



جامعة النجاح الوطنية

كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية

قسم العلاقات العامة والاتصال

"استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي"

(مدينة روابي نموذجاً)

"The Public Relations Usage of Social Media "
(Rawabi City as Case Study)

إعداد الطالبتين:

سيما هاني جبر 11419691

زينة ماجد باكير 11419658

بإشراف:

د. سمر الشنار

قدم هذا البحث كجزء من متطلبات

نيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة والاتصال

في مساق مشروع التخرج (10851436)

الفصل الدراسي الثاني 2017-2018

نابلس- فلسطين

إهداء

(يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ)

بدانا بأكثر من يد وقاسينا أكثر من قم، وتغلبنا على الكثير من الصعوبات

وقا نحن اليوم والحمد لله نطوي سقر الليالي وتعب الأيام

وخلاصة مشوارنا بين دفتي هذا العمل المتواضع

نشكر الله أولا وأخيرا على أن وفقنا وساعدنا على ذلك..

إلى من علمنا أن نقف وكيف نبدأ الألف ميل بخطوة.

إلى من علمنا الصعود وعيناه تراقبنا إلى والدنا..

إلى أغلى وأعز ما نملك في الوجود، نبع المحبة والوفاء.

إلى من منحتنا الحنان، الحب والقوة بدعواتها إلى والدتنا العزيزة ..

إلى من كانوا لنا أوفياء..إلى أصدقائنا جميع

إلى كل من أمسك بيدينا وعلمنا حرفا حرفا نقدي له نجاحنا اليوم

إلى كل من دعمنا وأخذ بأيدينا نحو النور

إليكم جميعا نقدي ثمرة جهدنا ونتاج بحثنا المتواضع

شكر وعرفان

بعد حمد الله وشكره على ما وفق وأعان لإتمام هذه الدراسة، وبعد طول جهد وعناء.
وعرفانا منا بالفضل لمن كان لهم الدور الأكبر في توجيهنا إلى الطريق السليم
فإننا نتقدم بجزيل الشكر والتقدير من الدكتورة الفاضلة سمر الشار التي لم تبخل علينا
بنصائحها وإرشاداتها طوال فترة إعداد البحث
والشكر موصول بأسمى آيات الشكر، والامتنان، والتقدير، والمحبة إلى الذين حملوا أقدس
رسالة في الحياة: إلى الذين مقدوا لنا طريق العلم والعرفة: إلى جميع أساتذتنا الأفاضل.
وكل الشكر والاحترام لكل الأفراد الذين أسقموا في نجاح هذه الدراسة، وتعاونوا في
متطلباتها. أفرادا كانوا أو مؤسسات.

ملخص الدراسة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين، تطوراً غير مسبوق في مجال تكنولوجيا الاتصال. ومع ظهور شبكة الإنترنت، ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من المواقع المهمة والفعالة، والتي زادت شعبيتها وانتشرت خدماتها بشكل سريع على الأفراد والمنظمات، وتعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بها، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الكبير الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة في مدينة روابي، حتى تتمكن "روابي" من توصيل سياستها، وبرامجها، وخدماتها للجمهور بكل سهولة، وبأقل تكلفة لكسب ثقة الجمهور وتعاونهم. واعتمد فريق البحث المنهج الوصفي، واستخدم الإستبانة كأداة للدراسة وجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: إن استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في مدينة روابي ساعد في تحسين الصورة الذهنية عنها، وتخطي العديد من الأزمات، كما أظهرت النتائج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في روابي أدى إلى تعزيز علاقاتها مع الجمهور الداخلي والخارجي. ولذلك يوصي فريق البحث تعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين العاملين والحرص على اطلاعهم المستمر على جديدها من خلال دورات تدريبية متقدمة، كما ينوه فريق البحث إلى أهمية الاستعانة بمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي والفائدة التي ستعود من هذه الخطوة على روابي، بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بالمحتوى ونوعيته وطرح كل ما هو جديد لرفع تفاعل الجمهور وزيادته.

Abstract:

The second half of the 20th century witnessed a remarkable evolution in the communication technology field. The internet evolution led to the appearance of the social media sites, that became important and played an efficient role, It's services are increasingly spreading widely between both individuals and organizations. The public relations is one of the managerial jobs that was affected by social media. This study aimed at highlighting the social media's big part in the public relations field in Rawabi; which Rawabi used in order to deliver its policies, programs and services to the public in an easy way and with the least cost so they win the public's trust and cooperation. The researching team followed the descriptive method and used a questionnaire as a tool for studying and collecting data. The study's results were as following: public relations' use of social media contributes in the improvement of its mental image and helps in overcoming a lot of crises. The results have further shown that the use of social media in Rawabi enhanced its relations with internal and external audience. Consequently, the research team recommends the workers to boost the use of social media and to stay up to date in it by attending advanced training courses. Additionally, the team points out the importance of cooperating with social media influencers, and how this step will benefit Rawabi. Also, the importance of creating high quality content and keeping those mediums updated which will boost the interaction are also mentioned by the research team.

المحتويات

2.....	إهداء
3.....	شكر و عرفان
4.....	ملخص الدراسة
4.....	Abstract:
7.....	الفصل الأول (الإطار العام)
7.....	المقدمة:
8.....	مشكلة البحث:
9.....	ممرات البحث:
9.....	أهمية البحث:
9.....	أهداف البحث:
10.....	منهج الدراسة:
10.....	نوع الدراسة:
10.....	حدود الدراسة:
10.....	الحد الزمني:
10.....	الحد المكاني:
10.....	الحد البشري:
11.....	الأطر الموضوعية:
11.....	مصطلحات الدراسة :
13.....	فرضية البحث:
14.....	الفصل الثاني (الإطار النظري)
14.....	الدراسات السابقة:
23.....	الكتب:
27.....	تعقيب فريق البحث:
27.....	نظرية الدراسة:
28.....	الإطار النظري:
36.....	الفصل الثالث (الإطار العملي)
36.....	منهج البحث وإجراءاته
36.....	مجتمع الدراسة وعينتها :

37.....	أداة الدراسة:
38.....	صدق الأداة:
38.....	ثبات الأداة:
38.....	المعالجة الإحصائية:
39.....	الفصل الرابع (عرض النتائج)
39.....	نتائج الاستبيان
45.....	الفصل الخامس (مناقشة النتائج)
45.....	ربط النتائج بالتساؤلات:
48.....	النتائج :
48.....	التوصيات :
49.....	الملاحق:
64.....	المراجع:

الفصل الأول (الإطار العام)

المقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطورات كثيرة ترجع إلى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأبرز التطورات التكنولوجية شبكة الانترنت التي أثرت بدورها على كافة جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمعرفية، وأصبحت سبل الاتصال بكافة أشكالها العلمية، والاقتصادية، والاجتماعية، والمعرفية، تعتمد بدرجة كبيرة على شبكة الإنترنت، حيث أسهمت الشبكة في دفع عجلة هذه الأنشطة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى الخدمات الهامة والتي أسهمت إلى حد كبير في التفاعل مع المجتمع والانفتاح غير المسبوق على الثقافات والمجتمعات كافة.

شهدت العلاقات العامة في السنوات القليلة الماضية تحولاً على المداخل التي تركز على إدارة الاتصال، فتأثرت بمواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطتها وتأييدها وبالرغم أن الهدف الأساسي الذي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقه و تضمثته معظم تعريفات العلاقات العامة هو تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، إلا أن تحقيق هذا الهدف يحتاج إلى تفاعل وحوار بين المنظمة وجمهورها، وقد ظل الاتصال الشخصي خلال عقود محدوداً في تحقيق هذا الهدف، نظراً لكبر حجم المنظمات وانتشار جماهيرها في مناطق جغرافية واسعة بشكل يصعب التواصل معها شخصياً، حتى جاء الإنترنت فاستفادت منه المنظمات في التواصل مع مجموعات المصالح بما يعزز "بناء العلاقات" التي تمثل جوهر العلاقات العامة المعاصرة.

تتحدث الدراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة، وتم أخذ مدينة "روابي" نموذجاً، وتضمن البحث خمسة فصول، تم تقسيمهم كما يلي: الفصل الأول تحدث فيه فريق البحث عن الإطار العام للدراسة، وذكر فيها مشكلة البحث، وأهدافه، وتوضيح التساؤلات التي تداركت لذهن فريق البحث، والمنهج الذي اعتمد للوصول إلى الحقائق، مع تناول أهم المصطلحات الإجرائية في البحث، وتوضيح أهم المبررات التي دفعت فريق البحث لإجرائه، أما في الفصل الثاني فقد انتقل فريق البحث لطرح الإطار النظري الخاص بالبحث والدراسات السابقة التي تم الاستعانة به، بالإضافة إلى نظرية الدراسة. أما الفصل الثالث فقد تناول منهج البحث وإجراءاته، والفصل الرابع عرض نتائج البحث وناقشها، واختتم البحث بالنتائج والتوصيات التي توصل لها، حيث تم ذكرها في الفصل الخامس والأخير.

مشكلة البحث:

لاحظت الباحثان نقص الدراسات على الساحة العربية والمحلية التي تدرس دور وسائل التواصل الاجتماعي "السوشال ميديا" في عمل العلاقات العامة، حيث تفتقر المكتبة العربية إلى مثل هذه النوعية من الدراسات على الرغم من أهمية الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي "السوشال ميديا" في قطاع العلاقات العامة.

في السنوات القليلة المنصرمة كانت وظائف مواقع التواصل الاجتماعي محدودة جداً تدور حول الترفيه والتسلية من دردشه وتبادل صور، لكن في السنوات الأخيرة تمكنت من تحقيق جماهيرية كبيرة وأصبحت أداة لا غنى عنها حيث أنه حسب تقرير مواقع التواصل الاجتماعي لعام 2017، حوالي 90% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين يستخدمون هذه المواقع للوصول إلى المستجدات والأخبار اليومية. وزاد الإنفاق بشكل كبير على إعلانات الفيسبوك في فلسطين في عام 2017، ليصل إلى 2.17 مليون دولار بنسبة زيادة 33% عن 2016، ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي العاملين في مختلف القطاعات، فمثلاً نسبة تواجد قطاعات (الاتصالات، الجامعات، البنوك، المؤسسات الإعلامية، الفنادق، الصيدليات، المؤسسات الأهلية، الأجهزة والنقابات، السيارات) على الفيسبوك في فلسطين تبلغ 100%، لذلك وفي ظل هذه التغييرات التكنولوجية الهائلة، والمتغيرات السياسية أضحت هذه المواقع تعتبر من أهم وأقوى الأدوات، (Hale, 2015) وأثبتت نفسها خاصة في الثورات والاحتجاجات ضد الحكومات والتي انطلقت من دعوات على هذه المواقع. (أبو الفتوح، 2016) ومما لاشك فيه أن وسائل التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة في عمل العلاقات ولا بد من توظيفها واستغلالها الاستغلال الأمثل في تحقيق أهداف العلاقات العامة للمنظمة، حيث إن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة أصبح ضرورة ملحة بهدف زيادة كفاءتها، وتحقيق أهدافها. لذلك تحتم أهمية الموضوع استغلال مواقع التواصل الاجتماعي "السوشال ميديا" الاستغلال الأمثل في عمل العلاقات العامة، ويتفرع من مشكلة الدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1. إلى أي مدى يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي " في عمل جهاز العلاقات العامة في روابي؟
2. هل أدى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي الاستغناء أو تقليل الكادر البشري الموجود في روابي؟
3. هل تتاح فرص للتدريب والتعرف على استخدام الأجهزة الرقمية الحديثة في مدينة روابي؟
4. ما هي أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن توظيفها للقيام بعمل العلاقات العامة؟

5. ما الفوائد التي تعود على روائي، وعلى المستخدم عند توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة؟

مبررات البحث:

1. العمل على إبراز أهمية استخدام دوائر العلاقات العامة في روائي لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الطرق الإبداعية والمبتكرة التي يمكن أن تستخدمها دوائر العلاقات العامة في روائي في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي.
3. إبراز دور العلاقات العامة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الوصول إلى قاعدة جماهيرية واسعة.
4. تعد التفاعلية واستراتيجيات بناء العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من المؤشرات الهامة عند قياس فاعلية هذه المواقع في بناء العلاقات بين روائي وجماهيرها.

أهمية البحث:

- حولت وسائل التواصل الاجتماعي العالم إلى قرية صغيرة، حيث تتجه الشركات الحكومية، والأهلية، والخاصة، لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة رئيسة في عمل العلاقات العامة. خاصة في مدينة روائي
- تمثل هذه الدراسة مرجع للتعرف إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ومميزاتها، وأدوارها في الحالات جميعها .
- جدة الموضوع وحدث "السوشال ميديا"، وبروزها كظاهرة جديدة على الساحة العالمية. وتوجه المؤسسات المحلية مثل روائي لتوظيفها في العلاقات العامة.
- دراسة جهود العلاقات العامة في روائي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

الهدف الرئيس:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الكبير الذي تؤديه "السوشال ميديا" في مجال العلاقات العامة في روائي، حتى تتمكن روائي من توصيل سياستها، وبرامجها، وخدماتها للجمهور بكل سهولة، وبأقل تكلفة لكسب ثقة الجمهور، وتعاونه.

الأهداف الفرعية:

- هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى المشكلات التي تواجه أجهزة العلاقات العامة في استخدام "السوشال ميديا" وإيجاد حلول لها.

- بيان جهود العلاقات العامة في روابي في إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة
- قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة روابي.

منهج الدراسة:

سيتم اعتماد المنهج الوصفي في هذا البحث الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وبحوث الرأي العام ومنهج الوصف يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات وأوصاف الظاهرة الموضوعية بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات المطلوبة (حسين، 1976، ص199)، حيث ستقوم الباحثتان بجمع البيانات، والمعلومات؛ للإجابة عن عدة تساؤلات يدور هذا البحث حولها، حيث أنه سيتم إجراء بحث مسحي لجمع المعلومات، والبيانات، وتشكيل قاعدة بيانات للوصول إلى هدف البحث، وحل المشكلة التي تم رصدها عند القيام بهذا البحث، ستستخدم الباحثتان (الاستبانة) كأداة للدراسة ستوزع على عينة الدراسة.

نوع الدراسة:

تأتي هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، هي البحوث التي تركز على طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين أو تكرار حادث الظاهرة، لأنه يعد أحد المناهج المستخدمة وبصورة كبيرة في البحوث وذلك لأهميته، ولأن مفهومه لا يقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية، بل يمتد مجاله إلى تصنيف هذه البيانات، والحقائق، التي يتم جمعها، وتسجيلها، ثم تفسيرها، وتحليلها تحليلًا شاملاً، واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة (عطوي 2009، ص 85).

