# دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية

**أ. وسام حسين علي الزعبي***

**أ.د سلوى سليمان****

**د. أسماء عبد الشافي*****

**ملخص**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور نحو استخدام تقنيات الاتصال للمؤسسات الحكومية الأردنية وقياس مدى قبولهم لها، وانطلاقا من النظرية الموحد لقبول التكنولوجية (UTAUT)، تم اعتماد الاستبانة كاداة لدراسة، حيث وزعت على عينة عشوائية قوامها (415) مفردة من خلال الاستبانة إلكترونياً. أشارت النتائج إلى اتجاه الجمهور الأردني إلى ان استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالمؤسسات الحكومية يعزى إلى سهولة استخدام هذه الوسائل، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة وسهولة استخدامها. وجاء ترتيب المؤسسات التي يتفاعل معها الجمهور كالتالي: ديوان الخدمة المدنية حيث جاءت بلغت نسبة المستخدمين (65.7%)، ثم يليها دائرة الأحوال المدنية والجوازات بنسبة (62.2%)، ثم يليها المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي بنسبة (55.9%). كما أشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بصعوبة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية من ناحية وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة. وأوصت الدراسة بالقيام بدراسات دورية لوسائل الاتصال الحديثة التي يتم تفعيلها داخل المؤسسات الحكومية الأردنية مع الأخذ بملاحظات وآراء ومقترحات الجمهور بعين الاعتبار، من خلال متابعتها من قبل مختصين في هذا المجال والعمل على وضع خطط استراتيجية وفقا للمخرجات التي خلصت إليها الدراسة من قبل الهيئات والوزارات المعنية بذلك.

**الكلمات المفتاحية:** التحول الرقمي - العلاقات العامة الرقمية- الوظيفة الاتصالية - المؤسسات الحكومية-نموذج قبول التكنولوجيا - النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا.

---

*باحث بقسم علوم الإتصال والإعلام بكلية الآداب – قسم الإعلام - جامعة عين شمس

**أستاذ بقسم علوم الإتصال والإعلام بكلية الآداب – قسم الإعلام - جامعة عين شمس

***مدرس بقسم علوم الإتصال والإعلام بكلية الآداب – قسم الإعلام - جامعة عين شمس

# The role of digital public relations in the development of the communicative function

## For Jordanian Government Institutions


## Abstract

The aim of this study is to learn about audience trends towards the use of communication techniques by Jordanian government institutions and to measure their acceptance to use it, Based The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), based on a survey as a tool, being distribute electronically to a random sample of (415) practitioners,. The results indicate that the Jordanian audience's. The results indicated the Jordanian public's tendency to use modern means of communication for government institutions because of the ease of use this means. There is a statistical function between users' tendency to interact electronically with modern means of communication and their ease of use. The ranking of government institutions with which the audience interacts is as follows: First; The Civil Service Office, where the proportion of participants came from (65.7%), Second; The Civil Registration and Passport Service followed, with 62.2% of participants, Third; The State Social Security Institute followed (55.9%) of the participants. Also, this study indicated there was no relationship between some of the variables associated with the difficulty of using modern means of communication for Jordanian government institutions and the features provided by modern means of communication. The study recommended that periodic studies of modern means of communication be carried out, taking into account the observations, opinions and proposals of the audience, through specialists in this area and that strategic plans be developed based on the findings of the study by the relevant Public Institutions and Ministries.


**Key words:** Digital Transformation–Digital PR–Communication function – Government Institutions –Technology Acceptance Model (TAM)–The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology UTAUT.

**المقدمة:**

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات في العصر الحالي العديد من التغيرات على كافة المستويات والأصعدة بشكل عام، ومع هذا التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات كان من الواجب على أجهزة العلاقات العامة أن تحدث أدواتها، بما يتناسب مع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور،بهدف إبقاء الجمهور على مقربة منه، وكذلك أدى استخدام تلك التقنيات في مجال العلاقات العامة، وتوظيفها داخل المؤسسات الحكومية الأردنية إلى دخول تقنيات الاتصال الرقمية كلاعب جديد للاتصال بين المؤسسات الحكومية وجمهور المستفيدين من خدماتها؛ ليصبح حلقة الوصل التيتسهل عملية تقديم الخدمات الحكوميةدون تدخل وسيط بشري، من خلال التطبيقات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الحكومية.

جاءت فكرة تطور الحكومات الرقمية من تخفيف العبء على المؤسسات وإعطاء الجمهور مساحة أكبر في إمكانية الحصول على المعلومات، حيث تمثلت البداية في ظهور ما يسمى الحكومات الإلكترونية التي أطلقها ,Albert Arnold "Al" Gore ) (Jr,2000نائب الرئيس الأمريكي السابق، ثمَّ بعد ذلك ظهر ما يسمى بـ"التطبيقات الرقمية" المشغلة على الهواتف الذكية، وصولا إلى ما يسمى بـ"الحكومة المفتوحة"، ويتسم هذا النوع بحصول الجمهور على المعلومة بناءً على طلبهوليس وفقاً لضوابط وضعت من قبل المنظمة (الحرية في طلب الخدمة).

وبالتالي، استطاعت المؤسسات الحكومية توفير بيئة آمنة وخدمية كبيرة تتوائم مع متطلبات واحتياجات الجمهور من ناحية سرعة الاستجابة وسهولة الوصول، من خلال تفعيل وسائل الاتصال الرقمية، مما ساعد المؤسسة على اكتتسابها قدرة استيعاب تزايد اعداد السكان المضطردالذي ينتج عنه زيادة حجم الطلب والاقبال، بالاضافة إلى تمكين الجمهور المستفيد من الحصول على الخدمات دون الحضور إلى المؤسسة الحكومية وتوفير الوقت والجهد، مما يعزز ثقة الجمهور بالمؤسسة ويرفع حالة الرضا لديهم.

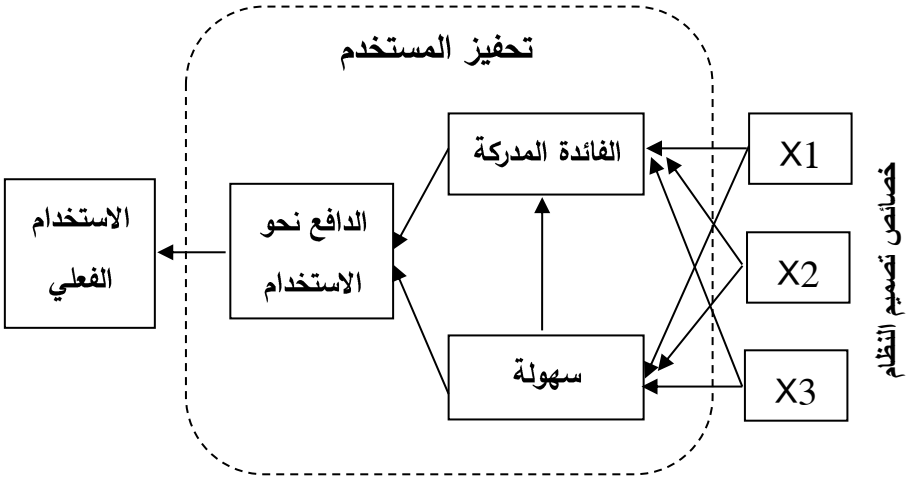
**الخلفية المعرفية للدراسة**

**تعتمد هذه الدراسة على نظرية قبول التكنولوجيا Technology Acceptances Model (TAM)**، قام (Davis Fred) بدمج نظريتي الفعل المبرر Theory of reasoned action(TRA)[1]، والسلوك المخطط Theory of planned behavior(TPB) واقترح نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) واعتبر أن الاستخدام الفعلي للنظام هو سلوك، وبالتالي فإن نظريتي الفعل المبرر والسلوك المخطط سيكونان نموذجين مناسبين لتفسير هذا السلوك والتنبؤ به. إلا أنه أدخل تغييرين رئيسيين على النظريتين: الأول، لم يعتمد علىالمعيار الشخص عند التنبؤ بالسلوك الفعلي واعتمدعلى دوافع الشخص تجاهه فقط.. أما الثاني، حدد اثنين من

المعتقدات المتميزة ، الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام المدركة، والتي كانت كافية للتنبؤ بموقف المستخدم تجاه استخدام النظام[2].

### الفرض الأساسي من نظرية قبول التكنولوجيا (TAM)

تفترض النظرية أن الاستخدام الفعلي للنظام هو استجابة يمكن تفسيرها أو التنبؤ بها من خلال ملاحظة دوافع المستخدم، والذي بدوره يتأثر بشكل مباشر بحافز خارجي يتكون من ميزات وقدرات النظام الفعلية، ويمكن تفسير دافع المستخدم يمكن من خلال ثلاثة عوامل: سهولة الاستخدام المدركةperceived ease of use، والفائدة المتصورةperceived usefulness ، والدافع تجاه الاستخدام to attitude ward using.




**شكل (4-1) نموذج قبول التكنولوجيا**

### توظيف نظرية قبول التكنولوجيا في الدراسة

فقد قام الباحث بتوظيف عدد من المتغيرات التابعة لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)، منها المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والنوايا السلوكية للاستخدام، والمعايير الشخصية والاتجاهات الوصول إلى وسائل تكنولوجيا الاتصال، بالإضافة إلى المتغير التأثيرات الاجتماعية كعنصر لدراسة، فهي تؤثرعلى وجهات نظر الآخرين على اتجاهات الاستخدام من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT).

**دور العلاقات العامة الرقمية في تطويرالاتصال الحكومي**

أصبحت المؤسسات الحكومية التي تقدم الخدمات العامة على يقين أن نجاحها يرتبط إرتباطا وثيقا بمقدرتهم على إنجاح العملية الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها، وذلك من خلال تشكيل طابع إيجابي عن صورة المؤسسة في أذهانهم والتي تساعد في تحسين سمعه المؤسسة وارتفاع قدرة تشكيل وتأثير على الرأي العام وحتى صناعته، حيث استطاعت المؤسسات الحكومية من نجاحها في توظيف الوسائل الاتصالية الرقمية المختلفة لمد جسور الاتصال بينها وبين جماهير، وأدى ذلك إلى تعزيز العملية الاتصالية وتمكن الجمهور من حصولها على خدمات ومعلومات أكثر عن المؤسسة التي ينتفعون بخدماتها، وكانت هذه النتائج الإيجابية تصب أيضا في مصلحة المؤسسة التي استطاعت من خلال رقمنة خدماتها وتجعلها في تطور مستمر من أن تكتسب الثقة من جمهورها وزيادة فاعلية الخدمات الحكومية عبر الموقع الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وصولا الى التطبيقات الرسمية الموثقة باسم المؤسسة.

وعليه، تكمن أهمية العلاقات العامة الرقمية فيما يلي:

**1-** تقوم العلاقات العامة الرقمية بتسهيل الاتصال مع الجماهير المستهدف بصورة مرنه من ناحية المكان والزمان وبغايت سرعة، وهذا ينعكس إيجابا على رفع الكفاءة التنافسية للمؤسسة[3]، حيث تؤدي العلاقات العامة الرقمية الى تعزيز عملية التواصل مما يساعد في تحقيق خطط المنظمة وتنفيذها، ورفع الطاقة التسويقية لأهداف وغايات وأفكار المؤسسة.

