

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها: دراسة تحليلية

ايفون أسعد جاد

باحثة ماجستير

كلية الآداب – جامعة قنا

ملخص البحث

هدفت الدراسة الي رصد مفهوم العلاقات العامة الرقمية ودورها في نشر أنشطة الجمعيات الاهلية، وايضا التعرف علي مفهوم الجمعيات الاهلية ودورها التنموي والثقافي داخل المجتمع ومجالات عملها وتمثل ذلك في (جمعية الصعيد للتربية والتنمية) التي تعمل في العديد من المجالات سواء التنموية ، التعليمية، الثقافية في أغلب محافظات مصر هم (الأقصر- قنا - سوهاج- اسيوط - المنيا - الاسكندرية - القاهرة)، وإبراز دورها في تعزيز الثقافة والوعي بين الاطفال والشباب في المجتمع ،ورصد التطبيقات الرقمية التي تستخدمها لتوصيل ونشر جميع أنشطتها مثل (صفحة الفيس بوك الخاصة بالجمعية) والوصول الي تنفيذ وتطبيق رسالتها ورؤيتها ونشرها بين المستهدفين في مواقعها داخل قري صعيد مصر .

استخدمت الدراسة نظرية (الاتصال الحواري)، اعتمدت الدراسة علي منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة الي أن العلاقات العامة الرقمية تعني ممارسة الأنشطة عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة، وفقا لجهود وأنشطة مخططة ومنظمة مبذولة لضمان تعزيز سمعة المؤسسات التي تعمل من خلالها، وكيف تساهم في تحقيق رؤية ورسالة المؤسسات وتقديمها للجمهور من خلال مشاركة أنشطتها معهم والسرعة في رصد الأثر من تلك الأنشطة ، وضمان التفاعل والتواصل بينها وبين المستهدفين، وجذب الجمهور لما تقدمه دائما.

الكلمات المفتاحية: الجمعيات الاهلية -العلاقات العامة الرقمية .

" Digital Public Relations Tools within Non-Governmental Organizations and Their Role in Promoting Activities "

Abstract

The study aimed to monitor the concept of digital public relations and its role in spreading the activities of civil society organizations , and also to identify the concept of civil society organizations and their development and cultural role within society and their areas of work which was represented by (Upper EGYPT Association for Education and Development) working in many fields, whether development , education , or cultural in most of EGYPTS governorates (Luxor , Qena , Sohag, Assiut , Minya , Alexandria and Cairo), highlighting its role in promoting culture and awareness among children and youth in society, and monitoring the digital applications it uses to communicate and disseminate all its activities ,such as (the associations face book page) and access to implement and apply its message and vision and disseminate it among the targeted audience in its locations within the villages of Upper Egypt.

The study used the theory of (dialogic communication), the study relied on the case study concluded that digital public relations means practicing activities through modern digital means and systems , according to planned and organized efforts and activities made to ensure enhancing the reputation of the institutions through which they operate ,and how they contribute to achieving the vision and mission of the institutions and presenting them to the public by sharing their activities with them and quickly monitoring the impact of those activities , ensuring interaction and communication between them and their targets , and always attracting the public to what they offer.

Keywords: NGOs, Digital PR.

مقدمة

مع انهيار نظم الحكم الشمولية في أواخر الثمانينات في شرق أوروبا وبعض دول العالم الثالث وتزايد الاتجاه نحو الديمقراطية برزت الدعوة إلى المجتمع المدني كمصطلح جديد في كثير من تلك الدول، والذي لم يكن متداولاً من قبل في الخطاب العام أو يحظ باهتمام الباحثين ، وكان هناك كثير من المؤيدين لوجود هذه المؤسسات حيث ينطلقون من تأييدهم من أن التطور الديمقراطي للمجتمعات المختلفة وتحديثها يتطلب قيام تنظيمات غير حكومية تمارس نشاطاً يكمل دور الدولة ويساعد على إشاعة قيم المبادرة والجماعية والاعتماد على النفس ما يهيئ فرصاً أفضل لتتجاوز هذه المجتمعات مرحلة الاعتماد على الدولة في كل شيء ، وكذلك تصفية أوضاع اجتماعية بالية موروثية من العصور الوسطى وهناك العديد من المجتمعات تشهد بالفعل جهود كثيرة للتوسع في تكوين هذه التنظيمات والمؤسسات وذلك للدور الذي ستلعبه في تطور هذه المجتمعات وراقيها.¹

أصبح يعرف المجتمع المدني بأنه مجموعة واسعة النطاق من المنظمات الغير حكومية والغير ربحية التي لها وجود في الحياة العامة وتنهض بعبء التعبير عن اهتمامات وقيم أعضائها استناداً إلى اعتبارات أخلاقية أو ثقافية أو سياسية أو علمية أو دينية أو خيرية.

يلعب المجتمع المدني دوراً هاماً في تحقيق التنمية الشاملة عن طريق ترابط عمله وتكامله مع جهود الدولة والقطاع الخاص بحيث تسعى القطاعات من أجل تحقيق التنمية المستدامة وهو ما يؤثر إيجابياً على المجتمع ومواطنيه.

أما الجمعيات الاهلية فهي عبارة عن جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة يكون غرضها أو يقوم نشاطها على العمل في ميادين تنمية المجتمع و غير هادفة للربح المادي وتلتزم بأن تتخذ شكل جمعية أو مؤسسة أهلية.

تساعد دور الجمعيات الاهلية مصرياً وعالمياً في الفترة الأخيرة خاصة في ظل تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي والخصخصة وما ترتب عليها من تزايد لمعدلات البطالة والفقر، وتضاءل لمساحة الدور الاجتماعي الذي كانت تقوم به الدولة في العديد من المجالات التنموية المختلفة، لذلك ظهرت رؤية جديدة تنادى بالبحث عن شركاء جدد في التنمية لا تحركهم بواعث الربح الخاص ،وقد تمثل هذا في الجمعيات الأهلية التي أصبح لها دور إيجابي كبير في عملية التنمية نظراً لكونها أكثر

قدرة وفاعلية على الوصول والتغلغل في القاعدة الشعبية بشكل يتعذر على الأجهزة الحكومية القيام به، وكذلك لكونها أكثر قدرة على تحديد احتياجات وأولويات السكان في مجتمعاتها المحلية بكفاءة وواقعيةⁱⁱ

ومع تزايد دور الجمعيات الأهلية في مختلف المجالات التنموية ، والتطورات التي شهدتها مجال العمل الأهلي في مصر والعالم خلال الفترة الأخيرة تأكدت قوة تأثير أجهزة الاعلام من خلال العلاقات العامة علي هذه المؤسسات في التوعية الثقافية وتعديل السلوك العام والتطور الشامل، لأنه لا يمكن لهذه المؤسسات تحقيق اهدافها وبرامجها دون دعم الراي العام وشرائحه المختلفة ، حيث تعتبر العلاقات العامة من أهم مجالات دراسات الاتصال والإعلام. وتتجلى أهميتها في دورها الفعال في خلق علاقات تواصل إيجابية بين المنظمات والمجتمع. إن تطور المنظمات الحديثة جعل العلاقات العامة إحدى الاحتياجات التنافسية الرئيسية التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها.

ونتيجة للتطور والتقدم الذي شهدته الدول في مختلف المجالات، الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، برز نشاط العلاقات العامة على أساس علمي ومدروس في كافة الإدارات والمؤسسات المختلفة، مما أوجب على المنظمات والهيئات والمؤسسات مسايرة التطور، واستخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصالات والمعلومات وغيرها من وسائل اتصالية، تساعد في تنفيذ استراتيجيتها الاتصالية، وتحقيق رؤيتها ورسالتها وأهدافها بما يخدم جمهورها، ويحقق المصلحة العامة.ⁱⁱⁱ

وفي هذا السياق ظهرت ضرورة لاستحداث التقنيات والبرامج الرقمية، و ظهرت بها آليات جديدة من شأنها المساعدة في تفعيل اهدافها الاتصالية وادارة علاقاتها مع الجمهور ، من حيث الدعاية والاعلان عبر الانترنت، التسويق الالكتروني،تنظيم وتسويق الاحداث الخاصة بالالكترونية مثل اجتماعات العمل الافتراضية واللقاءات وغالبا ما يتفرع هذا النشاط علي ثلاثة برامج متميزة وهي (التعريف بالجمعية ونشاطها عبر وسائل الاعلام- تكثيف العلاقات مع اعضاء المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الاتصال - ودعم نشاط الجمعية بالحملات الاعلامية .^{iv}

عرف العالم تحولات جذرية بدخول التكنولوجيا الحديثة، أصبحت فيه العلاقات العامة الرقمية هي حلقة الوصل بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية في عملية الاتصال والتواصل ، وذلك عن طريق تقديم المعلومات والخدمة وتبادل الرؤى، مما جعل العلاقات العامة حجر الاساس للمؤسسة في بناء الثقة المتبادلة بينها وبين جمهورها وفي رسم صورتها والتعريف بممارساتها الخدمانية ، وانتاج صورة ذهنية ايجابية لدي الجمهور انطلاقا من أهمية هذه الجماهير، وقوتها على مختلف المؤسسات بجميع انواعها ومجالاتها.^v

وفي ضوء ما سبق تعد العلاقات العامة الرقمية نشاطاً هاماً وأساسياً من أنشطة المؤسسات التي تعمل في مجال التنمية ، كما تعد عاملاً رئيسياً من عوامل نجاح الجمهور التنظيمية حيث تستهدف العلاقات العامة دعم ومساندة أنشطة الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي الذي يتفاعل مع المؤسسات ومحاولة تكوين صورة إيجابية عن هذه المؤسسات وخدماتها والتعرف على ردود فعل الجمهور، وتوطيد الصلات مع الجماهير الخارجية لهذه المؤسسات لرفع مستوى الأداء والكفاءة المهنية والتي بذلك تقوم بدورها في تحقيق أهداف المؤسسات الغير ربحية.

وتلعب الأدوات الرقمية، خاصة وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، وغيرها، دوراً بارزاً في التركيز على الاتصال والتفاعل بين المؤسسة و الجمهور الذي باتت شبكة الإنترنت رفيقه الدائم ،ولمتابعة الجمهور الرقمي، اكتسبت العلاقات العامة الرقمية قدرات هائلة، ليس باعتبارها أسلوب اتصال، بل باعتبارها أساساً جديداً للعلاقات الإنسانية واصبحت المؤسسات التي تعتمد علي وسائل الإعلام؛ المكتوبة والمرئية والمسموعة، أكثر المؤسسات استفادة من التطور الرقمي، مما جعلها أساس قيام العلاقات العامة الرقمية؛ لأن عملها يعتمد على الاتصال الدائم مع الجمهور، والتفاعل معه، ومتابعته باستمرار، ومن هذا المنطلق تهتم الدراسة بدرجة أساسية بالتعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في الجمعيات الاهلية وانعكاسها علي زيادة الوعي الثقافي.

تم اتخاذ جمعية الصعيد للتربية والتنمية كمثال لهذه الجمعيات ، نظرا لأهمية إدارة العلاقات العامة في نشر المعلومات للجمهور الداخلي بالإضافة إلى قيامها بتقديم المعلومات للجمهور الخارجي المتصل مع هذه المؤسسات في ضوء الواقع الفاعل لهما وتقويمه في ظل تزايد الاهتمام العام بأهمية العلاقات العامة ومكانتها ودورها .

أولاً: الدراسات السابقة: -

تناولت العديد من الدراسات موضوع العلاقات العامة الرقمية ودورها داخل المؤسسات المجتمعية ،تم تقسيم محاور الدراسة الي ثلاث محاور هما:

أ. الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الرقمية .

ب. الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الخدمية.

١. محور الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الرقمية:-

١- دراسة كارولين هيلين ٢٠٢٥ (الاعلام البلدي من خلال المشكلات المجتمعية)^{vi} استهدفت الدراسة فحص المواطن لتصورات حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجال البلدي لنشر المعلومات. على وجه التحديد ، لتحليل كيفية استخدام وكالة بلدية لمنصة التواصل الاجتماعي Instagram من أجل تعزيز الانفتاح على أنشطتها. وكانت المنهجية المستخدمة هي دراسة استقصائية كمية باستخدام استبيان يتم إجراؤه عبر منصة نماذج Google، مسترشدا بالممارسات الجيدة دليل لعمليات وسائل التواصل الاجتماعي ، يتم الإجابة عليه باستخدام مقياس ليكرت المكون من ٥ نقاط ، والتقييم مستويات التكرار والرضا. تسلط النتائج التي تم الحصول عليها الضوء على قيود البلديات التي تم تقييمها فيما يتعلق باستخدام Instagram. كافتراح ، من المهم مراقبة العلاقة بين الحكومة والمواطن من خلال الشبكات في المدن التي تم تقييمها ، البحث عن طريقة عمل تعزز التقييم الإيجابي من قبل السكان.