حدود الدراسة:

الحد الزمني:

تم البدء بجمع المعلومات في كانون الثاني (يناير) وسيستمر حتى منتصف شهر نيسان (أبريل) ، حيث يوجد نشاط كبير في هذه الفترة على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى وجود أنشطة مختلفة ومناسبات متعددة تقوم وحدة العلاقات العامة بتنظيمها. (حميدان، 2013)

الحد المكاني:

مدينة روابي التي أنشأتها شركة بيتي العقارية التابعة إلى شركة مسار العالمية وشركة الديار القطرية. تم اختيار هذا الحد لأنه يشكل الجو المثالي لهذا البحث، حيث يتواجد موظفون متخصصون في مجال العلاقات العامة بالإضافة إلى صفحات مواقع تواصل اجتماعي فعالة.

الحد البشري:

مختصون في مواقع التواصل الاجتماعي وفي مجال العلاقات العامة في مدينة روابي.

الأطر الموضوعية:

ينحصر اهتمام الدراسة في استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في مدينة روابي (بشركاتها، ومدارسها، وبلديتها)، واقترح آليات لتطوير استخدام هذه المواقع بما يخدم أهداف العلاقات العامة.

مصطلحات الدراسة :

العلاقات العامة:

اختلف الباحثون في تحديد تعريف واضح ومحدد للعلاقات العامة، ويمكن أن نلقي الضوء على عدد من التعريفات التي تناولت العلاقات العامة:

العلاقات العامة لغة: كما ورد في معجم المعاني الجامع علاقة: اسم، الجمع: علاقات، مدير العلاقات: المسؤول عن العلاقات العامة لشركة ما.(معجم المعاني الجامع،2010).

عامة: حسب المعجم السابق، عام: اسمفاعل مِنْ عَمَّ، الْعَامُّ وَالْخَاصُّ : مَا هُوَ شَامِلٌ لِشَيْءٍ بِهِ عِيَاءٌ عَامٌّ ، الرَّأْيُ الْعَامُّ : مَا يَعْتَقِدُهُ الْجُمْهُورُ، الْمَرَافِقُ الْعَامَّةُ : الْمَرَافِقُ الْعُمُومِيَّةُ، قَدَّمَ أَفْكَاراً عَامَّةً : أَفْكَاراً غَيْرَ مُدَقَّقَةٍ.

العلاقات العامة هي جهود اتصالي شامل، وواسع للمنظمة يهدف للتأثير في مجموعات كثيرة من الناس من حيث اتجاهاتهم نحو المنظمة، فأنشطة العلاقات العامة يتم تصميمها لإقامة أو المحافظة عن الانطباع "الصورة الذهنية" الطيبة للمنظمة، وعلاقات طيبة ومؤيدة لها مع الجماهير المختلفة المتصلة بها. (البكري، 2004، ص 20).

العلاقات العامة كوظيفة: عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها "الوظيفة المستمرة، والمخططة للإدارة، والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها، وأوجه نشاطها إلى كسب التفاهم، والتعاطف، وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، والحفاظ على استمرارها، وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه، والتأكد من توافقهم مع سياسات المؤسسة. (جوهر، 1986، ص 28)

دور Role:

وهو وصف محدد اجتماعياً للتصرف في مركز معين، ويقصد به المهام والوظائف، والواجبات، والأهداف التي تقوم بها وسائل الاتصال الحديثة. (شرف، 2005، ص 53)

وحسب معجم المعاني الجامع:

● الدُّورُ : مهمّة ووظيفة.

- الدَّور الاجتماعيّ : السُّلوك المتوقَّع من الفرد في الجماعة ، أو النَّمط الثقافيّ المحدّد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانةً معيَّنة.

مواقع التواصل الاجتماعي:

مَوْقِعٌ <مَوْقِعَةٌ> الجمع: مَوَاقِعُ. [وقع]، مصدر: وَقَعَ (المعجم الغني، 2010).

إنها المواقع التي تُتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتكوين علاقات مع مُستخدمين آخرين للمواقع نفسها، وتُعدّ مواقع فيسبوك، وواتساب، ويوتيوب أمثلةً على هذه المواقع (Rouse, 2017). تقنيات موجودة على شبكة الإنترنت يستخدمها الناس للتواصل، والتفاعل مع بعضهم البعض. وقد تطور مصطلح "مواقع التواصل الاجتماعي" ليحدث ضجة كبيرة، ويشمل كل أدوات التواصل الإلكتروني الموجودة خلال القرن الحادي والعشرين. (حميدان، 2013).

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات و الصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وارسال الرسائل، و تصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة و رئيسية هي : "الفيسبوك" "تويتر" ، و موقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات و الأخبار الفورية في متابعة مسار و تطورات الأحداث.(المنصور، 2012).

وسائل:

يقصد بها الوسيلة التي يتم عبرها نقل المعاني باستخدام الرموز. (العبد، 1997، ص108).

وسائط:

جمعها أوساط

وهي وسط الشيء وبيئته في (معجم المعاني الجامع)

وَسَيْطٌ <وَسَيْطَةٌ> الجمع: وَسَطَاءٌ، وَسَائِطٌ. [وسط]: (المعجم الغني، 2010).

واسطة [مفرد]: جمعه وسائط.

1 - صيغة المؤنث لفاعل وَسَطٌ.

2 - وسيلة، ما أو من يُتوصَّلُ به إلى الشيء (حصل على القرض بواسطة مدير البنك- واسطة شرعية: طريقة، ذريعة) بواسطة فلان: بفضل- واسطة الاتصالات العربية المعاصرة-أحمد مختار. والمفرد منها وسيط) هي قنوات التخزين والنقل أو أدوات تستخدم لتخزين وتقديم المعلومات أو البيانات.

Communication: أو التواصل

إن كلمة يتواصل (communicate) أصلها من الفعل باللاتينية (كوميونيكاري communicare) والتي تعني "عمل شيء مشترك بين عدة أشخاص، المشاركة، النقل، التوزيع". إن مفهوم المشاركة هذا هام في فهم

التواصل ويدخل ضمن تعريفنا لهذا المصطلح. وببساطة يمكن القول إنه عندما تتواصل فإنك تتشارك أو تعبر عن معرفتك وأفكارك مع شخص آخر. (بدر، 2009، ص 74).

فرضية البحث:

أولاً: من ناحية بحثية فهي فرضية موجهة، حيث إن هناك علاقة مباشرة بين متغيرات الدراسة. ثانياً: من ناحية إحصائية، فهي فرضية بديلة (فرضية مباشرة H_1)، حيث أن هناك علاقات أو فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البحث، وتوجد علاقة بين متغيرات الدراسة، وقد رأى فريق البحث أن هذه الدراسة تقوم على فرضية واحدة.

استخدام روابي لوسائط التواصل الاجتماعي يسهم في تعزيز دور دائرة العلاقات العامة والنهوض بها.

الفصل الثاني (الإطار النظري)

الدراسات السابقة:

اطلع فريق البحث على مجموعة من الدراسات ذات الصلة بمشكلة الدراسة، ولم يعثر على دراسة مشابهة لهذه الدراسة أو مطابقة لها، فمعظمها كانت في الإطار العريض للدراسة، وقد ساعدت هذه الدراسات فريق البحث في الحصول على خلفيات معلوماتية، أو قاعدة معلومات عن المشكلة المبحوثة، فكان من أبرز هذه الدراسات ما يأتي:-

الدراسة الأولى: فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية.

المؤلف: د. عمر أحمد عبد الرسول، الناشر: كلية الإعلام جامعة غرب كردفان - السودان، السنة 2017.

أهداف البحث: تتلخص أهداف البحث إلى إمكانية تفعيل شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة وتعزيز دورها في عمليات نشر الوعي في أوساط المجتمعات العربية، وتكمن أهمية هذا البحث في أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في توجيه المجتمع العربي سلباً أو إيجاباً.

منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمد الكاتب على الملاحظة والمقابلة، ومن ثم لخص البحث إلى عدة نتائج كان أهمها: أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت بشكل أكثر للوصول إلى الفئات المستهدفة وسرعة جلب المتطوعين والحصول على مصادر المعلومات، وتحقيق انسجام أكثر بين المؤسسات.

أهم التوصيات:

- ضرورة الاستفادة من إيجابيات الشبكات الاجتماعية لخدمة التنمية المستدامة بالدول العربية
- على الجهات المعنية بالتخطيط التنموي بالدول العربية العمل على وضع شبكات التواصل الاجتماعي في قائمة أولويات وسائل الاتصال لتحقيق التنمية المستدامة وذلك لما تتميز بها من مميزات عديدة.
- عدم إهمال ما يكتب وينشر في شبكات التواصل الاجتماعي وأخذ الأقوال والآراء الجادة منها، لتحقيق مبدأ المشاركة العادلة.
- لا بد للجهات الرسمية أن تقوم برفع كفاءة وقدرات الناشطين في مجال شبكات التواصل الاجتماعي حتى يكونوا مؤثرين في تشكيل الرأي الفاعل الذي يعمل على تحقيق التنمية المستدامة.

تعقيب فريق البحث:

كانت الإفادة من هذه الدراسة في ذكر بعض المصطلحات المهمة في دراسة فريق البحث، وأفادت هذه الدراسة أيضاً من ناحية التوصيات، حيث كانت مفيدة لفريق البحث.

الدراسة الثانية: تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية

المؤلف: حسن نيازي، الناشر: المجلة العربية للإعلام والاتصال- السعودية، السنة 2016

أهداف الدراسة: تكمن أهداف الدراسة في التعرف إلى مدى قبول وتبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي، وتوظيفهم له في مهام العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية، وتحديد العوامل المؤثرة في قبول واستخدام ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة بأنها تعنى بدراسة اعتماد ممارسي العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي كأداة مهمة للتواصل مع الجمهور وأصحاب المصالح في المملكة العربية السعودية.

منهج الدراسة: اعتمد الباحث على منهج المسح حيث يعد من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تنتمي إليها هذه الدراسة، أما بالنسبة لأدوات الدراسة فاعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة.

النتائج والتوصيات:

1. أشارت الدراسة إلى استخدام ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي بنسبة 100% ويرجع ذلك لأنها ممتعة وسهلة الاستخدام، ومما يؤكد ذلك أن جميع أفراد العينة (100%) أشاروا إلى أنهم يستخدمون الإعلام الاجتماعي بشكل طوعي قبل أن يكون ذلك مطلباً من مطالب ممارسة مهنة العلاقات العامة في العصر الحديث.
2. غالبية ممارسي العلاقات العامة يعتقدون أن استخدام الإعلام الاجتماعي في مجال العلاقات العامة سوف تكون له نتائج إيجابية عديدة ومتنوعة، حيث بات استخدامها ضرورة لا غنى عنها؛ لتأدية العلاقات العامة لوظائفها المختلفة.
3. وجود تأثير لأفراد المجتمع (منهم الرؤساء والمديرون والأفراد المهمون)، على ممارسي العلاقات العامة يدفعهم لاستخدام الإعلام الاجتماعي.
4. إن العينة البحثية تمتلك المعرفة اللازمة لاستخدام الإعلام الاجتماعي، حيث تتوفر لديهم الإمكانيات اللازمة لاستخدام الإعلام الاجتماعي كالإنترنت والأجهزة.

تعقيب فريق البحث:

كانت الإفادة من هذه الدراسة من خلال النتائج والتوصيات، وأحالت الدراسة فريق البحث إلى كتاب (الاتصال الجماهيري والإعلام)، وسيتم تفصيل أبرز ما ورد فيه.

الدراسة الثالثة: تأثير الإعلام الجديد على ممارسة العلاقات العامة.

المؤلف: منال مراد، السنة: 2016

تعرض هذه الدراسة التطورات والتغييرات التي أدت إلى إبراز دور العلاقات العامة الحديثة منذ ظهورها على يد إيفي لي، وإدوارد بيرنيز في مجالات مختلفة، فمنها التطور التكنولوجي، مما أدى إلى التفاعل بين المؤسسات، والجماعات والأحزاب المختلفة، كما صاحب ذلك التفاعل داخل قوى المجتمع تطور في مناهج البحث العلمي، وتكاملها مع مناهج السلوك، فالتطور في مجال البحوث، والإعلام، والرأي العام، والدعاية، والأزمات، عكست آثاره في مجال اهتمامات العلاقات العامة، فضلا عن التطور الفكري الإعلامي، وأدوات الاتصال الإعلامي الحديث، مما أدى إلى جعل العلاقات العامة الأداة الأهم للوصول إلى الجماهير، بعدما فقدت الدعاية، والإعلان منزلتهما عند الجماهير.

أما عن تطور وسائل الاتصال، فقد أحدثت ثورة المعلومات ودخول الإنترنت تطورا واضحا ملموسا في العلاقات العامة، فقد تطورت وسائل الإعلام التقليدية، وتم إدخال عدد من الإضافات عليها.

تساؤلات البحث:

- ما هو دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة؟
- هل تعتمد العلاقات العامة على وسائل الاتصال الحديثة في ممارسة عملها؟
- ما هي التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الألفية الجديدة؟

أدوات جمع المعلومات: تم جمع المعلومات في هذه الدراسة عن طريق الإنترنت، والاستبيانات.

أسلوب البحث: اعتمد الباحث على الأسلوب الكيفي في جمع المعلومات.

منهج الدراسة: اعتمد الباحث على المنهج التاريخي والوصفي.

تعقيب فريق البحث:

كانت الإفادة من هذه الدراسة في ذكر بعض المصطلحات المهمة في دراسة فريق البحث، وأفادت هذه الدراسة أيضاً من ناحية التوصيات، حيث كانت مفيدة لفريق البحث.

الدراسة الرابعة: استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في العلاقات العامة : دراسة من منظور ممارسي العلاقات العامة في العالم العربي.

المؤلف: عبد الباسط أحمد هاشم محمود، الناشر الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، السنة 2014

أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي، في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، بالإضافة إلى معرفة هذه المواقع في تلبية احتياجاتهم الاتصالية المهنية وقياس درجة استفادتهم منها، كما تهدف إلى تحديد أهم مواقع التواصل الإجتماعي المستخدمة من قبل عينة الدراسة في ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث بأهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات جديدة والوصول إلى أعداد كبيرة من الجماهير، خاصة مع ازدياد معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجماهير العربية.

منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي يستهدف تسجيل وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات، واستخدم منهج المسح الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن؛ وكذلك لوصف استخدام ممارسي العلاقات العامة العرب لمواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة وتحليل اتجاهاتهم نحو هذا الاستخدام، وإدراكهم لمنافعه، وتحديد العلاقات العامة، وتحديد العلاقات بين متغيرات الدراسة المختلفة.

أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد أجريت على عينة قوامها (120) ممارساً للعلاقات العامة، باستخدام طريقة العينة المتاحة أو العارضة، لأنه لا يوجد قائمة لممارسي العلاقات العامة في الدول العربية، كما أن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات المجتمع المراد دراسته، كما أن اختيار المبحوثين يكون ذاتياً من قبل الباحث.

نتائج وتوصيات الباحث: وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج على المستويين النظري والتطبيقي لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، فعلى المستوى النظري: أجابت الدراسة عن التساؤلات التي سعت الدراسة إلى الإجابة عنها؛ حيث أوضحت الدراسة أهمية استخدام مواقع التواصل في ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، وبيّنت الاستخدامات الممكنة لهذه المواقع في هذا المجال.

تعقيب فريق البحث:

إن هذه الدراسة من أهم الدراسات التي اعتمد عليها فريق البحث، حيث صبت الدراسة السابقة في فصولها في جوهر موضوع فريق البحث، وكذلك من ناحية الإفادة في المنهج المتبع بها، إضافة إلى العديد من المراجع والمصادر التي وصل إليها فريق البحث من خلال هذه الدراسة.

الدراسة الخامسة: دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة الجامعيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وسبل تفعيله

اسم الباحث: د. أحمد عرابي ترك و أ. هشام سكيك، المصدر: الجامعة الإسلامية-غزة-فلسطين، نوع المحتوى: بحوث المؤتمرات، العام: 2013

هدفت الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين من خلال برامج الاتصال الحديثة (YouTube, Facebook, Twitter) من خلال التعرف على:

1. أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الطلبة في متابعة الأمور المتعلقة بتعزيز المسؤولية الاجتماعية لديهم.
 2. التعرف إلى حجم ونوعية اهتمام الطلبة بقسم العلاقات العامة.
 3. رصد وتحليل أنماط تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامهم لها.
 4. التعرف إلى أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الطلبة في متابعة الأمور المتعلقة بتعزيز المسؤولية الاجتماعية لديهم، والوقوف على طرق استخدامها من قبل الجامعات وجمهورها الداخلي.
- و تبرز أهمية الدراسة من اعتبارات عدة:

1. النقص في مجال الدراسات الإعلامية التي تناولت دور العلاقات العامة.
 2. أهمية دراسة حجم تعرض الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المواد الإخبارية.
 3. تسليط الضوء على أهمية ودور العلاقات العامة في تعزيز التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين.
 4. تقديم المقترحات المناسبة التي تعزز من آليات التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين
- المنهج البحثي: المنهج الوصفي المسحي، كونه جهداً علمياً منظماً، يساعد في الوصول على معلومات، وبيانات، وأوصاف، عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر المتعلقة بموضوع البحث، لدراسة واقع العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة من خلال برامج الاتصال الحديثة (Facebook, Twitter, YouTube).

أداة الدراسة: استخدمت صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) للتعرف على دور العلاقات العامة والإعلام في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين، وقد بلغت عينة الدراسة (200) طالباً وطالبة من جامعتي الإسلامية والأزهر.

وقد خرجت هذه الدراسة بعدة توصيات:

1. ضرورة بناء سمعة طيبة للجامعة عن طريق صفحة التواصل الاجتماعي الخاص بها وذلك من خلال كسب ثقة الرأي العام وتأييده، وتوثيق العلاقة بين العاملين والطلبة وزيادة أواصر الود والاحترام.
2. إتاحة الفرصة للطلبة من مستخدمي المواقع الإخبارية للمشاركة والتفاعل عبر عدة مستويات والأخذ بمقترحاتهم وتوصياتهم.

3. إصدار نشرات إخبارية وتوضيحية عن الكليات المختلفة خلافاً لما هو موجود بصفحة الجامعة بالإضافة إلى تحديث وتطوير صفحة العلاقات العامة على شبكة الإنترنت، وإنشاء قاعدة بيانات كاملة عن الكليات التقنية من حيث العنوان، والبريد الإلكتروني، والتخصصات المختلفة، وشروط القبول، وتكاليف الدراسة.

تعقيب فريق البحث:

كانت الدراسة مفيدة لفريق البحث من حيث المنهج، حيث اتبع الفريق في بحثه المنهج ذاته، بالإضافة إلى الاستفادة من أسئلة الاستبانة، واستخدام الاستبانة كأداة للدراسة، كما استفاد فريق البحث من توصيات هذه الدراسة.

الدراسة السادسة: تقنيات الاتصال الحديثة، التي تعتمد عليها العلاقات العامة : دراسة ميدانية على مجموعة من المؤسسات الليبية

المؤلف: د. هشام فتحي أبو شعالة، المصدر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية-مصر، السنة:2010، نوع الدراسة: بحوث المؤتمرات

تكمن أهداف الدراسة إلى التعرف إلى أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة في المؤسسات الليبية، والتعرف على تقنيات الإنترنت التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسات، والتعرف على أهم الصعوبات التي تعيق أو تقف خلف عدم الاستفادة من تقنيات الإنترنت الحديثة في مجال عمل العلاقات العامة بالشكل الصحيح.

وأجابت الدراسة عن التساؤلات الآتية:

1. ما هي الوسائل التقليدية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في أداء مهامها؟
2. ما هي الوسائل التقنية أو وسائل الإنترنت التي تعتمد عليها العلاقات العامة في إنجاز أعمالها داخل وخارج المؤسسة؟
3. ما هي الأسباب التي تقف وراء تأخر أو عدم تبني المؤسسات الليبية لوسائل التقنية الحديثة عبر الإنترنت؟

المنهج البحثي: استخدم الباحث المنهج الوصفي وتهدف هذه البحوث إلى وصف ظاهرة، أو واقعة، أو حدث، ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها، وذلك من خلال الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة ظواهر أخرى، وتعتبر هذه هي الخطوة الأولى نحو تحقيق الفهم الصحيح لهذه الظاهرة، إذ يمكن من خلالها الإحاطة بأبعادها ووصفها بكل دقة.

وبما أن البحث يهدف إلى التعرف على أهم الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الليبية، فقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي

أدوات الدراسة:تم استخدام الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات وتمثل عينة الدراسة من 15 مؤسسة ليبية حيث تم تحديد وصياغة رسالة من قبل الباحث موجهة لتلك المؤسسات عبر البريد الإلكتروني (الإيميل) لكل مؤسسة. ووصل الباحث إلى نتائج أن أغلب المؤسسات الليبية لا تستخدم شبكة الإنترنت بالشكل حيث أن مجموع المؤسسات التي تم الاتصال بها عبر مواقعها على شبكة الإنترنت (94) مؤسسة ولم يرد إليه إلا 23 رد أي أن نسبة 80% من المؤسسات الليبية لا تزال بعيدة عن الاستخدام الصحيح والأمثل لشبكة المعلومات العالمية. (محمود، 2014)

ملخص الدراسة: لقد تركز الهدف الأساسي لهذا البحث حول معرفة وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها العلاقات العامة في المؤسسات الليبية، ومدى اقتراب وابتعاد المؤسسات الليبية من استخدام تقنية الانترنت في مجال عمل العلاقات العامة، فالإنترنت بقنواته الاتصالية المختلفة أصبح يفرض نفسه على كافة مجالات العمل.

وخرج هذا البحث بعدة توصيات جاءت عل النحو الآتي:

1. إعادة النظر في النظام الإداري، ومحاولة تكييفه مع التقني الحديثة.
2. الإسراع في تبني، واستخدام الوسائل الاتصالية في مجال العلاقات العامة، وخاصة في عملية الاتصال مع الجمهور.
3. الاهتمام بالمطبوعات الإعلامية في مجال عمل العلاقات العامة، وضرورة فتح دورات تدريبية في هذا المجال.

التعقيب على الدراسة السابقة:

كانت الدراسة مفيدة لفريق البحث من حيث المنهج، حيث اتبع الفريق المنهج نفسه، وأفادت الدراسة من ناحية النتائج التي استخلصتها، وأخذ فكرة عامة عن وسائط الاتصال الاجتماعي التي من المرجح أن تستخدمها المؤسسات.

الدراسة السابعة: Facebook and the invasion of technological communities 2010

أهداف الدراسة: تهدف إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (1600) شاباً من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا.

نتائج الدراسة: قد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك واليوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد عائلتهم.

تعقيب فريق البحث:

استفاد فريق البحث من هذه الدراسة في جمع العديد من المصادر والمراجع التي وصل إليها فريق البحث من خلال هذه الدراسة.

الدراسة الثامنة: أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية.

المؤلف: زهير على الأمين، الناشر: جامعة امدرمان الاسلامية ، السنة: 2007 .

أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى التعرف على وظيفة العلاقات العامة وممارسة نشاطها داخل هيئة الجمارك، في ظل هذا الزخم والتدفق المعلوماتي وسهولة ذلك عبر الوسائط الاعلامية من خلال أجهزة رقمية وتكنولوجيا اتصالية وكيفية الاستفادة من ذلك حتى تتمكن الإدارة من توصيل سياستها وبرامجها للحضور.

أهمية البحث: تنبع أهمية الدراسة من مدى كيفية استفادة جهاز العلاقات العامة بالجمارك من التطور الاتصالي.

منهج الدراسة: استخدم الباحث الأسلوب المسحي للمنهج الوصفي لأنه يعد أحد المناهج المستخدمة وبصورة كبيرة في البحوث الإعلامية وذلك لأهميته، ولأن مفهومه لا يقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية، بل يمتد مجاله إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق التي يتم جمعها، وتسجيلها، ثم تفسيرها، وتحليلها تحليلاً شاملاً، واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة. وتوصلت الدراسة لنتائج نذكر منها:

نظام المعلوماتية الجديد والسائد في العالم يساعد الهيئة في التخطيط الإداري، وتنسيق العمل .

التوصيات: يساعد استخدام التقنيات الحديثة والمتمثلة في الوسائط المتعددة، الهيئة في اتخاذ قراراتها السليمة بشأن العمل .

تستخدم هيئة جمارك السودان التقنيات الحديثة في ممارستها لعملها اليومي وتستخدم كافة وسائل الاتصال الحديثة في ربطها بالجمهور الداخلي والخارجي.

تعقيب فريق البحث:

استفاد فريق البحث من أهداف هذه الدراسة، وأيضاً تم اتباع المنهج نفسه.

الكتب:

الكتاب الأول: العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية.

الكاتب: حاتم علي الصالحي، العام: 2018

يتناول هذا الكتاب موضوع الاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتوظيفها في خدمة أهداف وأنشطة العلاقات العامة في المنظمات، مع عرض الاتجاهات الحديثة في الدراسات التي اهتمت برصد استخدام المواقع الإلكترونية وتقييمها في ممارسة العلاقات العامة، ويختتم الكتاب بعرض دراسة تطبيقية لاستخدام تطبيقية لاستخدام المواقع الإلكترونية والفايس بوك في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في اليمن.

أتركز الفصول الأربعة منه على مفهوم التفاعلية وأبعادها وأشكالها في المواقع الإلكترونية، إلى جانب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وفي الفصل الخامس يقدم عرضاً للاتجاهات الحديثة في دراسة المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، وفي الفصل السادس يعرض الكتاب دراسة تطبيقية لاستخدام المواقع الإلكترونية والفايس بوك في ممارسة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن. لكن تجدر الإشارة إلى أن فريق البحث قد سلط الضوء على أهم المحاور التي خدمت الدراسة وحققت الفائدة لها.

إن أكثر ما ركز عليه الكتاب استخدام المواقع الإلكترونية والفايس بوك في أنشطة العلاقات العامة كمفاهيم وممارسات عملية من منظور الاتصال التفاعلي الذي يعد وثيق الصلة بالإنترنت كشبكة اتصالات عالمية ضخمة، في الاتصال عبر الإنترنت اتصال تفاعلي، بمعنى أنه لا يعتمد على الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، ولكنه مثل الاتصال المباشر يحدث في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل. (الصالحي، 2017، ص18).

ويمكن القول بأن التفاعلية ليست قالباً ثابتاً، وإنما تتغير بتغير العملية التي يجري في إطارها التفاعل، ويزداد مستوى التفاعلية في وسائل الإعلام الجديد عند توفر ظروف معينة، ومنها: كلما كان هدف الاتصال مزيداً من تبادل المعلومات أكثر من مجرد إقناع المشاركين بأنهم يمتلكون سيطرة أكبر على بيئة الاتصال. (الصالحي، 2017، ص62).

ويختتم الكاتب حاتم علي الصالحي بضرورة تنويع المنظمات مضامينها عبر مواقعها الإلكترونية وصفحاتها بما يلبي احتياجات الجماهير المستهدفة كافة، كما أنه ينبغي على المنظمات الاهتمام بالأدوات التي تجذب الزوار وتجعلهم يعيدون زيارة الموقع الإلكتروني أو الصفحة أكثر من مرة، ومن تلك الأدوات التي ينبغي على المنظمة الأخذ بها: تحديث المعلومات باستمرار، وعرض تقويم بأنشطة وفعاليات المنظمة الماضية والمستقبلية ودعوة الجمهور للمشاركة فيها. (الصالحي، 2017، ص260).

تعقيب فريق البحث:

ساعد الكتاب فريق البحث من تحديد نوع النظرية التي تم استخدامها، خاصة عندما ذكر الكاتب التفاعلية وأهمية الاتصال باتجاهين، بالإضافة إلى الدراسة التي ذكرها الكاتب في كتابه والتي كانت دراسة تطبيقية لاستخدام المواقع الالكترونية والفيديو بوك في ممارسة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن، حيث استفاد فريق البحث من توصيات هذه الدراسة.

الكتاب الثاني: العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات العملية

الكاتب: الدكتور سمير محمد حسين، السنة: 2015

وكانت إحدى الكتب التي نظر فيها فريق البحث، وأفاد منها " العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات العملية" بطبعته الثالثة. حيث درس الفريق حيثيات الكتاب وعمل على ربطه بالدراسة المعدة، والإفادة من محتواه بما يدعم القضية المتناولة في طيات هذا البحث.