2- تمكن العلاقات العامة الرقمية من تحقيق الاتصال بالجمهور بشكل مباشر بعيدا عن أي شكل من أشكال الوساطة حيث يكون بمقدور المؤسسة من الحصول على رد الفعل مباشرة[4].

3- تساهم العلاقات العامة الرقمية في أيجاد فرص كبيرة في تحقيق الاتصال الجماهيري بسرعة كبيرة مع الجمهورين الخارجي والداخلي[5].

وتتمتع العلاقات العامة الرقمية بالكثير من الأساليب من خلال توظيف الأدوات الرقمية في تسهيل عملية الوصول الى الجمهور والتواصل معه بشكل دائم ومستمر، ومن هذه الأساليب ما يلي[6]:-

1- موقع المؤسسة الالكتروني: وهو ذلك الموقع يحتوي على جميع المعلومات والمعارف التي يحتاج الافراد معرفتها مثل الخدمات او السلع التي تقدمها المؤسسة، وسياستها وانجازاتها وخططها وطريقة التواصل معها، وهذا كله يمثل إدارة العلقات العامة في بناء علاقات مع الجمهور الكترونيا.

2- الرسالة الإخبارية الالكترونية وهي الطريقة المتطورة عن الرسالة الإخبارية التقليدية من حيث الأدوات والمحتوى، وهي طريق تستخدمها المنظمات لغاية الوصول لجهورها.

3- البريد الالكتروني: وهو من اكثر الوسائل الالكترونية استخداما، حيث يتم من خلاله استقبال الرسائل من الجمهور وارسال اخبار لأكبر عدد ممكن منهم.

4- الاجتماعات الخاصة عن بعد بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، بواسطة التقنيات الحديثة في الاتصال المرئي والمسموع، يقوم العلاقات العامة بتنسيق الاتصال في ما بينهم عبر تطبيقات مثل:ZOOM.

5- منصات التواصل الاجتماعي: تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا وبالغ الأهمية، وخصوصا الفيسبوك فأعداد المشتركين عليه تفوق المليار، فهو ناقل اخبار المنظمة وتعليقات الجمهور وآرائهم ووجهات نظرهم حول المؤسسة، وذلك لأهميتها في إدارة العلاقات[7].

**مفهوم العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية**

يمكن تعريف العلاقات العامة الرقمية المؤسسية أنها أهم الأعمدة التي تقوم عليها أي مؤسسة، فمن خلالها يتم تسيير عمل العلاقات العامة والاتصال باستخدام أدوات اتصالية رقمية تعمل من خلال شبكة الانترنت لتنظيم عملية الاتصال سواء مع الجمهور الداخلي وهو الموظفين أو مع الجمهور الخارجي وهم المستفيدين من الخدمة والمجتمع المحيط، حيث يتم تفعيل الاتصالات المؤسسية الموجود داخل اطار المؤسسة، وتكمن مهمته في المحافظة على سمعه المؤسسة من خلال التركيز على إدارة السمعة المؤسسة وبناء الصورة الذهنية والمحافظة عليها أمام جمهور المؤسسة والمجتمع، ونشر هذه الصورة الإيجابية على نطاق واسع[8].

كما تقوم العلاقات العامة المؤسسية بالتركيز على الأنشطة التي من خلالها تقدم الدعم لصورة الذهنية للمؤسسة وحمايتها أيضا من أي تعدي، وتؤثر العلاقات العامة المؤسسية على العملاء سواء كانوا من المستفيدين من خدماتها او غير المستفيدين لغاية توثيق الصلة مع جمهور المحيط لإقناعه بالبقاء ضمن محيطها التسويقي، حيث تعد العلاقات العامة المؤسسية المسؤول الأول والمباشر عن رسم الصورة الذهنية الجميلة للمؤسسة، وإدارة سمعه المؤسسة بحرفية وبمهارة اتصالية واعية[9].

ويمكننا أن نعرف العلاقات العامة المؤسسية الخلية التي تعمل داخل المنظمة، وتكون هي المسؤولة عن العملية الاتصالية المؤسسية، فهم مستشاري المؤسسة في إدارة حملاتها الاعلانية طرق منهجية وعلمية صحيحة لغاية تحقيق اهداف المؤسسة[10].

حيث يتطلب التطور المتسارع الرقمي من العلاقات العامة أن تعيد ترتيب صفوفها بطريقتها في التعامل مع جميع الاحداث المحيطة بالمؤسسة، وتطوير اليات عملها حتى تتلاءم مع جميع الظروف، ويأتي ذلك من خلال إيجاد منصات رقمية على المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة للمنظمات التي يعملوا بها، فيجب على ممارسي العلاقات العامة الوعي بالعالم الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التدريب والممارسة(11).

وظائف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية:

توسعت الوظائف التي تقدمها العلاقات العامة الحكومية حدود تقديم الاستشارات والمعلومات للإدارة العليا في الحكومات –كما كانت قديما- حيث يمكن أن نشير الى هذه الوظائف على الشكل التالي:

**1-الوظائف الإعلامية المعلوماتية:** وتعمل هذه الوظيفة الى أخبار الجمهوروالمجتمع بالأعمال والقوانين والأنظمة الجديدة التي تنوي الحكومة على الشروع بها او تسعى من اجل ايجادها التي يقوم بها المسئول في الحكومة بالإضافة الى ما يصدر عن الحكومة من قرارات في جميع المجالات على اختلافها، ومن جهة أخرى القيام بصناعة الاعلام السياسي وهي بمثابة رد فعل سريع على الراي العام حول امر طارئ مستجد ويحتاج سرعة في الرد لاحتواء المشهد قبل ان تتفاقم الأمور، وهذا يعتمد على المتابعة الحثيثة والمستمرة لشارع ومجرياته والاحداث الي يشهدها بين حين والأخر، فمتابعة الاخبار اليومية امر بغاية الأهمية للوصول الى الاحداث اليومية والروتينية من خلال استطلاع الراي العام بشكل سريع، والبحث في توجهات الجمهور وميولهم مع ما يجري من قضايا مختلفة ومتابعة ما يتم البحث عنه او نشرة عبر وسائل الاتصال الحديثة، وهذا يحتاج خبرة في البحث والرصد والتمحيص والتحليل أيضا لتقديم الخلاصة للمسئولين في المؤسسات الحكومية المختلفة(12).

**2-الوظيفة التفسيرية:** وهي قيام جهاز العلاقات العامة بتقديم مبررات تفسيرية عن القرارات والسياسات المتعددة للحكومة بحيث توضح الرؤية الجديدة للحكومة وأسباب اختيارها وتدعيم كلامهم بالأدلة التي تحتوي على الأسباب والنتائج التي تسعى لتحقيقها، وتشتمل على جميع القرارات والسياسات الحكومية سواء كانت على الصعيد العالمي او الوطني(13).

**3- الوظيفة الاقناعية:** تركز هذه الوظيفة على جانب اقناع الجمهور والمجتمع باختيار خيار معين أو الاقتناع بسياسة معينة أو اعتماد قرارات فيها مصلحة لهم، وعندها تقوم الحكومة باعتماد هذه القرارات والسياسات وتبنيها وتدعيم رايها بالأدلة والبراهين التي تجعلهم يعتمدوا ويعملوا بهذه القرارات، فطبيعة المواطن يكره القرارات المفاجئة وبالأخص تلك التي تمس حياته او مصالحة الشخصية او تتعارض

معها، فلذلك لا يميل المواطن لتقبل هذه المتغيرات بسهولة، والتي من شانها ان توقع حالة من التوتر والفوضى بين الجمهور والمنظمة[14].

**4- الوظيفة التقييمية:** وتجمع هذه الوظيفة جميع الاعمال والأنشطة المتصلة بتقديم التقارير المرجعية، والقيام بإعداد الأبحاث والدراسات التي تستكشف وتبحث بشكل عميق في النتائج الخطط والقرارات الحالية الخاصة بالحكومة ومخططاتها، والظواهر الاجتماعية والسياسية و الاقتصادية داخل المجتمع، وقياس توجهات الجمهور حولها، وتعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي يؤديها فريق العلاقات العامة، ويسعى جهاز العلاقات العامة بتوفير المعلومات المفيدة حول توجهات الراي العام، والعمل أيضا على تقديم دراسات بحثية تمحيصيه لهذه التوجهات التي جاءت على الراي العام ومعرفة اصلها وفصلها وكيف شكلة ومن هي المراحل التي مرت بها الى ان ظهرت[15].

**5- الوظيفة التثقيفية:** تركز هذه الوظيفة على جمع القوانين والقرارات والوثائق الرسمية الحكومية، والتصريحات والخطابات الرسمية التي أتت رد على موقف الحكومة من موضوع او قضية معينة سواء محليا او دوليا وتصنيفها والاحتفاظ بها بالأرشيف، والاحتفاظ أيضا بأسماء المؤسسات الصحفية والإعلامية باختلاف اشكالها، وأسماء العاملين فيها، فان الأجهزة الوطنية وجدت لتقدم جميع اشكال الدعم والتعاون لكافة المؤسسات الحكومية اما جهاز العلقات العامة يخدم فقط المؤسسة التي يعمل بداخلها[16].

**6- الوظائف التسهيلية:** تشتمل هذه الوظيفة على جميع الخدمات والتنظيمات التي تقدم للوفود مثل استقبال ملوك ورؤساء وممثلي الدول ومرافقتهم، وتقديم جميع التسهيلات في اقامتهم في البلد المستضيف لهم ولمرافقيهم، وكذلك تسهيل عمل الصحفيين في الاجتماعات واللقاءات والندوات والمؤتمرات وتهيئة المناخ المناسب لنجاحها، والعمل على تنظيم اللقاءات الصحفية مع القادة او ممثليهم وتسهيل عملهم والمؤسسة التي ينتموا اليها[17].

**الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة في عصرنا الرقمي**

أصبح من الواجب على المؤسسة أي كان مجال عملها، لتحقيق النجاح عليها الالتزام بجميع مبادئ العلاقات العامة الرقمية والالتزام بها دون زيادة أو نقصان، ومن النشاطات التي يؤديها[18]:

- **إدارة السمعة عبر الإنترنت:**

مع ظهور ما يسمى "الإنترنتكان" وهو الفريق التقني المسؤول بشكل مباشر عن هذه الدور في المنظمة. لكن في وقتنا الحاضر، ومع توسع مساحة النظام البيئي الرقمي وما يقدمه الدور هام ومحوري الذي تؤدي الدور كل من الإنترنت ووسائل

الإعلام الاجتماعي في مجال الاتصال والعلاقات العامة الرقمية، فقد أوكلت مهمة إدارة سمعه المؤسسة على الإنترنت هي مسؤولية العلاقات العامة والتسويق والاتصال[19].

