

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
برنامج ماجستير الإعلام الرقمي

أساليب تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة
دراسة ميدانية بالمؤسسات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية

Methods of Organizing and Managing Digital Events from the Perspective of Public
Relations Practitioners
A Field Study in Government and Private Institutions in the Kingdom of Saudi Arabia

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الماجستير في كلية الإعلام والاتصال في جامعة ميدأوشن

إعداد
أ/ محمد الرشود
221002569

أ/ عايض العتيبي
221002003

أ/ أحمد شرعبي
221001898

تحت إشراف
الدكتورة / مهيتاب ماهر الراجحي

الفصل الدراسي الثاني
١٤٤٤ - ٢٠٢٣

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جدول المحتويات

المقدمة :	١٠
مشكلة الدراسة :	١١
أهداف الدراسة :	١١
أهمية الدراسة :	١٢
الدراسات السابقة :	١٢
عرض البيانات وتحليلها	٢٤
عرض البيانات وتحليلها:	٢٩
حجم معرفة دور العلاقات العامة في إدارة الفعاليات الرقمية :	٣٠

قائمة الجداول

الجدول ١ العلاقات العامة ونشر الإعلانات العامة عبر وسائل الإعلام المختلفة.....	٢٥
الجدول ٢ توزيع نشرات تعريفية.....	٢٥
الجدول ٣ مدى تنظيم لقاءات إرشادية للإدارة الأخرى والعاملين بها.....	٢٥
الجدول ٤ مدى قيام إدارة العلاقات العامة بالدور المكلف به تجاه استقطاب عملاء جدد.....	٢٥
الجدول ٥ دور العلاقات العامة في المؤسسات بالتواصل الخارجي الفعال.....	٢٦
الجدول ٦ دور العلاقات العامة بتنظيم العلاقات المحلية والدولية.....	٢٦
الجدول ٧ دور العلاقات العامة بالمستوى الفردي بنشر الإعلانات الخاصة عبر وسائل الإعلام.....	٢٦
الجدول ٨ دور العلاقات العامة بتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو المنظمة.....	٢٦
الجدول ٩ دور العلاقات العامة بالعمل التطوعي.....	٢٧
الجدول ١٠ دور العلاقات العامة تحفيز بيئة العمل.....	٢٧
الجدول ١١ دور العلاقات العامة بناء الثقة للمنظمة.....	٢٧
الجدول ١٢ إدارة الفعاليات للموظفين وتكريمهم.....	٢٧
الجدول ١٣ العلاقات العامة لها دور فعال في الرأي العام داخل المؤسسة.....	٢٧
الجدول ١٤ العلاقات العامة تدعم التحول الرقمي.....	٢٨
الجدول ١٥ العلاقات العامة لها دور كبير في ربط الشراكات المحلية والدولية بشكل أسرع.....	٢٨
الجدول ١٦ دور كبير في اتخاذ القرار في الهيكل التنظيمية.....	٢٨
الجدول ١٧ العلاقات العامة تواكب مع التطور لتتنشئ تواصلاً أقوى من خلال الإعلام الرقمي.....	٢٨
الجدول ١٨ العلاقات العامة أصبحت تتعامل مع الأزمان بحلها رقمياً وبشكل أسرع.....	٢٩
الجدول ١٩ العلاقات لها دور كبير في التقرير السنوي للمنظمة.....	٢٩
الجدول ٢٠ العلاقات العامة توفر طاقم عمل.....	٢٩
الجدول ٢١ مجموع العينة.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.

ملخص الدراسة باللغة العربية:

عنوان الدراسة: أساليب تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة

دراسة ميدانية بالمؤسسات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية حيث تحدث الباحث عن دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة وطريقة تفعيل التحول الرقمي تجاه الفعاليات، ولماذا تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالفعاليات الرقمية؟ وكيف بدأت الفعاليات؟ وعلى ماذا تطورت؟ وإلى أين أصبحت في الوقت الحالي؟ ومن خلال الدراسة أصبح دور العلاقات العامة مهماً جداً في أي فعالية تقام لتنظيمها وإدارتها والتواصل مع الجهات المسؤولة لإحياء الفعالية بشكل محترف وأمني والممارسات الصحية داخل المكان وإدارة الحشود وهي من أهم الأساسيات المطلوبة في الفعالية لأجل التدافع وإدارة المرافق بالشكل الصحيح والممارسات الصحية ودور المملكة العربية السعودية بتغيير مفهوم جائحة كورونا داخل المنزل ودعم التطبيقات الرقمية والاستفادة منها وخلق آلية التواصل والوصول إلى الجمهور المستهدف وجعل العائلة أكثر تواصلاً وما استحدثت من مناسبات رقمية مثل الزواجات خلال كورونا والاجتماعات السياسية وكيفية نقلها على الهواء والأخبار الدولية والتعليم بالمملكة وكيف أصبح من منصة واحدة، بل البعض من الجامعات استخدم بعض التطبيقات الرقمية لحفل الخريجين وكلمة الخريجين لجميع الطلاب وكان التواصل بشكل رقمي لحضور الفعالية وكذلك العوائل في مواسم العيد واستخدامهم للتطبيقات بشكل صحيح لإنشاء الفعالية والتبريكات في العيد لكل عائلة وطريقة تواصلها دون الشعور بهذه الجائحة وكذلك قامت حكومتنا الرشيدة بدعم وإنشاء التطبيقات الحكومية مثل تطبيق نسك واعتمرنا والتي سهلت للحجاج والزائرين لبيت الله الحرام والمسجد النبوي والجهات الحكومية تنظيم وإدارة فعالية الحج والعمرة بأمان أكثر وإدارة الحشود باختيار الوقت المناسب لأداء المناسك، وكذلك الدوائر الحكومية الأخرى مما سهل التواصل والإنجاز من بين المستفيدين ومقدمي الخدمات دون ازدحام أو الزيارة بغرض الحصول على المطلوب.

والآن فإن جميع مناطق الترفيه بالمملكة العربية السعودية مرتبطة بوجود العلاقات العامة لإدارة الفعالية بشكل رقمي حيث تم تطويرها وبناء الأساسيات لاستخدامها بشكل أسهل وأسرع وأكثر أماناً وتم إنشاء استبيان لاستطلاع الرأي وبيّن ذلك أهمية وجود العلاقات العامة في هذا الصعيد ولأهمية وجودها تمت كتابة هذه الدراسة لمفهوم العلاقات العامة ودورها الفعال في إدارة الفعاليات الرقمية.