اشتمل الكتاب على مجموعة من الموضوعات التي تتسم بالشمول والتكامل والترابط، حيث عرض الكاتب د. سمير محمد حسين أهمية العلاقات العامة ومفهومها المعاصر في ضوء تطور الفكر الإعلامي والإداري الحديث، وأهداف العلاقات العامة ووظائفها وأنشطتها، وديناميكيته، والجوانب التنظيمية لها، والتخطيط الشامل في العلاقات العامة، كما اشتمل الجزء الأخير من الكتاب على مجموعة من الدراسات والأبحاث وأوراق العمل والخلاصات العملية التي يركز معظمها على التفكير والتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة.

ويركز الكتاب على مجموعة القضايا التي تضم الإطار النظري والعملية معاً، حيث تركز الفصول الأربعة الأولى منه على تطور مفاهيم العلاقات العامة، ووظائفها، وأنشطتها، ومدى ارتباطها بتطور الإدارة العلمية، والعلاقة التبادلية بينها وبين الرأي العام، ويركز الفصل الخامس والأخير على عملية العلاقات العامة التي تشمل البحوث، التخطيط، والاتصال، والتقييم باعتبارها الأنشطة العملية للعلاقات العامة.

إن أهم ما جاء فيه هذا الكتاب، أهداف العلاقات العامة ووظائفها وأنشطتها والجوانب التنظيمية لها، حيث يتطلب التنظيم الفعال لإدارة العلاقات العامة ضرورة وجود أهداف محددة متفق عليها تسعى إلى تحقيقها بكفاءة، وينبغي عليها تحديد الأنشطة والوظائف والمهام التي يجب أن تقوم بها إدارات العلاقات العامة لتحقيق هذه الأهداف المخططة، كما يؤدي التحديد الدقيق للأهداف إلى تحديد الاتجاه العام لنشاط العلاقات العامة خلال فترة زمنية معينة مما يساهم في التركيز على طبيعة المهمة المراد تحقيقها. (حسين، 2015، ص 101)

فيما يتعلق بمحور الاستراتيجيات الأساسية للاتصال وتطبيقاتها في العلاقات العامة، وصل الكاتب إلى قناعة أنه يوجد في مجال الاتصال عدة استراتيجيات يمكن للقائم بالاتصال اتباعها طبقاً للظروف الموضوعية لكل موقف أو لكل حالة على حدة، ويمكن لخبير العلاقات العامة أن ينتقي منها نوع الاستراتيجية الملائمة التي تتناسب مع الموقف، وتتمثل أهم هذه الاستراتيجيات الأساسية للاتصال في العلاقات العامة في استراتيجية المفاجأة. (حسين،

2015، ص 275)

تستخدم استراتيجية المفاجأة حينما يكون الهدف جذب الانتباه واثارة الاهتمام لدى فئات معينة أو لدى الرأي العام بسياسة معينة تنتهجها المنشأة، أو قرار جديد تتخذه، أو سلعة جديدة تنتجها، أو خدمة جديدة تقدمها إلى السوق. وترتبط هذه الاستراتيجية ارتباطاً مباشراً بالجوانب الفنية والتنفيذية للحملة الإعلامية، والتصميم الفني للمطبوعات، واستخدام أساليب مبتكرة في إخراج المواد الإعلامية والأفلام والبرامج الوثائقية أو التسجيلية، والتغيير في الأنماط الإعلامية المعتادة تغييراً مفاجئاً يؤدي إلى إحساس فئات الجمهور المستهدف بالفكرة الجديدة من خلال هذا التغيير. (حسين، 2015، ص278).

ويختص أستاذ الإعلام والعلاقات العامة سمير محمد حسين كتابه بجملة من البحوث والدراسات في مجال العلاقات العامة، ولا بد من الإشارة إلى ما قاله في الختام: تحتاج إدارة العلاقات العامة لتنفيذ برامجها الاتصالية إلى مجموعة من الوسائل والأساليب التي تكفل لها الاتصال الفعال بكافة فئات الجماهير النوعية التي تتعامل بها، ولذلك فإن من الضروري أن تلجأ الإدارة إلى دراسة كل الوسائل والأساليب الاتصالية والإعلامية المتاحة لاختيار أنسبها من حيث قوة التأثير وسعة الانتشار والتغطية، والوصول المكثف إلى المجموعات النوعية، بما يحقق أكبر ناتج اتصالي ممكن بتكلفة مناسبة. (حسين، 2015، ص 370) .

تعقيب فريق البحث:

يهدف فريق البحث من استعراض الكتاب أنف الذكر لإعلان مدى ضرورة اختيار أنسب الوسائل والأساليب التي تحتاجها إدارة العلاقات العامة لتنفيذ برامجها الاتصالية والتي تمكن الإدارة من الأداء الفعال لوظيفتها الاتصالية.

الكتاب الثالث: الاتصال الجماهيري والاعلام

الكاتب: الدكتور كامل خورشيد مراد، السنة: 2014

سعى فريق البحث لتناول المزيد من الكتب والمراجع التي تناولت المصطلحات الشائعة في الاتصال الجماهيري والإعلام، الأمر الذي أفاد فريق البحث في دراسته.

الكتاب مكون من أربعة أبواب تحتوي على ثمانية عشر فصلاً. خصص الباب الأول لتأصيل ظاهرة الإتصال، عبر خمسة فصول، تناول الأول منها مفهوم علم الاتصال وتطوره، في حين تناول الفصل الثاني تحليل العملية الاتصالية، وتطرق الفصل الثالث إلى ميادين الاتصال وأشكاله المختلفة ومعايير تقسيماته، أما الفصل الرابع فاستعرض أهم النماذج الاتصالية التي تقوم عليها الظاهرة الاتصالية، في حين تطرق الفصل الخامس إلى نظريات الاتصال.

أما الباب الثاني الذي جاء تحت عنوان "الاتصال الجماهيري والإعلام" فقد تضمن أربعة فصول هي: الفصل السادس الذي استعرض بالتحليل المراحل الاتصالية بدءاً من بدايات الظاهرة الاتصالية ووصولاً إلى الوقت الحالي، في حين ناقش الفصل السابع طبيعة ظاهرة الاتصال الجماهيري، وفي الفصل الثامن تركز الحديث عن خصائص الاتصال الجماهيري وأهميته، وكانت وظائف الاتصال هي محور الفصل التاسع.

وفي الباب الثالث الذي حمل عنوان "أسس الاتصال الجماهيري وعناصره"، فقد جاء الفصل العاشر ليلسط الأضواء على البيئة السياسية والاجتماعية للاتصال الجماهيري من خلال مناقشة واقع نظريات الإعلام القديمة والحديثة، في حين كرس الفصل الحادي عشر لنظرية حارس البوابة الإعلامية والقائم بالاتصال، أما الفصل الثاني عشر فبحث في الرسالة الإعلامية وعناصرها وشروطها، في حين ناقش الفصل الثالث عشر جمهور وسائل الإعلام الجماهيري وأهميته للقائم بالاتصال، وكان محور المؤسسات الإعلامية هو موضوع الفصل الرابع عشر.

وتضمن الباب الرابع الذي حمل عنوان "مجالات الاتصال الجماهيري" خمسة فصول، حيث تناول الفصل السادس عشر مجال العلاقات العامة وتطبيقاتها الاتصالية، وكان محور الدعاية والإعلان هو موضوع الفصل السابع عشر، أما الفصل الثامن عشر، والأخير، من هذا الكتاب فقد تناول خلاصة ما استخلصه المؤلف من افتراضات وتصورات ونظريات مستقبلية من خلال فصل خاص بعنوان "الإعلام الجديد: نظرة مستقبلية"، وهو ما يفتح الباب واسعاً أمام نقاشات أخرى مستفيضة، وثرية، وجديدة، ومفيدة، تتناول علم الإعلام

الجماهيري ومجتمع المعلومات، ومصير وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، في ظل العولمة الزاحفة إلى كل مكان، وفي ظل إعلام جديد، بدأت نظرياته وفلسفاته وتطبيقاته تأخذ مداها خلال السنوات العشرين الماضية.

تعقيب فريق البحث:

ساعد الكتاب فريق البحث من تحديد نوع النظرية التي تم استخدامها، حيث استعرض أهم النماذج الاتصالية التي تقوم عليها الظاهرة الاتصالية بالإضافة إلى نظريات الاتصال.

تعقيب فريق البحث:

وبعد الاطلاع على الدراسات التي تخص البحث حول دور مواقع التواصل الاجتماعي "السوشال ميديا" في عمل العلاقات العامة (مدينة روابي نموذجاً) لاحظت الباحثتان ما يأتي :

1. هذه الدراسات السابقة قد ساعدت على تحديد أدوات البحث، بالإضافة إلى اختيار المنهج البحثي ، حيث تعتبر هذه الدراسة استكمالاً للجهود البحثية في الدراسات السابقة، التي ناقشت الجوانب المتعلقة بالإنترنت ودورها حول العملية الاتصالية، ودورها حول العلاقات العامة.
2. معظم الدراسات السابقة تناولت الإنترنت ودورها في التواصل مع الجمهور وتحقيق مهام العلاقات العامة بينما هذه الدراسة تعد من الدراسات النوعية التي اقتصرت على تناول دور الشبكات الاجتماعية في العلاقات العامة.
3. لاحظت الباحثتان أن أدوات البحث المستخدمة في الدراسات السابقة تتفق مع الأدوات المستخدمة في دراستهم الحالية، فكانت الأداة الأكثر استخداماً وهي الإستبانة.
4. أول دراسة - على حد علم فريق البحث - تتناول دور مواقع التواصل الاجتماعي "السوشال ميديا" في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي.
5. شملت الدراسة على حيثيات، وتحليلات لم تشملها الدراسات السابقة.

نظرية الدراسة:

تعد العلاقات العامة علماً له قواعده ونظرياته، حيث تعتمد هذه الدراسة على نموذج جورج وهنت نموذج (الاتصال باتجاهين) وذلك لملاءمتها لموضوع الدراسة والظاهرة المبحوثة، حيث إن هذا النموذج يتطلب من المنظمة والجماهير الاستعداد للتكيف مع الآخر، أي تكون للمنظمة استعداد للتكيف مع البيئة الخارجية، وبناء علاقات مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين بدلاً من سياسة الإقناع في اتجاه واحد حيث إن العلاقات العامة الحقيقية لا تتحقق إلا إذا وصلت المؤسسة إلى مستوى المنظمة إلى مستوى الاتصال المتماثل (Grunig,1966, No3)، في اتجاهين حيث تتم عملية الاتصال ضمن هذا النموذج باتجاهين متوازيين فمثلاً تقوم العلاقات العامة بالتأثير على جماهير المنظمة ومحاولة اقناعهم بسياساتها

وخططها فإن للجمهور قوة تأثير يوازي قوة المنظمة في التأثير على قرارات المنظمة وسياساتها، وكذلك وسائل التواصل الاجتماعي لا تنجح ولم تكن لتصل لما وصلت عليه الآن لولا الاتصال في اتجاهين، حيث إن العنصرين الأساسيين للبحث سوف يتوقفان في حال فشلهما في تطبيق هذا النموذج.

الإطار النظري:

إن المستعرض لتاريخ العلاقات العامة في الغرب، حيث نشأ هذا الحقل منذ أوائل القرن العشرين، يجد أن الحقل بدأ بممارسات معينة قام بها مسؤولون في المنظمات مع وسائل الإعلام، ثم دعمت تلك الممارسات بمفاهيم ومبادئ ونظريات أكاديميين وباحثين حرصوا على دراسة تلك التطبيقات والخروج بنماذج فكرية وتصورات دعمت حقل العلاقات العامة وأسهمت في نضوجه، وقد ساهمت الجمعيات المهنية للعلاقات العامة " professionals societies " في إنضاج هذا الحقل. (درة والمجالي، 2010).

أولاً: مدينة روابي: تعريفها، موقعها، الرؤية والرسالة

تعد مدينة روابي الفلسطينية النموذجية أكبر وأهم مشروع عمراني في فلسطين، أطلقه القطاع الخاص في فلسطين، والهدف من هذا المشروع: بناء مدينة جديدة لحل مشكلة السكن في فلسطين، وتمكين شريحة كبيرة من المجتمع المحلي الفلسطيني من شراء وامتلاك منزل العمر، بأسعار تناسبهم. تمتاز روابي بمرافقها التجارية والثقافية والصحية والتعليمية والدينية، التي جعلت منها مقصداً لجميع الفلسطينيين، وتم بناء المدينة من خلال شركة بيتي للاستثمار العقاري، وهي عبارة عن ثمرة شراكة استراتيجية بين شركة الديار القطرية، وشركة مسار العالمية.

وتعتبر مدينة روابي أول مدينة فلسطينية يتم تصميمها وفق مخطط تنظيمي هيكلي ينسجم مع الممارسات البيئية المستدامة، وتضم (23) حياً سكنياً، تحتوي على ما يزيد 5000 وحدة سكنية بتصاميم مختلفة، وتتميز أحياء روابي بمرافقها الخدمائية الأساسية وترفع المدينة شعار سكن، عمل، حياة (Sharewood,2016)

موقعها:

تتميز روابي بموقعها الاستراتيجي حيث تتوسط ثلاث مدن رئيسية: القدس، ونابلس، ورام الله. الحدود التنظيمية لمدينة روابي 6,300,000 متر مربع من الأراضي التي تقع غالبيتها في المنطقة (أ) الخاضعة لسيطرة السلطة الوطنية الفلسطينية حسب إتفاقية أوسلو، تبعد عن العاصمة الأردنية عمان نحو (70) كيلومتر شرقاً، فيما تتوسط روابي الطريق بين مدينتي القدس ونابلس حيث تقع على بعد(25) كيلومتر شمال مدينة القدس و(25) كيلومتر جنوب مدينة نابلس، وتقع روابي على بعد (9) كيلومترات إلى الشمال من مدينة رام الله ونحو 3.5 كم شمال بيرزيت. (لارا عبيات، 2016).

الرسالة:

أن تصبح روابي مثلاً يحتذى به بتحقيق التنمية المستدامة اقتصادياً، تعليمياً، بيئياً وثقافياً. وذلك من خلال البرامج والمشاريع التي من شأنها خلق فرص عمل دائمة ومؤقتة، وخلق شراكات متينة لتطوير وإنشاء المرافق الثقافية، التعليمية والصحية بما يكفل توفير أفضل بيئة خدمتية لسكان المدينة وزوارها.