شجعت وسائل التواصل الحديثة من مواقع الكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي الجمهور على التواصل الدائم بالمؤسسة، وهذا يساعد على استمرار علاقة الافراد بالمنظمة وتنمية هذه العلاقة والمحافظة على استمرارها، فهي تمثل مركز الصورة الالكترونية ، ومصدر النشاط الالكتروني للعلاقات العامة لمؤسسات الحكومية أو الخاصة، الربحية او الغير ربحية، الخدمية أو الإنتاج او الصناعية[20].

**استعراض الأدبيات السابقة والمتعلقة بموضوع الدراسة**

باستقراء ما تم الوصول إليه من دراسات سابقة تناولت دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية سوف يتم تناول عرض الدراسات السابقة من خلال المحور الآتي:

**الدراسات التي اهتمت باستخدامات العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسات الحكوميةوقبولها من قبل المستخدمين.**

1- **طاهر سيد عباسإيمان (2021)**[21]: سعت هذه الدراسة إلى تحليل ورصد الواقع والأدوار المهنية لمن يمارس العلاقات العامة في وجودمنصات التواصل الاجتماعي وما يرافقها من تغيرات في المتطلبات وأداء المهام الوظيفية الجديدة لهذا النوع من الوسائل الاتصالية، واعتمدت الدراسة على نظرية الدور في العلاقات العامة "RoleTheory" وقد استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عشوائية مكونة (104) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في 53 منظمة إنتاجية وخدمية عاملة بمصر، وقد اتبعت الباحثة المنهج المسحي.

**أهم نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى اتجاه ممارسو العلاقات العامةإلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الآدوار المهنية كضبط الاتصال الداخلي وإدارة القضايا، ووضع السياسات الاتصالية المؤسسية، بالإضافة إلى وجود علاقة بين توظيف وسائل التواصل الاجتماعي وبين سنوات الخبرة المهنية، كما بينت الدراسة أنه لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث وبين توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الأدوار المهنية لهم، حيث يوجد اختلاف بين كل منمنصات التواصل الاجتماعي في جميع الأدوار التي تخص المهنية ممارسي العلاقات العامة وبين المستويات الإداري للعلاقات العامة بالمؤسسة.

2- **غادة نصر الدين محمد علي (2020)**[22]هدفت الدراسة إلى تقييم مدى توظيف الحسابات المؤسسية الحكومية لمبادئ واستراتيجيات الاتصال الحواري، ووصف وتحليل اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية من

استخدام الفيسبوك كوسيلة اتصالية وقياس أثر ذلك على الجمهور "المستخدم" واتجاهاته نحو المؤسسة.

**أهم نتائج الدراسة:**أشارت النتائج إلى الاهتمام الواضح بالعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال توظيف حساباتها على الفيسبوك كقنوات اتصال أساسية بالمستخدم بالدرجة الأولى.

وأسفرت نتائج المقابلات مع القائمين بالاتصال عدم اتجاههم نحو تفعيل استطلاعات الرأي وذلك تجنبا للإجابات المغلوطة والشكاوى الكيدية التي من شانها أن تفسد مصداقية الاستطلاع والاكتفاء بتحليل تعليقات الجمهور السلبية والإيجابية على صفحات المؤسسة والتعرف على انطباعاتهم من خلالها.

**3- سحر فالح عوض أبو جارور، خيري مصطفى سعيد كتانة(2016)[23].**

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع تطبيق الحكومة الالكترونية في الأردن، ورصد عملية تحويل الخدمات الحكومية لتصبح خدمات حكومية الكترونية تنفيذا للمبادرة الملكية السامية التي اطلقها الملك عبدالله الثاني المعظمملكة المملكة الأردنية الهاشميةبتوجيه الحكومة الاردنية لتطبيق نظام الحكومية الالكترونية على جميع مؤسساتها وهيئاتها ودوائرها.

**أهم نتائج الدراسة:**أظهرت الدراسة أن المؤسسات الحكومية تعتمد إلى تطبيق الحكومة الالكترونية من حيث: نشر المعلومات، والاتصال المتبادل، وتطبيقوتكامل الخدمات بصورة متوسطة، إلا أن الأمر يختلف على مستوى تطبيق العمليات المالية فمازال منخفضا،ويرجع ذلك إلى ضعف ثقة المواطنين في بطاقات الائتمان والبطاقات المصرفية والحاجة للتأكد من سرية وآمان المعلومات.

**4-Abdulsadek, Hassan (2020) [24].**

هدفت الدراسة إلى تحديد اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو فعالية برامج التدريب على تقنيات الاتصال الحديثة وذلك من أجل تطوير أداء ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية. واستخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها 210 مفردة من ممارسي العالقات العامة في هذه المؤسسات.

**أهم نتائج الدراسة:**يحقق التدريب على التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية العديد من المزايا التي أدت إلى تنمية مهارات ممارسي العلاقات العامةداخل تلك المؤسسات، وأكدت الدراسة على اهتمام المؤسسات في الوقت الحالي بالتعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو المدربين ومدى رضاهم عن

البرامج التدريبية، كما تعمل المؤسسات على رفع المهارات التكنولوجية لممارسي العلاقات العامة من خالل الدورات التدريبية المتخصصة في هذا المجال.

### 5-Anatoliy Gruzd, et.al.(2018) [25]

هدفت الدراسة إلى المقارنة بين استخدام المؤسسات الحكومية لتقنيات الاتصال الحديثة والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي Instagram"انستغرام" مقابل Twitter"تويتر" لمشاركة المؤسسة جمهورها في المكاشفة والانخراط والمشاركة المشتركة ومعالجة مخاوف المواطنين.

**أهم نتائج الدراسة:**أظهرت الدراسة نجاح "انستغرام" في تطوير علاقة الجمهور بالمؤسسات الحكومية من خلال استخدامه الوظائف الترفيهية والوظائف المساعدة كنوع من التجديد وتغيير الاتجاه للمنظمات الحكومية في التواصل مع جماهيرها. وأكدت على أنه يمكن استخدام للحكومات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمعالجة مخاوف المواطنين؛ فالحفاظ على وجودها النشط والحقيقي هو ما يكفل تفاعلهم وخلق صورة إيجابية عن المؤسسات الحكومية.

### 6-RupakRauniar Greg RawskiJei Yang Ben Johnson, (2014)[26]

هدفت الدراسة إلى فهم سلوك المستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتطوير الدراسات المستقبلية ونشر هذه التقنيات الجديدة. واستخدمت الدراسة سلوك استخدام الوسائط الاجتماعية وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM). وركزت الدراسة على التحقق من صحة فروض نظرية قبول التكنولوجيا(TAM) التي اقترحها ديفيس (1986)، لأنواع مختلفة من نظم المعلومات وتقنيات الاتصال. حيث يقوم النموذج على عدة مبادئ منها:التبني الفردي، والاستخدام الطوعي للتكنولوجيا. تبحث هذه الدراسة في سلوك التبني الفردي لموقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية Facebook. بالإضافة إلى رصد التأثيرات على نية استخدام الشبكات الاجتماعية بناءً على سهولة الاستخدام المتصورة للفرد، والفائدة المدركة (PU) وغيرها من العناصر، وطبقت الدراسة على (398) مفردة من مستخدمي Facebookتم جمعها من استبيان على شبكة الإنترنت.

**أهم نتائج الدراسة:** أوضحتالنتائج أن نموذج قبول التكنولوجياالمعدل(TAM)المنقح لوسائل التواصل الاجتماعي المقترح في هذه الدراسة يدعم جميع فرضيات سلوك استخدام الوسائط الاجتماعية. كما تقدم نتائج هذه الدراسة دليلاً على أهمية المتغيرات الرئيسية الإضافية لـ TAMمثل: مشاركة المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الاستراتيجيات المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وأشارت الدراسة إلى انه يمكن استخدام الدراسة لتقييم واقع سلوك استخدام الوسائط الاجتماعية باستخدام Facebook. حيث يمكن أن توفر لخبراء قابلية الاستخدام والممارسين أداة تم التحقق من صحتها لتقييم قبول الوسائط الاجتماعية وسلوك استخدامها. يمكن أن يساعدنا ذلك في اكتساب فهم أفضل "لمن يستخدم هذه المواقع ومن لا يستخدمها ، ولماذا ولأي غرض.

**التعليق على الدراسات السابقة**

في ضوء ما توصل إليه الباحث من أدبيات موضوع الدراسة العربية والأجنبية التي تناولت استخدام المؤسسات الحكومية لتقنيات الاتصال الرقمية في مجال العلاقات العامة وجد الباحث ما يلي:

1- استخدمت معظم الدراسات السابقة أداة الاستبيان أيا كان هدف الدراسة.

2- وفيما يتعلق بموضوع استخدام تقنيات الاتصال الرقمية، اتجهت معظم الدراسات السابقة إلى التعرف على أساليب الاتصال الرقمية في المؤسسات، والمقارنة فيما بينها،واستخدامها في إدارة علاقاتها بالجهور "المستخدمين".

3- عمدت الدراسات السابقة إلى بيان أهمية وسائل الاتصال الرقمية بالمؤسسات الحكومية كحلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها من المستخدمين.

4- حدوث تطور في الدراسات التي تتناول تأثير التكنولوجيا والإنترنت في مهنة العلاقات العامة إلى دراسة رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسات لاستخدامها في ممارسة هذا المجال

**مشكلة الدراسة:**

ومما سبق فإن مشكلة الدراسة ترتكز حول قياس مدى استخدام جمهور المؤسسات الحكومية الأردنية لتقنيات الاتصال الرقمية.

**أهمية الدراسة:**

تتضح أهمية الدراسة في شقين هما:

**أ) الأهمية العلمية**

يعتبر البحث إضافة في مجال استخدام العلاقات العامة لتقنيات الاتصال الرقمية في المؤسسات الحكومية الاردنية وتأثيرها على الجمهور.

**ب) الأهمية العملية التطبيقية**

يوضح البحث مدى قبول المستخدمين لاستخدام تقنيات الاتصال الرقمية في المؤسسات الحكومية الأردنيةوتأثير ذلك على الجمهور.

**أهداف الدراسة:**

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. قياس مدى قبول المستخدمينلتقنيات الاتصالبالمؤسسات الحكومية الأردنية.
2. معرفة اتجاهات الجمهور نحو استخدام تقنيات الاتصال للمؤسسات الحكومية الأردنية.
3. التعرف على المشكلات الإدارية والتقنية والتنظيمية التي تواجه الجمهور عند استخدام تقنيات الاتصال الحديثة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

**تساؤلات الدراسة**

**يمكن صياغة مشكلة البحث في سؤال رئيس وهو:**

"ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية الأردنية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور؟".

**فروض الدراسة**

في إطار العرض السابق لمشكلة الدراسة، وبعد أن تم تحديد أهداف الدراسة وإطارها النظري وأسئلتها فقد صياغة عدة فروض لاختبار مدى صحتها على النحو التالي:

1- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، التعليم، الوظيفة) في درجة الرضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

2- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، التعليم، طبيعة العمل) وسلوكياتهم التفاعلية.

3- توجد علاقة ارتباطية بين أدراك الجمهور للاتصال التفاعلي (الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه) بينه وبين وسائل الاتصال الحديثة (درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية).