Title: Methods of Organizing and Managing Digital Events
from the Perspective of Public Relations Practitioners
A Field Study in Government and Private Institutions in the
Kingdom of Saudi Arabia

This study examines the role of public relations in government and private institutions and explores the methods of digital transformation in relation to events. It investigates why social media platforms have been used in digital events, how these events have evolved over time, and their current status. The study emphasizes the crucial role of public relations in organizing and managing events, as well as effectively communicating with relevant stakeholders to professionally and securely execute events. It highlights the importance of implementing proper health practices, managing crowds, and ensuring the correct utilization of facilities and health protocols within events.

Furthermore, the study explores the role of the Kingdom of Saudi Arabia in reshaping the concept of the COVID-19 pandemic within households. It examines how the country supports and utilizes digital applications to enhance communication, reach target audiences, promote family connectivity, and adapt various events to the digital realm. Examples include digital weddings, political meetings broadcasted online, the transformation of education into a unified digital platform, and the use of digital applications for university graduation ceremonies and speeches delivered to students. The study acknowledges the effective utilization of digital platforms by families during festive seasons, such as Eid, to create virtual events, extend greetings, and maintain a sense of normalcy despite the pandemic.

Moreover, the study highlights the government's support and establishment of campaigns within applications. It enables individuals to virtually visit the Holy Mosque in Mecca and the Prophet's Mosque in Medina, manages crowds during Hajj and Umrah, selects appropriate times for performing religious rituals, and provides a safe and convenient reservation system through the "Absher" application. The study also emphasizes the importance of public relations in managing digital events in all entertainment regions across Saudi Arabia, where they have been developed and established to facilitate easier, faster, and safer access. Additionally, a survey was conducted to gather opinions, further emphasizing the significance of public relations in this domain. Overall, this study aims to shed light on the concept of public relations and its influential role in managing digital events. It emphasizes the need for public relations in designing and implementing effective strategies for digital event management.

الدرجة العلمية: ماجستير

التخصص: إعلام رقمي

أسماء الباحثين:

1 - محمد عبدالله الرشود

2 - عايض العتيبي

3 - أحمد شرعي

اسم المشرف: د. ميهتاب الرافي

العام الجامعي: ١٤٤٤ - ٢٠٢٣

الكلمات الدلالية: الإعلام الرقمي، تأثير الإعلام الرقمي، العلاقات العامة، تنظيم وإدارة الفعاليات، تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية

تناولت مشكلة الدراسة في تحديد مدى تأثير الإعلام الرقمي بالمجتمع في تنظيم وإدارة الفعاليات بعد جائحة كورونا واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي (survey) الكمي مستخدماً استمارة الاستبيان عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تويتر واتساب (الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية من المجتمع السعودي في المملكة العربية السعودية الذين يستخدمون أو يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الفعاليات من مختلف المستويات الاقتصادية الاجتماعية الثقافية كما استند الباحث في الإطار النظري للدراسة على مدخل إدارة الفعاليات قبل وبعد الجائحة

المقدمة:

تطورت الفعاليات عن الزمن السابق عندما كان هناك التواصل صعب والوصول إلى الموقع وتأخر الوقت بشأن الطقس أو الكوارث الطبيعية أو وجود مشاكل اجتماعية ومع الزمن أحدث التطور صورة جديدة وتقنيات عالية وفائقة وفي القرن الواحد والعشرين نلاحظ أن التواصل أصبح بشكل سهل وبإمكاننا ترتيب فعالية بطريقة سهلة وبالإمكان الوصول إلى جميع الأشخاص بأسرع وقت ممكن. جعلت كورونا المجتمع لا يستطيع أن يصل إلى العائلة أو الأصدقاء إلا عبر وسائل التواصل الاجتماعي فقد أجبر المجتمع على استخدام المساحات الموجودة داخل التطبيقات لوسائل التواصل الاجتماعي وأدرك المجتمع بأن من السهل الوصول إلى جميع البشر بشكل أسرع وأفضل عبر وسائل التواصل الحديثة مثل زوم، واتس اب، وغيرها.

ساهمت الدولة بدعم تطبيقات التوصيل لأغلب المناطق في المملكة وتم تغطيتها بشكل كامل وبإمكان المواطن والمقيم الحصول على المواد الأساسية والغذائية من المتاجر الإلكترونية التي تلبي احتياجات البشر في الغذاء مثل الأكل والشرب، والمواد الفرعية مثل: المتاجر الإلكترونية التي تدعم الأجهزة الترفيهية وكان بإمكان المواطن والمقيم بطلب لا يستغرق وصوله أكثر من أربعة أيام عمل - كحد أقصى - في طلب الأجهزة أو ما شابهها، والمواد الغذائية لا تتعدى ساعات أو بحسب الطلب وكانت من أفضل الفعاليات وجود العائلة على مائدة الإفطار أو الغذاء أو العشاء أو الممارسات الرياضية داخل المنزل دون الشعور بوجود هذه الجائحة.

اهتم قادة المملكة العربية السعودية بإنشاء تطبيق لأداء الحج والعمرة، ومسماه (نسك) وبإمكان المواطن أو المقيم المسلم أن يحجز وأن يؤدي المناسك والأجواء الروحانية وفق أنظمة السلامة الموجهة إليه، وسهولة التواصل الاجتماعي بين المؤدين للمناسك وأصحاب العلم عبر تطبيق أسألني وبإمكان الحاج أو المعتمر التواصل مع هذه الوسائل والتي تتبع للمنصة الوطنية الموحدة وأخذ الفتاوى بشكل أسهل وأسرع.

أما على المستوى الأكاديمي فهناك نقلة كبيرة في التوجه الرقمي والتواصل الاجتماعي وخلق بيئة للمناقشة أو للوصول إلى جميع الأشخاص في جميع مدن العالم بشكل سريع وأخذ الفائدة بشكل أسرع والتعلم ونقل الخبرة دون اللجوء للسفر أو ضياع الوقت في الخروج من مكان إلى آخر.

مشكلة الدراسة:

شهد الزمن الحالي تطوراً واضحاً في مجال الفعاليات والإعلام الرقمي وكيفية أثر الصدى لدى المجتمع وفي عصر الألفية أصبح هناك تطور واضح في الاجتماعات عبر الإعلام الرقمي بدايةً من المقاهي التي توفرت بها الأجهزة لأخذ مساحة خاصة للتحدث مع المجتمع عبر وسائل إعلامية رقمية مثل برنامج البالتوك، سكايب، البريد الإلكتروني - ماسينجر - فكانت هناك مساحات، واضحة ومرتبطة بتوقيت معين وكذلك تم استخدامها بشكل أو آخر في نقل المعرفة بين المجتمع بشكل أسهل وتطورت هذه المنصات في الإعلام الرقمي وبعد ذلك تم توفير مساحات داخل جوجل وتطبيقات أخرى جديدة وكان من السهل التعامل وإنجاز العمل عبر هذه التطبيقات دون أخذ جزء كبير من الوقت أو الجهد، وتطورت في وقتنا الحاضر فقد أصبح للفعاليات جزءاً كبيراً في يومنا بل والجهات الحكومية أو الخاصة اعتمدت في عقد اجتماعاتها على تلك التطبيقات مثل تطبيق (مبيت، زوم) وغيرهما.