الرؤية:

تطمح روابي لتوفير بيئة اجتماعية متطورة تجسد التراث الفلسطيني بتصاميم معمارية حديثة، تجمع بين التاريخ الحافل، والحاضر، المجيد، والمستقبل المشرق.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي: المفهوم والنشأة، السمات، أشكال مواقع التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث إنتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء المعمورة كافة، وساعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي على الانفتاح غير المسبوق على كافة الثقافات والمجتمعات، فأعطى مستخدميها فرصاً لا محدودة، للتأثير، وإنشاء مواقعهم الخاصة، وربطها عن طريق نظام اجتماعي للتقارب، والتعارف، وتبادل الآراء، والأفكار، والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، فأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي لا تستخدم فقط لإحداث تغييرات في المجتمعات، بل إنها تعدت ذلك حيث أصبحت من الضرورات الواجب توفرها لتغير المجتمعات، مع ذلك فإن استخدام هذه الوسائل في المؤسسات أصبح يشكل أحد ركائز تقديم خدمات المعلومات بتلك المؤسسات.

مفهومها:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة و تعددت و تنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الإشباعات و يأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر ، يوتيوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « **BALAS** » 2006 على " إنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة ".

تعرف أيضاً بأنها : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون و في أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي و الصوتي وتبادل الصور و غيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم. (الدليمي، 2011، ص 183)

ويعرفها آخر بأنها: مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. (صادق، 2008، ص 218).

نشأتها:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع (six degrees) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها –الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضاً عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء.

السمات:

تتميز تكنولوجيا الاتصال التفاعلي ببعض السمات التي تميزها عن تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي سادت في القرن الماضي كالتلفزيون والراديو والسينما، ومن أبرز هذه السمات التي ذكرها الباحثون والمتخصصون في مجال الاتصال ما يلي:

1. التفاعلية: اختلفت رؤية الباحثين لمفهوم التفاعلية في الوسائل الحديثة، فمنهم من يراها كخاصية لوسيلة الاتصال، ومنهم من ركز على التفاعلية كعملية تتعلق بتبادل الرسائل الاتصالية، فيما اتجه فريق آخر نحو دراسة التفاعلية في وسائل الاتصال الحديثة مفهوم متعدد الأبعاد (عبد المجيد، 2013، ص 290-291)
2. التزامنية / و اللاتزامنية: قسّم "الذر" الاتصال عبر الحاسب إلى نوعين هما متزامن وفيه يتم تواصل الأفراد ببعضهم في وقت واحد، ويتقابلون على شبكة الإنترنت في نفس الوقت، اتصال غير متزامن حيث يسمح للمشاركين بقراءة وكتابة الرسائل في أوقات مستقلة دون الحاجة لتواجد كلا الأطراف على الإنترنت في نفس اللحظة. (P165-164Edrost, 2004)
3. تعدد الوسائط: تشير الوسائط المتعددة إلى تقدم عبر الحاسوب في أشكال متنوعة: نصوص، وصور ورسومات ثابتة، صور متحركة، وفيديوهات، وصوت، ونصوص فائقة و متشعبة.
(Nusir, 2012, p.18)
4. الاتصال ثنائي الاتجاه: يعد الاتصال التفاعلي اتصال ثنائي الاتجاه، حيث يتبادل أطراف العملية الاتصالية الرسائل التي تتدفق بشكل ثنائي الاتجاه.

5. الحضور عن بعد: تتضمن هذه السمة حضور الشعور لحظة بلحظة وفي نفس الوقت الذي يتم فيه الاتصال، بمعنى أن المشارك في الاتصال يشعر وكأنه متواجد في مكان المشارك الآخر الذي يتواصل معه.
6. التوحيد والتفتيت: ظل الاتجاه الرئيس لوسائل الاتصال الجماهيري حتى عام 1980 يميل نحو المركزية وتوحيد الجماهير، أي توحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلية لها، أما الاتجاه الجديد للاتصال فينتج نحو لا مركزية الاتصال أو تفتيت الجماهير بمعنى تقديم رسائل متعددة تلائم الأفراد والجماعات الصغيرة المتخصصة.
7. تعدد الخيارات: يقصد بتعدد الخيارات في الاتصال التفاعلي لأي درجة يتم تزويد المستخدمين بخيارات متعددة للاختيار من بين المعلومات المتاحة.
8. السرعة: يقصد بها سرعة استلام الرسائل وسرعة معالجتها والرد عليها، إذ إن سرعة الاستجابة عملية محورية. (McMillan, S.J. & Hwang p33).

أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلاً"، و منذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى ، وتاريخياً كان لموقع "six degrees" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى، و كذلك موقع " أوماي نيوز" و غيرها، و مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تتصدر القائمة عدد من الشبكات و أهمها : "فيسبوك"، "تويتر"، "يوتيوب"، و هي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي، وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع. (رامي، 2003، ص23).

1. الفيسبوك:

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم، عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

ويعتبر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، تأسس عام 2004م، وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة، وقد أسسه كل من: مارك زوكربيرج، و إدواردو سافرين، وكريس هيوز، و أندرو ماكولوم، و داستن موسكوفيتز، ومقره الرسمي في الولايات المتحدة الأمريكية في ولاية كاليفورنيا، ويتفرع من تطبيق الفيس بوك، تطبيق إنستغرام، وتطبيق ماسينجر، والتطبيق متوفر بعدة لغات متنوعة، أي أكثر من سبعين لغة.

و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها حتى الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها، و غيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، و يتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، و ليصبح مستقبلاً أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض. (نصر، 2010، ص 08)

2. التوتير:

يرى أحد الباحثين أنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، و أخذ تويتير اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد"، و اتخذ من العصفورة رمزاً له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء أن يسميها نصاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة، و يمكن لمن لديه حساب في موقع تويتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، و تتيح شبكة تويتير خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة «RSS» عبر الرسائل النصية. (رابحي، 2012).

للتدوين عبر موقع التويتير مميزات مفيدة و عديدة أهمها: سهل وسريع، محمول ومتحرك، مجاني، تأسس عام 2006م، وقد أسسه كل من: جاك دورسي، و إيفان ويليامز، و نوح غلاس، و بيز ستون، و مقره الرئيسي في الولايات المتحدة الأمريكية في ولاية سان فرانسيسكو، و ولاية كاليفورنيا، و يقوم التوتير بتقديم خدمة التدوين المصغر برسالة واحدة، والمعروفة باسم التغريدات.

3. LinkedIn

صنف هذا الموقع ضمن شبكات التواصل الاجتماعي والخدمة الإجتماعية المهنية وهو أضخم خدمة شبكية مهنية في العالم يمتد لأكثر من 200 دولة، ومتاح بعدة لغات منها الإنجليزية، والفرنسية، والألمانية، والإيطالية، والإسبانية، ويمكنك من التواصل مع زملاء العمل والاستعانة بهم عند الحاجة، إذ إن هذا الموقع يختلف عن بقية مواقع التواصل الإجتماعي التي تتعلق بالأخبار والعلاقات الشخصية.

4. اليوتيوب YouTube

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظراً للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و استقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها. (ساري، 2008، ص307).

هو عبارة عن موقع إلكتروني يعرض فيديوهات متنوّعة في شتّى المجالات، يسمح لمستخدميه من مشاهدة حياة الفيديوهات التي يعرضها بشكل مباشر، ودون الحاجة إلى تحميل الفيديو، أو إنشاء حساب للمشاهدة، كما ويمنح مشاهديه فرصة التعبير عن رأيهم بالفيديو عن طريق إبداء إعجابهم به أو عدمه، أو عن طريق إضافة تعليقاتهم على الفيديو الذي يشاهدونه، بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مجانية، مثل رفع فيديوهات أو إنشاء قناة على اليوتيوب، ولكن هذه الخدمات تستلزم إنشاء حساب على اليوتيوب للتمكن من التمتع بها. (أبو عياش، 2016، تعريف اليوتيوب)

تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" « pay pal » وهم "تشاد هيرلي"، و"ستيف تشين"، و"جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأذوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

5. السناشات:

السناشات هو تطبيق من التطبيقات الإلكترونية الحديثة، وهو خاص بالرسائل المصورة، وضعه إيفان شبيغل وروبرت مورفي، حيث توسع على نطاق طلبة جامعة ستانفورد أولاً، ويتيح هذا التطبيق لمستخدميه التقاط الصور المتنوعة، وتسجيلات الفيديو، بالإضافة إلى قدرة المستخدم على إضافة نصوص ورسومات، وإرسالها إلى القائمة الخاصة بالتحكم في المتلقين. (طقاطة، 2016، ما هو السناشات)

6. الانستجرام:

هو تطبيق من التطبيقات الحديثة التي تم تحديثها وإنشائها للهواتف الذكية، و هو تطبيق يتيح لك أن تقوم بتحميل الصور المختلفة التي ترغب في عرضها بالإضافة إلى تنزيل مقاطع الفيديو القصيرة و يتيح لك متابعة حسابات الفنانين أو الشخصيات المشهورة التي لديها حساب على الإنستغرام. (ماري، 2015، كيف استخدم الانستغرام).

مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام 2017:

حسب تقرير مواقع التواصل الاجتماعي عام 2017 التابع لمبادرة من شركة كونسبتس، ضمن مشروع سوشال ستوديو الذي بدأ مع نهاية عام 2014 ، بهدف توثيق حالة وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين، ودراسة سلوك الفلسطينيين على هذه الوسائل.

- إقبال الفلسطينيين على مواقع التواصل الاجتماعي الآن أكثر من أي وقت سبق.
- نسبة المستخدمين الذكور لمواقع التواصل الاجتماعي 54% مقابل 56% للنساء.
- يعتبر فيسبوك المنصة الاجتماعية المفضلة من وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 73%، يليه انستغرام بنسبة 59%، ثم سنابشات بنسبة 34%.
- 90% من الأخبار والمستجدات يحصل عليها الناس من مواقع التواصل الاجتماعي.
- 57% من الناس قاموا بالتسوق الإلكتروني في عام 2017 (سواء عبر المواقع الإلكترونية أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي).
- معدل الرد العام للوزارات الفلسطينية على موقع فيسبوك في الضفة الغربية: 48%، أما على الإيميل 10%.
- تبلغ قيمة الإعلانات المدفوعة على فيسبوك 2.17 مليون دولار في الضفة الغربية وقطاع غزة، بنسبة 33% زيادة عن عام 2016.
- وتتراوح نسبة تواجد القطاعات الفلسطينية المختلفة على فيسبوك بين 100%-88%، وتضم قطاعات (شركات الاتصالات، الجامعات، البنوك، المؤسسات الإعلامية، شركات الانترنت، مؤسسات أهلية، كليات، أجهزة أمنية، مؤسسات الإقراض، شركات الأدوية، اتحادات ونقابات، سيارات، فنادق، صحة وجمال، صيدليات) هذه القطاعات نسبة تواجدها 100%.

ثالثاً: العلاقات العامة: مفهومها، وظائفها، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة

مفهوم العلاقات العامة:

اختلف المنظرون في تحديد تعريف واضح ومحدد للعلاقات العامة، ويرى المتخصصون إن وضع تعريف دقيق ومتفق عليه للعلاقات العامة يعد أمراً صعباً، نظراً للتطور السريع الذي يطرأ على العلاقات العامة، ويمكن أن نلقي الضوء على عدد من التعريفات التي تناولت العلاقات العامة:

العلاقات العامة كوظيفة: قد عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها: "الوظيفة المستمرة، والمخططة للإدارة، والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب التفاهم والتعاطف، وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، والحفاظ على استمرارها، وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه والتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة". (جوهر، 1986، ص28)

العلاقات العامة كفن وعلم: "ممارسة العلاقات العامة هي فن وعلم لتحليل الإتجاهات، وتوقع نتائجها ونصح، وإرشاد قادة المنظمات، وتطبيق برامج تنفيذية مخططة، والتي سوف تخدم كلا المنظمة والمصلحة العامة". (سلوم، 2004، ص10)

وظائف العلاقات العامة:

يذهب الخبراء إلى تركيز الأنشطة والأعمال اللازمة لتحقيق الأهداف المخططة للعلاقات العامة في جوانب الإعلامية والاتصالية باعتبارها النشاط الرئيسي للعلاقات العامة، وذلك على النحو التالي: (حسين، 2017، ص101-102)

1. القيام بدور المركز الإعلامي الرئيسي للمنشأة، وقناة الاتصال الرسمية بين المنشأة وجماهيرها.
2. تزويد الجمهور والرأي العام بالحقائق والآراء ذات الدلالة، والتفسيرات التي تجعل الرأي العام على دراية ومعرفة بسياسة المنشأة.
3. القيام بالدراسات والبحوث لتحديد النتائج الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لممارسات المنظمة.
4. فتح قنوات اتصال مع فئات الجماهير المختلفة.
5. التنسيق بين الأنشطة التي تؤثر في علاقة المنشأة بالجماهير العامة أو الخاصة.

أهمية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة:

لقد فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلف، ودفع إلى تغيير عادات، واستبدالها بأخرى أكثر ملاءمة لهذا العصر، وهذا التطور الكبير لم يستثن العلاقات العامة، بل كان في صلب اهتمامها، فبدأت تستجيب لهذه التغيرات، وتتفاعل معها بدرجات متفاوتة حسب الخبرات، والإمكانات، فكان لا بد من اعتماد العلاقات العامة على الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للأنشطة، والفعاليات، والخدمات للمؤسسات الثقافية. وجاءت أهمية اعتماد العلاقات العامة على الإنترنت في الاتصال، لما يتيح لمستخدميه من تفاعل متبادل كالذي ينتجه لهم الاتصال الشخصي، ويمكنهم التحادث، والتراسل في موضوعات مختلفة، وجمع العديد من المعلومات تصب في اهتماماتهم، وفي الوقت نفسه يساعد المؤسسات الثقافية التسويق للسلع التي تنتجها، وترويجها. (ساوي، 2015، ص23).

شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات إلكترونية تعتمد على الإنترنت، وتسمح للمستخدمين بإنشاء حساب خاص، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم ذات الاهتمامات، ومن أشهر الشبكات الفيسبوك، وتويتر، وسنابشات. (هتيمي، 2015، ص43).

يحاول ممارسو العلاقات العامة باستمرار توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكانياتها، ومميزاتها لمواكبة تحديات العصر، وبناء صورة ذهنية حسنة عن

مؤسساتهم تلائم الجمهور، لذلك فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات، والتحديات المعاصرة، للقيام بمهامها على أفضل وجهه. (هتيمي, 2015، ص44).

الفصل الثالث (الإطار العملي)

منهج البحث و إجراءاته

منهج الدراسة :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية ، لكونه الأكثر ملاءمة لطبيعة البحث و أهدافه، لأن الوظيفة الأساسية للدراسات الوصفية التحليلية هي جمع البيانات والمعلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها، ومن ثم الخروج باستنتاجات، حيث سيتم استخدام الاستبانة ومن ثم تحليلها، بغية الوصول إلى النتائج التي عن طريقها يمكن الحصول على البيانات والمعلومات التي تغطي مجال البحث وتجييب على تساؤلاته .