4- توجد علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية من ناحية (سهولة استخدامها/ استخدام الوسائط المتعددة/ توافر الخصوصية/ نوع المحتوى المقدم/ جودة المحتوى المقدم/ مستوى

التفاعلية) وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

5- توجد علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بعصوبة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية من ناحية (صعوبات استخدامها/ سلبيات استخدامها / أسباب عدم استخدامها) وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

6- يتأثر الاتجاه نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بمستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدمي الصفحات محل الدراسة.

## مفاهيم الدراسة

### التعريفات النظرية والإجرائية للدراسة

**جدول (1): مفاهيم الدراسة**

| المفهوم | التعريف |
|---|---|
| العلاقات العامة الرقمية | **أ- التعريف النظري:**<br>يقصد بها استخدام الوسائط الرقمية والإلكترونية المتعددة في جميع أنشطة العلاقات العامة لزيادة فاعلية نشاط المؤسسة والتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها[27].<br>**ب- التعريف الإجرائي:**<br>وهي قيام ادارة العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الإتصال الحديثة والقنوات الإعلامية الرقمية لغاية التسهيل العمل والابقاء على الإتصال مع الجمهور بشكل دائم والوصول الى اكبر شريحة من الجمهور وتسهيل العملية الإتصالية سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي |
| الوظيفة الاتصالية | **أ- التعريف النظري:**<br>لجأ بعض الباحثين في مجال الإعلام أمثال لاسويل- وروجيز كلاوس وجارلسرايت إلى تعريف الوظيفة الاتصالية بأنهاوحدة من وحدات العمل التي تتكون من عدة أنشطة مجتمعة مع بعضها فى الموضوع والشكل، ويمكن أن يقوم بها فرد واحد أو أكثر[28]. وتعد الوظيفة الاتصالية هي الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة، وتعرف في المفهوم الإعلامي بأنها الأداء الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية في مجال معين للجمهور وقد تكون عبارة عن أخبار أو إرشاد أو توجيه، وتنقسم على وظيفة ظاهرة، ووظيفة كامنة[29].<br>**ب- التعريف الإجرائي:**<br>وبناء على ما سبق يمكن تعريف الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة على أنها بأنها النشاط ذات الطابع الإداري والاتصالي داخل المؤسسة والتي تسهم في تقديم الآراء والمفاهيم حول عمل المؤسسة من خلال قنوات الاتصال الرسمية لإدارة العلاقات العامة للحفاظ على تماسك المؤسسة بشكل عام. |

## حدود البحث

- **الحدود البشرية:** وهو جمهور المستخدمين لتقنيات الاتصال الرقمية بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- **الحد الجغرافي:** يتمثل الاطار المكاني في المؤسسات الحكومية الأردنية المتواجدة في العاصمة عمان بالمملكة الأردنية الهاشمية.
- **الحد الزمني:** قام الباحث بتوزيع الاستبانات على المبحوثين إلكترونياً خلال الفترة من سبتمبر إلى أكتوبر 2021م.

## التصميم المنهجي للدراسة

### 1- نوع الدراسة

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عنظاهرة أو موقف معين، وتحليلها للوصول إلى نتائج يمكن تطبيقها بشكل عام على تلك الظاهرة[30]، حيث تستهدف الدراسة الحالية وصف وتحليل دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية.

### 2- منهج الدراسة

يعتمد البحث على المنهج المسحي (Survey) في بيان مدى استخدام الجمهور لوسائل الاتصال الرقمية في المؤسسات الحكومية الأردنية ودور ذلك في تحسين الوظيفة الاتصالية وقبول الجمهور لتلك الوسائل.

### 3- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع البحث من جمهور المستخدمين لوسائل الاتصال الرقمية والمنصات الاجتماعية التابعة للمؤسسات الحكومية الأردنية.

### 4- عينة الدراسة

وقع الاختيار على عينة عمدية قوامها (415)مفردة، من جمهور المستفيدين من خدمات تقنيات الاتصال الرقمية التي تتيحهاالمؤسسات الحكومية الأردنية،ويوضح الجدول (2) المؤسسات الحكومية الأردنية التي وقع عليها الاختياراعتبارها من أهم المؤسسات التي تستخدم تقنيات الاتصال الرقمية، كما أن لديها جمهور مستخدمينكثر، من افراد المجتمع الأردني، التيتسعى لتلبي متطلباته واحتياجاته بصفة مستمرة.

**جدول (2): أعداد المستخدمين على الفيسبوكالخاص بالمؤسسات الحكومية الأردنية مجتمع الدراسة**

| م | اسم المؤسسة | عدد المشتركين | م | اسم المؤسسة | عدد المشتركين |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | رئاسة الوزراء الأردنية | 645.815 | 9 | وزارة الصحة | 609.820 |
| 2 | وزارة التربية والتعليم | 353.512 | 10 | وزارة السياحة والاثار | 65.987 |
| 3 | أمانة عمان الكبرى | 580.822 | 11 | دائرة الأحوال المدنية والجوازات | 55.941 |
| 4 | ديوان الخدمة المدنية | 336.687 | 12 | المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات | 158.479 |
| 5 | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي | 438.430 | 13 | وزارة الخارجية وشؤون المغتربين | 40.549 |
| 6 | دائرة ضريبة الدخل والمبيعات | 99.161 | 14 | وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة | 62.510 |
| 7 | وزارة الشباب | 120.598 | 15 | دائرة الأحوال المدنية والجوازات | 55.941 |
| 8 | المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي | 303.409 | تم جمع هذه البيانات أثناء فترة إعداد البحث | | |

### 5- أداة جمع بيانات البحث

يعتمد الباحث على أداة الاستبيان بهدف الحصول على معلومات وبيانات تخص جمهور المستخدمين (عينة الدراسة)،من الخدمات التي تقدمها تقنيات الاتصال الرقمية للمؤسسات الحكومية الأردنية، وأخذ رأيهم في هذه الخدمات.

ويوضح الجدول التالي مواصفات عينة الدراسة من جمهور المستفيدين من خدمات تقنيات الاتصال الرقمية التي تتيحها المؤسسات الحكومية الأردنية

**جدول (3): المتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة**

| المتغير الديموغرافي | | الجمهور | |
|---|---|---|---|
| | | ك | % |
| النوع | 1- ذكر | 241 | %58.05 |
| | 2- أنثى | 174 | %41.93 |
| | **المجموع** | **415** | **%100** |
| العمر | 1- أقل من 20 سنة | 31 | %7.47 |
| | 2- من20سنة الى اقل30سنة | 124 | %29.88 |
| | 3- من30سنة الى اقل40سنة | 210 | %50.60 |
| | 4- من 40 الى أكبر من 50 سنة | 50 | %12.05 |
| | **المجموع** | **415** | **%100** |
| المؤهل العلمي | ثانوي فاقل | 40 | %9.6 |
| | دبلوم متوسط | 81 | %19.5 |
| | بكالوريوس | 225 | %54.2 |
| | دراسات عليا | 69 | %16.6 |
| | **المجموع** | **415** | **%100** |
| الوظيفة (طبيعة العمل) | موظف حكومة | 111 | %26.75 |
| | موظف قطاع خاص | 140 | %33.73 |
| | احمال حرة | 66 | %15.90 |
| | بلا عمل | 98 | %23.61 |
| | **المجموع** | **415** | **%100** |

### 6- صعوبات الدراسة:

لقد كانت أبرز الصعوبات التي واجهها الباحث هي ندرة الدراسات العربية المتعلقة بذات موضوع الدراسة، مما أضطر الباحث إلى الكثير من الدراسات الأجنبية لتأطير الدراسة الحالية، كما أن أداة الدراسة (الاستبانة) قد تم تطبيقها عن بعد بسبب البروتوكول الصحي الذي فرضته جائحة كورونا، وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً على المبحوثين (عينة الدراسة).

**7- قياس صدق وثبات الأداة**

للتأكد من صدق محتوى الاستمارة الظاهرية، تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة والاعلام وعلم الاجتماع في جامعة عين شمس، ومجموع من المتخصصين في مجال العلاقات العامة والاعلام الرقمي والصحافة والاعلام من جامعة اليرموك وكلية الخوارزمي الجامعية التقنية لإبداء ملاحظاتهم حول عبارات الاستمارة، بحيث قاموا بإبداء آرائهم حول مدى صحة الصياغة اللغوية لعبارات الاستمارة، ومدى ملائمة مفردات الاستمارة لعينة الدراسة، فضلا عن مدى صلاحية كل عبارة لقياس ما وضعت لقياسه. قام الباحث بالأخذ بمجمل آراء المحكمين وتوجيهاتهم بما يتناسب مع أداة الدراسة وعينتها، حيث حذف وأضاف بعض العبارات، وأجرى بعض التعديلات وفقاً لملاحظاتهم وتوجيهاتهم، ووضِعَت الأداة في صورتها النهائية وفقاً لتعديلات المحكمين وآرائهم. (ملحق (1)).

كما أنه تم حساب معامل ارتباط بيرسون لكل عبارة من عبارات الاستمارة، وذلك للتأكد من الصدق البنائي لأبعاد الاستمارة. وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الأداة الكلية ما بين (0.283-0.632)، وهذا يدل على وجود معامل ارتباط قوي للمحاور والعبارات مع الاستمارة، حيث أنها جميعها معاملات ارتباط مقبولة ودالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لأغراض تطبيق الدراسة.

أما فيما يتعلق بثبات الاستمارة فقد تم حساب الثبات للاستمارة ككل، وذلك باستخدام معامل ثبات كرونباخ ألفا (AlphaCronbach) بعد تجريبها على عينة استطلاعية خارجة عن عينة البحث، مكونة من 30 الجمهور المستفيد من وسائل الاتصال الحديثة ومن خارج عينة الدراسة، وبلغت قيمة كرونباخ الفا (0.854)، مما يشر الى فهمهم لعبارات الاستمارة وامكانية التعامل مع الاستمارة بدرجة عالية من الثقة، أي أن هناك درجة مرتفعة ومقبولة لأغراض تطبيق استمارة استخدام العلاقات العامة لوسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية الاردنية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور.

**- الوزن النسبي وتصحيح الاستبانة**

تم استخدام مقياس ليكرات ذو التدرج الثلاثي لتصحيح الاستمارة وفقاً للدرجات التالية التي يختارها المستجيبين وهي: (درجة (1) تعبر عن اتجاه أبداً، ودرجة (2) تعبر عن اتجاه أحياناً، ودرجة (3) تعبر عن دائماً)، ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستمارة، تم الاعتماد على التقسيم التالي في جدول (4) للحكم على المتوسطات الحسابية:

**جدول (4): مقياس المتوسطات الحسابية وتفسيرها**

| أبداً | أحيانا | دائماً |
|---|---|---|
| 1.66-1.00 | 2.33-1.67 | 3.00-2.34 |

**نتائج الدراسة**

سوف يتم عرض نتائج الدراسة وفقاً للأداة البحثية المستخدمة (من خلال تحليل الاستقصاء لعينة من جمهور المستخدمين لتقنيات الاتصال التي تستخدمها المؤسسات الحكومية الأردنية) للإجابة عن التساؤلات البحثية على أساس المحاور الآتية:

**المحور الأول:** السمات الديموغرافية لجمهور المستخدمين وعلاقتها .

**المحور الثاني:** درجة استخدام العلاقات العامة لوسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية الأردنية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور.