ومما سبق حدد الباحث مشكلة الدراسة " تحديد مدى تأثير الإعلام الرقمي في إدارة الفعاليات على جعل الفعاليات أكثر سهولة للوصول.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لتحقيق هدفها الرئيسي وهو تأثير الإعلام الرقمي في تغيير أساليب تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية بعد جائحة كورونا ونستنتج من هذا الهدف عدداً من الأهداف الفرعية يمكن ذكرها على النحو التالي: اعتماد استخدام المجتمع على وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها لإدارة الفعاليات والعمل عليها وتحقيق أهدافهم المطلوبة.

قياس مدى ثقة المجتمع بالمعلومات والأخبار المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي والتفاعل في مدى تأثير المجتمع على إدارة الفعالية في استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

استطلاع الرأي لدى المجتمع وتقبلهم للإيجابيات والسلبيات والاجتماع فيما بينهم لإدارة الفعالية الرقمية وتقييم الرأي من قبل جميع الأفراد في وسائل التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تتوارى أهمية الدراسة أنها تتضمن التطوير والاستفادة لأعلى مراحل الجودة في الفعاليات الرقمية ولهذا تتبع أهمية الدراسة من عدة نقاط أهمها ما يلي:

١- تتوقع هذه الدراسة أن تفتح الآفاق لدى المجتمع عند استخدام إدارة الفعاليات ومواجهتهم لتحديات المستقبل فيما يخص العمل في إدارة الفعاليات.

٢- أهمية استخدام وسائل الإعلام الرقمي في إدارة الفعاليات التي تعزز قدرات المجتمع في تحقيق الأهداف وأهميتها في الإعلام الرقمي.

٣- تحرص هذه الدراسة على دور المجتمع في التواصل الرقمي لإدارة فعالية بالكامل بشكل سهل وبأقل التكاليف واستثمار الوقت.

٤- تهتم المنظمات بدور العلاقات العامة في تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية للتواصل مع الشركاء العالميين لحل المشاكل والأزمات بشكل أسرع.

الدراسات السابقة:

بعد النظر والبحث وجدت أهمية كبيرة للدراسات السابقة في مجال البحث العلمي فقد قام الباحث بالعمل على موضوع الدراسة بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث، وكانت بعض كلمات البحث:

الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي وإدارة الفعاليات والعلاقات العامة إحدى وسائل التواصل الاجتماعي

الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الرقمي في إدارة الفعاليات الرقمية:

الإعلام الرقمي:

الإعلام الرقمي كما يراه الباحثون قائم في أصله على التدوين؛ أي أنه يقوم بعمل قيم يستحق الإعجاب، حيث أنه يقرب الصحافة ويضع أقدامها على الأرض، ويقوم بربطها بتغطية ممتازة للأحداث والمشاكل، ولا يتم نسيان التغطية والأخبار التي ظهرت حيث يسمح بالتحديث حتى بعد نهاية الدورة الإخبارية.

(Boler,2008,P176)

أولاً- مفهوم الإعلام

الإعلام لغة: هو التبليغ والإبلاغ، نقل معلومة لشخص ما بهدف إبلاغه بالشيء المطلوب. ويمكن تعريف الإعلام لغويًا إلى أنه: مصدر فعل "أعلم"، ويقال علمت الشيء، بمعنى عرفته وخبرته، ويقال: استعلمن فأعلمته إياه، والإعلام لغةً: هو الإخبار، وأصل (عِلْم) هو مصدر (العِلْم): هو الاعتقاد الجازم المطابق للواقع، وهو حصول صورة الشيء على ما هو به، وقيل العِلْم: هو وصول النفس إلى معنى الشيء. (الشريف، ٢٠٠٦، ص ١٥٣)

يعرف ساداتي الإعلام بأنه: "كل جهد فكري أو عملي يقوم به شخص أو مؤسسة أو جماعة بقصد حمل مضمون معين إلى طرف آخر بشكل مباشر أو غير مباشر عبر وسيلة إعلام بغية التأثير" (ساداتي، ١٩٩٧)

ويعرف إسماعيل إبراهيم الإعلام بأنه: "نقل المعلومات والثقافات والخلاصات الفكرية للمرسل سواء كان فردًا أو مؤسسة بطريقة ظاهرة أو معنوية، مباشرة أو غير مباشرة، إلى طرف آخر مستقبل يتلقى تلك الرسائل ويتأثر بها ويتفاعل معها إيجابًا أو سلبيًا" (إسماعيل، ٢٠١٧، ص ٢٠)

تعريف جريزيلد في نشرته الدورية :-

“هي وظيفة التي تقوم بها الادارة لتعديل الاتجاهات و تحديد خطوط و سياسات المؤسسة بما يتفق و مصلحة الجمهور و تنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد مع المؤسسة وكسب رضاه و تفاهمه”.

العلاقات العامة:- كافة الجهود الاتصالية المبذولة و المخطط و المستمرة .

هدفها : تكوين صورة ذهنية إيجابية .

تعريف متعددة عن العلاقات العامة:

١- تعريف السيد (هوارد بو نهام) عضو مجلس إدارة جمعية الصليب الاحمر الدولية:-

“العلاقات العامة هي فن التعامل مع الجمهور من اجل زيادة الثقة بالمنظمات المعنية او الاشخاص المعنيين”.

٣- تعريف إدوارد ل. بيرنيز خبير العلاقات العامة :-

“التوسل بالمعلومات عن طريق الاقناع و الملائمة بين سياسات المؤسسة و اتجاهات الجمهور للحصول على تأييد العام لأهداف المؤسسة و نشاطها”.

٤- تعريف :-

“العلاقات العامة هي طريقة للسلوك و أسلوب للأعلام و الاتصال يهدف الى إقامة علاقات مفعمة بالثقة و المحافظة عليها بين المنظمة و الفئات المختلفة داخل المؤسسة و خارجها التي تتأثر بنشاط تلك المنظمة”.

٥- تعريف :-

“هي نشر المعلومات و الافكار و الحقائق المشروحة مفسرة لجمهور المؤسسة وكذلك نقل المعلومات و الآراء و الحقائق من الجمهور إلى المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام او تكيف الاجتماعي بين المؤسسة و الجمهور”.