مجتمع الدراسة وعينتها :

تكون مجتمع الدراسة من موظفي العلاقات العامة ومواقع التواصل الاجتماعي في مدينة روابي في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي (2018) تم اختيار عينة عشوائية عددها (50) موظفاً وموظفة و متدرباً ومتدربة، حيث تم توزيع أداة الدراسة على العينة البالغ عددها (50) كما هو موضح في الجدول رقم (1).

الجدول (1): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة (ن=50)

المتغيرات المستقلة	مستويات المتغير	التكرار	النسبة المئوية (%)
النوع	ذكر	29	58
	أنثى	21	42
الفئة العمرية	25-18	34	70
	36-26	14	28
	45-36	1	2
	غير ذلك	1	14.
مكان السكن	مدينة	43	86
	مخيم	-	-
	قرية	3	6
	بلدة	4	8
الدرجة العلمية	دبلوم -متوسط	1	2
	بكالوريوس	45	90
	دبلوم عالي	-	-
	ماجستير	4	8
	دكتوراه	-	-
الدخل الشهري للأسرة	أقل من 1450 شاقلاً	6	12
	1500-2500 شاقلاً	23	46
	2600 -3600 شاقلاً	12	24
	أكثر من 3600 شاقلاً	9	18
المجموع		50	100%

أداة الدراسة:

استخدم فريق البحث أداة الاستبانة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة" مدينة روابي نموذجاً" ، بهدف الحصول على المعلومة الدقيقة، للوصول إلى الأهداف الرئيسية من البحث والإجابة على تساؤلاته.

وتشكلت أداة الاستبانة من ثلاثة أقسام رئيسة هي: المعلومات العامة، استخدام دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي مواقع التواصل الاجتماعي ، وترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة في روابي.

صدق الأداة:

تم التحقق من صدق الاستبانة، وذلك بعرضها على المحكم الدكتور محمد دويكات، وذلك وفق توجيه مشرفة المشروع الدكتورة سمر الشنار، لإبداء رأيه وملاحظاته حول الاستبانة، واقتراح تعديلات بالحذف والإضافة حتى تكونت الفقرات النهائية الملائمة لموضوع البحث والصياغة اللغوية والعلمية.

ثبات الأداة:

للتحقق من ثبات الأداة استخدمت معادلة كرونباخ ألفا لاستخراج الثبات فبلغت نسبته الكلية على فقرات الاستبانة (0.84) وهي نسبة ثبات تؤكد إمكانية استخدام الأداة.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع البيانات تم إدخال بياناتها للحاسب لتعالج بواسطة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وقد استخدمت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية . وباستخدام القياسات التالية :

- مرتفع جداً. (84.2%)
- مرتفع. (84.0%-68.2%)
- متوسط. (68.0%-52.2%)
- منخفض. (52.0%-36.2%)
- منخفض جداً. (36.2%)

الفصل الرابع (عرض النتائج)

نتائج الاستبيان

سينتظر فريق البحث في هذا الجزء من الدراسة إلى النتائج التي خرجت بها أداة الاستبيان في هذا الفصل تمهيداً لربطها بالتساؤلات والفرضيات ، وجاءت النتائج كما يلي :

أولاً : النتائج المتعلقة بالقسم الأول : استخدام دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي

من أجل الإجابة عن هذا السؤال، استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (2)

جدول رقم (2) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للسؤال الأول

رقم الفقرة	الفقرات	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	النسبة النوية	الدرجة
1	استخدام وسائل التواصل الاجتماعية يؤثر ايجاباً في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي.	4.4600	57888.	89.2	مرتفعة جدا
2	أدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الكادر البشري العامل في دوائر العلاقات العامة.	3.3600	87505.	67.2	متوسطة
3	أنهت وسائل التواصل الاجتماعي عصر البيانات الصحفية ووسائل الإعلام التقليدية المستخدمة في عمل العلاقات العامة.	3.4400	8843.	68.8	متوسطة
4	ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الأزمات التي تواجه مدينة روابي.	2.8600	1.04998	57.2	متوسطة
5	عززت وسائل التواصل الاجتماعي وساهمت في إنجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي.	4.3200	20952.	86.6	مرتفعة
6	تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة روابي.	4.1800	77433.	83.6	مرتفعة
7	ساعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي على الانفتاح غير المسبوق على الثقافات والمجتمعات كافة.	4.4600	61312.	89.2	مرتفعة جدا
8	ساعدت وسائل التواصل الاجتماعية في تخفي صعوبة الوصول للمستخدمين والجماهير من المناطق المختلفة.	4.5200	57994.	90.4	مرتفعة جدا
9	تعتمد معظم محاولات مدينة روابي للإفادة من وسائل التواصل الاجتماعي على جهود فردية غير متخصصة.	2.5600	97227.	51.2	منخفضة
10	تستخدم دوائر العلاقات العامة وسائل التواصل الاجتماعي أداة لخدمة الزبائن في مدينة روابي.	4.2400	74396.	84.8	مرتفعة جدا
11	تعرف العلاقات العامة في مدينة روابي عن خدماتها وتربط المستخدمين منها ووسائل التواصل الاجتماعي.	4.0600	71171.	81.2	مرتفعة

مرتفعة	78	88641.	3.9000	تساهم العلاقات العامة في مدينة روابي في تكوين محتوى مناسب لمواقع التواصل الاجتماعي.	12
مرتفعة	84.4	81541.	4.2200	تسهم وسائط التواصل الاجتماعي للنهوض العلاقات العامة في مدينة روابي.	13
مرتفعة	83.2	68094.	4.1600	تعتبر العلاقات العامة في مدينة روابي إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بوسائط التواصل الاجتماعي في ممارسة الأنشطة وتأدية وظائفها.	14
مرتفعة جدا	84.8	55549.	4.2400	ساعدت وسائط التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي في زيادة قدرة روابي على إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية.	15
مرتفعة	81.2	76692.	4.0600	ساهم استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في تحسين جهود العلاقات العامة في علاقاتها مع وسائل الإعلام.	16
مرتفعة	78	97416.	3.9000	تعتبر دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة تجارية رخيصة التكلفة للوصول لجماهيرها.	17
مرتفعة	78.8	84298.	3.9400	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي.	18
مرتفعة	74.4	85809.	3.7200	مكنت مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي من تفادي أزمات محتملة من خلال مراقبة تفاعلردود أفعال الجماهير.	19
متوسطة	56	80812.	2.8000	تعرض وسائط التواصل الاجتماعي عمل العلاقات العامة في مدينة روابي إلى خطر	20

				القرصنة وسرقة المحتوى والانتحال.
مرتفعة	77.6	74615.	3.8800	وجود مشكلات تقنية في وسائط التواصل الاجتماعي قد تعيق عمل العلاقات العامة في مدينة روابي للوصول إلى جماهيرها ونقل المعلومات.
مرتفعة جدا	84.8	74396.	4.2400	هل تعتقد أن الاستعانة بمؤثرين على واقع التواصل الاجتماعي سيدعم عمل العلاقات العامة في مدينة روابي.
مرتفعة	78.1	7392.	4.230	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول أعلاه أن استجابة العاملين في دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لوسائط التواصل الاجتماعي مرتفعة، حيث جاءت استجابة العاملين على سؤال "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي؟" مرتفعة جداً بنسبة (89.2) وبدلالة المتوسط الحسابي (4.4600). ولسؤال "وجود مشكلات تقنية في وسائط التواصل الاجتماعي قد يعيق عمل العلاقات العامة في مدينة روابي للوصول إلى جماهيرها ونقل المعلومات؟" مرتفعة بنسبة (77.6) وبدلالة المتوسط الحسابي (3.880)، وهذا يدل على أن استجابة العاملين في دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة.

جدول رقم (3) التكرارات لاستخدام العلاقات العامة لمدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي

رقم الفقرة	الفقرات	اوافق بشدة	اوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	استخدام وسائل التواصل الاجتماعية يؤثر ايجاباً في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي.	25	23	2	-	-
2	أدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الكادر البشري العامل في دوائر العلاقات العامة.	3	21	18	7	1
3	أنهت وسائل التواصل الاجتماعي عصر البيانات الصحفية ووسائل الإعلام التقليدية المستخدمة في عمل العلاقات العامة.	3	26	11	10	-
4	ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الأزمات التي تواجه مدينة روابي.	1	15	16	12	6
5	عززت وسائل التواصل الاجتماعي وساهمت في إنجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي.	25	16	9	-	-
6	تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة روابي.	17	28	2	3	-
7	ساعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي على الانفتاح غير المسبوق على الثقافات والمجتمعات كافة.	21	26	3	-	-
8	ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في تخطي صعوبة الوصول للمستفيدين والجمهور من المناطق المختلفة.	28	20	2	-	-
9	تعتمد معظم محاولات مدينة روابي للإفادة من وسائل التواصل الاجتماعي على جهود فردية غير متخصصة.	2	6	15	22	5
10	تستخدم دوائر العلاقات العامة وسائل التواصل الاجتماعي أداة لخدمة الزبائن في مدينة روابي.	21	20	9	-	-
11	تعرف العلاقات العامة في مدينة روابي عن خدماتها وتربط المستفيدين منها وسائل التواصل الاجتماعي.	14	25	11	-	-
12	تساهم العلاقات العامة في مدينة روابي في تكوين محتوى مناسب لمواقع التواصل الاجتماعي.	13	23	10	4	-
13	تسهم وسائل التواصل الاجتماعي للنهوض العلاقات العامة في مدينة روابي.	21	21	6	2	-

14	تعتبر العلاقات العامة في مدينة روابي إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بوسائط التواصل الاجتماعي في ممارسة الأنشطة وتأدية وظائفها.	16	26	8	-	-
15	ساعدت وسائط التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي في زيادة قدرة روابي على إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية.	15	32	3	-	-
16	ساهم استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في تحسين جهود العلاقات العامة في علاقاتها مع وسائل الإعلام.	14	27	7	2	-
17	تعتبر دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة تجارية رخيصة التكلفة للوصول لجماهيرها.	16	17	14	2	1
18	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي.	13	24	10	3	-
19	مكنت مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي من تفادي أزمات محتملة من خلال مراقبة تفاعلردود أفعال الجماهير.	7	27	12	3	1
20	تعرض وسائط التواصل الاجتماعي عمل العلاقات العامة في مدينة روابي إلى خطر القرصنة وسرقة المحتوى والانتحال.	1	7	25	15	2
21	وجود مشكلات تقنية في وسائط التواصل الاجتماعي قد تعيق عمل العلاقات العامة في مدينة روابي للوصول إلى جماهيرها ونقل المعلومات.	7	23	8	1	1
22	هل تعتقد أن الاستعانة بمؤثرين على واقع التواصل الاجتماعي سيدعم عمل العلاقات العامة في مدينة روابي.	20	23	6	1	-

يتضح من الجدول أعلاه أن استجابة الموظفين في استخدام دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لوسائط التواصل الاجتماعي مرتفعة حيث جاءت الإجابة على سؤال: "عززت مواقع التواصل الاجتماعي وساهمت في نجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي؟" كالتالي (24) موافق جداً، و(16) موافق وجاءت الاستجابة عن سؤال "هل تعتقد أن الاستعانة بمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي سيدعم عمل العلاقات العامة في مدينة روابي؟" كالتالي (20) موافق جداً و(23) موافق.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالقسم الثاني: ترتيب استخدام دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي :

النسبة	تكرار	ما هي أكثر وسيلة تستخدمها من وسائط التواصل الاجتماعي؟
52%	26	فيسبوك
16%	8	انستجرام
6%	3	سناپشات
24%	12	تويتر
2%	1	لينكد ان
--	-	بينترست
100	50	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن استجابة الموظفين في استخدام الفيسبوك في دائرة العلاقات العامة في روابي كانت الأكثر على الإطلاق حيث بلغت 26، يليها انستجرام ب 12 إجابة، ثم سناپشات ب 8، ويليه تويتر ب 3، إجابات وأخيراً لينكد إن إجابة واحدة فقط .

الفصل الخامس (مناقشة النتائج)

ربط النتائج بالتساؤلات:

أكدت نتائج الاستبيان أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعية يؤثر إيجاباً في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي بنسبة 89.2%، وهي نسبة مرتفعة جداً.

وأشارت النتائج إلى أن وظيفة العلاقات العامة في مدينة روابي تعتبر إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بمواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة الأنشطة وتأدية وظائفها بدرجة 83.2%، وهذا يجيب عن السؤال الأول للدراسة والذي ينص على: "إلى أي مدى يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في عمل جهاز العلاقات العامة في روابي"

كما أشارت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في تقليل الكادر البشري العامل في دوائر العلاقات العامة بنسبة 67.2% وهي نسبة متوسطة، وهذا يجيب عن السؤال الثاني للدراسة والذي ينص على: "هل أدى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي الاستغناء أو تقليل الكادر البشري الموجود في روابي"

كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انهاء عصر البيانات الصحفية، ووسائل الإعلام التقليدية المستخدمة في عمل العلاقات العامة بنسبة 68.8%، وهي درجة متوسطة، وساهمت كذلك في تقليل الأزمات التي تواجه مدينة روابي بنسبة 57.2% وهي نسبة متوسطة.

أما عن أبرز الشبكات الاجتماعية التي يمكن توظيفها للقيام بعمل العلاقات العامة فهي فيسبوك بنسبة 52%، يليه انستجرام بنسبة 24%، يليه سنابشات بنسبة 16%، ومن ثم تويتر بنسبة 6%، وأخيراً لينكد إن بنسبة 2%. وهذا يجيب عن التساؤل الثالث للدراسة والذي ينص على: "أبرز الشبكات الاجتماعية التي يمكن توظيفها للقيام بعمل العلاقات العامة".

أما عن السؤال الأخير للدراسة والذي ينص على: "ما الفوائد التي تعود على روابي، وعلى المستخدم عند توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة" أشارت النتائج كما يلي:

عززت مواقع التواصل الاجتماعي وساهمت في إنجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي، بدرجة مرتفعة وصلت إلى 86.6%، كما ساهمت في تحسين الصورة الذهنية لروابي بدرجة مرتفعة كذلك وصلت إلى 83.6%. كما ساعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي على الانفتاح غير المسبوق على الثقافات والمجتمعات كافة بنسبة مرتفعة جداً وصلت إلى 89.2%، وساعدت في تخطي صعوبة الوصول للمستفيدين والجمهور من المناطق المختلفة بدرجة مرتفعة جداً وصلت إلى 90.4%.

