

## مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني

إعداد

آية حسام القدح\*

### المخلص

هدفت هذه الدراسة التعرف على مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، والتعرف على أثر المتغيرات التالية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي) على مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة مؤلفة من (22) فقرة، تم توزيعها على (221) موظف في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني وتم التأكد من صدقها وثباتها من قبل لجنة من المحكمين من ذوي الاختصاص، وبعد عملية توزيع الاستبانات وجمعها تم ترميزها وإدخالها الى الحاسوب، ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وقد بينت الدراسة أن مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت كبيرة، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى للمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي). وتبين ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير سنوات الخبرة وبناء على نتائج هذه الدراسة فقد أوصت الباحثة بعدة توصيات من أهمها: ضرورة الاستمرار في استخدام الفيسبوك للرد على الآراء المثارة حول الأعمال التي تقوم بها جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، وضرورة استمرار جمعية الهلال الأحمر بتقديم المساعدة عبر رسائل الوتساب الواردة من المواطنين.

**الكلمات المفتاحية:** منصات التواصل الاجتماعي، استراتيجيات العلاقات العامة، جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.

\* طالبة ماجستير علاقات عامة = جامعة النجاح الوطنية

## Abstract

This study aimed to identify the extent of the impact of social media platforms on public relations strategies in the Palestinian Red Crescent Society and to identify the impact of the following variables (gender, educational qualification, years of experience, job title) on the impact of social media platforms on Public relations strategies in the Palestinian Red Crescent Society in order to achieve the goal of the study, I am consisting a questionnaire of (22) items was developed, and its validity and reliability were confirmed by a committee of specialized arbitrators. distributed to (221) employees of the Palestinian Red Crescent Society, After the process of distributing and collecting the questionnaires, they were encoded and entered into the computer, and statistically processed using the Statistical Package for Social Sciences. The study showed that the impact of social media platforms on the public relations strategies of the Palestinian Red Crescent Society was significant, as it was found that there is no Statistically significant differences at the significance level ( $\alpha \leq 0.05$ ) between the average responses of the study sample members towards the extent of the impact of social media platforms on the public relations strategies in the association The Palestinian Red Crescent is attributed to the variables (gender, educational qualification, job title). It was found that there are statistically significant differences at the significance level ( $\alpha \leq 0.05$ ) between the average responses of the study sample members towards the extent of the impact of social media platforms on the public relations strategies of the Palestinian Red Crescent Society due to the variable of years. Experience and based on the results of this study, the researcher recommended several recommendations, the most important of which is the need to continue to use Facebook to respond to the opinions raised about the work carried out by the Palestinian Red Crescent Society, the need for the Red Crescent Society to continue to provide assistance through WhatsApp messages received from citizens.

**Keywords:** Social Media Platforms, Public Relations Strategies, The Palestinian Red Crescent Society.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز منتجات العصر الرقمية وتكنولوجيا المعلومات، حيث أتاحت هذه الوسائل إمكانية التواصل بشكل مباشر وتفاعلي، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ذات تأثير متزايد على مختلف جوانب الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات والحكومات، فقد تأثرت وسائل الاتصال ومصادر المعلومات، ونتج عن ذلك تأثر طريقة الاتصال التي تعد جوهر العملية الاتصالية في مجال العلاقات العامة، فأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها شديدة التأثير على طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة (سليم، 2013).

ومن هنا أصبحت الحاجة إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة وخصوصاً أن نشاط العلاقات العامة يقوم أساساً على عملية الاتصال، حيث تركز العلاقات العامة في نشاطها الاتصالي على نشر الحقائق والمعلومات الصحيحة للجماهير التي تتعامل معها بمختلف فئاته، والعمل على تنمية التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور، وتعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة. وهذا كله لا يتحقق إلا من خلال توفر وسائل اتصالية ذات كفاءة عالية يتعامل معها أخصائيو العلاقات العامة بكفاءة للوصول للهدف المنشود (توكل، 2018).

وأدى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى تغيير الدور الذي تقوم به إدارات العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور، مما فرض عليها ضرورة استخدام هذه الوسائل حتى تستطيع أن تقدم نفسها بصورة ايجابية، وذلك من خلال الرد على الانتقادات والاستفسارات التي تصل إليها (الصالح، 2018).