٢-دراسة فطيمة شلالي (٢٠٢٤) (واقع العلاقات العامة الرقمية في الجماعات المحلية)^{vii} استهدفت الدراسة الي معرفة دور فاعلية العلاقات العامة في بناء المحتويات والمضامين التي يشاركها مع الجمهور عن طريق الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة ،واعتمدت الدراسة المنهج الكيفي، واستخدمت أداتي المقابلة والملاحظة لجمع البيانات ،وتوصلت الدراسة الي أن العلاقات العامة الرقمية حلقة الوصل وأحد الركائز الفعالة في العملية الاتصالية بين البلدية والجمهور حيث تعمل علي نقل وتبادل المعلومات والخدمات لمختلف شرائح المجتمع .

٣-دراسة شراك محمد حسين وآخرون(٢٠٢٤) (الابتكار والتكنولوجيا الرقمية وأهميتها في المؤسسات الناشئة)^{viii}استهدفت الدراسة التعرف علي مفاهيم التكنولوجيا الرقمية وإبراز دورها وأهميتها في المؤسسات الناشئة، حيث تتطرق للمراحل التاريخية التي سبقت العصر الرقمي الذي يميزه ظهور التكنولوجيا الرقمية و من ثم تتطرق لمفاهيم التكنولوجيا الرقمية و الابتكار و كذا المؤسسة الناشئة مع تحديد و إبراز أهمية التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الناشئة .

توصلت الدراسة أن للتكنولوجيا الرقمية أهمية للمؤسسة الناشئة من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية مما يساهم في تحقيق نجاح المؤسسة الناشئة و تحقيق الربحية ويضمن لها المنافسة في بيئة الأعمال.

٤-دراسة رآنية أوجريط وآخرون(٢٠٢٣) (أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر موقع الفيس بوك)^{ix} استهدفت الدراسة معرفة أنشطة العلاقات العامة الرقمية وكيفية استقطابها للجمهور الخارجي حيث اشرنا الى الرعاية الرياضية باعتبارها احد عناصر الاتصال التسويقي ومالها من دور في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس ومالها من قدرة في النهوض بالجانب المالي للنوادي الرياضية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و النظرية الوظيفية بالإضافة إلى استمارة تحليل المضمون و الملاحظة البسيطة كأداتين رئيسيتين للحصول على المعلومات بالاعتماد على الحصر الشامل لمنشورات الرعاية الرياضية على الصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس خلال الفترة الزمنية ٠٦ ديسمبر ٢٠٢٢ الى ٠٥ مايو ٢٠٢٣.

وقد توصلت الدراسة إلى ان تكمن أهمية استخدام الشعار لمؤسسة موبيليس في تميزها عن باقي المؤسسات لأنه يعطي الانطباع الأول كذلك كونه رسالة اتصالية لها علاقة بالقيمة الأساسية التي تريد المؤسسة نقلها للجمهور ، استخدمت اللغة العربية بكثرة دليل على أن مؤسسة موبيليس تهتم بالمستوى التعليمي للجمهور حتى تسهل عملية نجاح رسالتها الاتصالية، وايضا اهتمام جهاز العلاقات العامة الرقمية لمؤسسة موبيليس بالتواجد عبر الفضاء الرقمي خاصة موقع الفيسبوك لتأكيد هويتها البصرية كذا يساعدها في معرفة اتجاهات الجمهور و آرائه عن طريق التعليقات .

٥-دراسة سارة محي الدين (٢٠٢٢) (استخدام العلاقات العامة الرقمية للسمات الجمالية في الترويج للمدن العمرانية الجديدة)^x استهدفت الدراسة التعرف على آلية استخدام العلاقات العامة الرقمية للسمات الجمالية في المواقع الإلكترونية للمدن العمرانية الجديدة واستخدامها في الترويج لهذه المدن وكيفية توظيف الصور والالوان والأشكال في المواقع واعتمدت الدراسة على التحليل البصري لسمات الجمالية وعلاقتها بالترويج وتفاعل المستخدم معها من خلال ثلاث مقاييس هما الصور وحجمها والالوان والأشكال وتم تحليل ثلاث مواقع وهما موقع هيئة المجتمعات العمرانية الجديدة وموقع وزارة الاسكان والمرافق والمجتمعات العمرانية و موقع خريطة مشروعات مصر واعتمدت الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة و توصلت الدراسة الى ان استخدام العلاقات العامة للسمات الجمالية في تصميم هذه المواقع بالرغم من اختلاف توظيف هذه السمات من موقع لآخر الا انها اتفقت في استخدام الالوان المحايدة واختلفت في موقع الصور وحجمها اعتمدت العلاقات العامة في تصميم المواقع على الالوان وكان الاعتماد على الالوان المحايدة بشكل اكبر لأنها مريحة في الاستخدام سواء جاءت خلفية او لون كتابة فيما عدا موقع خريطة مشروعات مصر استخدم الوان اخرى الى جانب الالوان المحايدة

واستخدمت العلاقات العامة الاشكال ومعظمها اشكال مربعه وبالإضافة الى توافر المعلومات عن المدن الجديدة واستخدام اللغة العربية فيما عدا موقع المجتمعات العمرانية الجديدة توفر به امكانية الترجمة الى اللغة الانجليزية.

٦-دراسة سارة شعبان حسن(٢٠٢١) (الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات) ^{xi} استهدفت الدراسة رصد وتقييم استخدام الشركات متعددة الجنسيات العاملة في مصر للعلاقات العامة الرقمية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وانعكاسها على أداء ممارسي العلاقات العامة، ومعرفة التقنيات الحديثة المتاحة لإدارات العلاقات العامة في الشركات، ومستوى استخدامها ومجالات توظيفها في مجال العلاقات العامة ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبيان، وانتهت الدراسة إلى تصدر " استراتيجية الالتزام بالقرارات طبقاً للقوانين المنظمة" القوة" مقدمة الإستراتيجيات الاتصالية التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة في نشر وتعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات - محل الدراسة، تلتها إستراتيجية" الاهتمام بتقدير مجهودات العاملين والاعتراف بها وتحفيزهم"، في حين جاءت "استراتيجية التعاون بين العاملين بدون ضجر أو تذمر" في المرتبة الثالثة، بينما جاءت "استراتيجية مشاركة العاملين في إبداء الآراء والمقترحات الخاصة بالشركة" في المرتبة الرابعة، كما كشفت الدراسة تصدر قيمة " تعزيز الإجراءات والسياسات المتعلقة بالشركة" مقدمة القيم والمعاني التي ترسخها الأدوات الاتصالية التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة في نشر وتعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات - محل الدراسة "، بينما جاءت قيمة" تحقيق التماسك الوظيفي" في المرتبة الثانية، في حين حلت قيمة" تعميق الانتماء للشركة" في المرتبة الثالثة..

٧- دراسة إيمان مرسي (٢٠٢١) (دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية خلال أزمة وباء كورونا المستجد) ^{xii} استهدفت الدراسة التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية خلال أزمة وباء كورونا المستجد، والوقوف على مدى استخدام أخصائي ومديري إدارات العلاقات العامة بالجامعات السعودية عينة الدراسة تكنولوجيا الحديثة خلال أزمة كورونا، وأهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة بالتطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السعودية عينة الدراسة (الملك عبد العزيز - أم القرى- الطائف) قوامها (٦٦ مبحوث) .

وتوصلت الدراسة الي أن البريد الإلكتروني وحسابات الجامعة على وسائل الإعلام الاجتماعي جاءتا في المرتبة الأولى بنسبة ٢٥,٣٣% كأهم الوسائل الإلكترونية التي استخدمتها إدارة العلاقات العامة في تعاملها مع أزمة كورونا، كما كشفت نتائج الدراسة أن ٥٤% من مديري وأخصائي إدارات العلاقات العامة بالجامعات السعودية عينة الدراسة حصلوا على تدريب على تكنولوجيا الاتصال خلال وباء كورونا. كما أكدت نتائج الدراسة أهمية أدوات العلاقات العامة الرقمية لمديري وأخصائي العلاقات العامة بالجامعة، حيث كانت أدوات العلاقات العامة مفيدة في إمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعة أو الكلية بنسبة ١٩,٦، وتحسين بيئة الاتصال بين الإدارات المختلفة بالجامعة بنسبة ١٨,٢%. وأن استراتيجية الإعلام توفر للعلاقات العامة كل القرارات والإجراءات الاحترازية التي تتخذها الجامعة للتعامل مع أزمة وباء كورونا أهم استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية في الجامعة بنسبة ٤١,٣%.

٨-دراسة دعاء محمد نصير (٢٠١٩) (العلاقات العامة الرقمية ودورها في ادارة الازمات في الوزارات المصرية) ^{xiii} استهدفت الدراسة معرفة معني العلاقات العامة الرقمية ومكانتها بين الوزارات ، وهل اختلفت هذه المكانة والوظيفة من وزارة الي أخرى ، وايضا التعرف علي وسائل الاتصال المختلفة التي تستخدمها الوزارات وكيفية تنسيق توثيق الاتصال بين الوزارات والهيئات الأخرى ، وتحقيق الاستقرار وادارة الازمات بشكل جيد من خلال الدور الفعال للعلاقات العامة الرقمية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي للوصول لوصف دقيق ومتكامل واتبعت اسلوب المنهج المسحي للحصول علي نتائج أفضل، قامت الباحثة باستخدام صحيفة تحليل مضمون لتحليل محتوى المواقع الالكترونية للوزارات لمعرفة الانشطة الالكترونية لها والدور الذي تقوم به في ادارة الازمات .

توصلت الدراسة الي أن تكنولوجيا الاتصال من انجح الوسائل التي تواجه بها الوزارات تحديات العصر، وجود وتوافر وسائل متعددة مستخدمة في التواصل مثل (النص- الصوت- الفيديو- الصور) يقدم استفادة متكاملة في عرض الموضوعات داخل الموقع الالكتروني.

٩-دراسة محمد صاحب سلطان (٢٠١٨) (اتجاهات ادارات العلاقات العامة في الجامعات الاردنية نحو استخدام الانترنت كوسيلة اتصال) ^{xiv} استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة ومعايير اداراتها نحو استخدام الانترنت كوسيلة اتصال حديثة في مجال العلاقات العامة في الجامعات الاردنية من خلال تتبع العوامل المؤثرة على استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة فيها والتي تمثلت في العوامل الداخلية كالعوامل الديموغرافية للعاملين وعوامل فنية تقنية مرتبطة بالانترنت كذلك

خصائص وسمات وانتشار الانترنت وتكلفته المادية ومراحل عملية تبني وقبوله للاستخدام وعوامل داخلية تنظيمية مرتبطة بالعمل التنظيمي للجامعة إضافة الى عوامل خارجية اخرى كالعوامل الاقتصادية والعوامل السياسية التي تعمل في ظلها ادارات العلاقات العامة واستخدامها الانترنت كتقنية اتصالية حديثة وتوضيح التأثيرات المرتبطة باستخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة وكذلك التعرف على اتجاهات ادارات العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت كتقنية اتصالية حديثة في مجال عملهم

١٠-دراسة سليم معمر البجراح(٢٠١٧) (تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير اداء العلاقات العامة)^{xv} استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال في شركات الطيران العاملة في ليبيا، من خلال استخدام مواقع العلاقات العامة وصفحات الفيسبوك الرسمية لهذه الشركات، وكيف أثرت هذه التأثيرات على الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، بعد إضافة هذه الأدوات الجديدة للتواصل مع الجماهير، من خلال مساحات حوارية تخلق حوارًا تفاعليًا بين المؤسسة وجماهيرها، ومدى مساهمة هذه الأدوات في بناء علاقات طويلة الأمد مع الجماهير، بالإضافة إلى التعرف على أهم المعايير التي يتم على أساسها اختيار ممارسي العلاقات العامة لهذه الوسائل. واعتمدت الدراسة على استطلاع آراء ممارسي العلاقات العامة في شركات عينة الدراسة، والتي تمثلت في (الخطوط الجوية الليبية - الخطوط الجوية الأفريقية - الخطوط الجوية التركية - الأجنحة الليبية للطيران)، فيما اعتمدت الدراسة على نظرية إثراء الوسائل والحوارات الاتصالية كمدخل نظرية للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى وجود آثار إيجابية للتكنولوجيا على أداء ممارسي العلاقات العامة في الشركات محل الدراسة، وتظهر هذه الآثار بشكل أكبر على صفحات الفيسبوك أكثر من المواقع الإلكترونية. وأظهرت الدراسة أيضاً أن المواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك تعد من الوسائل المفيدة في أنشطة العلاقات العامة، وذلك لأن العلاقات العامة وظيفة إدارية ذات طبيعة تواصلية.

أشارت النتائج إلى أن العلاقات العامة في الشركات المشمولة بالدراسة تعتمد على استراتيجية الحوار في التواصل مع الجمهور. كما أظهرت الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة لديهم فهم لجميع مبادئ التواصل عبر المواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك بنسب متفاوتة، وأن فهم المبحوثين لمبادئ الحوار على الفيسبوك أعلى من تصور المبحوثين للمواقع الإلكترونية.