**المحور الثالث:** نتائج فروض الدراسة.

**وفيمايلي عرض للنتائج تفصيلاً:**

**المحور الأول: السمات الديموغرافية لجمهور المستخدمين.**

**أولاً: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة**

**1- توزيع العينة طبقاً للنوع الاجتماعي:**

**جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي**

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 241 | 58.07% |
| أنثى | 174 | 41.93% |
| المجموع | 415 | 100.0% |

**2- توزيع العينة طبقاً للفئات العمرية:**

**جدول (6) توزيع عينة الدراسة وفق متغير الفئة العمرية**

| الفئة العُمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أقل من 20 سنة | 31 | 7.47% |
| من20سنة الى اقل30سنة | 124 | 29.88% |
| من30سنة الى اقل40سنة | 210 | 50.60% |
| من 40 إلى أكثر من 50 سنة | 50 | 12.05% |
| المجموع | 415 | 100% |

**3- توزيع العينة طبقاً للمؤهل العلمي:**

**جدول (7) توزيع عينة الدراسة وفق متغير للمؤهل العلمي**

| الفئة العُمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ثانوي فأقل | 40 | %9.6 |
| دبلوم متوسط | 81 | %19.5 |
| بكالوريوس | 225 | %54.2 |
| دراسات عليا | 69 | %16.6 |
| المجموع | 415 | %100 |

**4- توزيع العينة طبقاً للوظيفة (طبيعة العمل):**

**جدول (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً للوظيفة**

| الفئة العُمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| موظف حكومة | 111 | %26.75 |
| موظف قطاع خاص | 140 | %33.73 |
| احمال حرة | 66 | %15.90 |
| بلا عمل | 98 | %23.61 |
| المجموع | 415 | %100 |

**المحور الثاني: درجة استخدام العلاقات العامة لوسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية الأردنية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور.**

**وجه الباحث مجموعة من الأسئلة للجمهور لقياس درجة استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة التي تقدمها المؤسسات الحكومية لجمهورها، وقد راعي الباحث أن تغطي الأسئلة كافة تساؤلات وفروض الدراسة، وجاءت الإجابات على النحو التالي:-**

**جدول (9):مستخدمي وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.**

| الرقم | هل تقوم باستخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| 1 | نعم | 315 | %75.9 |
| 2 | لا | 100 | %24.1 |
| المجموع | | 415 | %100 |

**(ن=415)**

يتضح من الجدول أن من يقوم باستخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بلغ (75.9%) بينما من لا يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بلغ (24.1%).

**- المؤسسات الحكومية الأردنية التي يستفيد الجمهور من وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بها**

**جدول (10):المؤسسات الحكومية الأردنية التي تستخدم وسائل الاتصال الحديثة.**

| الرقم | اسم المؤسسة | التكرار (المؤسسة التي تستخدم وسائل الاتصال) | النسبة المئوية (المؤسسة التي تستخدم وسائل الاتصال) | التكرار (المؤسسة التي لا تستخدم وسائل الاتصال) | النسبة المئوية(المؤسسة التي لا تستخدم وسائل الاتصال) |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | **رئاسة الوزراء الأردنية** | **169** | **%53.7** | **146** | **%46.3** |
| **2** | **وزارة التربية والتعليم** | 154 | %48.9 | 161 | %51.1 |
| **3** | **أمانة عمان الكبرى** | 136 | %43.2 | 179 | %56.8 |
| **4** | **ديوان الخدمة المدنية** | **207** | **%65.7** | **108** | **%34.3** |
| **5** | **وزارة التعليم العالي والبحث العلمي** | **165** | **%52.4** | **150** | **%47.6** |
| **6** | **دائرة ضريبة الدخل والمبيعات** | 118 | %37.5 | 197 | %62.5 |
| **7** | **وزارة الشباب** | 91 | %28.9 | 224 | %71.1 |
| **8** | **المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي** | **176** | **%55.9** | **139** | **%44.1** |
| **9** | **وزارة الصحة** | 161 | %51.1 | 154 | %48.9 |
| **10** | **وزارة السياحة والاثار** | 148 | %47 | 167 | %53 |
| **11** | **دائرة الأحوال المدنية والجوازات** | **196** | **%62.2** | **119** | **%37.8** |
| **12** | **المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات** | 130 | %41.3 | 185 | %58.7 |
| **13** | **وزارة الخارجية وشؤون المغتربين** | 157 | %49.8 | 158 | %50.2 |
| **14** | **وزارة الاقتصاد الرقمي** | 108 | %34.3 | 207 | %65.7 |

**(ن=315)**

يتضح من الجدول أن مؤسسة ديوان الخدمة المدنية بنسبة مئوية (65.7%) من أكثر المؤسسات التي يستخدمها الجمهور وتليها مؤسسة دائرة الأحوال المدنية والجوازات بنسبة (62.2%).

**- أهم وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الجمهور الأردني في التواصل مع المؤسسات الحكومية؟**

**جدول (11):أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها في التواصل مع المؤسسات الحكومية الأردنية**

| الرقم | شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| 1 | الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة **Web** | **111** | **%35** |
| 2 | البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة **Email** | **44** | **%14** |
| 3 | تطبيق خاص بالمؤسسة **Application** | **71** | **%22.5** |
| 4 | الفيس بوك **Facebook** | 29 | %9.2 |
| 5 | واتس آب **WhatsApp** | 25 | %7.9 |
| 6 | تويتر **Twitter** | 5 | %1.6 |
| 7 | إنستغرام **Instagram** | 9 | %2.9 |
| 8 | سناب شات **Snapchat** | 0 | %0 |
| 9 | اليوتيوب **YouTube** | 17 | %4.4 |
| 10 | الرسائل القصيرة **SMS** | 7 | %2.2 |
| **المجموع** | | **315** | **%100** |

**(ن=315)**

يتضح من الجدول أن أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها في التواصل مع المؤسسات الحكومية الأردنية، هي "الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة Web" بنسبة (35%)، ويليه "تطبيقات المؤسسة **Application"** بنسبة (22.5%).

**جدول (12):طريقة تقديم الشكاوى والمقترحات للمؤسسات الحكومية الأردنية.**

| الرقم | طريقة تقديم الشكاوى والمقترحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| **1** | صندوق الشكاوى | 36 | %11.4 |
| **2** | أي وسيلة الكترونية | 279 | %88.6 |
| **المجموع** | | **315** | **%100** |

**(ن=315)**

يتضح من الجدول جاءت النسبة الأكبر لطريقة تقديم الشكاوى والمقترحات على المؤسسات الحكومية الأردنية بوسيلة الكترونية بنسبة (88.6%)،ثم الطريقة التقليدية بنسبة (11.4%).

**- المواد التي يفضلها الجمهور المستفيد.**

**جدول (13):أكثر المواد التي يفضل الجمهور المستفيد من رؤيتها على وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.**

| الرقم | المادة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| 1 | الصور | **61** | **%19.4** |
| 2 | الفيديوهات التوضيحية | **121** | **%38.4** |
| 3 | المقالات | **47** | **%14.9** |
| 4 | أخبار | 43 | %13.7 |
| 5 | ملفات(PDF) | 43 | %13.7 |
| **المجموع** | | **315** | **%100** |

**(ن=315)**

يتضح من الجدول أن أكثر المواد التي يفضلها الجمهور المستفيد من رؤيتها على وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، هي "الفيديوهات التوضيحية" بنسبة (38.4%)، ويليه "الصور" بنسبة (19.4%)، ويليه "المقالات" بنسبة مئوية (14.9%)، وأخيراً الاخبار وملفات (PDF)" التي يفضل رؤيتها على وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بنسبة (13.7%).

## جدول (14):درجة رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة الخاص بها ومدى اهتمامهم بها.

| م | العبارات | درجة رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة الخاص بها | | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | اتجاه العبارة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ابداً | | احياناً | | دائماً | | | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| 1 | تعد وسائل الاتصال الحديثة بالمؤسسات الحكومية الأردنية سهلة الاستخدام | 10 | %3.2 | 80 | %25.4 | 225 | %71.4 | 2.68 | 0.53 | 8 | دائما |
| 2 | تغطي وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية جميع الخدمات والمتطلبات التي يحتاجها الجمهور | 14 | %4.4 | 88 | %27.9 | 213 | %67.6 | 2.63 | 0.57 | 10 | دائما |
| 3 | زادت وسائل الاتصال الحديثة من حجم التواصل بين المؤسسات الحكومية الأردنية وجمهورها المستفيد من خدماتها | 12 | %3.8 | 57 | %18.1 | 246 | %78.1 | 2.74 | 0.52 | 5 | دائما |
| 4 | أدت الأخبار التي تنشرها المؤسسات الحكومية الأردنية عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى توفير الجهد والوقت لاطلاع الجمهور على ما يجري | 13 | %4.1 | 49 | %15.6 | 253 | %80.3 | 2.76 | 0.51 | 2 | دائما |
| 5 | يعود استخدام المؤسسات الحكومية الأردنية لوسائل الاتصال الحديثة بالفائدة الكبيرة على الجمهور | 6 | %1.9 | 58 | %18.4 | 251 | %79.7 | 2.78 | 0.46 | 1 | دائما |
| 6 | تستقبل المؤسسات الحكومية الأردنية عبر وسائل الاتصال الحديثة جميع الاستفسارات والشكاوى وتجيب عليها بحرفية | 17 | %5.4 | 86 | %27.3 | 212 | %67.3 | 2.62 | 0.59 | 11 | دائما |
| 7 | تقوم المؤسسات الحكومية الأردنية عبر وسائل الاتصال الحديثة بنشر جميع إنجازاتها | 9 | %2.9 | 62 | %19.7 | 244 | %77.5 | 2.75 | 0.50 | 4 | دائما |
| 8 | تؤدي المادة المنشورة عن المؤسسات الحكومية الأردنية عبر وسائل الاتصال الحديثة إلى تحقق المعرفة وتعزز المعلومات لدى جمهورها | 8 | %2.5 | 77 | %24.4 | 230 | %73 | 2.70 | 0.51 | 6 | دائما |
| 9 | تحرص المؤسسات الحكومية الأردنية على تزويد جمهورها بأخبار المؤسسة أولا بأول ودون انقطاع | 12 | %3.8 | 84 | %26.7 | 219 | %69.5 | 2.66 | 0.55 | 9 | دائما |
| 10 | تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور في معرفة جميع المناسبات والفعاليات الرسمية والأنشطة الوطنية الأردنية | 9 | %2.9 | 62 | %19.7 | 244 | %77.5 | 2.75 | 0.50 | 3 | دائما |
| 11 | تقوم المؤسسات الحكومية الأردنية عبر وسائل الاتصال الحديثة بدعوة الجمهور للمشاركة بالأعياد والفعاليات والمناسبات الوطنية | 14 | %4.4 | 71 | %22.5 | 230 | %73 | 2.69 | 0.55 | 7 | دائما |
| | درجة لرضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة الخاص بها. | | | | | | | 2.71 | 0.50 | - | دائما |