٦- تعريف :-

“العلاقات العامة هي نشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا و التفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات و برامج تستند في تنفيذها على الاخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية”.

٧- تعريف :-

“العلاقات العامة هي وظيفة إدارية متميزة تساعد في تكوين و إدامة خطوط اتصال ثنائية في تحقيق تفاهم التعاون و القبول بين المنظمة و جماهيرها وتشمل هذه الوظيفة إدارة المشكلات او القضايا تساعد الادارة على الاستمرار في الاطلاع اتجاهات الرأي العام و الاستجابة وتحدد مسؤولية الادارة في خدمة الصالح العام كما تساعد الادارة في مجارة التغيير و تخدم نظام إنذار مبكر للمساعدة في التنبؤ و التعرف على الاتجاهات الجديدة مستخدمة في ذلك البحوث و الاتصال ك أدوات أساسية”.

٨- تعريف الاستاذ علي العجوة :-

“أن العلاقات العامة هي الجهود المخططة التي تقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور و تحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة و السياسات و الافعال المرغوبة لتبيله احتياجات الجمهور في اطار ما هو ممكن و مشروع”.

ثانيًا- تعريف الإعلام الرقمي:

ويعرف الإعلام الرقمي Digital Media بأنه: "نوع حديث من الإعلام يتلاقى مع الإعلام التقليدي في مفهومه ومبادئه وأهدافه، ويختلف في الوسائل، حيث أنه يعتمد على التكنولوجيا الحديثة، والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر" (علي عبد الفتاح، ٢٠١٤، ص٥)

ويذهب الإعلام الرقمي إلى كونه قائم على التأثير من جانب البناء الإعلامي، شأنه في ذلك شأن الإعلام التقليدي، إلا أن التأثير في العصر الرقمي مبني على آليات مستوحاة من العصر ذاته، مثل الأجهزة الإلكترونية والتطبيقات الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبغض النظر عن وقع التأثير ومدى فاعليته إيجابًا وسلبًا فإن إحداث التأثير هو الغاية الأولى والأهم. (Acar,2014,P52)

ويعرف على أنه: الأداة التي سمحت للأفراد والجماعات من الاتصال الجماهيري بدون تكاليف مادية أو أذونات وأجهزة كبيرة، وتمكن الفرد من الوصول لأكثر قدر من الجماهير ومخاطبتهم بكل سهولة ويسر، وبطريقة عصرية بعيدًا عن القوالب التقليدية، كما أنه حرر الإعلام من أن يكون حكرًا على النخب

والمؤسسات الإعلامية، بل أصبح كل فرد قادرًا على إرسال المعلومات واستقبالها بشكل متساوٍ. (البيض، ٢٠١٢، ص ١٢)

كما تم تعريفه على أنه يشير إلى مجموعة من الأنشطة والأساليب الرقمية الحديثة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بأشكاله المختلفة من خلال الوسائط المتصلة أو الغير المتصلة بالإنترنت. (الشميلة، ٢٠١٥، ص ١٨)

ثالثًا- وسائل الإعلام الرقمي:

هناك العديد من الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة التي خدمت الإعلام، ومنها: الصحف الإلكترونية: هي نسخ إلكترونية للصحف المطبوعة، أو صحف إلكترونية بالكامل، ويتم استخدام وسائط مختلفة لتعزيز الأخبار في الصحف الرقمية، كما يتم اتباع طرق متخصصة في الإخراج والتصميم وغيرها. (قنديلجي، ٢٠١٥، ص ٢٢)

إذاعة الإنترنت الإلكترونية: استطاع الراديو تخطي حواجز الجغرافيا والطبيعة والسياسة كذلك، وذلك باستخدام الموجات العاملة القصيرة والطويلة المدى، مما يتيح إرسال الرسالة إلى كل أنحاء العالم. (عامر، ٢٠١٥، ص ٢٠)

التلفزيون الرقمي التفاعلي: يمثل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني، وذلك لما يملكه من إمكانيات متعددة وصورة عالية الدقة ووضوح الصوت. (إسماعيل، ٢٠١٥، ص ١٥٨)

رابعًا- أشكال وصور الإعلام الرقمي:

هناك الكثير من أشكال الإعلام الرقمي، ومنها ما يلي:

الإعلانات الرقمية: استخدام الشبكة الرقمية لنشر الإعلانات والوصول للجماهير المستهدفين.

بث الأخبار العاجلة: خدمات تتيح نشر الأخبار العاجلة. (الشميلة، ٢٠١٥، ص ٢٤)

الخدمات الترفيهية: تتمثل في المواد الإعلامية التي تهدف للتسلية والترفيه.
خدمات الأرشفة الإلكترونية: مثل تخزين المقالات للكتاب في الصحف،
والأخبار التي تخص قضية محددة، ويمكن لأي باحث الرجوع إليها بسهولة وفي
أي وقت.

الخدمات المعرفية: يمكن القارئ أو الباحث من الوصول للمعلومات المطلوبة أو
الوصول للخبر الإعلامي ببذل القليل من الجهد وذلك عن طريق الشبكة
العنكبوتية.

خدمة البريد الإلكتروني: وهي نشرات إعلامية إلكترونية تصل للأفراد
المشاركين فيها عبر البريد الإلكتروني الخاص بهم. (الغامدي، ٢٠١٢، ص ١٢)
شبكات التواصل الاجتماعي: هي منصات عبر شبكة الإنترنت تتيح للناس
التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، ويربط الإنسان على المستوى الفردي
بدوائر اجتماعية معينة. (علي، ٢٠١٦، ص ١١)

المدونات الشبكية: ساهمت المدونات في ظهور نوع جديد ومختلف في الكتابة،
وهي الكتابة الذاتية، حيث يميل الكاتب لتصحيح أخطائه بنفسه وبشفافية وسرعة
تحديث وتفاعل مع القراء. (زيادة، ٢٠١٥، ص ١٨)

خامساً- خصائص ومميزات الإعلام الرقمي:

مميزات الإعلام الرقمي تنطوي على عدة نقاط ومنها:
تفتيت الاتصال: تمكين الرسالة من الوصول للأفراد على حدة وبشكل خاص أو إلى
جماعة معينة مستهدفة، وليس لجمهور ضخم غير محدد.
اللاتزامية: تمكين إرسال الرسالة في الوقت المناسب للمرسل وعلى مدار الساعة،
مع تمكين المتلقي من استقبالها في الوقت المناسب له بدون الحاجة للزامنة في الوقت
نفسه.

التفاعلية: حيث يمكن جميع المشاركين في عملية الاتصال من إحداث تأثير في أدوار
الآخرين وتبادل الآراء معهم وتمكينهم.