### مشكلة الدراسة

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطورات كبيرة بسبب الانفجار المعرفي والتكنولوجي وهذا ما أدى إلى وجود تطورات حديثة على صعيد الاتصالات والاتصال والتواصل، ولهذا انتشرت بصورة كبيرة وسائل التواصل التي تعتمد على الانترنت ولا سيما منها مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت عصب الحياة لكافة الأفراد والمؤسسات، وعلى صعيد آخر فإن كافة الأعمال اليدوية والغير حديثة

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

في العصر الماضي تم دمجها بالتكنولوجيا في وقتنا الحاضر ومن هذه الأعمال العلاقات العامة والتي ظهرت في الفترة الأخيرة، وفي الوقت الحالي أصبحت تعتمد على التكنولوجيا بشكل كبير، وكون كافة المؤسسات تهتم وبشكل كبير في الجمهور فإنه يستلزم وجود لديها موظفي علاقات عامة وكذلك دوائر علاقات عامة، وقبل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي كانت العلاقات العامة تمارس استراتيجياتها بصورة متنوعة، حيث تكمن مشكلة الدراسة في معرفة إذا كان لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير على استراتيجيات العلاقات العامة وستحاول الدراسة الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتية:

ما مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني؟ ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

1. هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير الجنس؟
2. هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المؤهل العلمي؟
3. هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير سنوات الخبرة؟
4. هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المسمى الوظيفي؟
5. كيف تؤثر مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني؟

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.
2. التعرف إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير الجنس.
3. التعرف إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المؤهل العلمي.
4. التعرف إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير سنوات الخبرة.
5. التعرف إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المسمى الوظيفي.

#### مبررات اختيار العنوان

وترى الباحثة العلاقات العامة ومن منظورها الشخصي أن هناك انتشار على مستوى واسع لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن كافة الأفراد يتعاملون مع هذه الوسائل فإنها ارتأت أن يتم استخدام تلك الوسائل وتزليلها للعلاقات العامة من أجل الاستفادة منها، وكذلك فإن هناك استراتيجيات سبعة للعلاقات العامة فإن الباحثة أرادت معرفة إذا كان هناك أثر لوسائل التواصل الاجتماعي على الاستراتيجيات السبعة في العلاقات العامة.



Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

مبشرات اختيار مؤسسة الهلال الأحمر الفلسطيني

كون جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعد من الجمعيات الخيرية الأهلية الغير ربحية التي تسعى إلى تقديم خدمات متنوعة للجمهور، وأهما الخدمات الطبية المتعلقة بالإسعاف والعلاج ونقل المصابين وغيرها، كما وأنها تحتوي على مدرسة خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة للصم والبكم، ونظراً لذلك وكون هذه المؤسسة مرتبطة بكم هائل من الجماهير وتقدم لهم خدمات تطوعية فأنها تستحق تسليط الضوء عليها.

### فرضيات الدراسة

تحاول هذه الدراسة اختبار الفرضيات الصفرية الآتية:

1. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير الجنس.
2. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المؤهل العلمي.
3. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير سنوات الخبرة.
4. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حسب متغير المسمى الوظيفي.

اقتصرت هذه الدراسة على الحدود الآتية:

1. الحدود البشرية: جميع موظفي جمعية الهلال الأحمر.
2. الحدود المكانية: جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني - نابلس ورام الله.
3. الحدود الزمانية: الفصل الصيفي من العام 2020-2021.

#### مصطلحات الدراسة

وسائل التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من التطبيقات المستندة على تكنولوجيا الويب تسمح لمستخدميها تبادل ومشاركة النصوص والصور والموسيقى ومقاطع الفيديو فيما بينهم ( Kaplan, 2010 & Haenlein, ), وتعرف إجرائياً: هي الوسائل التي الاتصال والتواصل والتي يتم استخدامها في جمعية الهلال الأحمر والتي تتمثل في الفيسبوك، واتساب، يوتيوب.

العلاقات العامة: الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات بإختلاف أنواعها وأوجه نشاطها، إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمرارها، وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه والتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأتجاه نشاطها، وتحديد المزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصالحة المشتركة بين المؤسسة وجماهيرها باستخدام الاعلام الشامل والمخطط (المشاقبة، 2014).

جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني: هي جمعية وطنية فلسطينية ذات شخصية إعتبارية مستقلة تأسست في عام 1968، وأقر المجلس الوطني في دورته السادسة المنعقدة في القاهرة عام 1969 بدورها الإنساني والاجتماعي والصحي في خدمة الشعب الفلسطيني، إلى جانب الهيئات الوطنية الفلسطينية (<https://cutt.us/ulumq>).

#### الدراسات السابقة

تناولت الباحثة مجموعه من الدراسات التي تختص بموضوع الدراسة حيث عملت على إدراج دراسات عربية وأخرى أجنبية وعملت على ترتيبها من الاحدث الى الاقدم وكانت على النحو الاتي:

هدفت الدراسة التعرف إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في أداء مهام العلاقات العامة في الجامعات العراقية (دراسة مسحية على ممارسي العلاقات العامة)، كما وحدد الباحث مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي ما درجة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في أداء مهام العلاقات العامة في الجامعات العراقية؟ كما واعتمد الباحث على المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المرجوة، كما استخدم استمارة الاستبيان كأداة الجمع البيانات الأولية، حيث كان مجتمع الدراسة مكون من العاملين في مجال العلاقات العامة في الجامعات العراقية حيث تم اختيار منهم عينة عشوائية قواها (200) وتوصل الباحث إلى مجموعه من النتائج كان أهمها إن ممارسي العلاقات يفضلون الهواتف الذكية للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي، كما أتى الفيس بوك من أكثر المواقع الاجتماعية استخداما من ممارسي العلاقات العامة لأداء مهامهم الوظيفية. وبينت النتائج عدم وجود اتفاق بين مفردات العينة بأن الجامعات العراقية تقدم الفرص والتسهيلات اللازمة للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي بشكل الذي يتكامل مع مؤهلاتهم المعرفية في استخدام هذه الوسائل، كما أظهرت النتائج أن أغلب مفردات العينة تعتقد أن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي تحقق مكاسب في أداء مهام ووظائف العلاقات العامة في الجامعات العراقية، ومن أهم التوصيات التي خرجت بها ضرورة تفعيل وظائف العلاقات العامة في الجامعات العراقية وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

### دراسة توكل (2019)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم أنشطة العلاقات العامة في المنظمات السعودية العامة، كما وحدد الباحث مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم أنشطة العلاقات العامة في المنظمات



Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

السعودية العامة؟ ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق الدراسة في مدينة مكة المكرمة على إدارات العلاقات العامة في المنظمات العامة، وتم اختيار عينة بلغ عددها (12) منظمة بعدد (85) موظف علاقات عامة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أبرز شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة هي: (تويتر - فيس بوك - يوتيوب) - من أهم أنشطة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: التغطيات الإعلامية لمناسبات المنظمة - المشاركة في الأنشطة الثقافية والاجتماعية العامة مثل: اليوم الوطني - الأعياد - اليوم العالمي (للمرأة - للصحة - للمرور...) - إحاطة الجمهور بخدمات المنظمة وكيفية الانتفاع بها - غالبية العاملين في إدارة العلاقات العامة للمنظمات العامة من الذكور - وفي ضوء النتائج تم تقديم جملة من التوصيات والمقترحات للارتقاء بالعلاقات العامة من خلال شبكات التواصل كان أهمها ضرورة الاستمرار في تفعيل شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في أنشطة العلاقات العامة في المنظمات السعودية، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

### دراسة فراونة وشعت (2018)

هدفت الدراسة التعرف على مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في مستشفى غزة الأوروبي، كما وهدفت الدراسة إلى إيضاح الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في بناء سمعه طيبة لدى الجمهور الخارجي للتعرف على دورها في إصدار النشرات التوضيحية عن الخدمات المقدمة بالمستشفى و التوصل إلى الصعوبات التي تواجهها ومعرفة إلى أي مدى تشكل إدارة العلاقات العامة وسيلة اتصال فعالة بين العاملين والإدارة العليا، كما وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي الاتي ما مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في مستشفى غزة الأوروبي؟، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من أجل إثراء هذه الدراسة، كما وتم اعداد استبانة كأداة