١١-دراسة شيماء عبد العاطي سعيد(٢٠١٧) (الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ، ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي)^{xvi} استهدفت الدراسة رصد

وتحليل استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة التي تستخدمها شركتا مصر للطيران والإمارات العربية المتحدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تطبيقها على فيسبوك للترويج ونشر ثقافتها التنظيمية، وذلك للتعرف على نوعية المعلومات الواردة في الموقع، واستخدمت الدراسة منهجية دراسة الحالة، كما اعتمدت على أداة تحليل المحتوى. وقد توصلت الدراسة إلى حرص كل من مصر للطيران وطيران الإمارات على استخدام فيسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور ونشر ثقافتها وسياستها.

وأكدت الدراسة على أهمية نشر وتعزيز الثقافة التنظيمية التي تساهم في نجاح عمل المؤسسات، كما أن اهتمام المؤسسات بثقافة المنظمة يعمل على تحسين كفاءة المنظمة ويعمل على تعزيز رضا الموظفين وولائهم لها. وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في هذه العملية من خلال توفير أدواتها الاتصالية المتنوعة، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المنظمات بتوظيف كافة مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل اتصال هامة يمكن من خلالها نشر وتعزيز الثقافة التنظيمية، مستفيدة من مزايا وسائل الاتصال الجديدة المبنية على النصوص العالية والوسائط المتعددة والقدرة على الوصول إلى الجمهور من خلال تجاوز كافة الحدود المكانية والاعتبارات الزمانية.

ب. محور الدراسات التي تناولت العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الخدمية:-

١- دراسة لطفي حسن ٢٠٢٤ (استراتيجيات الاتصال الحوارية التفاعلية للمنظمات الخدمية عبر مواقعها الرقمية ودورها في إدارة سمعتها الرقمية)^{xvii} استهدفت الدراسة التعرف على استراتيجيات الاتصال الحوارية التفاعلية للمنظمات الخدمية عبر مواقعها الرقمية، ودورها في إدارة سمعتها الرقمية، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح من خلال تطبيق صحيفة تحليل مضمون على عينة من المواد الاتصالية المنشورة عبر صفحة بعض المؤسسات الخدمية والتي تمثلت في (شركة المصرية للاتصالات، البنك الأهلي، شركة مصر للتأمين) وكذلك تحليل مبادئ الاتصال الحوارية عبر مواقعها الإلكترونية إلى جانب إجراء عدة مقابلات متعمقة مع مسؤولي العلاقات العامة بالمؤسسات الخدمية، وقد توصلت الدراسة إلى معرفة أن ارتفاع معدل استخدام ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة للتطبيقات الإلكترونية في إدارة السمعة في المؤسسات الخدمية، وقد جاء في مقدمتها الموقع الإلكتروني وصفحة الفيس بوك، أكدت أنه يوجد عدد من الاساليب لإدارة سمعة المؤسسات منها متابعة آراء المستخدمين والاجابة على استفساراتهم وحل المشكلات التي تواجههم أولاً بأول، وعمل متابعة دورية مع المستخدمين، واخذ آرائهم بعين

الاعتبار، وتطوير الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة أولاً بأول وبما يتناسب مع طريقة تعامل الجمهور مع المؤسسة، ونشر الاخبار الجديدة على قنوات الاتصال الرقمي بشكل مستمر، والاهتمام بالانشطة الاجتماعية والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وذلك من خلال رعاية بعض الاحداث والفاعليات الخيرية التي تهدف الى الصالح العام.

اهتمت جميع المنظمات محل الدراسة بتقديم معلومات مفيدة للجمهور من خلال موقعها الإلكتروني عن مجال عمل المنظمة وتاريخها ورؤيتها والرسالة أو المهنة التي تعمل من أجلها، إلى جانب الجوائز والتقدير التي حصلت عليها المنظمة، إلى جانب أيضاً إهتمام كافة المواقع بتقديم معلومات عن هيكلها الإداري وقياداتها، وبعض المعلومات عن بعض الجوانب المالية، مما يخلق لدى الجمهور المصداقية نحوها ويدعم سمعتها في المجتمع.

ظهرت مؤشرات الإتصال الحواري الأخرى عبر المواقع الإلكترونية لكل المنظمات محل الدراسة، مثل سهولة استخدام الموقع والتجول فيه، إلى جانب إمكانية البحث بسهولة والحصول على معلومات من خلال خريطة الموقع، والإجابة على الاستفسارات والأسئلة، ويمكن القول أن هذه النتيجة تدعم مبدأ "التواصل" كأحد مبادئ نظرية الحوار، حيث تضمنت المواقع روابط تتيح للجمهور إبداء الرأي تجاه مخرجات هذه المؤسسات.

٢-دراسة نسرين زيادة (٢٠٢٣) (العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدماتية)^{xviii} استهدفت الدراسة الكشف عن طبيعة العلاقة بين ثنائية " العلاقات العامة الرقمية " و " الصورة الذهنية" وذلك من خلال التعرف على كيفية استغلال مؤسسة أوريدو لصفحات الفيسبوك في بناء العلاقات العامة الرقمية واستراتيجيات التسويق الرقمي وبرامج المسؤولية الاجتماعية، تم استخدام أدوات جمع البيانات من خلال إجراء دراسة لاستطلاع آراء الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة عبر الصفحة و قد تم اختيار العينة القصدية لحاملي شريحة أوريدو قد بلغ عددها الاجمالي ٤١٨ مفردة، كما تم الاعتماد على عينة عشوائية منتظمة لتحليل عينة من منشورات صفحة ooredoo Algérie عبر الفيس بوك.

توصلت الدراسة إلى أن مؤشرات الحلقات التواصلية أتاحت مبدأ التواصل كأهم مبادئ نظرية الحوار، إذ توجد لدى ممارسي العلاقات العامة الرقمية اتجاهات إيجابية نحو قيام المؤسسة بدورها الاجتماعي باعتبار المؤسسة جزء من المجتمع، ما يفرض عليها ضرورة التكيف معه لتحقيق منافع مشتركة. يمكن أن يسهم في تحقيق ميزة تنافسية ورضا الزبائن عن جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة. ويجب

على المؤسسات التكيف مع المجتمع الذي تخدمه لتحقيق منافع من خلال إقامة علاقات حوارية تفاعلية ناجحة معهم ،هذا وكما اكد القائمين على إدارة صفحة المؤسسة عبر الفيسبوك اهتمامهم بالجانب الإبداعي في تصميم الاعلانات الخاصة بالعروض الترويجية بطريقة متناسقة تجذب انتباه الجمهور حول ما تقدمه لهم و تلبي احتياجات الزبائن، تؤكد اوريدو على نجاعة استراتيجيتها القائمة أساسا على الرقمنة و التزامها في منح الافضل لزبائنها ،وتستخدم "ooredoo" الادوات التفاعلية لحشد وحث الجماهير على المشاركة المجتمعية، وتعزيز صورتها الذهنية وهويتها البصرية، لترسيخها في ذهن واصحاب العلاقة من الجمهور المتابع له

٣-دراسة شنين نور الهدى وآخرون (٢٠٢٣) (واقع تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الجزائرية)^{xix} استهدفت الدراسة موضوعاً بالغ الأهمية يهدف إلى التحقيق في تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المؤسسة الجزائرية، حيث يتم اعتماد العلاقات العامة الرقمية كوظيفة إدارية تنظيمية تعمل كحلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها من خلال استخدام الوسائط الرقمية والذكية. تم اختيار الوكالة الوطنية للتشغيل (ANEM) التي تقع في ولاية قالمة لتكون مؤسسة دراسة الحالة. لتحقيق أهداف البحث، تم استخدام استبيان المسح والمقابلة والملاحظة لجمع البيانات لإشراك مجتمع البحث الذي يضم ١٠٠ مشارك. تم توزيع الاستبيان على جميع الأشخاص الحاضرين في الوكالة. بعد إجراء الدراسة الميدانية، توصلت الدراسة الي اكتشاف مدى استخدام وكالة التشغيل في قالمة لمهنة العلاقات العامة الرقمية كنهج داخلي داخل مؤسستها الإدارية لتضييق فجوات التواصل بين الوكالة.

٤-دراسة خديجة قطش (٢٠٢٣) (إدارة العلاقات العامة الإلكترونية لصورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر)^{xx} استهدفت الدراسة إلى معرفة كيفية إدارة العلاقات العامة الالكترونية لصورة المؤسسات الاقتصادية الناشطة في الجزائر ، وتسليط الضوء على أهم الميكانيزمات والاستراتيجيات المستعملة من طرف هذه المؤسسات لبناء صورة المؤسسة، المحافظة عليها وصيانتها، والكشف عن كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة هذه الصورة، خاصة في ضوء الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وتزايد عدد مستخدميها، والذي جعل من المفيد للمؤسسات التوجه نحو الاعتماد عليها بغية تحقيق أهداف المؤسسة خاصة المتعلقة بصورتها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واتخذت من تحليل المحتوى، واستمارة قياس الاتجاه أداتين لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، والنظرية النسقية، نظرية الاتصال الحواري ،حيث تم تحليل عينة من منشورات الصفحة الرسمية لمؤسسة Ooredoo Algérie على موقع الفيسبوك، وكذا توجيه استمارة خاصة بقياس الاتجاه تم توزيعها

الالكترونيا على عينة من مشتركى الصفحة الرسمية للمؤسسة. وتوصلت الدراسة الي أن المؤسسة محل الدراسة تقوم على إدارة صورتها عبر صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك بطريقة مدروسة مسبقا، خلال ثلاث مراحل تمثلت في (بناء صورة المؤسسة: وظهرت من خلال نشر مؤسسة أوريدو الجزائر لمعلومات وبيانات خاصة بأخبار المؤسسة، نشاطاتها وخدماتها وذلك عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك، وتسهيل الحصول عليها من خلال توفير روابط تتيح للجمهور المزيد من المعلومات- المحافظة على صورة المؤسسة: وبرز ذلك في حرص المؤسسة على الحفاظ على صورتها لدى الجمهور الخارجي من خلال التركيز على استخدام الاتصال الحواري المتمثل ثنائي الاتجاه وفتح المجال أمام الجمهور للحوار والنقاش، والعمل على التعرف على آرائه واتجاهاته نحو ما تقدمه من خدمات -صيانة صورة المؤسسة: تحاول مؤسسة أوريدو الجزائر بشكل متواصل صيانة صورتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي)

٥-دراسة نور بهجت ٢٠٢٠ (أثير الإعلام الجديد على أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية)^{xxi} استهدفت الدراسة معرفة تأثير الإعلام الجديد على أداء ممارسي العلاقات العامة العاملين في المؤسسات الحقوقية الفلسطينية (غير الربحية)، وذلك بالاستناد إلى نظرية الحوار التي توافق بين أهداف المنظمات غير الربحية من الاهتمام بتقديم الخدمات التي يحتاجها المجتمع، ومهام العلاقات العامة في هذه المؤسسات؛ جذب التمويل والمتطوعين، والذي أتاح الإعلام الجديد إمكانية تأديتهما بفعالية، والوصول لجمهور أوسع بتكلفة أقل. اعتمدت الدراسة علي المنهجين الكمي والكيفي معاً، واستعانت بأدواتهما لتحقيق أهدافها والإجابة على أسئلتها، حيث توجهت بداية بالاستبانة "المقابلة المقننة" إلى ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المستهدفة أنفسهم، لمعرفة توجهاتهم وآرائهم من استخدام الإعلام الجديد، ومن ثم حلت مضامين صفحات فيسبوك لذات المؤسسات بهدف المقارنة بين الاعتقاد والممارسة الفعلية، وترافق كل هذا مع ملاحظات دونها الباحث لإثراء نقاش نتائج الأدوات الكمييتين. وتوصلت الدراسة إلى أن المنظمات الحقوقية تستخدم وسائل الإعلام الجديد بأسلوب تقليدي وتنتشر من خلالها رسائل تقليدية؛ شكلا ومضمونا، لا تراعي الميزات التفاعلية للإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعية. وذلك جراء غياب التخصصية في الأفراد أو الدوائر القائمة بمهام العلاقات العامة ما انعكس بشكل مباشر على ممارسات وأنشطة ورسائل هذه المؤسسات لجمهورها، كما فوت عليها فرصة الاستفادة من ميزات الإعلام الجديد وعلى رأسها الحوار والتفاعل لجذب تمويل ومتطوعين، أيضا تكشف النتائج عن تغيب جميع ميزات العملية الاتصالية الحوارية، وعلى رأسها التفاعل مع

ال جماهير بهدف خلق علاقة طويلة الأمد. واستنتجت عدم وجود أي فوارق يمكن أن تتركها عوامل الجنس أو العمر أو استقرار التمويل على استخدام الإعلام الجديد في المؤسسات الحقوقية.