الحركية: صغر حجم الأجهزة المستخدمة وسهولة نقلها والتنقل بها والاستفادة منها في أي مكان وبخفة وسهولة. (النصر، ٢٠١٥، ص ١٤)

قابلية التوصيل: إمكانية توصيل الأجهزة وربط الوسائط ببعضها البعض بغض النظر عن الشركات المصنعة لهذه التقنيات.

قابلية التحول: قدرة نقل المعلومات بشكل سريع وكامل من وسيط لآخر.

العالمية: وهو انتشار منهجي لنظام وسائل الاتصال والإعلام حول العالم وشيوعه وانتشاره ليضمن التغطية عن طريق الإنترنت لكافة أنحاء العالم. (شيخاني، ٢٠١٠، ص ١٤)

الاتساع: اتساع قواعد البيانات وملاءمة تكلفتها لكافة طبقات المجتمع. (العزام، ٢٠٠٧، ص ١٧)

فقد أوضحت دراسة د. استقلال دليل محمد هاجد العازمي (عدد ٢٠٢١ ص ١٢١٦) أن أهم وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك - والتويتر - والواتس اب - انستقرام) وكان الهدف منها فيما يخص العلاقة بين الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي وكيفية التواصل وإدارة الفعاليات الرقمية في جائحة كورونا سواءً على الفرد أو المنظمة.

أفادت دراسة محمد، سماح، ٢٠٢١، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد (٥٦) وعن العلاقة بين الأسرة وكيفية التواصل في جائحة كورونا والبحث في المواقع الاجتماعية فقد أوضح الباحث د. إيمان مرسي رزق النجار كوفيد ١٩ والتحول لعصر الرقمنة والتأثير على منظومة الحياة المعاشة، مجلة كلية الآداب بقنا، عدد ٢٠٢٢ عن فعالية التواصل السياسي إجراء محادثات جماعية للرسائل المباشر يمكن الأشخاص التفاعل معه وطرح الأسئلة.

أما عن دور فعاليات السياحة في جائحة كورونا فقد عمل ذكر الباحث fafo دوراً في الفعاليات التي غيرت أساليب تأثير الأزمة. (ص ٥٠)

وعن دور أطراف الإنتاج الثلاثة في مواجهة تأثيرات جائحة كورونا وأوضح الباحث في دراسته عن تأثيرات أزمة كورونا على قضايا التشغيل وأسواق العمل العربية وأزمة كورونا (٢٠٢٠. ص ٣٣)

وفي دور حل الأزمات في جائحة كورونا يرى الباحث في إدارة الأزمات لدراسته في جهود العلاقات العامة في إدارة الأزمات لتشخيصها وحل الأزمة (ص ٣٢) وعن أهمية دور العلاقات العامة بالإعلام الرقمي أن له مهام كما ذكرها الباحث دور الاتصال في تفعيل نشاط العلاقات العامة بالمؤسسة. (ص ١٠٤)

ذكرها الباحث د. عبدالله بن عبدالمحسن العساف عدد ٢٠٢٢ دور أنشطة العلاقات العامة في إدارة الأزمات السياسية السعودية أزمة التدخل الإيراني في اليمن نموذجاً، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (٥٧) وفي دور موظف العلاقات العامة ليكون مديراً لإدارة الفعلية يتطلب منه مواصفات شخصية. (ص ٥٢٩)

وعند القيادة أن لها أهمية كبيرة في إدارة الفعالية وذكر الباحث هدى غرسي (عدد ٢٠٢١. ص ١١٠)

وذكر الباحث د. بلقاسم السهلي عدد ٢٠٢١ م الإعلام الرقمي الجديد: بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد (١) وأن الإعلام الرقمي له أهمية كبيرة في كيفية التواصل ووضع فعالية تعليمية وذكر الباحث د. بلقاسم السهلي (عدد ٢٠٢١. ص ٢٤)

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

تحدثت الدراسات السابقة حول دور الإعلام الرقمي في تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية قبل وبعد جائحة كورونا في تطور تفكير المجتمع والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وقت استعرض هذا المحور هذه النوعية من الدراسات حيث دور موظف العلاقات العامة في تنظيم وإدارة الفعالية أصبح أقل وقت وتكلفة مادية ومعنوية، أما بعض الدراسات لم تتطرق لإدارة الفعاليات الرقمية بالشكل الصحيح، ولكن هذه الدراسة ستشرح مفهوم تنظيم الفعاليات الرقمية.

الإطار النظري للدراسة:

الفييس بوك: هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنشئها البلدة أو الإقليم أو المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الجامعة وغيرها، وذلك من أجل التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم ويرى الباحث في هذه الدراسة أن فييس بوك له دور مهم خلال السنوات التي مضت بالتزامن مع استقرار في إدارة الحسابات بحضور عدد كبير من المتابعين وبإمكانهم مناقشة المرسل بشكل أسهل وهنا تدار الفعالية بشكل كامل من الحساب الشخصي وتعتبر فعالية رقمية حديثة.(د. استقلال دليل محمد هاجد العازمي عدد ٢٠٢١ م ص ١٢١٦).

تويتر : هو موقع تواصل اجتماعي أمريكي تم تأسيسه في شهر مارس عام ٢٠٠٦ م من قبل جاك دورسي ونوح اغلاس وبيز ستون وإيفان ويليامز وقد أطلق فعلياً في يوليو من العام نفسه، ومن الدراسة التي أجراها الباحث في هذه الدراسة أن موقع تويتر في جائحة كورونا أنشأ مساحات لفعاليات سواء كانت على الصعيد العلمي أو غيره وتم الاستفادة منها من عدة أشخاص سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية ، تعليمية وكانت تدار بطريقة فعالية اجتماع مرتبة يرأسها منظم الاجتماع وتكون هناك إدارة لفتح وقفل الصوت من قبل منسق مساعد وتعتبر فعالية رقمية.(د. استقلال دليل محمد هاجد العازمي عدد ٢٠٢١ ص ١٢١٧)

تيك توك، استقرار: مما لا شك فيه أن تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي أضافت بعداً إيجابياً جديداً على حياة البشرية من حيث ما أحدثته من تغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن وجهة نظر الباحث وجد أن تيك توك في الفترة الأخيرة تصدر المنصات الرقمية الاجتماعية وأن له دوراً مهماً في البث المباشر واختيار الأوقات والهدايا المقدمة عبر البرنامج وتعتبر فعالية منظمة وقوية جداً فعالية ثقافية، اقتصادية، لها دخل مادي ولها أيضاً تفاعل اجتماعي قوي (د. استقلال دليل محمد هاجد العازمي عدد ٢٠٢١ ص ١٢١٨-١٢١٩)