وأشارت النتائج إلى أن دوائر العلاقات العامة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أداة لخدمة الزبائن في مدينة روابي بشكل كبير، إذ وصلت الاستجابة على هذه الفقرة إلى 84.8%، كما تعرف العلاقات العامة في مدينة روابي عن خدماتها وترتبط المستفيدين منها بمواقع التواصل الاجتماعي، بدرجة 81.2% وهي درجة مرتفعة كذلك.

وبينت النتائج أن العلاقات العامة في مدينة روابي تساهم في تكوين محتوى مناسب لمواقع التواصل الاجتماعي، بدرجة 78%، وذلك ساهم في نهوض العلاقات العامة في روابي بدرجة 84.4%.

وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي في زيادة قدرة روابي على إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية بدرجة وصلت إلى 84.8% وهي درجة مرتفعة جداً.

كما ساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين جهود العلاقات العامة في علاقاتها مع وسائل الإعلام بدرجة مرتفعة وصلت الى 81.2% .

ومن جهة أخرى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي بدرجة مرتفعة وصلت الى 78%.

كما مكنت مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي من تفادي أزمات محتملة من خلال مراقبة تفاعل وردود أفعال الجماهير بدرجة مرتفعة وصلت الى 74.4%.

وأظهرت النتائج أن دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تجارية رخيصة التكلفة للوصول لجماهيرها بنسبة 78%، كما تعرّض مواقع التواصل الاجتماعي عمل العلاقات العامة في مدينة روابي إلى خطر القرصنة وسرقة المحتوى والانتحال بدرجة متوسطة تصل إلى 56%.

وأكدت نتائج هذه الدراسة على أنه في حال وجود مشكلات تقنية في مواقع التواصل الاجتماعي قد تعيق عمل العلاقات العامة في مدينة روابي للوصول إلى جماهيرها، ونقل المعلومات بدرجة مرتفعة وصلت الى 77.6%، وأن الاستعانة بمؤثرين على واقع التواصل الاجتماعي سيدعم عمل العلاقات العامة في مدينة روابي بدرجة مرتفعة تصل إلى 84.8%.

ربط النتائج بالفرضية:

تنص فرضية الدراسة على أن استخدام روابي لمواقع التواصل الاجتماعي يسهم في تعزيز دور دائرة العلاقات العامة والنهوض بها. وهذا ما أثبتته نتائج الاستبانة، حيث أن نسبة 89.2% صوتت على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجاباً في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي، وهي نسبة مرتفعة جداً، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي بدرجة مرتفعة وصلت إلى 78%. كما أن مواقع التواصل الاجتماعي عززت وساهمت في إنجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي، وهذا ما ظهر أيضاً في الاستبانة بنسبة مرتفعة جداً.

النتائج :

- 1- يساهم استخدام العلاقات العامة في مدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية عنها.
- 2- يساهم استخدام العلاقات العامة في مدينة روابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تخطي العديد من الأزمات.
- 3- يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الجمهور من التعرف إلى مدينة روابي وخدماتها بشكل أفضل.
- 4- يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي العلاقات العامة في مدينة روابي من تعزيز علاقاتها مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- 5- يشكل خطر الاحتيايل والتلاعب على مواقع التواصل الاجتماعي تهديداً لصورة روابي بدرجة متوسطة تصل 52% .
- 6- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين جهود دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي.
- 7- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي .

التوصيات :

- 1- الاستعانة بمؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لروابي لتحسين صورتها الذهنية.
- 2- حماية محتوى مواقع التواصل الاجتماعي لمدينة روابي من الاحتيايل، ومراقبته بشكل مستمر.
- 3- تدريب القائمين على العلاقات العامة في روابي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الترويج.
- 4- تطوير العلاقات العامة في روابي من خلال عقد الدورات المتقدمة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بأكثر الطرق فاعلية.
- 5- متابعة التغذية الراجعة من مواقع التواصل الاجتماعي لمدينة روابي وأخذها بعين الاعتبار.
- 6- ضرورة الاهتمام بالمحتوى، ونوعيته، وطرح كل ما هو جديد لرفع تفاعل الجمهور وزيادته.
- 7- التركيز على فكرة (vlog)، video blog، كأداة لربط الجمهور بمدينة روابي بطريقة غير مباشرة.

الملاحق:

ملحق (1):



جامعة النجاح الوطنية
كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية
قسم العلاقات العامة والاتصال

بحث حول دور مواقع التواصل الإجتماعي في عمل العلاقات العامة
" مدينة روابي نموذجاً".

عزيزي اتي الموظف(ة)،،،

يضع فريق البحث(زينة باكير، سيما جبر)بين أيديكم هذا الاستبيان،وهو جزء من مشروع تخرج الطالبتين؛ لنيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة والاتصال، التابعة لكلية الاتصال والعلوم الاجتماعية، من جامعة النجاح الوطنية، بإشراف د. سمر الشنار للفصل الدراسي الثاني 2017 - 2018، في محاولة للوقوف على مدى مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي في أداء العلاقات العامة في مدينة روابي، سواء في بلديتها أو مدارسها، أو الشركات الموجودة فيها، لقياس مدى مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي في أداء العلاقات العامة فيها ، راجين منكم تعبئة النموذج أدناه مع العلم أن اجاباتكم ستستخدم فقط لأغراض الدراسة.

أولاً: المعلومات وليبيانات الشخصية

نرجو وضع دائرة حول رقم الإجابة

النوع:

1. أنثى 2. ذكر

الفئة العمرية:

1. 18-25 2. 26-35 3. 36-45 4. غير ذلك (حدد/ي)

مكان السكن:

1. مدينة 2. بلدة 3. قرية 4. مخيم

الدرجة العلمية:

1. دبلوم (متوسط) 2. بكالوريوس 3. دبلوم عالي 4. ماجستير 5. دكتوراه
6. غير ذلك

الدخل:

1. أقل من 1450 شاقلا 2. من 1500-2500 شاقلا 3. من 2600-3600 شاقلا 4. أعلى من 3600 شاقلا

ثانياً : استخدام دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي لوسائط التواصل الاجتماعي

نرجو وضع إشارة (X) في المربع الذي ينطبق عليك من حيث درجة الرضا:

السؤال	-1- أوافق بشدة	-2- أوافق	-3- محايد	-4- معارض	-5- معارض بشدة
1 - استخدام وسائط التواصل الاجتماعي يؤثر ايجابيا في عمل العلاقات العامة في مدينة روابي؟					
2 - أدى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي إلى تقليل الكادر البشري العامل في دوائر العلاقات العامة؟					
3 - أنهت وسائط التواصل الاجتماعي عصر البيانات الصحفية ووسائل الإعلام التقليدية المستخدمة في عمل العلاقات العامة؟					
4 ساهمت وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة الأزمات التي تواجه مدينة روابي؟					
5 - عززت وسائط التواصل الاجتماعي وساهمت في نجاح حملات العلاقات العامة في مدينة روابي؟					

-5- معارض بشدة	-4- معارض	-3- محايد	-2- أوافق	-1- أوافق بشدة	السؤال
					6 -تسهم وسائط التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة روابي؟
					7 - .ساعد ظهور وسائط التواصل الاجتماعي على الانفتاح غير المسبوق على الثقافات والمجتمعات كافة؟
					8- ساعدت وسائط التواصل الاجتماعية في تخطي صعوبة الوصول للمستفيدين والجمهور من المناطق المختلفة؟
					9 - معظم محاولات مدينة روابي للإفادة من وسائط التواصل الاجتماعي تعتمد على جهود فردية غير متخصصة؟
					10 – تستخدم دوائر العلاقات العامة وسائط التواصل الاجتماعي أداة لخدمة الزبائن في مدينة روابي؟
					11 - تعرف العلاقات العامة في مدينة روابي عن خدماتها و تربط المستفيدين منها وسائط التواصل الاجتماعي؟
					12 - تساهم العلاقات العامة في مدينة روابي في تكوين محتوى مناسب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

					السؤال
-5- معارض بشدة	-4- معارض	-3- محايد	-2- أوافق	-1- أوافق بشدة	
					13 - تسهم وسائط التواصل الاجتماعي في النهوض بعمل العلاقات العامة العامة في مدينة روابي؟
					14 - تعتبر العلاقات العامة في مدينة روابي إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بوسائط التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطتها وتأدية وظائفها؟
					15 - ساعدت وسائط التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي في زيادة قدرة روابي على إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية؟
					16 - ساهم استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في تحسين جهود العلاقات العامة في علاقتها مع وسائل الإعلام؟
					17 - تعتبر دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة تجارية رخيصة التكلفة للوصول لجماهيرها؟
					18 - ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توفير تغذية راجعة في الوقت الفعلي لموظفي العلاقات العامة في مدينة روابي؟

-5- معارض بشدة	-4- معارض	-3- محايد	-2- أوافق	-1- أوافق بشدة	السؤال
					19 - مكنت مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة في مدينة روابي من تفادي أزمات محتملة من خلال مراقبة تفاعل وردود أفعال الجمهور؟
					20 - تعرض وسائط التواصل الاجتماعي عمل العلاقات العامة في مدينة روابي الى خطر القرصنة وسرقة المحتوى والانتحال؟
					21- وجود مشكلات تقنية في وسائط التواصل الاجتماعي قد يعيق عمل العلاقات العامة في مدينة روابي للوصول الى جماهيرها ونقل المعلومات؟
					22 - هل تعتقد أن الإستعانة بمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي سيدعم عمل العلاقات العامة في مدينة روابي؟

23- ما هي أكثر وسيلة تستخدمها من وسائط التواصل الاجتماعي؟

رتبها\ببها من فضلك حسب الأفضلية بالنسبة لك علماً بأن رقم 1- هو الأكثر أهمية ورقم 6 هو الأقل أهمية

	فيسبوك
	انستجرام
	سنايشات
	تويتر
	لينكد ان
	بينترست

* هل ترغب /ترغبين في إضافة ملاحظات أخرى لتعزيز استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة لمدينة روابي:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

نشكر لكم تعاونكم

الملحق (2):

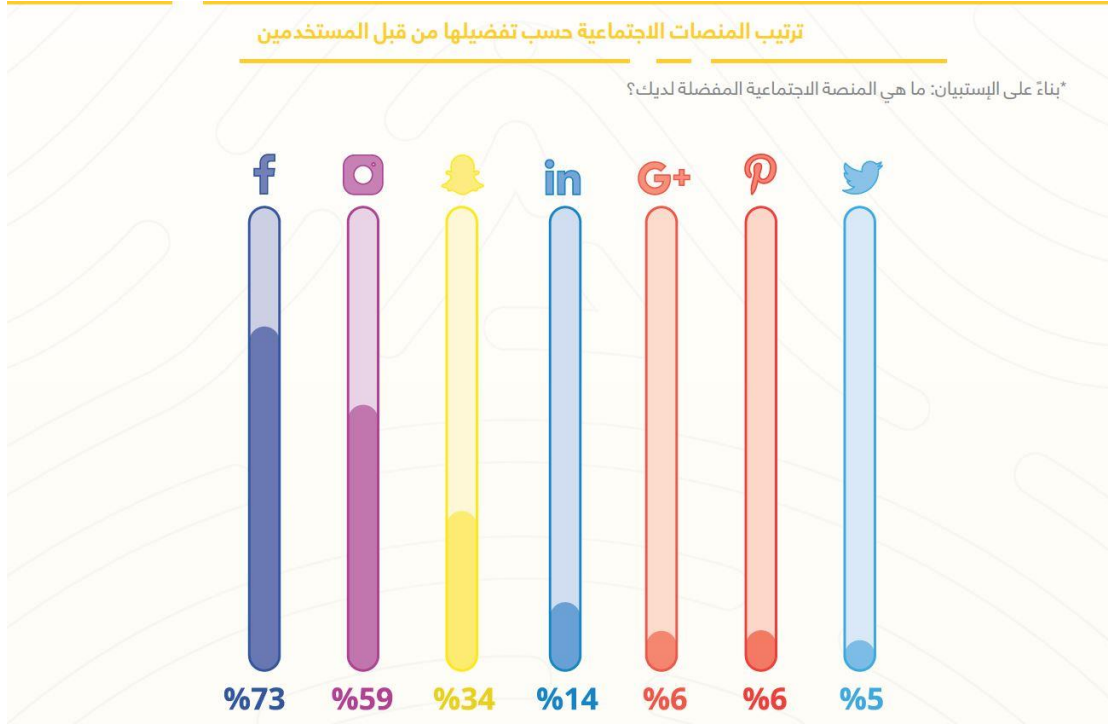
النسب التي تم انتقاؤها من تقرير مواقع التواصل الاجتماعي 2017

ما هي مصادر الأخبار والمستجدات اليومية؟

*بناءً على الاستبيان:



نسبة 90% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على هذه المواقع كمصدر للمستجدات والأخبار.