٦-دراسة حاتم علي حيدر(٢٠١٧) (دور الفيس بوك في تدعيم الحوار بين المنظمة والجمهور)^{xxii}

استهدفت الدراسة رصد وتقييم استخدام المنظمات العاملة في اليمن للفيسبوك في تعزيز الحوار مع جماهيرها، معتمدة علي منهج المسح، من خلال تحليل محتوى صفحات الفيسبوك لـ ٥٠ منظمة في اليمن تم اختيارها باستخدام أسلوب العينة العمدية، لتقييم قدراتها الحوارية والتفاعلية من خلال الفيسبوك من منظور نظرية الاتصال الحواري، وقد توصلت الدراسة إلى معرفة تركيز معظم المحتويات المنشورة على مواقع وصفحات الفيسبوك على استهداف العملاء وأفراد المجتمع المحلي، ومن ناحية أخرى جاءت منتجات وخدمات المنظمات على رأس قائمة هذه المحتويات، و ظهرت دلالات الاتصالات الحوارية بدرجات متوسطة باستثناء مؤشر توليد الزيارات العائدة الذي ظهر بدرجة منخفضة في صفحات المنظمات على الفيسبوك، كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المنظمات الربحية وغير الربحية في ظهور مؤشري سهولة الواجهة والحلقة الحوارية.

٧- دراسة Astrid Spatzier (٢٠١٦) (اهداف ممارسي العلاقات العامة بالمنظمات غير الربحية)^{xxiii} استهدفت الدراسة توضيح الاختلافات بين الممارسين ذوي التعليم الاقتصادي والممارسين ذوي التعليم الاتصالي، استنادًا إلى مسح كمي شمل ٧٩٠ ممارسًا يعملون في منظمات غير ربحية في النمسا، والقاء الضوء على تأثيرات التعليم على تفكير وتصرف الممارسين في ممارسة الاتصال على الرغم من أن العلاقات العامة ليست مهنة محمية، إلا أن التعليم أصبح موضوعًا مستمرًا في أدبيات العلاقات العامة وممارساتها، علاوة على ذلك، يتم تعليم العلاقات العامة بشكل متزايد في بيئات مختلفة. تتراوح الدورات المتاحة من ندوات ليوم واحد في كليات المجتمع إلى دراسات خاصة بالعلاقات العامة. علاوة على ذلك، لا تعد العلاقات العامة موضوعًا في الدراسات المتعلقة بالاتصالات فحسب، بل أيضًا في الاقتصاد والعلوم الإنسانية، وتوصلت الدراسة الي ان العلاقات العامة تجذب انتباه الجمهور للمنظمة وتجعل الاتصال تنظيمي وتؤثر علي اراء المحررين نحو المنظمة ولها دور في حل مشكلات المنظمة وتغيير سلوكيات الجمهور.

٨- دراسة سلوى العوادلي (٢٠١٥) (استخدام المنظمات غير الهادفة للربح لمواقع التواصل الاجتماعي)^{xxiv} استهدفت الدراسة معرفة استخدامات المنظمات غير الهادفة للربح في مصر لصفحات الفيس بوك وذلك عن طريق تقديم توصيف كيفي لهذه الصفحات من حيث الشكل والمضمون

بالإضافة إلى رصد أشكال التفاعل بين المؤسسة مع الجمهور وذلك من خلال "تحليل صفحتي مستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧ و جمعية رسالة لأعمال الخيرية على الفيس بوك) وتوصلت الدراسة الى اهتمام المؤسسات غير الهادفة للربح محل الدراسة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها من المتطوعين والمتبرعين، وتعريفهم بالأنشطة والخدمات التي تقدمها إضافة إلى حثهم على المشاركة في التطوع والتبرع لمساعدة المرضى والمحتاجين ، وكشفت نتائج التحليل تفوق جمعية رسالة في استخدام صفحتها لخلق حوار مفتوح بينها وبين جمهورها من المتطوعين، حيث سعت من خلال صفحتها على الفيس بوك بنشر موضوعات اندماجية تركز على البعد الانساني والتفاعلي لدى الجمهور، وبهذا فقد تكون استفادت من المزايا التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي. تشابهت المنظمتان في استخدام الشعار المرئي logo للمنظمة كصورة لواجهة الصفحة Profile picture ، اهتمت المنظمتان محل الدراسة بوضع تطبيق للتبرع لحسابهما في البنوك عبر صفحتها على الفيس بوك، وهذا يلائم فكرة الوسيلة الجديدة ليسهل على المتبرعين أمر التبرع ،حرصت المنظمتان محل الدراسة على نشر صور وفيديوهات عن الأنشطة والخدمات التي تقدمها حتى تخلق مصداقية أكثر لدى جمهورها المستهدف من المتطوعين والمتبرعين، وذلك حتى يستطيع الجمهور رؤية ما تقدمه هاتين المنظمتان على أرض الواقع ومن ثم يتبرع بالمال لتمويلها.

٩- دراسة آمنة عيادي و آخرون (٢٠١٦) (دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية)^{xxv} استهدفت الدراسة التعرف على مدى إسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المديرية الولائية للأمن ، ومعرفة رأي موظفي مديرية الأمن بأم البواقي في انعكاسات التكنولوجيا الحديثة للاتصال على أداء العلاقات العامة، وايضا معرفة أهم تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي تستخدمها المديرية الولائية للأمن لمعرفة إن كان ذلك يخدم مصالحها ام لا، تم الاعتماد على الدراسة الوصفية فهي الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة من اجل الكشف عن تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، واستخدمت ادوات مختلفة لجمع البيانات مثل الملاحظة ،استمارة مقابلة.

توصلت الدراسة الي معرفة الدور الإيجابي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في تسريع وتيرة العمل ،تفعيل الاتصال الداخلي والخارجي، تسهيل العمل وتحسين نوعيته، الحصول على المعلومة وإيصالها في وقت قياسي ،وأكدت علي حتمية الاعتماد عليها بالمديرية الولائية للأمن لضمان اتصال فعال، ولا

يمكن استمرار العمل دونها، وعليه فان تكنولوجيا الاتصال هي الركيزة الأساسية المعتمد عليها في المديرية ككل، و في خلية الاتصال و العلاقات العامة بصفة خاصة.

١٠- دراسة (Aghnes gholias) اغنيس غولياس (٢٠١٥) (وسائل التواصل الاجتماعي و العمل التطوعي المجتمعي)^{xxvi} استهدفت الدراسة استكشاف مدى تحقيق الإمكانيات التحويلية للتقنيات الرقمية، وخاصةً وسائل التواصل الاجتماعي، فيما يتعلق بالتطوع المجتمعي. ومعرفة كيفية استخدام المنظمات الصغيرة غير الربحية في منطقة دراسة الحالة في مقاطعة كانتربري لوسائل التواصل الاجتماعي للتطوع، بالإضافة إلى كيفية تبنيها لهذه الأدوات بشكل عام. كما درس المشروع كيفية تفسير الجمهور لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي المتعلق بالتطوع المجتمعي. وتوصلت الدراسة الي التأكد من ان الموارد والمعرفة والقيود المتصورة عوامل رئيسية تؤثر على كيفية ومدى تبني المنظمات الصغيرة غير الربحية لوسائل التواصل الاجتماعي، ولا يُعدّ التطوع سبباً رئيسياً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الصغيرة غير الربحية، وإذا استُخدم لهذا الغرض، يُنظر إليه بشكل أساسي كأداة توظيف، تُقدّر المنظمات الصغيرة غير الربحية وسائل التواصل الاجتماعي لفرص مُعينة، ولكنها تراها أيضاً مصدر ضغط إضافي، يُؤطّر الجمهور محتوى وسائل التواصل الاجتماعي المتعلق بالتطوع كإعلانات. يُسهم البحث في النقاشات الدائرة حول الإمكانيات التحويلية لوسائل التواصل الاجتماعي، لا سيما في سياق المشاركة المجتمعية والقطاع غير الربحي.

ثانياً: مشكلة الدراسة

في إطار التطور السريع والتقدم وظهور عصر التكنولوجيا الرقمية التي تعيشها الاجيال المصرية هذه الايام والتي تمثل قوة لا يستهان بها في التأثير على المجتمع ومن ثم القيم ، ظهر دور ادوات العلاقات العامة الرقمية من خلال وسائل الاتصال عبر المواقع الإلكترونية في بناء علاقة مع الجماهير وتفاعل ،و اصبحت هذه الادوات نافذة الانسان علي العالم كله ولها دور كبير في تحديد اتجاهاته وسلوكه داخل المجتمع ،لهذا تدعم الجمعيات الاهلية التزامها بالحوار وتقوى علاقتها مع الجماهير وتتفاعل معهم باستخدام هذه الادوات، حيث تلعب الجمعيات الأهلية دور وسيط بين الفرد والدولة فهي كفيلة بالارتقاء بشخصية الفرد وايضا المجتمع ككل، عن طريق نشر الوعي و الديمقراطية، وتعبئة الجهود الفردية والجماعية لمزيد من التنمية الاجتماعية والاقتصادية والتأثير في السياسات العامة وتعميق مفهوم التضامن الاجتماعي، فيمكن من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من خدمات الانترنت الأخرى داخل المؤسسة ،تقوية العلاقات مع الجماهير ودعم

التزام المؤسسة بالحوار معهم، حيث تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بمجموعة خصائص تجعلها تحقق البعد الشخصي في الحوار حول القضايا المختلفة، ولما تتميز به من دمج النص والصوت والصورة والحركة والتفاعل الفوري، مما يساعد استخدامها في الاتصال المباشر من خلال النقاش الفوري ورجع الصدى، والتعليق وإبداء الرأي .

لذلك ظهر الاحتياج الي اهتمام الجمعيات الاهلية داخل المجتمع المدني الي تفعيل وتطوير دور ادوات العلاقات العامة الرقمية بداخلها ، ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في ابراز دور ادوات العلاقات العامة الرقمية في جمعية الصعيد للتربية والتنمية كواحدة من اهم الجمعيات الاهلية التي تستهدف من خلال صفحتها علي الفيس بوك نشر انشطتها المختلفة وتقديم خدماتها الي جمهورها بطرق متنوعة ومختلفة تتناسب مع فئاتها المستهدفة من الاطفال والشباب ، السيدات ، الرجال وتواكب تغير نمط الحياة وتطور عصر التكنولوجيا.

ثالثا: اهمية الدراسة

١-تتناول الدراسة موضوعا حديثا يمثل إضافة علمية لمسار الدراسات التي تناولت الاعلام الرقمي والاتصال الحوارى عبر الانترنت بمنظمات غير الربحية.

٢-إبراز دور العلاقات العامة في الجمعية في نشر انشطتها بين جمهورها المستهدف.

٣-تقدم الدراسة دعم للعاملين بقطاع العلاقات العامة والاعلام داخل المنظمات غير الربحية في كيفية الاستخدام الامثل والتوظيف المناسب لجميع ادوات العلاقات العامة الرقمية في عرض أنشطة الجمعية وتعزيز دورها وسط جمهورها.

٤-تأتي اهمية الدراسة من أهمية العلاقات العامة الرقمية داخل منظمات المجتمع المدني ،حيث اصبحت الوسيلة الاعلامية الأقوى تأثيرا لدي المنظمات غير الربحية لإدارة العلاقات مع جمهورها وتحقيق التواصل الجيد والفعال.

٥-تركز الدراسة علي اهمية توظيف وسائل الاتصال الحديثة في الجمعيات الاهلية .

٦-تقدم الدراسة رصد لمزايا وأهداف تحول المنظمات الغير ربحية نحو استخدام العلاقات العامة الرقمية وتطبيقاتها المختلفة في تحقيق وظائفها، مما يدعم العاملين بمثل هذه المنظمات للاستفادة وحقيق التطوير .

رابعاً: أهداف الدراسة

- ١- التعرف علي سمات صفحة جمعية الصعيد وتعريفها علي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك
- ٢- تحديد نوعية المضامين التي تقدمها الجمعية من خلال صفحتها علي فيس بوك
- ٣- التعرف علي جمهور الجمعية وطرق التواصل والتفاعل في الحوار بين المؤسسة والجمهور
- ٤- معرفة كيف تعرض الجمعية أنشطتها ومحتواها علي صفحتها علي فيس بوك
- ٥- كيف تلتزم الجمعية بتطبيق الشفافية والمصداقية لزيادة عدد المتابعين وجذب الزوار.
- ٦- التعرف علي حملات ومبادرات التي تهتم الجمعية بنشرها علي صفحتها
- ٧- معرفة أوجه المشاركة والتشبيك بين الجمعية والهيئات الشريكة داخليا وخارجيا

خامساً: تساؤلات الدراسة

- ١- ما سمات صفحة الجمعية علي موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من حيث التعريف بالجمعية وعدد المتابعين؟
- ٢- ما نوعية المضمون الذي تقدمه الجمعية علي صفحتها علي فيس بوك؟
- ٣- من هم جمهور الجمعية؟ وكيف تدعم صفحتها التفاعل والتواصل مع جمهورها؟
- ٤- كيف تعرض الجمعية أنشطتها ومحتواها علي صفحتها علي فيس بوك؟
- ٥- كيف يؤثر التزام الجمعية بالشفافية والمصداقية علي زيادة عدد الزوار والمتابعين؟
- ٦- ما هي الحملات والمبادرات التي تهتم الجمعية بنشرها علي صفحتها؟
- ٧- ما هي أوجه المشاركة والتشبيك بين الجمعية والهيئات الشريكة داخليا وخارجيا؟

سادساً: نوع ومنهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة الي نوعية الدراسات الوصفية التي تعتمد علي تحليل المضمون الكيفي للأنشطة الاتصالية لصفحة جمعية الصعيد للتربية والتنمية على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك.