التواصل الاجتماعي : مدى اهتمام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومصادر معرفتهم عن الجائحة ومدى الاهتمام بالتعرض بالصفحات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي كما تستهدف كذلك إلى تقديم المؤشرات والحكومة للمسؤولين حول الوسائل الأعلى استخداماً من قبل الشباب للإفادة منها في مخاطبتهم مستقبلاً لإدارة الأزمات يرى الباحث أن إدارة الأزمات لها دور كبير في إحياء الفعاليات للشباب ونقل الخبرة والاستفادة منها وأن الشباب لهم دور مهم في نشر المحتوى الرقمي بشكل أسرع فتوجيه الرسائل الغير مباشرة أو المباشرة كانت عبر وسائل التواصل الاجتماعي وما إلى ذلك يستند الباحث أن تنظيم الفعالية بحسب الوقت والزمن والمكان يتم تنظيمه عبر الإعلام الرقمي بأي وسيلة منه. (أ.م.د. سماح محمد محمدي عدد ٢٠٢١ م. ص ٢٠٢٣)

الإطار المنهجي:

نوع الدراسة ومنهجها: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتعتمد على المنهج المسحي (survey) الكمي، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة في مكان معين وزمان معين بما يساعد على فهمها وإصدار الأحكام في شأنها وقت تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري.

أدوات الدراسة: استخدم الباحث استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

الإطار المعرفي (الإعلام الرقمي): تعود فكرة الإنترنت إلى الستينيات من القرن العشرين حيث قدمت / وكالة المشروعات بحوث الدفاع عام ١٩٦٢م مقترحاً يهدف إلى ربط عددٍ من الشبكات وأجهزة الحاسب الآلي المختلفة مع بعضها البعض ويرى

الباحث في دراسته أن للإعلام الرقمي دوراً مهماً في توصيل الرسائل المباشرة وفي دعوة الناس لحضور اجتماعاتهم بشكل سريع وأكثر احترافية (ص ٢٩٦ – ٢٩٧) استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كلية الإعلام د. عبدالله علي آل مرعي.

تساؤلات الدراسة:

- ١) ما معدل استخدام المجتمع السعودي في قطاع الأعمال لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي لإجراء فعالية اجتماع وترتيبها بوقت محدد وعبر وسيلة إعلامية؟
- ٢) ما معدل استخدام الطلاب في التعليم عبر المنصات التعليمية التي يستفيد منها الصفوف الدراسية؟
- ٣) ما مدى فعالية الإعلام الرقمي وإرشاده بعدم التجمع بوسائل التواصل الاجتماعي (توكلنا) لوجود مؤشر عدم المخالطة إذا وجدت بعد الكشف بإيجابية؟
- ٤) مدى التفاعل داخل كل بيت بالطلب عبر المنصات الرقمية الغذائية لتعبئة السلة وطلبها التوصيل أقل جهد وأقل تكلفة؟
- ٥) مدى استيعاب المجتمع للاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى المقرات الحكومية في المملكة العربية السعودية؟

مجالات الدراسة

عينة الدراسة:

يتضمن المجال البشري مفردات البحث الذي شملتهم الدراسة وهم جميع أفراد المجتمع في المملكة العربية السعودية من المواطنين والمقيمين.

المجال الزمني فترة إعداد الدراسة:

هي المدة التي استغرقتها الدراسة الميدانية لإنتاج لقاح كورونا، وقد استغرقت الدراسة وقتاً طويلاً، وكانت هناك محاولات لتجارب اللقاح بعد مدة من الزمن وكانت أولى التجارب بعد مرور (١٠) أشهر من الجائحة.

المجال الجغرافي: مكانة إعداد الدراسة:

بدأت الجائحة أواخر عام ٢٠١٩م في الصين وانتشرت حول العالم بداية عام ٢٠٢٠م، وتم اعتماد لقاح فيروس كورونا من قبل منظمة الصحة العالمية في عام ٢٠٢١م.

بلغت نسبة الأشخاص الذين تم أخذهم للقاح بالمملكة العربية السعودية ما يتجاوز ٩٠٪ من سكان المملكة من المواطنين والمقيمين.

المقاييس والاختبارات الإحصائية:

حيث اعتمد الباحث على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من فحص المدقق لكل بند/سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسها في إطار الموضوع الأساسي.

خطوات بناء أداة الدراسة (الاستبيان)

مرّت أداة الدراسة (الاستبانة) بمراحل قبل أن تصل إلى المرحلة الأخيرة ونشرها إلكترونياً، ويمكن إيضاح هذه المراحل كما يلي:

١. الاستفادة من الدراسات السابقة التي تنوعت في الأدوات لاختيار الأداة الأنسب للدراسة.

٢. الاطلاع على محتوى حسابات منظومة إدارة الفعاليات والعلاقات العامة في دور الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية، وتحديد دور الباحث في عمله في العلاقات العامة، والفعاليات التي وجدت مؤخراً في المملكة العربية السعودية.

٣. إجراء دراسة استطلاعية استهدفت وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة، وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا (واتساب) لسؤالهم حول معلوماتهم وآرائهم عن العلاقات العامة ودورها الفعال

في المؤسسات الحكومية والخاصة، والاستفادة من نتائج الدراسة في تصميم تساؤلات الاستبيان.

٤. قام الباحثون بتقسيم الاستبيان إلى عدة محاور وفقاً لأهداف الدراسة الأساسية:
المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية (الديموغرافية) للمبحوثين. (انظر الملحق رقم ١).

المحور الثاني: دور العلاقات العامة في تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية.
المحور الثالث: اهتمام المؤسسات الحكومية والخاصة لدور العلاقات العامة وضرورة وجودها.

المحور الرابع: الصورة الذهنية المتكونة للمؤسسة لدى المجتمع السعودي وتكون على بعدين:

- البعد الأول: الصورة الذهنية المتعلقة للمملكة العربية السعودية في العلاقات العامة.
- البعد الثاني: الصورة الذهنية المتعلقة المقدمة من العلاقات العامة في إدارة الفعاليات الرقمية.

(نموذج الاستبانة)

"أساليب تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة"
دراسة ميدانية بالمؤسسات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية
الغرض من الاستبانة

ولغرض تحقيق أهداف الدراسة فقد قام الباحثون بتصميم الاستبانة
التالية وبالإشارة إلى الموضوع أعلاه نرجو التكرم باستكمال الاستبانة مع العلم بأننا
نتعامل مع تلك البيانات لأغراض البحث

العلمي نرجو الإجابة على أسئلة الاستبانة مع العلم أنه سيتم معاملة هذا الاستبيان
بشكل سري بخصوص البيانات الشخصية لعينة الدراسة وسيتم عمل دراسة إحصائية
للنتائج التي سوف يتم التوصل إليها ليتم التعامل مع نتائج الاستبيان بكل جدية.