| م | العبارات | درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بآراء جمهورها من المستخدمين | | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | اتجاه العبارة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ابداً | | احياناً | | دائماً | | | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| 1 | أتاحه الفرصة للجمهور بتقديم الشكاوى في حال حدوث مشكلة وتقديم آرائهم ومقترحاتهم التي يتم أخذها بعين الاعتبار من قبل المؤسسة | 16 | %5.1 | 71 | %22.5 | 228 | %72.4 | 2.68 | 0.57 | 1 | دائما |
| 2 | القيام بدراسات استطلاعية بشكل دوري لآراء الجمهور وتوجهاتهم | 36 | %11.4 | 72 | %22.9 | 207 | %65.7 | 2.54 | 0.69 | 5 | دائما |
| 3 | دعوة الجمهور للاشتراك في الخدمات المستحدثة التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية لجمهورها | 25 | %7.9 | 68 | %21.6 | 222 | %70.5 | 2.63 | 0.63 | 3 | دائما |
| 4 | إتاحة الفرصة لجمهور التصويت والتعليق على القضايا والموضوعات التي تخص المؤسسات الحكومية الأردنية | 32 | %10.2 | 62 | %19.7 | 221 | %70.2 | 2.60 | 0.67 | 4 | دائما |
| 5 | تمكن الجمهور من الاطلاع على أخبار المؤسسات الحكومية الأردنية وقوانينها المعدلة والجديدة | 25 | %7.9 | 68 | %21.6 | 222 | %70.5 | 2.63 | 0.63 | 2 | دائما |
| | درجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | | 2.61 | 0.58 | - | دائما |

**(ن=315)**

يتضح من الجدول أندرجة رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة الخاص بها، حيث أقر المبحوثين بأن استخدام المؤسسات الحكومية الأردنية لوسائل الاتصال الحديثة يعود بالفائدة الكبيرة على الجمهور حيث بلغت نسبة تلك العبارة (79.9%).كما يبين الجدول ارتفاعدرجة اهتمام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بآراء جمهورها من المستخدمين، حيث أشار المبحوثين بـأن وسائل الاتصال الحديثة تتيح الفرصة للجمهور بتقديم الشكاوى في حال حدوث مشكلة وتقديم آرائهم ومقترحاتهم حيث بلغت هذه العبارة أعلى استجابات أفراد العينة على درجة دائماً بنسبة مئوية للاستجابة بلغت (72.4%).

**جدول (15)**

**إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية**

| م | العبارات | إيجابيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | اتجاه العبارة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ابداً | | احياناً | | دائماً | | | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| 1 | توفر وسائل الاتصال الحديثة الوقت والجهد في الحصول على الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية والحصول على بعض الخدمات دون تكلفة مالية | 8 | %2.4 | 55 | %17.5 | 252 | %80 | 2.77 | 0.48 | 1 | دائماً |
| 2 | تساعد وسائل الاتصال الحديثة الجمهور على أنجاز معاملاتهم في أي زمان وفي أي مكان | 13 | %4.1 | 64 | %20.3 | 238 | %75.6 | 2.71 | 0.54 | 2 | دائماً |
| 3 | مكنت وسائل الاتصال الحديثة الجمهور من الحصول على الخدمات دون التواجد داخل المؤسسات الحكومية الأردنية | 14 | %4.4 | 65 | %20.6 | 236 | %74.9 | 2.70 | 0.55 | 3 | دائماً |
| | إيجابيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | | **2.73** | **0.49** | - | دائماً |
| 1 | تتأخر وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز معاملات الجمهور | 187 | %59.4 | 87 | %27.6 | 41 | %13 | 1.54 | 0.48 | 1 | أبدا |
| 2 | تتسم وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بالبطء في بعكس التعامل وجها لوجه مع الموظف المسؤول | 204 | %64.8 | 73 | %23.2 | 38 | %12.1 | **1.47** | **0.70** | 3 | أبدا |
| 3 | لا توفر وسائل الاتصال الحديثة الجمهور أمكانية الحصول على أوراق ثبوتية توثق عملية متابعة المعاملات | 193 | %61.3 | 80 | %25.4 | 42 | %13.3 | **1.52** | **0.72** | 2 | أبدا |
| 4 | لا يوفر النظام الرقمي في المؤسسات الحكومية الأردنية إمكانية حفظ بيانات ومعلومات الجمهور حال تعطله | 204 | %64.8 | 77 | %24.4 | 34 | %10.8 | 1.46 | 0.68 | 4 | أبدا |
| | سلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | | **1.50** | **0.67** | - | أبدا |

**(ن=315)**

يظهر من الجدول أنإيجابيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، إذ توفر وسائل الاتصال الحديثة الوقت والجهد في الحصول علىالخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية والحصول على بعض الخدمات دون تكلفة مالية وبلغت هذه العبارة نسبة مئوية للاستجابة (80%)، وبليها أن تلك الوسائل تساعد الجمهور على أنجاز معاملاتهم في أي زمان وفي أي مكان بنسبة مئوية للاستجابة (75.6%).

كما يظهر الجدول التالي أن أهم سلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة ينبع من تأخر وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز معاملات الجمهور؛ حيث بلغت أعلى استجابات أفراد العينة على درجة أبدا بنسبة مئوية للاستجابة (59.4%).

## جدول (16)

## الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية

| م | العبارات | الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | اتجاه العبارة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ابداً | | احياناً | | دائماً | | | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| 1 | قلة معرفة الجمهور بكيفية استخدام الحاسوب والأجهزة الإلكترونية والأمور التكنولوجية | 142 | %45.1 | 116 | %36.8 | 57 | %18.1 | 1.73 | 0.75 | 2 | احيانا |
| 2 | وجود وسائل إعلامية أخرى تغني عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة | 177 | %56.2 | 91 | %28.9 | 47 | %14.9 | 1.59 | 0.74 | 3 | أبدا |
| 3 | استخدام وسائل الاتصال الحديثة يعتبر مضيعة للوقت والجهد | 222 | %70.5 | 58 | %18.4 | 35 | %11.1 | 1.41 | 0.68 | 4 | أبدا |
| 4 | تمثل الأمية الرقمية أبرز تحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية الأردنية في استخدام جمهورها لوسائل الاتصال الحديثة | 120 | %38.1 | 137 | %43.5 | 58 | %18.4 | 1.80 | 0.73 | 1 | احيانا |
| | الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | | 1.63 | 0.62 | - | أبدا |

يتضح من الجدول أن أبرز الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية تكون في الأمية الرقمية حيث تعتبر أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية الأردنية في استخدام جمهورها لوسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت أعلى استجابات أفراد العينة بنسبة مئوية (43.5%).

**المحور الثالث: نتائج فروض الدراسة**

**فيما يلي عرض لنتائج فروض الدراسة:**

**1- تبين عدم صحة الفرض الأول في مجمله، حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين درجة رضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية وخصائصهم الديموغرافية كما هو موضح بالجدول التالي:**

## جدول (17)

| اختبار ت للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور-اناث) حول درجة الرضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| البعد | ذكور | | اناث | | T Test معامل الارتباط | مستوى المعنوية Sig |
| | المتوسط | الانحراف المعياري | المتوسط | الانحراف المعياري | | |
| درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | 2.66 | 0.48 | 2.77 | 0.41 | -2.140 | 0.033* |
| درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | 2.53 | 0.65 | 2.73 | 0.45 | -3.117 | 0.002* |
| تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول درجة الرضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب العمر | | | | | | |

| البعد | فئات العمر | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمةF | مستوى المعنوية Sig |
|---|---|---|---|---|---|
| درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | أقل من 20 سنة | 2.63 | 0.46 | 0.392 | 0.759 |
| | من 20إلى اقل من 30 سنة | 2.70 | 0.46 | | |
| | من 30إلى اقل من 40 سنة | 2.72 | 0.45 | | |
| | من 40إلى أكثر من 50 سنة | 2.69 | 0.49 | | |
| درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | أقل من 20 سنة | 2.46 | 0.66 | 1.745 | 0.158 |
| | من 20إلى اقل من 30 سنة | 2.55 | 0.62 | | |
| | من 30إلى اقل من 40 سنة | 2.68 | 0.54 | | |
| | من 40إلى أكثر من 50 سنة | 2.67 | 0.54 | | |

تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول درجة الرضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب المستوى التعليمي

| البعد | فئات المستوى التعليمي | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمةF | مستوى المعنوية Sig |
|---|---|---|---|---|---|
| درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | ثانوية فما دون | 2.61 | 0.55 | 1.405 | 0.241 |
| | دبلوم متوسط | 2.80 | 0.34 | | |
| | بكالوريوس | 2.68 | 0.48 | | |
| | دراسات عليا | 2.73 | 0.44 | | |
| درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | ثانوية فما دون | 2.48 | 0.71 | 2.035 | 0.109 |
| | دبلوم متوسط | 2.74 | 0.47 | | |
| | بكالوريوس | 2.57 | 0.59 | | |
| | دراسات عليا | 2.69 | 0.57 | | |

تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول درجة الرضا واهتمام المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب طبيعة العمل

| البعد | فئات طبيعة العمل | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة F | الدلالة Sig |
|---|---|---|---|---|---|
| درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | موظف حكومة | 2.76 | 0.46 | 2.148 | 0.094 |
| | موظف قطاع خاص | 2.74 | 0.43 | | |
| | اعمال حرة | 2.56 | 0.52 | | |
| | عاطل عن العمل | 2.69 | 0.45 | | |
| درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | موظف حكومة | 2.70 | 0.56 | 0.712 | 0.545 |
| | موظف قطاع خاص | 2.60 | 0.61 | | |
| | اعمال حرة | 2.57 | 0.52 | | |
| | عاطل عن العمل | 2.58 | 0.60 | | |

* تشير إلى معنوية اختبار ت عند مستوى معنوية 0.005

**يوضح الجدول التالي:**

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور – اناث) حول درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، حيث ان مستوى الدلالة اقل من (5%)، وهي دالة او بمعنى اخر قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمة "ت" الجدولية. كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور – اناث) حول درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

- بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر حول درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، وهذا يؤكد أن هناك

اتفاقاً بين فئات العمر حولدرجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية. وكذلك الأمر بالنسبة إلى درجة الاهتمام

- ذات الأمر ينطبق على فئات المستوى التعليمي ؛ إذ أن هناك اتفاقاً بين فئات المستوى التعليمي حولدرجة الرضا ودرجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

- وهو الأمر المستخلص بفئات طبيعة العمل إذ أن هناك اتفاقاً بين فئات طبيعة العمل حولدرجة الرضا ودرجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

**2- تبين عدم صحة الفرض الثاني حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين سلوكيات المستفيدين التفاعلية وخصائصهم الديموغرافية كما هو موضح بالجدول التالي:**