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

للدراسة وتم تحديد العاملين في مستشفى غزة الأوروبي كمجتمع للدراسة حيث تم اختيار منهم عينة عشوائية قوامها (50) موظف وسترد منها (37) استبانة صالحة للتحليل، وتوصلت إلى أهم النتائج هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحقيق إدارة العلاقات العامة في المستشفى الأوروبي لأهدافها ووجود السمعة الطيبة للمستشفى بين الجمهور وتعزيز الانتماء للعاملين وتوثيق العلاقة بمختلف المؤسسات. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في المستشفى الأوروبي من وجهة نظر العاملين فيها يعزى للجنس. و لمجال العمل و الخبرة. وكانت أهم التوصيات التحليل المستمر لإتجاهات الرأي العام ومن ثم معرفة تطور أي أزمة وحجمها وتحديد البدائل المختلفة للخروج منها، وقياس رد فعل الجمهور في كل بديل من البدائل المطروحة للحل و وضع استراتيجية للإعلام الوقائي لتجهيز المجتمع لمواجهة الطوارئ والأزمات من خلال اختيار مصادر المعلومات المناسبة وأفضل الوسائل لتوصيل المعلومات للمواطنين، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

### دراسة منصور ومنصور (2014)

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة بالبحوث والتخطيط والاتصال والتقويم في القطاع الصحي الأردني، وبيان الفريق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة تبعا لبعض المتغيرات الديموغرافية والوظيفية، حيث تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي: ما أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني؟ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع الدراسة جميع موظفي العلاقات البالغ عددهم 130 موظفاً وموظفة في 31 مستشفى داخل العاصمة عمان، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم استبانة اشتملت على (58) فقرة حول محاور الدراسة، وتم تحليل النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة .

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية تستخدم إدارات العلاقات العامة تكنولوجيا الاتصال بمتوسط حسابي مرتفع ، وتستخدم تكنولوجيا الاتصال في وظائف العلاقات العامة حسب الترتيب التالي: التخطيط، الاتصال، البحوث والتقويم من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة . وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأثر تكنولوجيا الاتصال في مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال والبحوث والتخطيط والاتصال تبعا لمتغير النوع الاجتماعي بإستثناء وطليقة التقويم وكان أهم التوصيات ضرورة العمل على استخدام كافة وسائل التكنولوجيا من أجل دعم وظائف العلاقات في القطاع الصحي الأردني، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

### دراسة عيدان (2015)

هدفت هذه الدراسة لإختبار أثر التوجه بالزبائن، والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن، والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن بوجود قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية كمتغير وسيط، وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الآتي: ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية؟ ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استبانة بالإعتماد على الدراسات السابقة معتمدا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الشرق الأوسط، وجامعة الاسراء، وجامعة عمان الأهلية المسجلين في برنامجي البكالوريوس والماجستير، وبلغت عينة الدراسة (375) طالب وطالبة موزعين بنسبة (33.3%) لكل جامعة. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه بالزبون، والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن، والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن (رضا الزبائن، ولاء الزبائن) بوجود قدرات إدارة علاقات الزبائن (إدارة تفاعل الزبون، نشر المعلومات، الاستجابة) كمتغير وسيط. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أبرزها: إشراك الطلبة

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

عبر المواقع الإلكترونية للجامعات وصفحاتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي في تقييم الموظفين والإداريين، وليس الكادر التدريسي فقط، وعلى إدارات الجامعات الأردنية الخاصة تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على حاجات ورغبات الطلبة الحالية والمستقبلية، وسرعة الاستجابة لها، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

### هدفت دراسة مورينو وآخرين (Moreno, et al:2015)

كان الهدف من الدراسة التعرف إلى أي مدى يساعد زيادة استخدامها ممارسي العلاقات العامة لإدراك أهمية دور حارس البوابة وأدوات وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الاستراتيجي، كما وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الآتي: ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في حياتهم الشخصية والمهنية؟ استخدمت الدراسة المنهج المسحي، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة كأداة للدراسة وطبقت على عينة عشوائية قوامها (2710) مفردة من الممارسين العلاقات العامة في (43) دولة أوروبية وهذا هو المجتمع والعينة. خلصت الدراسة إلى أن غالبية ممارسي العلاقات العامة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي للأغراض الشخصية والمهنية على حد سواء، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين زيادة استخدام ممارسي العلاقات العامة وتطور مهاراتهم وإدراكهم، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام ممارسو العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي وهذا يعمل على ارتفاع مهاراتهم المهنية ومستوى إدراكهم لأهميتها وتأثيرها على أصحاب المصالح والممارسين على حد سواء حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