لتقديم وتحديد نتائج الدراسة طبقاً لاحتياجاتكم وتوقعاتكم حيث سيتم تحليل نتائج هذا الاستبيان لتحديد مجالات التحسين والعمل على اتخاذ الإجراءات الكفيلة بمعالجة نقاط الضعف ومحاولة معالجتها والعمل على تحسين بيئة العمل وحل المشاكل القائمة.

الجدول 1: العلاقات العامة ونشر الإعلانات العامة عبر وسائل الإعلام المختلفة

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تقوم دائرة العلاقات العامة في الشركة بنشر إعلانات العامة عبر وسائل الإعلام المختلفة.	٧٠	٤٠	٣٠	٠	١٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة في دور العلاقات العامة بنشر الإعلانات في وسائل الإعلام

الجدول 2: توزيع نشرات تعريفية

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	دائرة العلاقات العامة في الشركة تقوم بتوزيع نشرات تعريفية بالشركة على العاملين	٥٠	٣٠	٥٠	١٠	١	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة في دور العلاقات العامة تجاه توزيع النشرات في التواصل الداخلي للمنظمة.

الجدول 3: مدى تنظيم لقاءات إرشادية للإدارة الأخرى والعاملين بها

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تنظم إدارة العلاقات العامة في الشركة لقاءات إرشادية للإدارة الأخرى والعاملين بها	٥٠	٥٠	٤٠	٠	١٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة في تنظيم التواصل الداخلي بين الإدارات في المنظمة

الجدول 4: مدى قيام إدارة العلاقات العامة بالدور المكلف به تجاه استقطاب عملاء جدد

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تقوم إدارة العلاقات العامة بالشركة بالدور المكلف به تجاه استقطاب عملاء جدد	٨٠	٤٠	٣٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة في إبداء الرأي حول العلاقات العامة ودورها في استقطاب

الموهوبين

الجدول 5 دور العلاقات العامة في المؤسسات بالتواصل الخارجي الفعال

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	دائرة العلاقات العامة في الشركة هي الجهة المخولة للتحديث رسمياً نيابة عن الشركة.	٩٠	٥٠	٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة في دور العلاقات العامة في المؤسسات بالتواصل الخارجي الفعال

الجدول 6 دور العلاقات العامة بتنظيم العلاقات المحلية والدولية.

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	دائرة العلاقات العامة هي المسؤولة عن تنظيم العلاقات مع المؤسسات المحلية والدولية.	٧٠	٥٠	٣٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة حول دور العلاقات العامة بتنظيم العلاقات المحلية والدولية.

الجدول 7 دور العلاقات العامة بالمستوى الفردي بنشر الإعلانات الخاصة عبر وسائل الاعلام

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تنشر دائرة العلاقات العامة في الشركة إعلانات خاصة بالعاملين عبر وسائل الإعلام المختلفة	٥٠	٦٠	٤٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن دور العلاقات العامة بالمستوى الفردي بنشر الإعلانات الخاصة عبر وسائل الاعلام.

الجدول 8 دور العلاقات العامة بتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو المنظمة

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تنقل لنا دائرة العلاقات العامة في الشركة الصورة الحقيقية للشركة.	٧٠	٤٠	٤٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة بدور العلاقات العامة بتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو المنظمة

الجدول 9 دور العلاقات العامة بالعمل التطوعي

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	ساهمت دائمة العلاقات العامة في خلق حافز لدي للعمل التطوعي.	٩٠	٤٠	١٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة بدور العلاقات العامة بالعمل التطوعي.

الجدول 10 دور العلاقات العامة تحفيز بيئة العمل

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	أسهمت دائمة العلاقات العامة في زيادة ولائي للشركة.	٦٠	٤٠	٤٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن دور العلاقات العامة تحفيز بيئة العمل

الجدول 11 دور العلاقات العامة بناء الثقة للمنظمة

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	جعلتني دائمة العلاقات العامة في الشركة أن أحب شركتي وأفتخر بها.	٥٠	٥٠	٤٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن دور العلاقات العامة بناء الثقة للمنظمة.

الجدول 12 إدارة الفعاليات للموظفين وتكريمهم

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تشارك دائمة العلاقات العامة في بالشركة بإقامة حفلات التكريم للعاملين بالشركة.	٦٠	٤٠	٢٠	٢٠	١٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة بإدارة الفعاليات للموظفين وتكريمهم

الجدول 13 العلاقات العامة لها دور فعال في الرأي العام داخل المؤسسة

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تقوم دائمة العلاقات العامة في الشركة بقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري.	٥٠	٥٠	٣٠	١٠	١٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن العلاقات العامة لها دور فعال في الرأي العام داخل المؤسسة

الجدول 14 العلاقات العامة تدعم التحول الرقمي

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	الدورات التدريبية التي يحصل عليها موظفو العلاقات العامة على التدريب والتأهيل لبرامج التحول الرقمي	٩٠	٣٠	٣٠	٠	٠	

في الجدول السابق عينة من الدراسة أن العلاقات العامة تدعم التحول الرقمي

الجدول 15 العلاقات العامة لها دور كبير في ربط الشراكات المحلية والدولية بشكل أسرع

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	إشراك العلاقات العامة في رفع درجة التعاون والتنسيق بين مراحل الخدمة	٦٠	٤٠	٥٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن العلاقات العامة لها دور كبير في ربط الشراكات المحلية والدولية بشكل أسرع.

