep pace with the modern technological development in communication for creating an interactive environment with the public.
2. The continuation of using digital applications in the communication process in public relations departments and working to develop them in line with the development of modern means of communication. It is worth mentioning that digital applications are

more interactive than traditional means of communication in creating an interactive environment.

3. The need to pay attention to document the achievements of governmental ministries for providing services to the public in order to achieve the objectives of digital public relations in creating an interactive environment in ministries to spread a continuous positive image
4. Working on diversifying the use of various digital communication strategies such as the interactive strategy, the participation strategy, the surprise strategy and the dialogue strategy.

Key Words Role:

Digital Public Relations – Creating - Interactive Environment –
Governmental Institutions

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	نتيجة الحكم
ب	إقرار
ج	قران كريم
د	الإهداء
هـ	شكر وتقدير
و	المستخلص
ح	ABSTRACT
ك	قائمة المحتويات
ن	قائمة الجداول
ع	قائمة الأشكال
1	الفصل: الأول الاطار العام للدراسة
2	المقدمة
4	أولاً: اهم الدراسات السابقة
10	التعقيب على الدراسات السابقة
11	مشكلة الدراسة
11	تساؤلات الدراسة
12	أهداف الدراسة
12	فرضيات الدراسة
13	أهمية الدراسة
13	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
14	حدود الدراسة
15	نوع الدراسة ومنهجها
15	أدوات الدراسة
15	مجتمع الدراسة وعينتها
17	الفصل الثاني: العلاقات العامة الرقمية
18	المبحث الأول: نشأه العلاقات العامة وتطورها إلى الرقمية
18	نشاه العلاقات العامة

20	مراحل تطور العلاقات العامة
25	المبحث الثاني: مفهوم وأهمية وأهداف العلاقات العامة ووظائفها
25	مفهوم العلاقات العامة
26	تعريفات العلاقات العامة
27	العوامل التي أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة
29	وظائف العلاقات العامة
31	أهداف العلاقات العامة
33	المبحث الثالث: العلاقات العامة الرقمية
33	مفهوم العلاقات العامة الرقمية
34	تعريف العلاقات العامة الرقمية
35	أهداف العلاقات العامة الرقمية
36	أسس العلاقات العامة الرقمية
36	مميزات العلاقات العامة الرقمية
38	المبحث الرابع: النظريات الحديثة في العلاقات العامة الرقمية
38	نظرية التفاعلية
39	نظرية البنائية
40	نظرية التميز
42	الفصل الثالث: العلاقات العامة الرقمية والبيئة التفاعلية
43	المبحث الأول: مفهوم وأبعاد التفاعلية
43	مفهوم التفاعلية
44	أبعاد التفاعلية
48	المبحث الثاني: الاتصال التفاعلي في العلاقات العامة الرقمية واستراتيجياتها
48	تعريف الاتصال
50	مفهوم الاتصال التفاعلي
51	استراتيجيات العلاقات العامة
53	استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية
55	بناء استراتيجية اتصالية فاعلة
56	المبحث الثالث: وسائل التطبيقات الرقمية وخصائصها
56	التطبيقات الرقمية
56	خصائص التطبيقات الاتصالية
59	وسائل التواصل الاجتماعي
59	مميزات شبكات التواصل الاجتماعي
60	إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي
61	أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