سابعاً: عينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة في تحليل صفحة الفيس بوك الخاصة بجمعية الصعيد للتربية والتنمية وما نشرته من أنشطتها خلال الفترة من ٢٠٢٠ الي ٢٠٢٣.

ثامنا: ادوات جمع البيانات

ا. المقابلة مع مدير قطاع العلاقات العامة والاعلام بالجمعية.

ب. الملاحظة : من خلال البحث وجمع المعلومات عن دور العلاقات الرقمية بالجمعية من خلال موقعها وصفحتها علي مواقع التواصل الاجتماعي ،وما تعده وتقدمه من تقارير وأنشطة وخدمات لجمهورها داخل المجتمع.

ج. اداة تحليل المضمون.

نتائج الدراسة التحليلية:

ا. التعريف بالصفحة وسماتها

اسم الصفحة (جمعية الصعيد للتربية والتنمية) وتختصر الي (جمعية الصعيد – AUEED)

منظمة غير حكومية- تعمل في الصعيد منذ ١٩٤٠

-عدد متابعين الصفحة ٣٠ ألف متابع.

تم رصد هذا الرقم علي الصفحة أثناء فترة التحليل، يرجى الإشارة الي ان هذا الرقم غير ثابت ،فهو متغير قد يزيد أو يقل بمرور الوقت حسب طبيعة ممارسة وتفاعل الجمعية والجمهور داخل الصفحة.

-حصلت الجمعية علي توثيق من إدارة الفيس بوك علي العلامة الزرقاء ،وكان ذلك بتاريخ

٢٠٢١/١/١٨

-تتوافر كل معلومات التواصل داخل الصفحة كالاتي:

١-العنوان (٦٥ شارع القبيسي حي الظاهر ،رمسيس، القاهرة)

٢-ارقام التليفونات (٠٢٢٥٨٨٩٦٣٤)

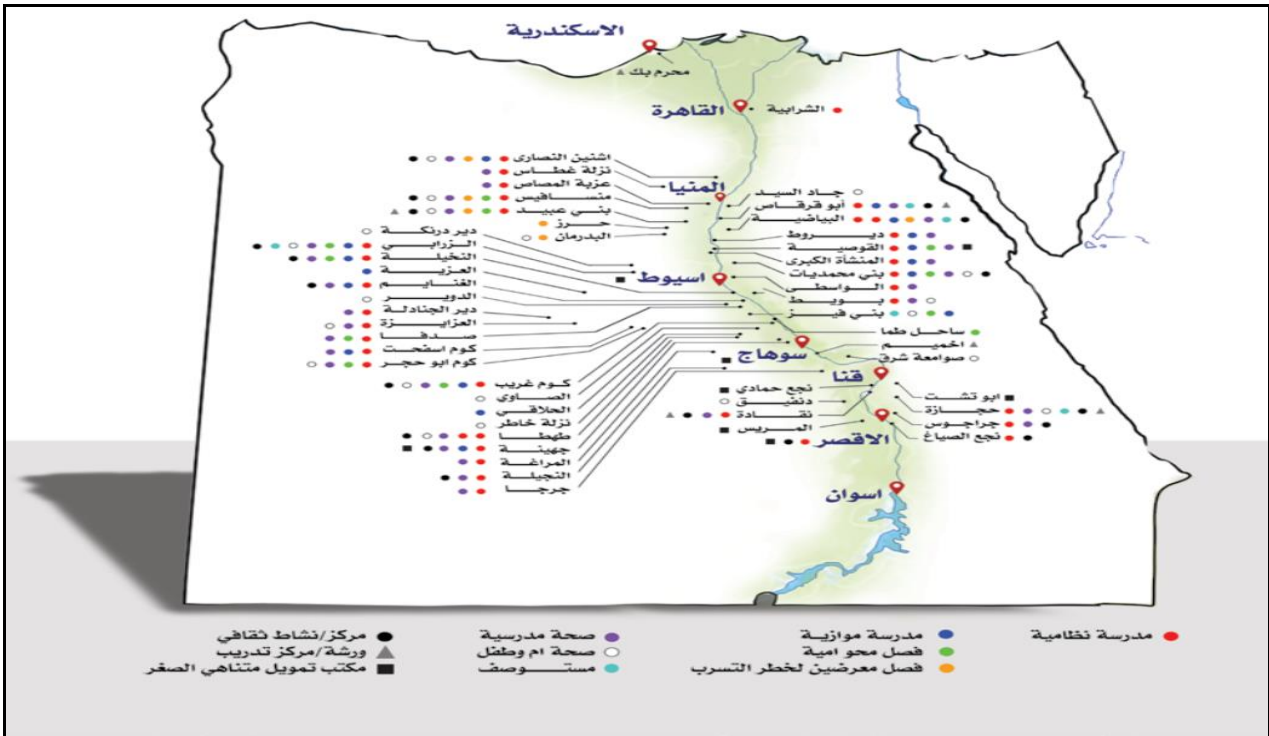
٣-الايملات الخاصة بالجمعية (aueed@aueed.net)

٤- مواقع الجمعية علي (Linkedln- Twitter- Instagram-sound cloud)

(جمعية الصعيد – Upper Egypt/ueed /Egypt.ueed / AUEED)

٥- توضيح مكان الجمعية بالتفصيل من خلال خريطة جوجل

٦- موقع الويب الخاص بالجمعية : <https://uperegypt.org.eg>



سمات الصفحة (الشعار، الرؤية والرسالة، الوصف)

أذ نظرنا الي الصورة التي تغطي خلفية الصفحة الرئيسة للجمعية علي الفيس بوك ،نجدها تشمل مجموعة من الصور المتنوعة تمثل مسيرة الجمعية من الاب هنري عيروط المؤسس وحتى يومنا هذا (تعليم – ثقافة وفنون – تمكين اقتصادي- صحة – موروث).

أما الصورة الشخصية للصفحة نجدها يطغي عليها اللون الاخضر وهو يرمز الي الامل والحياة والبيئة الخضراء التي تمثل صعيد مصر، ونجد في المنتصف لوجو او شعار الجمعية، فهو يحوي تصوير ليدنين متماسكتين وفي خلفية اليدنين تصور لخريطة جمهورية مصر العربية تحمل في معناها شمول الجمعية لأكبر عدد من المستهدفين والجمهور في صعيد مصر من القاهرة والاسكندرية وحتى الاقصر.

وتختلف الصور التي تضعها الجمعية للصفحة من فترة للأخرى تشمل (بعض الانشطة التي تتم داخل المواقع - بعض الصور التي تمثل رؤية او رسالة الجمعية للتأكيد علي اهدافها - طفل-كتاب -ذكري قديمة) وهذا يؤكد احد اهم أهداف الجمعية وهو الارتقاء بالأسرة والطفل في صعيد مصر سواء علي المستوى (التعليمي ، الثقافي ، الصحي ،الاقتصادي)، فمن أهم اركان رؤية ورسالة الجمعية أن تسعى لمجتمع مستدام يعلى قيمة وكرامة الانسان وحقوقه ، ويتمكن فيه الافراد ، وخاصة الفقراء في صعيد مصر ، من خلال استثمار كامل لإمكانياتهم ، لتنمية ذواتهم ومجتمعاتهم تنمية مستدامة .

رسالة الجمعية Message:-

تمكين المجتمعات المحلية ، وبصفة خاصة الفقراء في صعيد مصر ، من خلال برامج تربوية وتنموية ذات جودة ، ونعمل من أجل مجتمع ينهج المسؤولية المجتمعية من خلال تعزيز العمل الجماعي وروح التطوع والعدالة والشاركة مع المجتمع ، ونسعى طوال مسيرة ٧٨ عاما من تنمية الانسان والمجتمع في الصعيد ، الى الحفاظ على الاصاله والهوية الوطنية ، وذلك من خلال : -

- ١- إتاحة فرص تعليم للجميع دون تمييز وفي إطار من الحرية ، والابداع ، والكرامة الانسانية .
- ٢- دعم حق الانسان - خاصة الطفل والمرأة - فى الصحة الشاملة لحياة أفضل .
- ٣- مواجهة الفقر بكافة صورته المادية و الثقافية ، المهارية.
- ٤- خلق فرص عمل لتمكين المجتمع تنمويا - خاصة الفئات ذات الدخل المنخفض .
- ٥- إحياء التراث الثقافي والفني والمصري .



جمعية الصعيد للتربية والتنمية / ٨٠ عاما من التنمية والتعليم في الصعيد

ب. نوعية المضمون المنشور في الصفحة: من ٢٠٢٣:٢٠٢٠

تتوعد الجمعية في نوعية المضامين التي تنشرها داخل صفحتها ،حيث شملت ٧٥ منشور عن خدمات الجمعية ومنتجاتها ،١٤٠ عن أنشطة الجمعية وانجازاتها، حملات ومبادرات ١٢٨ ،التهاني والتعازي ٥٠، الاعلانات عن وظائف شاغرة ١٤٨، تاريخ الجمعية ٥٦، زيارات داخلية وخارجية للجمعية ٢٠ ، هذا وان دل فيدل علي عراقة الجمعية وملئ مسيرتها بالكثير لتعرضه لجمهورها.

نجد من خلال ملاحظة الارقام الموضحة ان اكبر نسبة في المحتوى كانت للأنشطة المنفذة داخل مواقع عمل الجمعية ،هذا يدل علي حرصها الشديد واهتمامها بفئتها المستهدفة ونشر ابداعاتهم ، فان مصلحة الطفل الفضلي هي أهم اهداف الجمعية ، وايضا نجد اعلانات الجمعية لشغل وظائف لمساعدة الشباب علي تحسين الدخل، وتقليل نسبة البطالة في صعيد مصر ، ومبادرات وخدمات الجمعية ايضا تحتل نسبة كبيرة من المحتوى ،وذلك لان الجمعية غير هادفة للربح داعمة للمجتمع اجتماعيا واقتصاديا وثقافيا وخاصة في قري صعيد مصر الأكثر فقرا.



تولي الجمعية اهتمام كبير بالمنتجات اليدوية التي تنفذ بمشاغل وورش الجمعية حيث تقدم خدمات للسيدات الريفيات والشباب بصعيد مصر ، وايضا تنشر التراث الريفي والموروث الثقافي اللامادي للصعيد وتحافظ عليه مثل (منتجات خشب السرسوع بحجازه قبلي (محافظة قنا)- النسيج والمفارش بمركز اخميم (محافظة سوهاج)



لا تخلو الصفحة من الطابع الانساني، حيث يوجد اهتمام من مسؤولي الصفحة بتقديم المعايدات سواء في الاعياد او المناسبات العامة والخاصة ،وخاصا عندما يكون هناك حالة وفاه لاحد العاملين يتم نزول نعي لتقديم التعازي .

- كل فترة يتم نشر صورة لحدث او نشاط من ذكريات قديمة وتاريخية للجمعية سواء لبعض الانشطة او لمؤسس الجمعية الاب هنري عيروط اثناء تنفيذه لنشاط مع الفئات المستهدفة، حيث تكون الصورة باللون الابيض والاسود ،وهذا لأحياء ذكرى خاصة بالجمعية والتأكيد علي مواصلة رسالة ومسيرة الجمعية من القديم وحتى العصر الحديث.



ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها

-ايضا محتوى للعديد من الزيارات لمسؤولين من هيئات شريكة سواء داخلية او خارجية للتعاون والتشبيك وايضا لحضور احتفالات خاصة بكل محافظة داخل مواقع عمل الجمعية علي المستوى المحلي والدولي.

-مشاركة الفرق الفنية والرياضية لبعض المناسبات العامة والخاصة مثل الكورال والتحطيب التراثي والرياضي.



- جمعية الصعيد في مواجهة كورونا :

منذ ٢٠٢٠/٣/١١ تم عرض العديد من المنشورات والحملات الخاصة بالتوعية والوقاية من وباء كورونا حتى وصلت الي ٩٥ منشور تقريبا خلال فترة انتشار الوباء ،توضح مبادرات الجمعية من خلال تقديم العديد من المساعدات للأهالي اثنا الأزمة مثل (سلع تموينية - ادوات نظافة وتعقيم - ادوية لعلاج الكورونا وادوية وقائية) .