**جدول (18)**

| اختبار ت للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور-اناث) حول الخدماتوالسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة للمستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| البعد | ذكور | | اناث | | معامل الارتباط TTest | مستوى المعنويةSig |
| | المتوسط | الانحراف المعياري | المتوسط | الانحراف المعياري | | |
| الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة | 2.71 | 0.47 | 2.74 | 0.41 | -0.573 | 0.567 |
| السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه | 2.68 | 0.51 | 2.70 | 0.47 | -0.353 | 0.724 |

| تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول الخدمات والسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة للمستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب العمر | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البعد | فئات العمر | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمةF | مستوى المعنوية Sig |
| الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة | أقل من 20 سنة | 2.83 | 0.37 | 1.447 | 0.229 |
| | من 20إلى اقل من 30 سنة | 2.67 | 0.48 | | |
| | من 30إلى اقل من 40 سنة | 2.75 | 0.40 | | |
| | من 40إلى أكبر من 50 سنة | 2.66 | 0.58 | | |
| السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه | أقل من 20 سنة | 2.86 | 0.48 | 2.734 | 0.044 |
| | من 20إلى اقل من 30 سنة | 2.64 | 0.53 | | |
| | من 30إلى اقل من 40 سنة | 2.72 | 0.45 | | |
| | من 40إلى أكثرمن 50 سنة | 2.53 | 0.65 | | |

| تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول الخدمات والسمات المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب المستوى التعليمي | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البعد | فئات المستوى التعليمي | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمةF | مستوى المعنوية Sig |
| الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة | ثانوية فما دون | 2.65 | 0.58 | 0.632 | 0.595 |
| | دبلوم متوسط | 2.78 | 0.35 | | |
| | بكالوريوس | 2.71 | 0.46 | | |
| | دراسات عليا | 2.73 | 0.38 | | |
| السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه | ثانوية فما دون | 2.63 | 0.60 | 0.202 | 0.895 |
| | دبلوم متوسط | 2.70 | 0.45 | | |
| | بكالوريوس | 2.70 | 0.51 | | |
| | دراسات عليا | 2.69 | 0.43 | | |
| تحليل التباين الأحادي لبيان مدى الاتفاق والاختلاف حول الخدمات والسمات المستفيدين نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية حسب طبيعة العمل | | | | | |

| البعد | فئات المستوى التعليمي | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمةF | مستوى المعنوية Sig |
|---|---|---|---|---|---|
| الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة | موظف حكومة | 2.70 | 0.43 | 0.207 | 0.891 |
| | موظف قطاع خاص | 2.74 | 0.44 | | |
| | اعمال حرة | 2.70 | 0.43 | | |
| | عاطل عن العمل | 2.72 | 0.48 | | |
| السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه | موظف حكومة | 2.68 | 0.48 | 0.145 | 0.933 |
| | موظف قطاع خاص | 2.71 | 0.48 | | |
| | اعمال حرة | 2.65 | 0.52 | | |
| | عاطل عن العمل | 2.70 | 0.54 | | |

* تشير إلى معنوية اختبار ت عند مستوى معنوية 0.005

**تدل بيانات الجدول الى عدة نتائج من أهمها:**

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور – اناث) حول الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، ونستخلص من هذا ان هناك اتفاقاً بين فئات النوع حولالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، وكذلك الأمر حول السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ التفاعليه.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر حول الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسينها عبر وسائل الاتصال الحديثة، ونستخلص من هذا ان هناك اتفاقاً بين فئات العمر حولالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة.
- إلا أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر حول السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه، فهناك اختلافاً بين فئات العمر حولالسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه، وللكشف عن مواقع الاختلاف طبق اختبار (LSD)، والجدول التالي يوضح ذلك.

**جدول (19): اختبار LSD لمعرفة الفروق بين الفئات العمرية حول درجة السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه**

| | السن | السن | الفرق بين المتوسطات | مستوى المعنوية Sig |
|---|---|---|---|---|
| السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة | أقل من 20 سنة | من 20إلى اقل من 30 سنة | 0.219 | 0.029 |
| | | من 40إلى أكثرمن 50 سنة | 0.328 | 0.011 |

توضح البيانات ان مصدر الفروق بين الفئات العمرية في السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثةوالتي ساعدت على معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه، ويرجع الى الفروق بين الفئة (أقل من 20 سنة) والفئة (من 20إلى اقل من 30 سنة)لصالح فئة (اقل من 20 سنة) حيث بلغ متوسطها الحسابي (2.86) مقابل (2.64) للفئة (من 20إلى اقل من 30 سنة) عند مستوى معنوية (0.029)، كما يرجع الى الفروق بين الفئة (أقل من 20 سنة) والفئة (من 40إلى أكثر من 50 سنة) لصالح فئة (اقل من 20 سنة) حيث بلغ متوسطها الحسابي (2.86) مقابل (2.53) للفئة (من 40إلى أكثرمن 50 سنة) عند مستوى معنوية (0.011).

ويرى الباحث ان السبب يرجع في ذلك الى ان الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) كانت غالبيتهم من الفئة المتعلمة وايضاً بسبب التطور التكنولوجي الذي يحدث في عصرهم، وبالتالي يكون لديهم أوقات فراغ أكبر من (من 20إلى اقل من 30 سنة) و(من 40إلى أكثرمن 50 سنة) والتي يكون أغلبها من المستفيدين من وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المستوى التعليمي حول الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، إذ أن هناك اتفاقاً بين فئات المستوى التعليمي حولالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، وكذلك الأمر بالنسبة للسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات طبيعة العمل حول الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة، حيث أن هناك اتفاقاً بين فئات طبيعة العمل حولالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة وكذلك الأمر بالنسبة للسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه.

**3- صحة الفرض الثالث إذ توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين وبين درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية**

**جدول (20) اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين أدراك الجمهور للاتصال التفاعلي وبين وسائل الاتصال الحديثة**

| | الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين | | السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة | |
|---|---|---|---|---|
| | r | p | r | p |
| درجة الرضا نحو وسائل الاتصال | 0.324 | 0.000 | 0.291 | 0.000 |
| درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال | 0.298 | 0.000 | 0.243 | 0.000 |

**(مستوى المعنوية=pقيمة معامل بيرسون=r)**

**يتضح من الجدول:**

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين وبين درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.324) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما زادتالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة زادت درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، وايضاً وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بينالسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين وبين درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.298) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما زادتالخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في تحسين عبر وسائل الاتصال الحديثة زادت درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، وايضاً وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بينالسمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

**4- صحة الفرض الرابع حيث توجد علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية من ناحية (سهولة استخدامها/ استخدام الوسائط المتعددة/ توافر الخصوصية/ نوع المحتوى المقدم/ جودة المحتوى المقدم/ مستوى التفاعلية) وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.**

**جدول (21) اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات المرتبطة بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.**

| | اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني | |
|---|---|---|
| | r | p |
| سهولة استخدامها | 0.202 | 0.000 |
| استخدام الوسائط المتعددة | -0.379 | 0.000 |
| توافر الخصوصية | -0.128 | 0.023 |
| نوع المحتوى المقدم | -0.368 | 0.000 |
| جودة المحتوى المقدم | -0.438 | 0.000 |
| مستوى التفاعلية | -0.184 | 0.001 |

**(مستوى المعنوية=p  قيمة معامل بيرسون=r)**

**يتضح من الجدول:**

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين سهولة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.202) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما زادتسهولة استخدام وسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بيناستخدام الوسائط المتعددة بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.379-) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما قل استخدام الوسائط المتعددة بوسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين توافر الخصوصية بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.128-) عند مستوى معنوية (0.023)، وهو يؤكد على كلما قل توافر الخصوصية بوسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين نوع المحتوى المقدم بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.368-) عند

مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما ضعف وقل نوع المحتوى المقدم بوسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة،

- كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين جودة المحتوى المقدم بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.438-) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما قل جودة المحتوى المقدم بوسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مستوى التفاعلية بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.184-) عند مستوى معنوية (0.001)، وهو يؤكد على كلما قل مستوى التفاعلية بوسائل الاتصال الحديثة زادت اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

**5- عدم صحة الفرض الخامس حيث لا توجد علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بصعوبة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية من ناحية (صعوبات استخدامها/ سلبيات استخدامها / أسباب عدم استخدامها) وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.**

**جدول (22) اختبار "بيرسون" لدلالة العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات المرتبطة بعصوبة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنيةوبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.**

| | السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة | |
|---|---|---|
| | r | p |
| صعوبات استخدامها | -0.035 | 0.538 |
| سلبيات استخدامها | -0.178 | 0.001 |
| أسباب عدم استخدامها | -0.468 | 0.000 |

**(مستوى المعنوية=pقيمة معامل بيرسون=r)**

**يتضح من الجدول:**

- عدم وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين صعوبات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.035-) عند مستوى معنوية (0.538)، وهو يؤكد على كلما قلت صعوبات استخدام وسائل الاتصال زادت السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بينسلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.178-) عند مستوى معنوية (0.001)، وهو يؤكد على كلما قل استخدام وسائل الاتصال الحديثة زادت السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين أسباب عدم استخدام وسائل الاتصال الحديثة وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (0.568-) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو يؤكد على كلما قل استخدام وسائل الاتصال الحديثة زادت السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.

**6- صحة الفرض السادس حيث تتأثر الاتجاه نحو التفاعل الإلكترونيمع وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بمستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدمي الصفحات محل الدراسة.**

**جدول (23): تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للكشف عن أثر الاتجاه نحو التفاعل الالكتروني بوسائل الاتصال على مستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدمي**

| المتغيرات المستقلة | قيمة t | دلالة إحصائية "t" | قيمة Beta | قيمة R | قيمة R2 | قيمة F | دلالة "F" الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الرضا عن الخدمات وسائل الاتصال الحديثةالخاصة بالمؤسسات الحكومية | -4.434 | 0.000 | -0.351 | 0.459 | 0.211 | 27.652 | 0.000 |
| الثقة بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية | -1.067 | 0.287 | -0.084 | | | | |
| الولاء لوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية | 2.531 | 0.012 | 0.130 | | | | |

*****المتغير التابع: الاتجاه نحو التفاعل الإلكترونيبوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.**

**يظهر من الجدول:**

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للاتجاه نحو التفاعل الإلكتروني بوسائل الاتصال على مستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدميالصفحات محل الدراسة، حيث بلغت قيمة "ف" (27.652)، وبدلالة معنوية (0.000)،وكما بلغت قيمة (R) (0.459) وهي تمثل معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابعالاتجاه نحو التفاعل الالكتروني بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية. وهذا يؤكد على الأثر الإيجابي للرضا عن خدمات وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية والثقة بوسائل

الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية والولاء لوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية على التفاعل الإلكتروني الايجابي بوسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية. وقد **تم اثبات صحة الفرض وذلك بوجود أثر نحو التفاعل الإلكترونيمع وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية بمستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدمي الصفحات محل الدراسة.**

**المؤشرات العامة للدراسة**

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور – اناث) حول درجة الرضا والاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية، حيث ان مستوى الدلالة اقل من (5%)، وهي دالة او بمعنى اخر قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمة "ت" الجدولية، ونستخلص من هذا ان هناك اختلاف بين فئات النوع حول درجة الرضا والاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية لصالح الإناث.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر حول السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه، حيث ان مستوى الدلالة أقل من (5%)، وهي دالة او بمعنى اخر قيمة "ف" المحسوبة أكبر من قيمة "ف" الجدولية، ونستخلص من هذا ان هناك اختلافاً بين فئات العمر حول السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه، لصالح الفئة (اقل من 20 سنة) يرجع في ذلك الى ان الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) كانت غالبيتهم من الفئة المتعلمة وايضاً بسبب التطور التكنولوجي الذي يحدث في عصرهم، وبالتالي يكون لديهم أوقات فراغ أكبر من (من 20إلى اقل من 30 سنة) و(من 40إلى أكثرمن 50 سنة) والتي يكون أغلبها من المستفيدين من وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين سهولة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الالكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.
- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين استخدام الوسائط المتعددة وتوافر الخصوصية ونوع المحتوى المقدم وجودة المحتوى المقدم ومستوى التفاعلية بوسائل الاتصال الحديثة وبين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الإلكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة.