64	المبحث الرابع: دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية
64	العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
65	وزارة التربية والتعليم
68	وزارة الصحة الفلسطينية
71	وزارة المالية
73	الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية وتفسير وتحليل النتائج
74	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية والسمات العامة
74	الإجراءات المنهجية
74	الخصائص العامة لمجتمع الدراسة
75	أداة الدراسة
75	صدق الأداة
75	ثبات الاستبانة
76	الأساليب والأدوات الإحصائية
88	المبحث الثاني: دور التطبيقات الرقمية في صنع بيئة تفاعلية
99	المبحث الثالث: المهارات التكنولوجية المستخدمة في صنع بيئة تفاعلية
107	المبحث الرابع: أثر التطبيقات الرقمية على البيئة التفاعلية
116	المبحث الخامس: نتائج فرضيات الدراسة ومناقشتها
123	نتائج الدراسة
126	توصيات الدراسة
129	مراجع الدراسة
135	ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
جدول (1)	توزيع أفراد مجتمع الدراسة ودرجة الاستجابة	74
جدول (2)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس	77
جدول (3)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الوزارة	78
جدول (4)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير العمر	79
جدول (5)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	80
جدول (6)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص الدراسي	81
جدول (7)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي	82
جدول (8)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة العملية	84
جدول (9)	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير السكن في المحافظة	85
جدول (10)	مسمى العلاقات العامة في الوزارات محل الدراسة	86
جدول (11)	تبعية العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للوزارات المعنية	88
جدول (12)	دور العلاقات العامة الرقمية في صنع بيئة تفاعلية مع الجمهور	89
جدول (13)	مميزات استخدام التطبيقات الرقمية كوسيلة اتصالية لصنع بيئة تفاعلية	90
جدول (14)	هدف العلاقات العامة الرقمية في الوزارات المعنية لصنع بيئة تفاعلية	93
جدول (15)	السمات التي تتصف بها التطبيقات الرقمية والتي تزيد من قدرتها على صنع بيئة تفاعلية في الوزارات المعنية	95
جدول (16)	مميزات السمة التفاعلية للتطبيقات الرقمية في إحداث استجابة لدى الجمهور	96
جدول (17)	استخدام العلاقات العامة المهارات التكنولوجية الاتصالية الرقمية لصنع بيئة تفاعلية	99
جدول (18)	وسائل التكنولوجيا الرقمية التي تستخدمها العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية	100
جدول (19)	أكثر التطبيقات الرقمية التي تستخدمها العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية	101
جدول (20)	مهام العاملين في العلاقات العامة لصنع بيئة تفاعلية	102
جدول (21)	استخدام الاستراتيجيات الاتصالية في العلاقات العامة الرقمية	104
جدول (22)	الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية لصنع بيئة تفاعلية	105
جدول (23)	الأثار الإيجابية لاستخدام التطبيقات الرقمية على التفاعل مع الجمهور في الوزارات المعنية	107
جدول (24)	أسباب عدم استخدام العلاقات العامة لبعض التطبيقات الاتصالية الرقمية	109
جدول (25)	تفاعل الوزارات مع المجتمع لتعزيز المسؤولية الاجتماعية لصنع بيئة تفاعلية	110

111	تأثيرات صنع البيئة التفاعلية على الحياة الاجتماعية من قبل العلاقات العامة	جدول (26)
113	المعيقات التي تحد العلاقات العامة من نع بيئة تفاعلية في الوزارات المعنية	جدول (27)
116	العلاقة بين دور العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الوزارات ومتغير النوع	جدول (28)
117	العلاقة بين دور العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الوزارات ومتغير الوظيفة	جدول (29)
119	العلاقة بين دور العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الوزارات ومتغير المؤهل العلمي	جدول (30)
120	العلاقة بين دور العلاقات العامة في صنع بيئة تفاعلية في المؤسسات الوزارات ومتغير الوزارة	جدول (31)
121	العلاقة الارتباطية بين دور العلاقات العامة الرقمية والمهارات التكنولوجية التي يمتلكها موظفو العلاقات العامة في الوزارات الحكومية	جدول (32)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الشكل
67	هيكلية العلاقات الدولية والعامه في وزارة التربية والتعليم	شكل (1)
70	هيكلية وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة	شكل (2)
72	هيكلية وحدة العلاقات العامة في وزارة المالية	شكل (3)
77	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير النوع الاجتماعي	شكل (4)
78	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الوزارة	شكل (5)
79	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير العمر	شكل (6)
80	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	شكل (7)
81	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص الدراسي	شكل (8)
83	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي	شكل (9)