قامت الجمعية بتنفيذ العديد من المبادرات علي المستوى الصحي والتعليمي والثقافي مثل :

- (مبادرة جمعية الصعيد في ظهر ك) لمواجهة الآثار الصحية والاقتصادية للأسر القوائم دخلها في الأساس على العمالة غير المنتظمة، والتي تضررت من إجراءات حظر التجوال وحالة الركود الاقتصادي، وذلك علي مرحلتين ،الأولي (دعم غذائي لعدد ٢٤٠٠ أسرة في محافظات القاهرة -

المنيا - أسيوط - سوهاج - قنا - الأقصر. أما المرحلة الثانية من الحملة فقامت الجمعية بتوجيهها لتلاميذ المدارس النظامية والموازية بالصعيد الذين يعانون من الأنيميا وسوء التغذية والذين كانوا يحصلون على وجبات غذائية بالمدارس قبل الجائحة - وعددهم حوالي ١٨٠٠ طفل/ة

- (مبادرة حقيقية الحماية واستمرارية التعلم) للتوعية والنظافة الصحية كمطهرات ونشرات ومطبوعات للتوعية الصحية للحد من مخاطر انتشار فيروس كورونا ، حيث قامت الجمعية من خلال مشروع قرية متعلمة الذي تنفذه الجمعية بالشراكة مع هيئة إنقاذ الطفولة الدولية ، وبتمويل من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في تلبية المتطلبات والاحتياجات الجديدة للمستهدفين نتيجة الوباء بتوزيع حوالي ٣٦٠٠ حقيبة على أسر تلاميذ مدارس التعليم المجتمعي في ٩٩ مجتمع في محافظة سوهاج، و ٢٧٠ مجتمع في محافظة أسيوط، تحت رعاية السادة محافظي سوهاج وأسيوط ، وأيضا توزيع ألعاب تعليمية تهدف إلي تنمية مهارة القراءة والكتابة لدي التلاميذ وتسليية اوقات فراغهم.

- (مبادرة استمرارية التعلم عن بعد بمدارس جمعية الصعيد) لمواصلة العملية التعليمية مع الاطفال بالمنازل اثناء الدراسة من خلال تجهيز مواد مطبوعة وإلكترونية للتوزيع على التلاميذ، ثم التواصل معهم عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

- (مبادرة نشاطك من بيتك) لتشجيع طلاب مدارس الجمعية على ممارسة الأنشطة الثقافية والفنية من المنزل، والتواصل مع المعلمين من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

- (مبادرة مبدعون في زمن الكورونا) فنية وثقافية لدعم الأطفال ومساعدتهم علي تخطي ازمة الجلوس في المنازل ،وتوفير مساحات فنية وثقافية آمنة لأبناء الصعيد لممارسة فنونهم واكتشاف مواهبهم، والتعبير عن أنفسهم والتواصل مع الجمهور من خلال تلك المبادرة التي أطلقها برنامج التنمية الثقافية في الجمعية، فتم تنظيم لقاءات فنية وورش عمل مع

المستهدفين من خلال وسائل التواصل المختلفة: يوتيوب فيسبوك، وزوم وواتس آب.





ج. الجمهور المستهدف داخل الصفحة

-الموضوعات والانشطة التي يتم نشرها داخل الصفحة لا تخاطب فئة معينة او جمهور معين بل تستهدف جميع الفئات والجمهور (عملاء- مجتمع محلي - عاملون - هيئات شريكة - مانحون - منظمات حكومية - وسائل اعلام) حيث جاءت مخاطبة الباحثين عن وظائف بنسبة ١٤٨، المجتمع المحلي ١٣٣، الاطفال المستهدفين ١٤٠، المنظمات الخارجية والحكومية ٧٦، العاملون بالجمعية ٤٥، العملاء ٧٥، تلك الأعداد توضح مدى اهتمام الجمعية بالتواصل مع جميع المستهدفين وخاصة الباحثين عن وظائف والاطفال وذويهم والمجتمع المحلي داخل قرى الصعيد وذلك لسد عجز البطالة المنتشرة لدى الشباب بمجتمعات الصعيد ،ولتقديم خدمات للأسر الفقيرة داخل قري الصعيد مثل (ورش لتعلم حرف - تدريبات تنموية- حملات توعية صحية وثقافية- منح للبدء في مشروعات صغيرة - تعليم الاطفال الفقراء) .

تكلفة تعليم الطفل في عام ٢٠٢١ - ٢٠٢٢ حوالي ٥٥٠٠ جنيه



-يهتم المسئولين الاعلاميين عن الصفحة بتنزيل كل ما يتم من أنشطة تهم جمهور الجمعية ومستهدفيها بصفة دورية لضمان متابعة الجمهور لكل ما هو هام وجديد يحدث داخل الجمعية.

-يتفاعل الجمهور مع ما يقدم من منشورات داخل صفحة الجمعية من خلال ثلاث طرق (الإعجاب - Like - إضافة تعليق Comment - مشاركة Share)ومن الوسائل التفاعلية (رقم الهاتف الخاص بالجمعية - البريد الإلكتروني - الموقع الإلكتروني).

د. نوعية المادة المصورة المقدمة:

من أهم الطرق التي تنشر بها الجمعية منشوراتها هي الصور ،حيث تعتبر من أهم الأشكال او القوالب التي تقدم بها ما يتم من أحداث داخل الجمعية ،وايضا تؤكد مصداقية ما تم نشره من احداث ،نرى ذلك في كمية المادة المصورة التي احتوتها الصفحة حيث شملت الصور الموضوعية ٢١٦ ، صور العاملين والمديرين والقيادات ٤٥ ، صور منتجات الجمعية ٧٥ ، صور مستهدفين الجمعية ١٩٧ .

يتضح من الكم الكبير للصور الموضوعية ان الجمعية تحرص علي توثيق جميع انشطتها بالشرح والتوضيح وعرض اكثر من صورة للنشاط ،وذلك بصفة دورية علي صفحتها ،ايضا يتضح اهتمام

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها

الجمعية بمستهدفاتها من جمهورها المحلي الذي يتلقون خدمات من الجمعية سواء (تعليم - صحة - ثقافة وفنون - قروض ومنح - مبادرات وخدمات) من الاطفال ،الشباب ، السيدات ،الرجال .

جمعية الصعيد تقيم أمسية رمضانية بالأقصر انشطة الصحة والبيئة



-لم تكفي الصفحة باستخدام الصور كمادة لنشر اخبار الجمعية بل ايضا استخدمت الفيديوهات ،فوجد ان عدد الفيديوهات التي احتوت (انشطة ، ذكريات ومعلومات تاريخية عن الجمعية ومؤسستها ، منتجات الجمعية ، مبادرات وخدمات الجمعية ، تهنئة للقاءات العاملين بالجمعية) تصل الي ٩٠ فيديو تقريبا .

-ايضا تم اعداد أكثر من ٥ افلام وثائقية عن أنشطة الجمعية .

٥. الالتزام بالشفافية والتفاعل لجذب المتابعين والجمهور

١-الشفافية :

تعرض الصفحة الخاصة بالجمعية معلومات التعريف بالصفحة وايضا توفر كل المعلومات الخاصة بالتواصل مثل ما تم ذكره سابقا ،وذلك لمساعدة علي فهم الغرض من هذه الصفحة وتوضيح معلومات مجموعاتها بالتفصيل مثل:

-معرف الصفحة (٣٥٩١١٩٦٨٤٥٨٨٦٨١)

-تاريخ الانشاء ٢٨/٣/٢٠١٩

-معلومات المسئول (تضم الصفحة عدة مسؤولين ،حتى يمكن ان يكون هناك أكثر من فرصة متاحة للنشر دائما ،وايضا لديهم الأذن بالتعليق او ارسال رسائل باسم الصفحة.

-مجموعات الصفحة :

١-جمعية الصعيد للتربية والتنمية:

تضم ٩٤٠٨ عضو ،تم إنشاءها في ٢٣/٣/٢٠١٢

ب-خارجي مدارس جمعية الصعيد

تضم ١٦١٣ عضو ،تم انشاء المجموعة ٩/٨/٢٠١٨

وهو جروب خاص بخريجي مدارس الجمعية للتواصل بهم للاطمئنان علي خططهم واهدافهم ومستقبلهم ،وتقديم الدعم لهم علي المستوى المهني والاجتماعي ،ايضا التشبيك معهم في أنشطة خاصة بالأطفال ونقل خبراتهم للأطفال بمدارسنا.

ج-محبي منتجات اخميم وحجازة:

يضم الجروب ٧٨عضو، تم انشاء الجروب في ١٥/٢/٢٠٢١.

- توفر الجمعية روابط واسماء صفحاتها وروابط مواقعها علي وسائل التواصل الاجتماعي لسهولة التوصل لها من قبل جمهورها مثل (تويتر -انستجرام - يوتيوب)،ايضا توجد صفحة للجمعية علي تطبيق threads مع ذكر الرابط الالكتروني (AUEED - جمعية الصعيد).

-توفر الصفحة خدمة (خرائط جوجل) التي توضح كل مواقع الجمعية وخاصة المركز الرئيسي بالقاهرة والمحافظات، لسهولة الوصول لها.

٢-نشر المعلومات :

-اي حدث او نشاط يتم داخل مواقع الجمعية بالمحافظات يكون مصاحب له فيديو بسيط او صور، وايضا تفاصيل الحدث مثل المكان والتاريخ لتأكد حدوثه داخل الموقع ،وتضمن مصداقيته امام الجمهور وظهر ذلك من خلال الجداول السابقة.

-تحرص الجمعية علي نشر كل ما يحدث من أنشطة مع فئتها المستهدفة بداخلها أول بأول، وذلك يظهر من خلال توضيح المكان والتاريخ الخاص بالحدث.

-بحلول شهر نوفمبر ٢٠٢١ حظت الجمعية علي ٢٠ ألف متابع ، وحتى ٢٠٢٣/٩/٢٠ اصبح ٣٠ ألف متابع للصفحة ومحتواها.

-تم عرض ونشر العديد من أنشطة الجمعية علي الجرائد والبرامج التلفزيونية مثل (اليوم السابع - الاهرام الاسبوعي - المصري اليوم - مجلة نصف الدنيا - مصر اوي -برنامج السفيرة عزيزة dmc - برنامج منى الشاذلي- قناة BBC العربية - التلفزيون المصري برنامج صباح القاهرة - برنامج مساء DMC -برنامج الكوتش وبرنامج جسور علي قناة سات ٧- قناة النيل للأخبار - برنامج التاسعة القناة الاولى المصرية)

-تنشر الجمعية علي صفحتها تقرير اعلامي سنويا مع نهاية كل عام علي شكل فيديو يوضح أنشطة كل قطاعات الجمعية خلال العام.

٣-الأنغماس والتفاعل:

تم ذكر عنوان الجمعية وارقام التواصل بها سابقا من خلال التعريف بها ،اما عن التواصل والمشاركة، توفر الجمعية من خلال صفحتها وسائل متعددة لتمكين جمهورها من التعليق والمشاركة في اي وقت.

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها

اما عن الرد علي التعليقات يقوم المسئولين عن الصفحة بالرد علي اي تعليق وايضا التفاعل مع التعليقات في أقل من ٤٨ ساعة .

تقدم العديد من الفرص للشباب لشغل وظائف داخل الجمعية بجميع فروعها وقطاعاتها وذلك من خلال الاعلانات المنشورة، نجد ايضا ان الجمعية من خلال صفحتها تنشر جميع الفعليات والاحداث الهامة مثل

افتتاح معرض بيت التراث السنوي بمقر الجمعية بالفسطاط ، حفل إحياء ذكرى الاب هنري عيروط مؤسس الجمعية خلال الاسبوع الثاني من شهر ابريل سنويا ، الامسيات الرمضانية التي يتم تنفيذها داخل مواقع الجمعية خلال شهر رمضان الكريم ، الاحتفال باليوم العالمي للمرأة ، الاحتفال بخريجي مدارس الجمعية بكل محافظة، الاحتفال بالمتفوقين.



السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي يتفقد منتجات جمعية الصعيد بمركز مصر للمعارض الدولية ٩ أكتوبر ٢٠٢١

- فخامة الرئيس عبد الفتاح السيسي يتفقد منتجات أحميم وحجازه التراثية أثناء افتتاح سيادته لمعرض تراثنا للحرف اليدوية والمنتجات التراثية بمركز مصر للمعارض الدولية يوم ٩ أكتوبر ٢٠٢١ .

وقد تبادل السيد الرئيس الحديث مع العارضين، واستمع سيادته إلى اقتراحاتهم وأفكارهم موجه سيادته بتقديم كافة التسهيلات والدعم لهم وبتذليل أي عقبات تواجه انشطتهم من أجل تعزيز تلك الحرف التراثية التي تتميز بها

المحافظات المصرية المختلفة، وذلك في اطار دعم الدولة للشباب وللشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر،

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها

وتعزيز آليات عرض وتسويق منتجاتهم ونفاذها إلى الأسواق.