الجدول 16 دور كبير في اتخاذ القرار في الهيكل التنظيمية

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تشترك إدارة العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار الإداري بموضوعة وموثوقة كبيرة	٥٠	٤٠	٥٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن العلاقات العامة لها دور كبير في اتخاذ القرار في الهيكل التنظيمية

الجدول 17 العلاقات العامة تواكبت مع التطور لتتبنى تواصل أقوى من خلال الإعلام الرقمي

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	تستخدم دوائر العلاقات العامة في الشركة وسائل الاتصال الحديثة للتواصل معنا.	٨٠	٥٠	٢٠	٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن العلاقات العامة تواكبت مع التطور لتنشئ تواصلاً أقوى من خلال الإعلام الرقمي

الجدول 18 العلاقات العامة أصبحت تتعامل مع الأزمات بحلها رقمياً وبشكل أسرع

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	دائرة العلاقات العامة في الشركة مسؤولة عن تلقي الاقتراحات والشكاوى ذات الاختصاص إلكترونياً.	٧٠	٦٠	١٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة من الدراسة أن العلاقات العامة أصبحت تتعامل مع الأزمات بحلها رقمياً وبشكل أسرع

الجدول 19 العلاقات لها دور كبير في التقرير السنوي للمنظمة

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	دائرة العلاقات العامة بالشركة تساهم بدور إيجابي في التقرير السنوي للشركة	٥٠	٥٠	٣٠	٢٠		

في الجدول السابق تم قياس عينة الدراسة أن العلاقات لها دور كبير في التقرير السنوي للمنظمة

الجدول 20 العلاقات العامة توفر طاقم عمل

العدد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط
١٥٠	توافر كوادر بشرية متخصصة من ممارسي العلاقات العامة لتطبيق الإدارة	٩٠	٤٠	١٠	١٠	٠	

في الجدول السابق تم قياس عينة الدراسة أن العلاقات العامة توفر طاقم عمل

عرض البيانات وتحليلها

عرض البيانات وتحليلها:

تناول الباحثون في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية، ومناقشتها وفقاً للمنهجية العلمية، عن طريق قراءة التحليل الإحصائي للقيم من المتوسطات، والانحرافات المعيارية، ومن خلال عرض استجابات أفراد الدراسة على عبارات الاستبانة وفقاً

لتساؤلات وأهداف الدراسة وقد تم عرض المحور الأول الخاص بالبيانات الديموغرافية للمبحوثين في تفاصيل عينة الدراسة.

حجم معرفة دور العلاقات العامة في إدارة الفعاليات الرقمية:

معدل دور العلاقات العامة في تنظيم وإدارة الفعاليات داخل المؤسسات الحكومية والخاصة من الجانب الرقمي والحيوي:

التبويب المقترح

المهام التي يجب تسليمها	الأسابيع	التاريخ
- اختيار عنوان الدراسة، عنوان مناسب ومفهوم - إنشاء مجموعة لا تزيد عن ثلاثة	الأسبوع الأول	١٠ يونيو - ١٧ يونيو
استلام خطة الدراسة وفق خطوات البحث العلمي	الأسبوع الرابع	٨ يوليو - ١٥ يوليو
اعتماد جميع الدراسات للباحثين	الأسبوع الخامس	١٥ يوليو - ٢٢ يوليو
استلام الخطة النهائية	الأسبوع التاسع	٥ أغسطس

قائمة المصادر والمراجع المبدئية

١. ١-العازمي، استقلال، ٢٠٢١، مخاطر الفيركة الرقمية في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٦
٢. ٢-محمدي، سماح، ٢٠٢١، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٦
- 4 - النجار، إيمان، ٢٠٢٢، كوفيد ١٩ والتحول لعصر الرقمنة والتأثير على منظومة الحياة المعاشة، مجلة كلية الآداب بقنا، العدد ٥٧

- 5 - العساف، عبدالله، ٢٠٢٢، دور أنشطة العلاقات العامة في إدارة الأزمات السياسية السعودية أزمة التدخل الإيراني في اليمن نموذجًا، مجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ٥٧
٣. السهلي، بلقاسم، ٢٠٢١، الإعلام الرقمي الجديد: بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد ١
٤. (Boler,2008,P176)
٥. (الشريف، ٢٠٠٦، ص ١٥٣)
٦. (اسماعيل، ٢٠١٧، ص ٢٠)
٧. (علي عبد الفتاح، ٢٠١٤، ص ٥)
٨. (Acar,2014,P52)
٩. (البيض، ٢٠١٢، ص ١٢)
١٠. (الشمائلة، ٢٠١٥، ص ١٨)
١١. (قنديلجي، ٢٠١٥، ص ٢٢)
١٢. (عامر، ٢٠١٥، ص ٢٠)
١٣. (إسماعيل، ٢٠١٥، ص ١٥٨)
١٤. (الشمائلة، ٢٠١٥، ص ٢٤)
١٥. (الغامدي، ٢٠١٢، ص ١٢)
١٦. علي، ٢٠١٦، ص ١١
١٧. (زيادة، ٢٠١٥، ص ١٨)
١٨. (النصر، ٢٠١٥، ص ١٤)
١٩. د. علي العجوة / الاسس العلمية للعلاقات العامة / عالم الكتب/ القاهرة / ١٩٨٨م / ص ١٧
٢٠. د. عبد المعطي م. العساف و د. محمد ف. صالح / أسس العلاقات العامة / دار الحامد للنشر / عمان / ٢٠٠٤م / ص ١٧
٢١. ترجمة وديع فلسطين و حسن خليفة / العلاقات العامة فن/ دار المعارف/ القاهرة / ١٩٥٩م
٢٢. محمود محمد الجوهري / العلاقات العامة بين الادارة و الاعلام/ مكتبة الانكلو/ القاهرة / ١٩٦٨م
٢٣. سعاد راغب الخطيب / مبادئ العلاقات العامة / دار البداية / عمان / ٢٠٠٩
٢٤. محمد ناجي جوهر / وسائل الاتصال في العلاقات العامة / مكتبة الرائد / عمان / ٢٠٠٠م
٢٥. د. علي العجوة / الاسس العلمية للعلاقات العامة / عالم الكتب/ القاهرة / ١٩٨٨م / ص ١٧

ملاحق الدراسة

- https://jsb.journals.ekb.eg/article_150187_b9b427629994ffb9b117cb77359418be.pdf
- https://jsb.journals.ekb.eg/article_157824_741343e59cffd43bcc06d80d176ff346.pdf
- https://qarts.journals.ekb.eg/article_286877_c244de7fba69a187754204f1ac02c11c.pdf
- https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—arabstates/—ro-beirut/documents/publication/wcms_816822.pdf
- <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2020/RDF/Presentations/Session1/KSA.pdf>
- <https://www.aoad.org/aoad-library/Presnt/ArabLab2.pdf>

*** الخاتمة ***

في نهاية هذا البحث التفصيلي عن الموضوع الذي تم البحث عنه وتفصيله وهو:

(تنظيم وإدارة الفعاليات الرقمية من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة)

نحمد الله رب العالمين الذي يسر لنا الوصول إلى هذه النقطة من البحث وختام هذا البحث، الحمد لله رب العالمين الذي مدنا بالقوة والعافية لنكتب هذا البحث ولنرجع فيه إلى المصادر والمراجع الموثوقة لنقدم للقراء الكرام أصدق المعلومات وأوثقها، سائلين الله رب العالمين دوام الصحة والعافية لكتابة المزيد والمزيد من الأبحاث المهمة والتي من شأنها أن تنفع جميع القراء الكرام، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.