

الاسم	الرقم الجامعي	المادة	العام
نواف تركي المريبط	232000733	قضايا بحثية ٢	2024

قضايا بحثية ٢

التكليف السادس

العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في
تشكيل الصورة الذهنية في القطاع الحكومي
والخاص
(دراسة ميدانية)

المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا
الإتصال - العدد العاشر يوليو - ديسمبر
2020

تقييم الأساليب الإحصائية أو النوعية التي تم استخدامها

- اعتمدت الدراسة على أساليب إحصائية ووصفية متنوعة لتقييم مدى تأثير العلاقات العامة الإلكترونية على تشكيل الصورة الذهنية للقطاعين الحكومي والخاص.
 - الأساليب الإحصائية الوصفية
 - اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقاييس الإحصائية لتوصيف البيانات، وقدمت نظرة تفصيلية حول علاقة استخدام الوسائط التكنولوجية بأداء العلاقات العامة. تضمنت هذه المقاييس:
 - ✓ النسب المئوية والتكرارات؛ استخدمت لعرض البيانات المتعلقة بمدى استخدام الوسائط التكنولوجية، حيث عرضت تواتر استخدام هذه الوسائط في القطاعين. تعد النسب والتكرارات أدوات فعالة لتوضيح الاتجاهات والأنماط بين العينة المدروسة، كما قدمت صورة واضحة وسهلة القراءة للبيانات الأساسية، مما سهّل على القارئ فهم الأبعاد المختلفة للمتغيرات وتوزيعاتها داخل القطاعين.
 - ✓ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري مثل المتوسط الحسابي الأداة الأساسية لقياس درجة تفاعل العاملين مع الوسائط الرقمية، فيما عكس الانحراف المعياري مستوى تشتت أو تباين استجابات المشاركين. عززت هذه المقاييس من وضوح الرؤية حول مستويات الأداء المتفاوتة، وبيّنت كيف يمكن أن يؤدي الاعتماد على التكنولوجيا إلى تحسين الأداء، مع مراعاة التنوع في استجابة العاملين.
-

تقييم الأساليب الإحصائية أو النوعية التي تم استخدامها

- معاملات الارتباط واختبارات الفروق

• اعتمدت الدراسة أيضا على معامل ارتباط سبيرمان واختبارات كاي ومان وتني، والتي ساعدت في تقييم العلاقات بين المتغيرات الرئيسية. وسنوضح دور كل منها:

✓ معامل سبيرمان للارتباط حيث استخدم لقياس مدى العلاقة بين المتغيرات، خصوصا العلاقة بين مستوى استخدام الوسائط التكنولوجية في العلاقات العامة وتأثيرها على تحسين الصورة الذهنية. أسفر التحليل عن نتائج توضح وجود علاقة ارتباطية ضعيفة، مما أظهر أن الوسائط الإلكترونية وحدها قد لا تكون العامل الوحيد المؤثر في تشكيل الصورة الذهنية. هذا التحليل يشير إلى أهمية دراسة عوامل أخرى مكملتها قد تساهم في تحسين الصورة الذهنية، مثل مهارات الاتصال لدى العاملين.

✓ اختبار كاي-تربيع حيث استخدم لتحديد العلاقة بين نوع المؤسسة (حكومي أو خاص) ومدى الاعتماد على الوسائط الإلكترونية. ساعد هذا الاختبار في الكشف عن وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين القطاعين الحكومي والخاص فيما يتعلق بالاعتماد على الوسائط التكنولوجية لتحقيق الأهداف المؤسسية. قدم هذا التحليل دليلا على أن القطاع الخاص قد يكون أكثر استعدادا لتبني التكنولوجيا مقارنة بالقطاع الحكومي، وهو ما يعزز فهم الاختلافات الثقافية والهيكلية بين القطاعين.

تقييم الأساليب الإحصائية أو النوعية التي تم استخدامها

- معاملات الارتباط واختبارات الفروق

• اعتمدت الدراسة أيضا على معامل ارتباط سبيرمان واختبارات كاي ومان وتني، والتي ساعدت في تقييم العلاقات بين المتغيرات الرئيسية. وسنوضح دور كل منها:

✓ اختبار مان وتني حيث استخدم لمقارنة الفروق بين القطاعين الحكومي والخاص في تحسين الصورة الذهنية. أظهرت النتائج فروقا إحصائية واضحة لصالح القطاع الخاص، مما يعني أن هناك اختلافا ملحوظا في الكفاءة بين القطاعين في استخدام الوسائط التكنولوجية لتشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور. ويشير هذا الاختبار إلى أن القطاع الخاص قد يمتاز بنهج أكثر فعالية في العلاقات العامة الإلكترونية، نظرا لدافعه نحو الربح واحتياجه لتحسين الصورة الذهنية.

تقييم الأساليب الإحصائية أو النوعية التي تم استخدامها

- التقييم النوعي

✓ على الرغم من الطابع الكمي للدراسة، إلا أن تحليل البيانات لم يغفل الجانب النوعي، حيث اعتمد الباحث على تحليل محتوى استمارات الاستقصاء، واستخدم آراء المحكمين المتخصصين في المجال الإعلامي لضمان صدق الأداة، بالإضافة إلى إجراء اختبارات الثبات للتحقق من استقرار البيانات وقابليتها للتكرار.

١ لمرجع

.خليفة, ه. ط. (2021)
العلاقات العامة
الإلكترونية ودورها في
تشكيل الصورة الذهنية
في القطاع الحكومي
والخاص (دراسة ميدانية)
RETRIEVED FROM
FILE:///C:
/USERS/DR.AMR%2
0SAMY/DESKTOP/%
D9%86.PDF



THANK YOU