-أقام أصدقاء أخميم في كندا معرضا للوحات الفن الذي افتتح أواخر يونيو ٢٠٢١ في متحف ماجوج للفنون البدائية بمدينة مونتريال بكندا.

وصاحب المعرض محاضرات للتعريف بالتراث الفني المصري وبالجمعية وبمنتجات أخميم الفنية ، في إطار دعم القوة المصرية الناعمة.



السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي يتفقد منتجات جمعية الصعيد بمدينة أسوان الجديدة يوم ٢٨ ديسمبر ٢٠٢١

-تفقد السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي منتجات (أخميم) سوهاج (وحجازة) قنا ، وذلك أثناء زيارة سيادته لمعرض الحرف التراثية بمدينة أسوان الجديدة يوم ٢٨ / ١٢ / ٢٠٢١ ، وأدار حديثا مطولا مع أ. لولا لحام، مديرة مشروع أخميم بجمعية الصعيد حول منتجات الجمعية والتحديات والآمال لمستقبل الصناعات اليدوية وحفظ التراث في مصر.

-لم تكتفي الجمعية بالتواصل مع الجمهور فقط بل ايضا اهتمت بالتواصل والتفاعل مع العاملين بها ،نجد صور للعديد من الورش والتدريبات المقدمة للعاملين داخل مواقع الجمعية للتمكين المهني والفني والعملية داخل المواقع مثل (تدريبات معلمين جدد - تدريبات أنشطة فنية وثقافية - تمكين للمناهج التربوية- تهنئة وتكريم لهم)

٧ من معلمي ومديري مدارس جمعية الصعيد يحتفلون بحصولهم على ماجستير العلوم التربوية والإدارة المدرسية من جامعة القديس يوسف ببيروت



جمعية الصعيد للتربية والتنمية تنفذ برتوكول تعاون بينها وبين جمعية اصيلة لبناء قدرات المعلمين

و. ما تقدمه الجمعية من حملات ومبادرات:



-حملة تدخلات مع ذوي الإعاقة من خلال ٣٣ كرسي متحرك تم توزيعها مجاناً علي الأطفال المصابين بالشلل الدماغي ضمن مبادرة «أطفال ذوي إعاقة أكثر استقلالية» بالتعاون مع «مؤسسة القطيع الصغير للتنمية».

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها

وتم توفير ٢ كرسي متحرك لطفلين بالزراعي وكوم أبو حجر بمحافظة اسيوط ، وإجراء قياس سمع لطفلين بكوم اسفحت، وتوفير مرافق تربوي لطفلة توحد بدير الجنادلة .

- تم نشر العديد من الحملات سواء للتوعية او للتبرعات لمستهدفين الجمعية وايضا العديد من المبادرات مثل حملات الدعم والتبرع (دعمك بتضمن حياة صحية أفضل لفقراء الصعيد) تبرع الان



جمعية الصعيد في ظهر الاكثر احتياجا في رمضان وفي فترة الاعياد (دعمك بتضمن فرصة تعليم لطفل فقير في الصعيد) تبرع الان ،وايضا ساهم في تعليم ٥٠ آلاف طفل /ة بالصعيد

- مشاريع دعم الاطفال المتسربين من التعليم من خلال المدارس الموازية وتمكينهم اقتصاديا واجتماعيا هم واسرهم.

ادوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الاهلية ودورها في نشر انشطتها



اتبرع من خلال الموقع الالكتروني www.upperegypt.org.eg

اتبرع باسم **جمعية الصعيد** من خلال منافذ فوري

إكتب كلمة "**الصعيد**" في رسالة على ٩٧٩٧

اتبرع ل**جمعية الصعيد** ممن خلال فون كاش

اسم الحساب: جمعية الصعيد - تبرعات **فرع**: رمسيس

رقم: 0073070397609802022 **سويفت**: NBEGEGCX

IBAN: EG240003000730703976098020220

-مشاريع دعم وتمكين المرأة اجتماعيا و اقتصاديا مثل تعليم (الخياطة - عمل الحلويات - النول - التطريز)



Cooperación Española

Fundación Promoción Social
30 años trabajando por las personas
Project No. (2019)PRYC/000296

جمعية الصعيد
للتربية والتنمية

مشروع توفير فرص عمل بالصعيد من خلال المشروعات الصغيرة

"مشروع سياحي ناجح"

فرصة لشباب رواد الأعمال لتطوير مشاريعهم أو بدء مشروع صغير في مجال السياحة



-مشاريع دعم الشباب في سوق العمل من خلال بعض المنح الصغيرة والورش الخاصة (فنون الطهي - الكهرباء - التكييف - الاقراض متناهي الصغر).

تشمل حملات ترويج لمنتجات ورش ومشاغل الجمعية والاعلان عن مواعيد ومشاركات الجمعية بالمعارض العامة والخاصة سواء داخل البلاد او خارجها لسهولة الوصول من قبل الجمهور ،وتشمل هذه المنتجات (مشغولات خشبية- مفارش - نول- مصنوعات يدوية - لوح فنية).

ايضا اهتمت الجمعية داخل صفحتها بالجمل المعبرة عن حملات الجمعية للتبرع التي تصل من خلالها اهداف الجمعية مثل (حقنا نتعلم) ، (٨٠ عاما من تنمية وتعليم الصعيد) ، (تأسست عام ١٩٤٠) هي ليست بجمل رنانة فقط ولكن توضح أكثر من ثمانون عام من العطاء والتنمية داخل الصعيد لتحقيق اهداف الجمعية في التنمية الذاتية والمجتمعية للجميع والحق في التعليم والصحة والتنمية، يظهر هذا في بنود رسالة الجمعية وهي

١- إتاحة فرص تعليم للجميع دون تمييز وفي إطار من الحرية ، والابداع ، والكرامة الانسانية .

٢-دعم حق الانسان - خاصة الطفل والمرأة - في الصحة الشاملة لحياة أفضل .

٣-مواجهة الفقر بكافة صوره المادية و الثقافية ،المهارة .

٤-خلق فرص عمل لتمكين المجتمع تنمويا - خاصة الفئات ذات الدخل المنخفض .

٥-إحياء التراث الثقافي والفني والمصري .

ز . المشاركة والتعاون الداخلي والخارجي:

تحتوي صفحة الجمعية علي منشورات للأحداث الهامة التي تشارك فيها الجمعية سواء علي المستوى المحلي او الحكومي أو الدولي مثل (مشاركة فريق كورال قيثارة طيبة بالأقصر في فاعليات الدورة ١٩ من أيام الشارقة التراثية)



-تنشر الأنشطة التي تجمع أحداث تخص مواقع الجمعية علي مستوى المحافظات التي تعمل داخلها بالجمهورية (الأقصر -قنا- سوهاج- اسيوط -المنيا - القاهرة)

-مشروع دعم التعليم والصحة للأطفال مع السفارة البرتغالية.

-تعاون مع وزارة الثقافة المصرية واليونيسكو من خلال بروتكول تعاون حول حماية التراث المصري اللامادي وهذا منذ ٢٠ عام.

-تعاون مع الصندوق العربي للثقافة والفنون (افاق) AFAC- THE ARAB FUND FOR ARTS

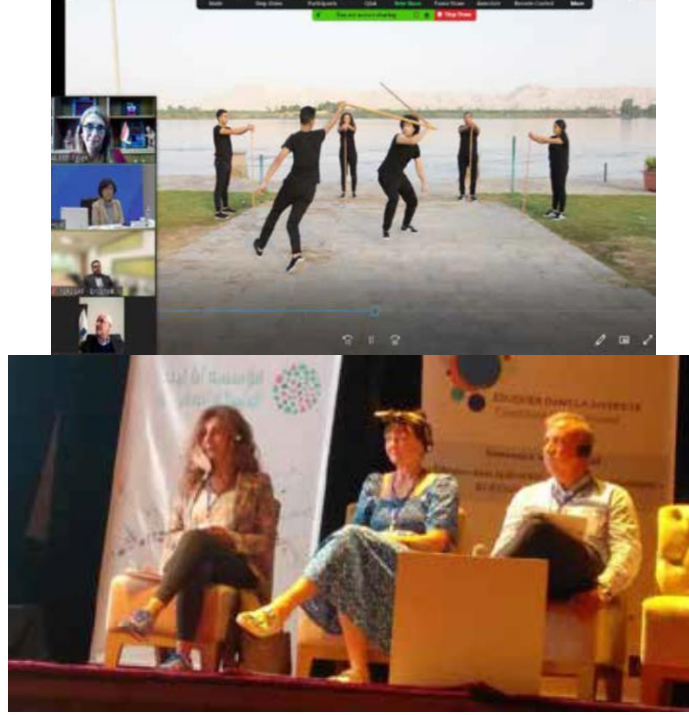
-مشاركة الجمعية مع أكثر من هيئة أو مؤسسة سواء داخل مصر او خارجها مثل (اسبانيا هيئة

FPS - الوكالة الاسبانية للتعاون من أجل التنمية AECID) وذلك من خلال مشروع الترويج للبدائل الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في مجال السياحة بالصعيد خاصة للمرأة والشباب.



جمعية الصعيد تفتتح مطبخا تعليميا بالأقصر بالتعاون مع هيئة FPS الاسبانية

-المشاركة في فاعليات الاجتماع السنوي للاتحاد العالمي لألعاب الدفاع عن النفس التراثية للسنة الرابعة علي التوالي WOMAU(WORLD MARTIAL ARTS UNION)، بمشاركة ٧٠ عضو من ٤٧ دولة بمدينة تشنغو بكوريا الجنوبية وتم انتخاب ممثلة الجمعية بالاتحاد نائبا لرئيس اللجنة العالمية لألعاب الدفاع عن النفس التراثية لمدة عامين.



-مشاركة جمعية الصعيد في المنتدى الدولي للتعليم والمشاركة بعنوان «العمل من أجل الحوار، ودعم التنوع الثقافي» في آسفي، المغرب، والذي نظمته الشبكة المغربية لمؤسسة آنا ليند بالتعاون مع وفود مؤسسة آنا ليند من مصر وإسبانيا، فرنسا والبرتغال وتونس وتركيا والمملكة المتحدة. والذي اتاح الفرصة للتعليم ومشاركة وتبادل الخبرات مع العديد من الفاعلين الثقافيين لتعزيز القيم المشتركة للتنوع والمواطنة العالمية.

-جمعية الصعيد تشارك في مشروع (اطفال العالم معا من اجل أهداف التنمية المستدامة) مع أطفال مدارس كمبوديا .

ومع هيئة برتاج بفرنسا من خلال مشروع (مساهمة الأطفال في دعم أهداف التنمية البشرية)



-جامعة أسيوط من خلال التعاون المشترك في مجال البرامج التنموية والتربوية وتبادل الخبرة

-التعاون مع السفارة الفنلندية والمنظمة الاسبانية (PROM SOCIAL- ONGD) لدعم الفكر الثقافي من خلال مشروع (الثقافة هي قلب التغيير التحويلي) ،يقوم المشروع علي دعم الفئات المستهدفة داخل المجتمع في إبداعاتهم ،وثقافتهم ،نفذت من خلاله الجمعية ١٦ يوم من المبادرات ضد العنف القائم علي النوع الاجتماعي .

- الشراكة مع ال UN ESCWA ، حيث شارك برنامج الصحة والإعاقة بالجمعية خلا شهري نوفمبر وديسمبر ،

في الحوار الإقليمي حول القضايا المرتبطة بالتأهيل المجتمعي ،

الذي عقدته الشبكة الدولية للتأهيل المجتمعي CBR (CBID / Global Network) بالتعاون مع لجنة الأمم

المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا - الاسكوا) UN- ESCWA



-التعاون مع هيئة التعاون الدولي اليابانية (جايكا) من خلال المشاركة في فاعليات تعزيز التعليم الاجتماعي والمستمر في مصر واليابان حيث قامت جمعية الصعيد بتنفيذ مشروع ثقافي في الصعيد ، وهو عبارة عن نادي سينما في قرية من قرى محافظة المنيا، وذلك لتعميق التعاون بين المنظمات الغير هادفة للربح في مصر واليابان لتحسين جودة التعليم المجتمعي .



-التشبيك مع الشبكة المصرية للتأهيل المرتكز علي المجتمع CBR

أدوات العلاقات العامة الرقمية داخل الجمعيات الأهلية ودورها في نشر انشطتها

بدأت فكرة CBR عام ٢٠٠٨ بدعم المجلس القومي للطفولة والأمومة من خلال برنامج (أطفال في خطر) وهي تضم مجموعة من الهيئات والخبراء، وتهدف إلى ترويج برامج التنمية الدامجة وبرامج التأهيل المجتمعي ودعمها، وتسعى لبناء قدرات كافة المعنيين بقضية الإعاقة، وتدعم دور الدولة والمجتمعات المحلية في تمكين الأشخاص ذوي الإعاقة

ووصولهم لكافة حقوقهم. وتقوم حاليا "جمعية الصعيد" بتنسيق عمل الشبكة، وهذا العام تم عقد ٣ لقاءات أونلاين حول (آليات التوعية لذوي الإعاقة أثناء فترة كورونا - تدريب الاعضاء على برامج التكنولوجيا- عمل أرشيف توعية للشبكة).