ترتيب المنصات الاجتماعية حسب تفضيلها من قبل المستخدمين

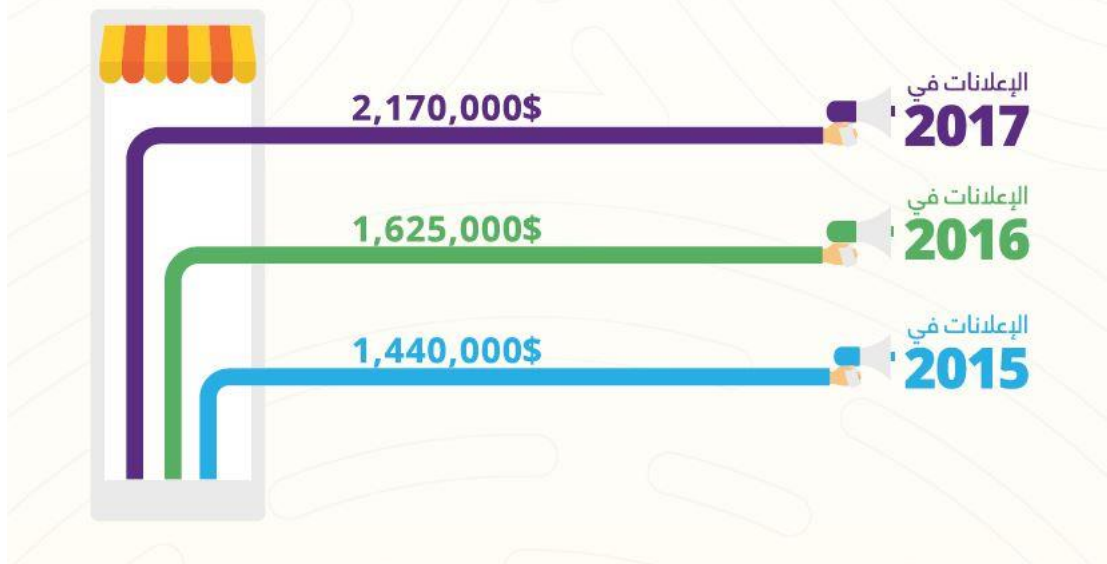
الإنفاق على إعلانات فيسبوك في فلسطين 67*



2.17 مليون دولار قيمة الإعلانات المدفوعة على فيسبوك في الضفة الغربية وقطاع غزة

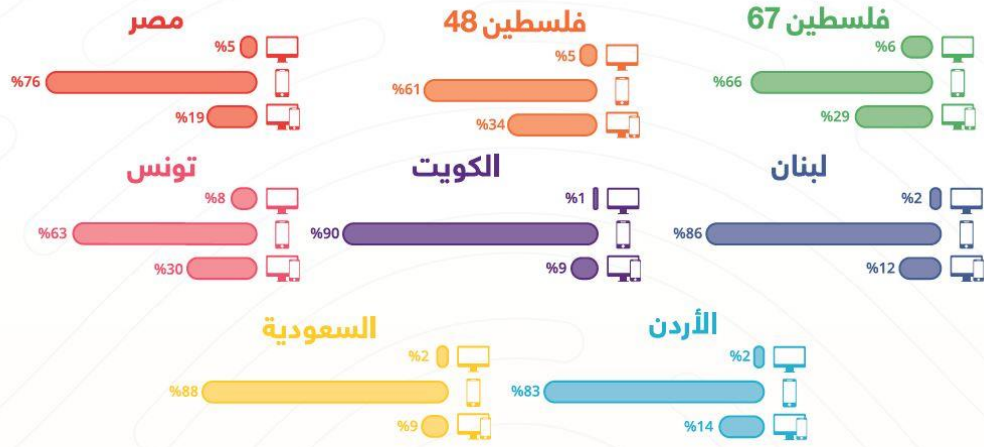
زيادة الإنفاق بنسبة 33% في عام 2017 عن العام الذي سبقه، حيث بلغت قيمة الإعلانات المدفوعة على فيسبوك 2.17 مليون دولار

الزيادة السنوية في الإنفاق على إعلانات فيسبوك**



مقارنة بين الإنفاق على إعلانات فيسبوك عام 2017، و2016، و2015

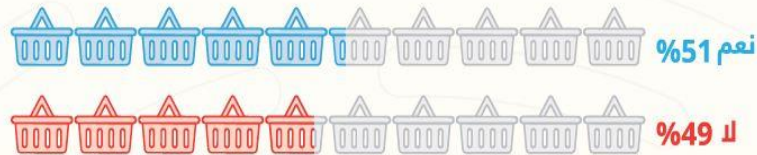
نسبة استخدام الأجهزة والهواتف النقالة في الوصول إلى فيسبوك¹⁴



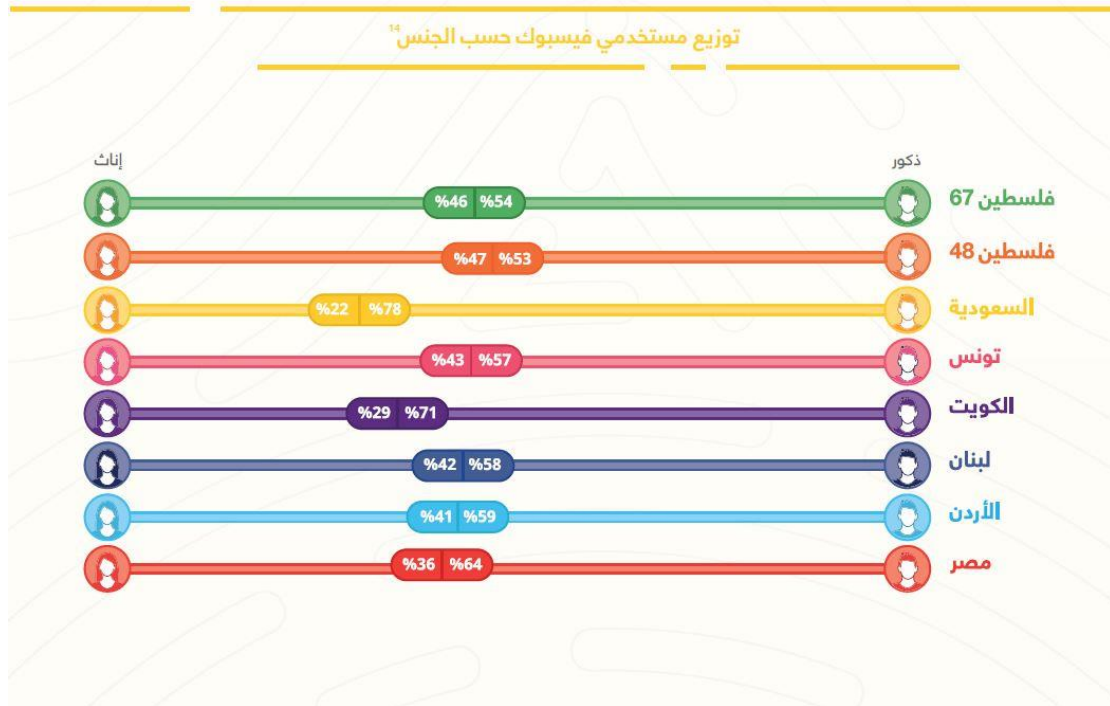
نسبة استخدام الأجهزة والهواتف في الوصول إلى فيسبوك 66%

هل قمت بالتسوق عبر الإنترنت خلال 2017 (مواقع إلكترونية، صفحات فيسبوك أو غيرها):

*بناءً على الاستبيان:

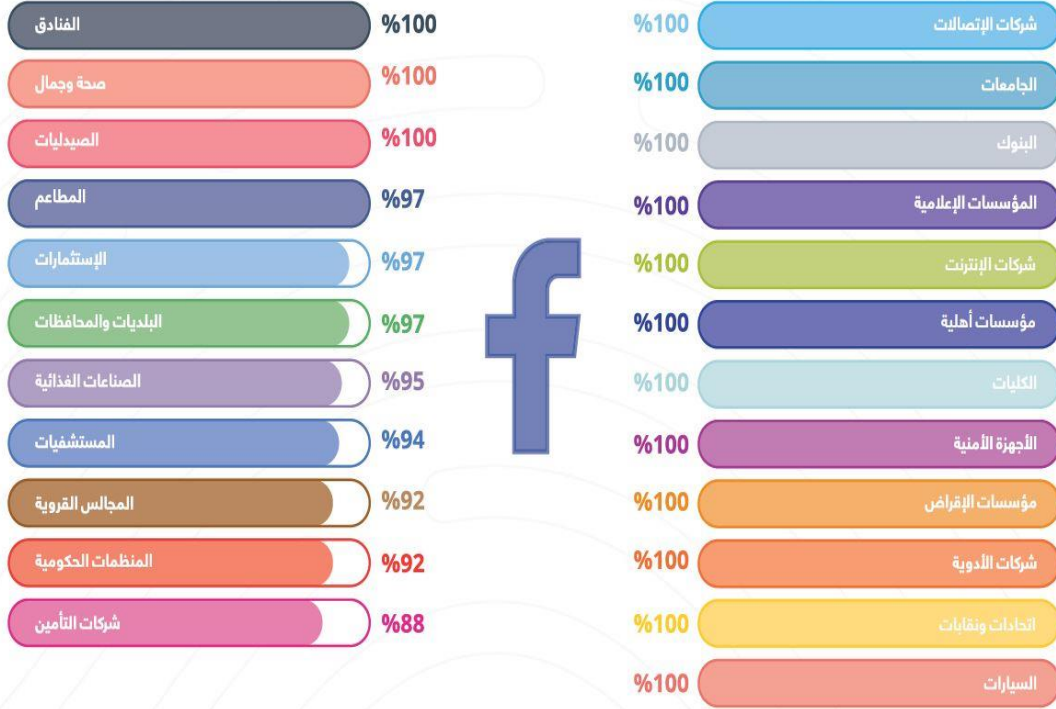


نسبة المتسوقين عبر الإنترنت 51% من العينة



توزيع مستخدمي فيسبوك حسب الجنس

نسبة تواجد القطاعات الفلسطينية المختلفة على فيسبوك



نسبة تواجد القطاعات الفلسطينية المختلفة على فيسبوك

معدل عدد المتابعين لحسابات المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي



الأرقام بالأعلى تعبر عن متوسط عدد المتابعين للمؤثرين كأفراد على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي

معدل عدد المتابعين لحسابات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

فريق العمل



تامر الأغبر

فيديو وبيانات متحركة



محمد ياسين

إشراف فني
وتصميم جرافيكي



حسان جدة

بحث وإشراف عام



فنتينا شولي

بحث وتحليل بيانات



محمد خليل

بحث وتحليل بيانات



إياس جبر

بحث وتحليل بيانات



أنوار عفانة

بحث



هديل حسين

مراجعة وتدقيق

فريق عمل تقرير مواقع التواصل الاجتماعي

المراجع:

المراجع العربية:

1. عماد أبو الفتوح. (2016). دور السوشال ميديا في ثورات الربيع العربي <https://goo.gl/MSNpeX>
2. جودت عطوي. (2009). أساليب البحث العلمي ط10 عمان:الدار العلمية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع.
3. عمر حميدان. (2013). مواقع التواصل الاجتماعي ماهي ومتى بدأت؟ <https://goo.gl/NhtPQE>
4. معجم المعاني الجامع. (2010). القاهرة: موقع المعاني
5. البكري، فؤادة عبد المنعم. (2004). العلاقات العامة في المنشآت السياحية، القاهرة للنشر.
6. محمد جوهر. (1986). دور العلاقات العامة في التنمية.
7. د.عبدالعزیز شرف. (1989). المدخل لوسائل الاتصال، القاهرة. دار الكتاب المصري.
8. المعجم الغني. (2010). القاهرة، موقع المعاني.
9. محمد المنصور. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب، مجلس كلية الآداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك.
10. عاطف على العبد. (1997) مدخل الاتصال والراى العام، القاهرة، دار الفكر.
11. المعجم الغني. (2010). القاهرة، موقع المعاني.
12. محمد بدره، (2009). موسوعة التعليم والتدريب.
13. عمر أحمد عبد الرسول. (2017). فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية، كلية الإعلام جامعة غرب كردفان- السودان.
14. حسن نيازي، (2016). تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال.
15. منال محمد مراد. (2016). تأثير الإعلام الجديد على ممارسة العلاقات العامة. دار المنظومة للنشر
16. عبد الباسط أحمد هاشم (2014). استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة : دراسة من منظور ممارسي العلاقات العامة في العالم العربي، الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
17. أحمد عرابي ترك و أ. هشام سكيك. (2013). دور العلاقات العامة في تعزيز التفاعل بين الطلبة الجامعيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وسبل تفعيله، الجامعة الإسلامية غزة.
18. هشام فتحي أبو شعالة. (2010). تقنيات الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها العلاقات العامة : دراسة ميدانية على مجموعة من المؤسسات الليبية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
19. زهير علي أمين. (2007). أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة، دراسة على هيئة الجمارك السودانية.
20. حاتم علي الصالحي. (2018). العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية.
21. الدكتور سمير محمد حسين. (2015). العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات العملية.

22. الدكتور كامل خورشيد مراد. (2014). الاتصال الجماهيري والاعلام.
23. عبد الباري درة. ونبيل المجالي. (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحى نظامي واستراتيجي عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
24. لارا عبيات. (2016). مدينة روابي الفلسطينية. <https://goo.gl/2bjdDT>
25. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية.
26. عباس مصطفى صادق (2008) الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات.
27. مها عبد المجيد. (2013). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة المخدرات، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب.
28. زاهر رامي. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية. ع 15. جامعة عمان الأهلية. عمان.
29. مهتاب نصر. (2010). "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية. العدد 13446.
30. سمير حسين. (1976). بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، ط1. القاهرة: عالم الكتب.
31. سليمة رابحي. (2012). الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية. ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي.
32. حلمي خضر ساري. (2008) تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول والثاني.
33. عبير أبو عياش. (2016). تعريف اليوتيوب. <https://goo.gl/LwWcQv>
34. شرين طقطقة. (2016) ما هو السناشات <https://goo.gl/6Q11R2>
35. ماري. (2015) كيف استخدم الانستجرام <https://goo.gl/HJvqYm>
36. شركة كونسبتس. (2017). تقرير مواقع التواصل الاجتماعي. <https://goo.gl/z9yrnL>
37. محمد جوهر. (1986). " دور العلاقات العامة في التنمية". ط1. دار الشؤون الثقافية العامة. بغداد.
38. سلوم الياس. (2004). "دليل العلاقات العامة". ط1. دار الفجر للنشر و التوزيع. القاهرة
39. ساوي حلمي. (2005). " دراسة في التواصل الاجتماعي". ط1. دار جهاد للنشر. عمان
40. د. محمود هتمي. (2015). "العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي". ط1. دار أسمة للنشر. عمان.
41. عادل امينة و هبة خليفة. (2013). الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع التواصل الاجتماعي. <https://goo.gl/rVGQA6>
42. الدوي، (2014). شبكات التواصل الاجتماعي
43. سمير حسين. (2017). العلاقات العامة الأسس العلمية و التطبيقات العملية.

44. Benjamin Hale. (2015). The history of social media: social networking evolution. <https://goo.gl/u3u4Qi>
45. Mesheel Vansoon, (2010). Facebook and the invasion of technological communities.
46. Margaret Rouse, (2017).social networking, Retrieved 18-7-2017.<https://goo.gl/wkiGPw>.
47. James E. Grunig, (1984). Four Models of Public Relations.
48. Harriet sharewood. (2016). the long road to Rawabi) Palestine's first <https://goo.gl/JcaXFo>planned city.
49. Edrost, T. (2014) Trust and self-disclosure in the context of computer mediated communication, Master's Thesis, The Graduate School of Social Sciences. Middle East Technical University.
50. Nusir. S. et al, (2012), Studying the impact of using multimedia interactive programs at children ability to learn basic math skills, Acta Didactica Napocensia.
51. McMillan. S.J. & Hwang.T.(2002), Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents and systems> In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds). Handbook of New Media. 2ed. London.
52. Mary bellis. (2017). The History of Facebook and How It Was Invented. <https://goo.gl/NNngHR>