هدفت الدراسة إلى قياس الفروقات في استخدام ممارسي العلاقات العامة الوسائل التواصل الاجتماعية، ووسائل الإعلام الحديثة من عام 2006 حتى عام 2013، كما تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال : ما استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، في العلاقات العامة خلال المدة ما بين 2006 - 2013؟ حيث تم استخدام المنهج الوصفي وتم استخدام استطلاع آراء كأداة للدراسة ، ومن خلال استطلاع آراء عينة من ممارسي العلاقات العامة بلغ تعدادهم (328)، على ضوء نظرية الاستخدامات والإشاعات، حيث بينت النتائج أهمية استخدام الوسائل الجديدة، وأن هؤلاء الممارسين يأخذون بعين الاعتبار في عملهم شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا شبكة (الفيس بوك)، التي تعد الأكثر أهمية في التواصل مع الجماهير، وتليه شبكة التويتر) ومحركات البحث والتسويق، كما تبين أنهم يركزون على أن تكون وظيفتهم أكثر تنظيما من أن تكون مجرد رصد ومراقبة وإدارة المدونات ووسائل الإعلام الاجتماعي. كما بينت النتائج أن أفراد العينة يقضون ما متوسطة (35%) من أوقات عملهم في تصفح المدونات ووسائل الإعلام الاجتماعية، وأن (50%) من أفراد العينة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات لها تأثير على الجماهير من خلال الرسائل التي تبث عبر هذه الوسائل، وأنها قد أحدثت تأثيرا وتشكي وتعزيزا لكثير من المواقف والآراء والسلوكيات، وكان أهم التوصيات على ممارسي العلاقات العامة تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعية، ووسائل الإعلام الحديثة في أعمالهم، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

#### دراسة (Curtis, Fraser, and others 2012)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تبني العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية لشبكات التواصل الاجتماعي، كما وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي: ما مدى تبني شبكات



Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

التواصل الاجتماعي من قبل العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية ؟ حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم استخدام استبانة كأداة للدراسة تم توزيعها على (409) من العاملين في العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإناث من العاملين في العلاقات العامة تنظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مفيدة، في حين أن الذكور يبدون أكثر ثقة في تبني شبكات التواصل الاجتماعي في أنشطة العلاقات العامة، كما تبين أن المنظمات التي لديها إدارة علاقات عامة كانت أكثر تبنيًا للشبكات التواصل الاجتماعي في مجال عملها، وخرجت الدراسة بعدة توصيات كان أهمها العمل على زيادة احتمالية تبني شبكات التواصل الاجتماعي لمنظومة العلاقات العامة في كافة المؤسسات، حيث تشابهت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وكذلك أداة الدراسة وطريقة اختيار العينة، واختلفت مع طبيعة عرض الدراسة وتقسيماتها ومجتمع الدراسة، واستفادت من هذه الدراسة في طريقة بناء أداة الدراسة وكذلك إثراء الإطار النظري.

#### دراسة موير (Moyr,2011) الأخلاق والعلاقات العامة

هدف هذا البحث الى تقديم لمحة عامة عن الأخلاق في العلاقات العامة، والحالة الراهنة لممارستها، والأفكار من الأخلاقيين، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الإستناد إلى المنهج الكيفي حيث تم طرح مجموعه من الأسئلة وتم الإجابة عليها عن طريق مقابلة (6) من خبراء العلاقات العامة في مناطق متفرقة حول العالم، وكانت أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة أن القدرة على الانخراط في التفكير الأخلاقي في العلاقات العامة آخذ في الازدياد في الطلب ، وأهمية البحوث الأكاديمية والجامعة والتعليم المستمر، والممارسة المهنية، ولا يوجد شخص واحد أو وظيفة يمكن أن يكون كامل "الضمير الأخلاقي" للمنظمة، التحليلات الأخلاقية دقيقة ومتسقة تسهل الثقة، التي تعزز من بناء وصيانة العلاقات، وبناء على نتائج الدراسة خرجت بعدة توصيات كان أهمها يجب على المهنيين الانتباه إلى الأخلاق قبل الحاجة إليها، يجب تثقيف صناع القرار في المنظمة، وتحديدًا الرئيس التنفيذي والتحالف المهيم، من قدرات وظيفة العلاقات العامة للمشاركة في

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

التطوير الأخلاقي للمهنة باستخدام إدارة القضايا، والبحوث، والعلاقات مع الجماهير، وحل النزاعات تكون واحدة من المسؤوليات الأساسية للإهتمام بها.