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين وبين درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه وبين درجة الرضا نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الخدمات التي استطاعت المؤسسات الحكومية الأردنية في التحسين وبين درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية
- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة والتي ساعدت إلى معرفة درجة إدراك الجمهور لمبادئ لتفاعليه وبين درجة الاهتمام نحو وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية.
- عدم وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين صعوبات استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الاردنية وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.
- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين سلبيات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وأسباب عدم استخدامها وبين السمات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للاتجاه نحو التفاعل الالكتروني بوسائل الاتصال على مستويات الرضا والثقة والولاء لدى مستخدمي الصفحات محل الدراسة.

**توصيات الدراسة**

يقترح الباحث مجموعة من التوصيات يسعى من خلالها لزيادة فعالية العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية، وذلك كما يلي:

1- العمل على إزالة العراقيل التي تحول دون وصول الجمهور إلى الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الأردنية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة بسهولة ويسر، سواء ما يتعلق منها بالأمية الرقمية لجمهور المستفيدين، من خلال التوعية الرقمية لجموع الشعب الأردني، أو من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية لوضع حد لبطء الخدمات المقدمة، أو من خلال تحسين المحتوى المقدم لزيادة مستوى التفاعلية على تلك الوسائل.

2- العمل على تحفيز الجمهور تجاه الولاء والانتماء للمؤسسة وذلك من خلال شرح أهمية الفائدة المدركة التي سيتحصل عليها المستفيدين من الخدمة اثناء استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة للتواصل مع المؤسسة وحصولهم على خدماتها بما في ذلك توفير الوقت والجهد.

3- القيام بدراسات دورية لوسائل الاتصال التي يتم تفعيلها مع أخذ ملاحظات وآراء ومقترحات الجمهور بعين الاعتبار، من خلال مختصين في هذا المجال والعمل على وضع خطط استراتيجية بناء على مخرجات التي خلصت إليها الدراسة من قبل الهيئات والوزارات المعنية بذلك.

4-القيام بوضع نتائج ومقترحات الدراسة الحالية بعين الاعتبار من قبل الهيئات والمؤسسات الحكومية الأردنية؛ إذ تعد هذه الدراسة من بين قلة من الدراسات التي أولت الاهتمام بهذا المجال.

ومن جماع ما سبق يمكن أن نؤكد أن وسائل الاتصال الحديثة قد فرضت نفسها كعنصر جديد من الممكن إدخال التعديلات والتحسينات عليه بصورة مستمرة، وهذا ينطبق على كافة الأصعدة والمجالات، لا سيما بمجال العلاقات العامة لتحسين جودة الوظيفة الاتصالية بين المؤسسات الحكومية وجمهور المستفيدين من الخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات، ليس هذا فحسب وإنما للدور الذي تلعبه هذه الوسائل في الحد من سخط المواطنين لعدم حصولهم على خدمات المؤسسات الحكومية بسبب المسافة أو الوقت أو الجهد أو التكلفة.

## قائمة المراجع

(1)Maranguni´c, N., Grain's, (2015). A.: Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. Universe. Access Inf. Soc. 14(1), 81–95.p. 84.https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1

لمزيد من التفاصيل حول نظرية الفعل المبرر Theory of reasoned action(TRA) انظر:

- Davis, F.D.(1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Q. 13(3), 319.
- Fortes, N., Rita, P.(2016) Privacy concerns and online purchasing behavior: towards an integrated model. Eur. Res. Manage. Bus. Econ. 22, 167–176 16.

Dachyar, M., Banjarnahor, L.(2017). Factors influencing purchase intention towards consumer-toconsumer e-commerce. Intangible Capital 13, 946–966.

(2)Wann-Yih, W., & Ching-Ching, K. (2015). An Online Shopping Behavior Model Integrating Personality Traits, Perceived Risk, and Technology Acceptance. Social Behavior 27 and Personality: An International Journal, Vol. 43 (1), Pp. 85-97. doi:10.2224/sbp.2015.43.1.85

(3)Adawia, A. (2018) Media Ownership and Cultural Transitions in the New Media, Information Studies, Petra University Publications, Amman.

(4)ميرهان محسنالسيد طنطاوي: أساليب وممارسات المشاركة الالكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية دولة الامارات العربية المتحدة نموذجا،المجلة المصرية لبحوث العلاقات العامة والاعلام،العدد السادس عشر،2018).

(5)صباح أنور محمد: دور العلاقات العامة في تفعيل أداء الحكومة الالكترونية مشروع افتراضي للحكومة الالكترونية العراقية تطبيقا على وزارة المالية (الهيئة العامة للضرائب)، مجلة الجامعة العراقية، العدد1، المجلد33، 2014، متاح على موقع www.iasj.net

(6) Verčič, D, Verčič A. &Sriramesh, K. 2014. Looking for digital in public relations, Public RelationsReview. 41. 142-152.

(7)صباح أنور محمد، (**استخدام** العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية)، دراسة مسحية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، 2017، المجلد9، العدد37، ص67-90.

(8)Nafees, L., Cook, C. M., & Stoddard, J. E. (2020). The impact of social media power on consumer attitudes toward the brand: The mediating/moderating role of social media source credibility. Final Proceedings 2019 Atlantic Marketing Association Conference. https://core.ac.uk/download/pdf/287890701.pdf

(9)Pruitt,K,R., (2012), Facebook and it's users; Using Grounded Theory To Understand Perceived Interactivity As A constraint In The Rhetorical Situation, Doctoral Dissertation, Faculty Of Old Dominion University, pp.61-76.

(10)Okafor,O.&Nwatu,C.(2018). Public Relations as a Tool for AttainingEducational Institution Objectives in Enugu State . International Journal of Marketing and Management Research. 9(3).

(11)Hackley, C. (2018). Advertising, marketing and PR: Deepening mutuality against a convergent media landscape. In H. Powell, J. Hardy & I. Macrury (Eds.), The advertising handbook (pp. 58-74).Routledge.

(12)Mengü, S. Ç., Güçdemir, Y., Ertürk, D., & Canan, S. (2015). Political preferences of generation Y university student with regards to governance and social media: A study on March 2014 local elections. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 174, 791-797. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.616

(13)Graham, T., Jackson, D., & Broersma, M. (2016). New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns. New media & society, 18(5), 765-783. doi: 10.1177/1461444814546728

(14)Heather.,H.J.,2014., Dialogic Communication in the Health Caer Context A Case study of kaiser Permanente's Social Media practices Public Relations Journal. Vol 4 , No 2.

(15)Farabough L.A. 2013. Using as a Public Relations Tactic: A Look at How Hospitals are Engaging With Fans Unpublished Master's Thesis, University of Arkansas. Available (online) from: http://search..proquest.com/docview/1525026576

(16)Johne,R&Brandenurg,H.,(2014),"Giving voters what they want? Party orientation perceptions and preferencesin the British electorate". Party Politics, vol.2,no.

(17)علي كنعان، علي كنعان، العلاقات العامة في الصحافة الاعلام،عمان الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع،2014، ص94.

(18)Macnamara, J., Zerfass, A., Adi, A., & Lwin, M. O. (2018). Capabilities of PR professionals for key activities lag: Asia-Pacific study shows theory and practice gaps. Public Relations Review, 44(5), 704-716. Available at: https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.010

(19)Riley-Smith, B. (2013, October 6). How Instagram took over the world in just three years. The Telegraph. Available at: https://www.telegraph.co.uk/technology/10355980/How-Instagram-took-over-the-world-in-just-three-years.html

(20)خيري عياد وأحمد فاروق : العلاقات العامة والإتصال المؤسسي عبر الانترنت، ط1، الدار المصرية اللبنانية لنشر، 2015

(21)إيمان طاهر سيد عباس (2021)، "توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الأدوار المهنية للعلاقات العامة"، بحث منشور، المجلد 6، العدد 76،مجلة بحوث الإعلام، كلية الإعلام (مصر: جامعة القاهرة)، ص 383-422.

(22)غادة نصر الدين محمد علي (2020)، "استخدام العلاقات العامة بمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على كفاءة الوظيفة الاتصالية في المؤسسات الحكومية، دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب (مصر: جامعة أسيوط).

(23)سحر فالح عوض أبو جارور، خيري مصطفى سعيد كتانة (2016). "الحكومة الإلكترونية في الأردن: التحديات والفرص"، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 17، مارس 2016، (الأردن: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية)، ص ص 115-129.

(24)Abdulsadek, Hassan (2020). The effectiveness of training programs on modern technology use in developing the performance of public relations practitioners in Egyptian and Bahraini government, Egyptian *Journal For Mass Communication Research*, No. 71, pp. 1-51.

(25)AnatoliyGruzd, James Lanniganb, Kevin Quigley., (2018) “Examining government cross- platform engagement in social media. Instgram vs. Twitter – The big life project”, *Government Information Quarterly*.

(26)RupakRauniar Greg RawskiJei Yang Ben Johnson , (2014),"Technology acceptance model (TAM) andsocial media usage: an empirical study on Facebook", Journal of Enterprise Information Management, Vol.27 Iss 1,
pp. 6-30

(27) د. حاتم محمد عاطف، ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية، مجلة بحوث العلاقات العامة – الشرق الأوسط، العدد السادس، يناير/مارس 2015، ص 146.

(28) نصر سالم موسى أبو مصطفى، وظيفة العلاقات العامة الدبلوماسية في المنظمات الطوعية، رسالة دكتوراه، قسم الفلسفة في العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016م، ص 4.

(29) راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، غدارة العلاقات العامة "المدخل الإستراتيجي"، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2017، ص 78وما بعدها.

(30)سامي طايع، بحوث الإعلام، ط1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)، ص 11.