-شراكات مشروع قرية متعلمة :

استمرار التعاون في مشروع قرية متعلمة مع هيئة إنقاذ الطفولة وبتنسيق من المعونة الأمريكية. وبشراكات داخلية مع وزارة التربية والتعليم، ووزارة التضامن الاجتماعي والهيئة العامة لمحو الأمية وتعليم الكبار، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. وامتداد المشروع لمحافظة المنيا.

-الوكالة الإسبانية للتعاون الدولي من أجل التنمية :

استمرار التعاون مع الوكالة الإسبانية للتعاون الدولي من أجل التنمية في:

*مشروع توفير فرص عمل بالصعيد من خال المشروعات الصغيرة بالتعاون مع هيئة FPS الإسبانية.

*مشروع التدريب من أجل التوظيف في القطاع السياحي بالتعاون مع مؤسسة بنك تنمية المهارات المصري ومؤسسة City/Guilds & الانجليزية ، ويهدف المشروع الي تدريب وتوظيف الشباب بالقطاع السياحي كما يهدف الي إمداد قطاع السياحة في مصر بكوادر مدربة محترفة.

*مشروع تمكين السيدات اقتصاداً واجتماعياً بصعيد مصر.

*مشروع الترويج للبدائل الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في مجال السياحة بالصعيد:

ا. مؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية :استمرت الجمعية في شراكتها مع مؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية بتمويل مشروع «بشرة خير» لصالح برنامج التمويل المتناهي الصغر.

ب. بنك مصر: توسعت الجمعية بشراكة مع بنك مصر للتسهيل الائتماني بقيمة ١٥ مليون لبرنامج التمويل متناهي الصغر.

ج. بنك الأهلي: توسعت الجمعية في شراكتها مع البنك الأهلي المصري بتسهيل ائتماني وصل إلى ١٩ مليون جنيه لصالح برنامج التمويل متناهي الصغر.

تاسعا: نتائج الدراسة :

١-تشير النتائج الي اهتمام جمعية الصعيد بنشر صور تعكس الأنشطة والفاعليات التي تقوم بها ،والتعريف ببرامجها ،شعارها ،رسالتها ،مشاريعها ،خدماتها التي تقدمها الي مستهدفاتها والجمهور.

٢-تكمّن اهمية وجود رؤية ورسالة واهداف استراتيجية لجمعية الصعيد في تمييزها عن غيرها من المؤسسات لأنه يعطي الانطباع الاول عن مدي عراقتها ومسيرتها لأكثر من ثمانون عاما، ولتوضيح اهمية ما تقدمه من رسائل لها علاقة بالقيم الاساسية للمؤسسة التي تسعى لتوصيلها للجمهور.

٣-اهتمام جمعية الصعيد بالتواجد عبر الفضاء الرقمي ،خاصة موقع الفيس بوك لتأكيد هويتها البصرية ،كذلك يساعدها في معرفة اتجاهات الجمهور وآرائه عن طريق التعليقات وتعزيز التفاعل معه وإدارة السمعة المؤسسية.

٤- بالنسبة للتقارير الإعلامية السنوية الخاصة بأي منظمة ،فقد أتضح من الدراسة أن جمعية الصعيد من أكثر الجمعيات التزاما لإصدارها تقرير إعلامي سنوي منذ أكثر من ٣٠ عاما، وهذا يتضح من المقابلات التي تمت مع المسؤولين من الجمعية والتقارير الملحقة بالدراسة.

٥- أظهرت النتائج أن الجمعية تركز في طريقة عرض منشوراتها علي الصور الموضوعية .

٦- من أهم أنشطة الجمعية التي تم تغطيتها من خلال صفحة الفيس(انشطتها مع الفئات المستهدفة من الاطفال- الخدمات المقدمة من قبل الجمعية لجمهورها داخل القرى (شباب -فتيات) .

٧- ظهر تعاون وتشبيك واضح بين وسائل الاعلام والجمعية وظهر ذلك من خلال اهتمام العديد من البرامج التلفزيونية والمواقع الاخبارية علي مواقع التواصل الاجتماعي برصد الكثير من انجازات وانشطة الجمعية وعرضها علي جمهورها.

٨- حظت الجمعية علي دعم واضح وكبير من قبل الجهات والمؤسسات الحكومية مثل جامعة اسيوط وزيارة الرئيس عبد الفتاح السيسي لمعارضها والعديد من الوزراء.

٩- تم رصد اتجاهها واضح لتزايد التعاون و التشبيك بين الجمعية والعديد من المؤسسات والهيئات التنموية سواء داخل مصر او خارجها.

١٠- اتضح من خلال الخدمات المقدمة علي صفحة الجمعية مدى اسهامها في تحسين الخدمات ورفع مستوى الوعي والمعيشة لدي مستهدفها من الجمهور ،مما يؤكد نجاح النشاط الاتصالي في داخلها في الوصول لجمهورها وخلق صورة إيجابية عنها لدى جمهورها.

١١- الجمعية تستخدم تقنيات الاتصال الرقمي بنسبة كبيرة في عرض وتنفيذ أنشطتها علي الجمهور المستهدف في أغلب برامجها.

عاشرا: التوصيات:

١- ضرورة ربط كل الأنشطة والخدمات داخل الجمعيات والمؤسسات الأهلية بوسائل التواصل الاجتماعي الرقمية من خلال قطاع الاعلام لهذه الجمعيات ،وذلك لسهولة وصول تلك الخدمات والأنشطة الي المستهدفين من الجمهور في اي مكان ،وذلك ضمانا لأداء هذه المنظمات ادوارها بشكل احترافي.

- ٢- ضرورة رفع مستوى التأهيل والتدريب لجميع العاملين والقيادات داخل الجمعيات الاهلية في مجال الاعلام الرقمي واستخدام وسائل التواصل الحديثة لمواكبة كل مستجدات وتحولات الراهنة في عصر الرقمنة والعولمة.
- ٣- ضرورة العمل علي تفعيل جميع تطبيقات الانترنت الرقمية بمختلف مواقع ومراكز الجمعيات الاهلية ،من خلال توفير جميع الادوات والامكانيات التي تتيح تطبيقها .
- ٤- ضرورة التركيز على الأنشطة والبرامج التنموية التي تستهدف بناء الإنسان، وتحقيق حاجاته، ورفع قدراته المعرفية والوجدانية والسلوكية، وحفزه للمشاركة في الحفاظ على بيئته، واستثمار الموارد داخل المجتمعات المحلية؛ ضماناً لاستدامة عملية التنمية.
- ٥- ضرورة وجود ترجمة باللغة الانجليزية لأنشطة صفحة جمعية الصعيد حتى يسهل متابعتها من قبل الشركاء من خارج مصر.
- ٦- ضرورة الاهتمام أكثر بالتعليقات والتغذية الراجعة من الجمهور علي صفحة الجمعية ،والاهتمام باستطلاع الرأي.
- ٧- متابعة اقتراحات المتابعين فيما يتعلق بالخدمات والعروض والاخذ بها ، وصولا الي التفاهم المشترك.
- ٨- العمل علي توفير التجهيزات التقنية الكافية بجميع مواقع عمل الجمعية لمسايرة التطورات السريعة في مجال تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي .

قائمة المراجع :

- i بن لبده، & سلمان فيحان فيصل. (٢٠١٧). اتجاهات الجمهور السعودي نحو أداء إدارات العلاقات العامة بالهيئات الحكومية السعودية: بالتطبيق على وزارة العمل نموذجاً. *Journal of Public Relations Research Middle East/Magallat* (17), (East/Magallat Bhut Al-Laqt Al-Amh-Al-Srq Al-Aust). ص ٩١
- ii عبد الغنى، & احمد محمد عبد الغنى. (٢٠١٨). الجمعيات الأهلية والتنمية المستدامة دراسة استكشافية في قرية مصرية. *مجلة كلية الآداب-جامعة القاهرة*، ٧٨ (عدد ابريل علوم اجتماعي)، ١-٥٦.
- iii منى بنت سلىمان بن عبدالله الزدجالية. (٢٠١٢). الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية في الوحدات الحكومية بسلطنة عمان (Master's thesis, Sultan Qaboos University (Oman)). ص ٧٥
- iv فوزي رشاد أحمد، أحمد حسانين مهران، & سمر. (٢٠١٩). أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، ٢٠١٩ (٢٤)، ١٥٤-١٧٣.
- v شلالى، & فطيمة. (٢٠٢٤). واقع العلاقات العامة الرقمية في الجماعات المحلية..
- vi Araújo, H. C. D. S. (2024). A informação pública municipal através das redes sociais .
- vii مرجع سابق شلالى، & فطيمة. (٢٠٢٤). واقع العلاقات العامة الرقمية في الجماعات المحلية..
- viii . شراك، محمد حسين، فرطاس، & فتيحة. (٢٠٢٤). الابتكار و التكنولوجيا الرقمية و أهميتها في المؤسسات الناشئة. *Journal of Economic Geography*, 1(2), 93-108.
- ix أوجريط، رانية، نوار، شيماء، كحل، & فتيحة. (٢٠٢٣). أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر موقع الفيسبوك..
- x محي الدين، & ساره. (٢٠٢٢). استخدام العلاقات العامة الرقمية للسمات الجمالية في الترويج للمدن العمرانية الجديدة. *مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية*، ٣٣ (١٢٩، ٤)، ١١١-١٣٨.
- xi زغلول، & ساره. (٢٠٢١). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات دراسة تطبيقية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، ٢ (١)، ٣٣١-٣٧٩.
- xii مرسى، & إيمان. (٢٠٢١). دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*، ٢٠٢١ (٧٥)، ٣٣٧-٣٧١.
- xiii نصير، & دعاء محمد. (٢٠١٩). العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية (دراسة تطبيقية). *مجلة كلية الآداب (الزقازيق)*، ٤٤ (٩١)، ٢٩٧-٣٣٤.
- xiv صاحب سلطان. (٢٠١٨). اتجاهات إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية نحو استخدام الأنترنت كوسيلة اتصال. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، ٧ (١)، ٧٧١-٨٠١.
- xv البجباح، & سليم معمر. (٢٠١٧). تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العامة في ليبيا. *Journal of Public Relations Research Middle East/Magallat* (16), (Bhut Al-Laqt Al-Amh-Al-Srq Al-Aust).
- xvi شيماء عبد العاطي. (٢٠١٧). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على شركتي مصر للطيران والإماراتية. *Journal of*

- Public Relations Research Middle East/Magallat Bhut Al-Laqt Al-Amh-Al-Srq Al-Aust, ((17)).
- xvii زايد، & السيد لطفي حسن. (٢٠٢٤). استراتيجيات الاتصال الحواري للتفاعلي للمنظمات الخدمية عبر مواقعها الرقمية ودورها في إدارة سمعتها الرقمية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، ٢٠٢٤ (٢٧)، ٢٢٣-٢٦٢.
- xviii زيادة، & نسرين. (٢٠٢٣). العلاقات العامة الرقمية و بناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمائية (Doctoral dissertation، جامعة الجزائر ٣: كلية علوم الإعلام والإتصال) ..
- xix شنينشن، نور الهدي، أودينة، ايناس، سجال، & محمد الأمين. (٢٠٢٣). واقع تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الجزائرية..
- xx قطش، خديجة، بوزانة، & رفيق. (٢٠٢٣). إدارة العلاقات العامة الإلكترونية لصورة المؤسسة الإقتصادية في الجزائر (Doctoral dissertation، جامعة قسنطينة ٣ صالح بونيدر، كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري).
- xxi اقش، ن. ب. (٢٠٢٠). تأثير الإعلام الجديد على أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية رسالة ماجستير (Doctoral dissertation, AAUP).
- xxii الصالحي، & حاتم علي حيدر. (٢٠١٧). دور الفيس بوك في تدعيم الحوار بين المنظمة والجمهور: دراسة في إطار نظرية الإتصال الحواري (الجزء الثاني). مجلة العلوم الإنسانية، ٧(٢)، ٣٤٧-٣٦٤.
- xxiii Spatzier, A. (2016). Public Relations: Economics vs. Communication Science—Effects of Education on the Practice in Austrian Non-Profit Organisations. In The Management Game of Communication (pp. 23-43). Emerald Group Publishing Limited. .
- xxiv العوادلي، & سلوى. (٢٠١٥). إستخدام المنظمات غير الهادفة للربح لمواقع التواصل الاجتماعي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، ٢٠١٥ (٢)، ٤٠-٤١.
- xxv عيادي، أمّنة، كاتب، فاطمة، ثنيو، & سمية. (٢٠١٦). دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية..
- xxvi ٢ Gulyas, A. (2015). Social media and community volunteering. Working Papers of the Communities & Culture Network+, 5..