### منهجية الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الميداني والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها. (الطح، ابو بكر، 2002، ص:15) .

### مجتمع وعينة الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي الهلال الأحمر الفلسطيني والبالغ عددهم (700) حيث تم اختيار منهم عينة عشوائية بحجم (230) من الموظفين، حيث تم توزيع عليهم استبانة اعدت بطريقة إلكترونية بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، وبعد ذلك تم الحصول على (221) استبانة مناسبة للتحليل، وفيما وصف لخصائص عينة الدراسة حسب متغيراتها:

جدول (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكر	69	31.2
	أنثى	152	68.8
	المجموع	221	100.0
المؤهل العلمي	دبلوم	51	23.1
	بكالوريوس	128	57.9
	دراسات عليا	42	19.0
	المجموع	221	100.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	53	24.0
	من 5-10 سنوات	87	39.4

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

36.7	81	أكثر من 10 سنوات	
100.0	221	المجموع	
13.1	29	طبي	
86.9	192	إنساني	
100.0	221	المجموع	
48.0	106	موظف	
41.2	91	إداري	
10.9	24	أخصائي	
100.0	221	المجموع	

### أداة الدراسة:

قامت الباحثة بإعداد أداة الدراسة (الاستبانة) وذلك بعد مراجعة أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، وقد تضمنت الاستبانة قسمين: القسم الأول البيانات التعريفية، أما القسم الثاني فتضمن بيانات متغيرات الدراسة حيث بلغت عدد فقرات الأداة (22) فقرة موزعة على ثلاث محاور، وقد صممت على أساس مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي الأبعاد، وقد بنيت الفقرات بالإتجاه الإيجابي، وأعطيت الأوزان للفقرات كما يأتي: موافق بشدة: خمس درجات، وموافق: أربع درجات، ومحايد: ثلاث درجات وغير موافق: درجتان، وغير موافق إطلاقاً: درجة واحدة .

### صدق الأداة:

لقد تم التحقق من صدق الأداة عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص والخبرة في مجال العلاقات العامة والإعلام، وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات الاستبانة وذلك بالحذف والتعديل واقتراح فقرات جديدة ومناسبة الأداة لموضوع الدراسة، وبناء على ملاحظات

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونه (22) فقرة، وبناءً على ذلك فإن الأداة تتمتع بصدق المحتوى.

### ثبات الأداة:

من استخراج معامل الثبات قام الباحث بإستخدام معادلة ألفا كرونباخ فقد بلغ معامل الثبات (0.85) وهذه القيم التي تم التوصل إليها لمعاملات الثبات مناسبة وتفي بغرض الدراسة.

### المعالجة الإحصائية:

وبعد جمع البيانات وترميزها ومعالجتها بالطرق الإحصائية المناسبة، وذلك بإستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS ، فقد استخدمت الباحثة التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعادلة كرونباخ ألفا، واختبار (ت) لعينتين مستقلتين وتحليل التباين الأحادي.

### نتائج أسئلة وفرضيات الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني (فيسبوك، واتساب، يوتيوب نموذجاً) و من أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من (20) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (221) من موظفي الهلال الأحمر الفلسطيني، ولتفسير نتائج الدراسة استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية التالية:

- اقل من 2.5 درجة تطبيق قليلة.
- 2.5-3.5 درجة تطبيق متوسطة.
- أكبر من 3.5 درجة تطبيق كبيرة.

### النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيسي:

مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني؟

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الأداة، والجدول (2) يوضح ذلك:

**الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بفقرات مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر**

### الفلسطيني

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	المجال في الاستبانة	رقم الفقرات
كبيرة	0.58186	3.9163	مدى تأثير موقع الفيسبوك على استراتيجيات العلاقات العامة	1	4.
كبيرة	0.63752	3.5979	مدى تأثير تطبيق الوتساب على استراتيجيات العلاقات العامة	2	5.
متوسطة	0.53426	3.4855	مدى تأثير موقع يوتيوب على استراتيجيات العلاقات العامة	3	6.
كبيرة	0.47975	3.6779	الدرجة الكلية		

يتضح من خلال البيانات في الجدول السابق أن مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت كبيرة، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.91) إلى (3.48)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية الخاصة مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني فقد كانت كبيرة وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.67)، وتشير هذه النتيجة إلى أن مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كبيرة.

السؤال الفرعي الأول والمرتبط بالفرضة الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع



Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر

الفلسطيني تعزى لمتغير الجنس؟

ومن أجل فحص هذه الفرضية و المتعلقة بمتغير الجنس فقد استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة

ونتائج الجدول التالي توضح ذلك:

الجدول (3) نتائج اختبار (ت) للعينات لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة

الدراسة مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في

جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير الجنس

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
الجنس	ذكر	69	3.7075	0.48723	0.617	0.53
	انثى	152	3.6645	0.47733		

\* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$ )

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير الجنس، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.53) وهذه القيمة اكبر من (0.05) وتعني هذه النتيجة إلى عدم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير الجنس.

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد(3)

ISSN: 2788-7243

السؤال الفرعي الثاني والمرتبط بالفرضة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المؤهل العلمي؟

ومن أجل فحص الفرضية المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي فقد استخدمت اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول(4) تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة

نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في

جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة(ف)	مستوى الدلالة
المؤهل العلمي	بين المجموعات	0.476	2	0.238	1.035	0.357
	داخل المجموعات	50.159	218	0.230		
	المجموع	50.635	220			

\* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ))

يلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق عدم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المؤهل العلمي. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.35) وهذه القيمة اكبر من (0,05) وتؤكد هذه النتيجة إلى انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

السؤال الفرعي الثالث والمرتبط بالفرضة الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير سنوات الخبرة؟

ومن أجل فحص الفرضية المتعلقة بمتغير سنوات الخبرة فقد استخدمت اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (5) تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير سنوات الخبرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
سنوات الخبرة	بين المجموعات	2.284	2	1.142	5.149	0.007
	داخل المجموعات	48.351	218	0.222		
	المجموع	50.635	220			

\* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ))

يلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق هناك، توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير سنوات الخبرة. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.007) وهذه القيمة أكبر من (0,05) وتؤكد هذه النتيجة إلى أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq$ ) 0.05 بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

السؤال الفرعي الرابع والمرتبط بالفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المسمى الوظيفي؟

ومن أجل فحص الفرضية المتعلقة بمتغير المسمى الوظيفي فقد استخدمت اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (6) تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
المسمى الوظيفي	بين المجموعات	0.755	2	0.377	1.649	0.195
	داخل المجموعات	49.880	218	0.229		
	المجموع	50.635	220			

\* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ))

يلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق هناك توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05\alpha \leq$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة، نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.19) وهذه القيمة أكبر من (0,05) وتؤكد هذه النتيجة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq$ ) 0.05 بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى تأثير مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

السؤال الفرعي الخامس: كيف تؤثر مواقع منصات التواصل الاجتماعي على استراتيجيات العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني؟

من خلال طرح سؤال مفتوح في الاستبانة وهو عبارة عن (مقابلة) تم التوصل إلى عدة إجابات حيث قامت الباحثة بجمعها في النقاط الآتية:

1. يتم إطلاع المواطنين على كافة الأنشطة ومختلف الخدمات التي تقدمها الجمعية للمواطنين في الوطن والشتات عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي مما ينتج عن ذلك تفاعل مع جمعية الهلال الأحمر.
2. تمكن المواطنين من معرفة الخدمات التي تقدمها جمعية الهلال الأحمر عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تعمل على المساهمة في تسهيل التواصل وتعزيز خدمة الجمهور.
4. تساعد في تعزيز سمعة جمعية الهلال الأحمر إذا تم استخدامها بصورة إيجابية.
5. لها دور توعوي وتعريف بين المرضى والقائمين على علاجهم ومتابعتهم، والنتائج التي يتم الحصول عليها والاتصال والتواصل المستمر.
6. ينعكس إيجابيا على استراتيجيات العلاقات العامة لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني خاصة في هذا التوقيت الذي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هي من أبرز وسائل إيصال الفكرة وإيصال الخبر.
7. تساعد على إيصال مهام وأدوار ومهام جمعية الهلال الأحمر والدور الإنساني الذي تقوم به الجمعية.
8. لها تأثير فعال ونشط جدا وعليها أعداد كبيرة من المتابعين وهي مصدر أساسي للمعلومات الصحيحة والحقائق.



### التوصيات

- وبناء على نتائج الدراسة فقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من التوصيات كانت على النحو الآتي:
1. ضرورة الاستمرار في استخدام الفيسبوك للرد على الآراء المثارة حول الأعمال التي تقوم بها جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.
  2. ضرورة استمرار جمعية الهلال الأحمر بتقديم المساعدة عبر رسائل الوتساب الواردة من المواطنين.
  3. على جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني نشر الفيديوهات التوعوية للتعامل مع بعض الحالات المرضية.
  4. على جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني مشاركة أنشطة المنتسبين إليها بفيديوهات عبر اليوتيوب.
  5. إجراء المزيد من الدراسات ذات العلاقة بوسائل التواصل الاجتماعي، واستراتيجيات العلاقات العامة ومقارنة نتائجها بالدراسة الحالية.
  6. ضرورة إجراء دراسة بنفس العنوان وتتناول متغيرات أخرى لم تتطرق إليها الدراسة الحالية.

Palestine-Jordan

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7243

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

توكل، شهد (2019). دور شبكات الواصل الاجتماعي في دعم أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العامة دراسة ميدانية. *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث*. (7)2. 114-131.

الحريز، محمد (2015). إدارة العلاقات العامة والعلاقات الدولية، الطبعة الأولى، الأردن: زمزم ناشرون وموزعون.

سليم، حنان (2013). *الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة*، الطبعة الثانية، دار النهضة للطباعة والنشر: القاهرة.

الصالح، حاتم (2018). *العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية*، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب.

ظاهر، محمود (2019). *توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في أداء مهام العلاقات العامة في الجامعات العراقية (دراسة مسحية على ممارسي العلاقات العامة)*. *مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع*. (35)7. 142-161.

عيدان، عثمان (2015). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط: الاردن.

المزاهرة، منال (2018). *توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع التجاري الاردني أنموذجا*. *المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية*. (11)3. 381-412.

الحسبان، احمد (2018) *العلاقات العامة - المبادئ والتطبيق*، الطبعة الثانية، عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع

بو الريش، عزام (2013) *المرشد في العلاقات العامة*، الطبعة الثانية، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

Palestine-Jordan

فلسطين-الأردن

ISSN: 2788-7235

العدد (3)

ISSN: 2788-7243

الشرع، إبراهيم (2009) *العلاقات العامة في التربية*، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

فراونة، حازم أحمد وشعت، رشاد خليل (2018). تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في مستشفى غزة الأوروبي، *مجلة تنمية الموارد البشرية للدراسات والأبحاث*. العدد الثاني.

ظاهر، احمد (2019) *العلاقات العامة ودورها في تحقيق اهداف المؤسسات الصحية* "دراسة ميدانية لاقسام العلاقات العامة في جامعتي المستنصرية والعراقية"، *مجلة جامعة البعث*، 12(8)، 108-121

منصور، تحسين ومنصور، هيا تحسين. (2014). أثر تطبيقات تكنولوجيا الإتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني. *دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية*، المجلد 41، عدد 2.

المراجع الأجنبية:

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business horizons, Journal Knowledge* 53(1), 59-68.
- Moreno, A. Navarro, C. Tench, R. and Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe, *journal Public Relations* ,41. 242-253.
- Wright, K, Donald & Hinson, M, Michelle, (2013), Examining How Social and Emerging Media Have Been Used in Public Relations Between 2006 and 2013: A Longitudinal Analysis, *Public Relations Journal Review*, 4(1), 32-48.

الشبكات العنكبوتية:

<https://cutt.us/ulumq6/6/2021>