



بكرة في: 27/10/2025

اسم ولقب الأستاذ المشرف: ...

الرتبة: ...

المؤسسة الأصلية: ...

الموضوع: إذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة) ... وبصفتي مترفا على مذكرة العائتر
للطالبين: (ة)

1- ...

2- ...

في تخصص:

.....

والموسومة ب:
.....

.....

والمسجل بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، شعبة
بأن المذكرة قد استوفت مقتضيات البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطيا لإذن بالإيداعها.

إمضاء المشرف

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة ماستر

قسم إعلام و اتصال و علم المكتبات
علوم الاعلام والاتصال
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالبة:

خراشي ريمتا

يوم:

اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة

□ الرقمية في رفع جودة العمل

دراسة مسحية على عينة من الموظفين بمديرية ومفتشيات أملاك
الدولة - بسكرة

لجنة المناقشة:

العضو 1	طلحة مسعودة	الرتبة أ	الجامعة	مشرفا (ة)
العضو 2		الرتبة	الجامعة	مناقشا (ة)
العضو 3		الرتبة	الجامعة	رئيسا (ة)

شكر وعرفان

نحمد الله رب العالمين الذي رزقنا من العلو ما لم نعلو، وقدرنا على إنجاز هذا العمل المتواضع.

وعرفانا منا بجميل من ساهموا من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة، نتوجه بجزيل الشكر والثناء فائق التقدير للأستاذة المشرفة الدكتورة " مسعودة طلحة " التي كانت لنا الشرف لنبحث تحت إشرافها وفقا لمنهجيتها ونصحها وتوجيهها ومساعدتها لنا في إتمام هذه المذكرة، وأعضاء لجنة المناقشة وذلك عى تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة.

كما يطيب لنا أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى جميع أساتذة قسم إعلام و اتصال و علم مكنتبات.

وكل من كان له الفضل في تدريسنا وتعليمنا ولو بحرف واحد طيلة المشوار الدراسي.



الإهداء

حين يكون الجهد والتعب في حياتنا ثمرة نهدّيها إلى أغلى الناس على قلوبنا.

أهدي ثمرة جهدي إلى من ربياني وأحسننا نشأتني.

إلى:

من قال فيهما عز وجل: "ولا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما".

والدي الكريم صاحب السيرة العطرة الذي علمني الوفاء دون انتظار، ومن أحمل اسمه بكل

افتخار أرجوا من الله أن يمد في عمره الصحة والعافية.

من كانت الجنة تحت أقدامها "أمي" التي هي رمز المحبة وبلسم الشفاء رعاها الله وحفظها

لنا وجزاها عنا خير الجزاء

إلى:

صديقتي وحبيبتي سراي لمياء

ومن حبهم يجري في عروقي إخوتي

إلى عائلتي اللهم اسقهم العافية دون اكتفاء وراحة قلب لا نهاية لها وأطل في أعمارهم.

إلى:

كل من قرأ حروف هذا العمل





ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة موضوع دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل داخل المؤسسات العمومية، من خلال التعرف على اتجاهات الجمهور الداخلي الموظفين نحو هذه الوظيفة الاتصالية في بيئة رقمية متغيرة. وقد انطلقت من إشكالية محورية مفادها :ما هي اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل داخل مديرية ومفتشيات أملاك الدولة ببسكرة؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف وتحليل الظاهرة موضوع البحث. كما استخدمت استمارة استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، تم توجيهها إلى عينة قصدية من موظفي المديرية ومفتشياتها، بلغ عددهم 52 موظفًا، يمثلون مستويات إدارية مختلفة. كما أُجريت مقابلات شبه موجهة مع بعض الإطارات الإدارية لدعم النتائج الكمية.

ومن أبرز النتائج المتوصل إليها:

- وجود اتجاهات إيجابية لدى الموظفين نحو دور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل، خصوصًا في جوانب تحسين الاتصال الداخلي وتسهيل انسياب المعلومات.
- ترى العينة أن وسائل العلاقات العامة الرقمية تسهم في تعزيز الكفاءة والإتقان والشفافية داخل المؤسسة.
- أبرزت الدراسة عددًا من التحديات المتعلقة باعتماد العلاقات العامة الرقمية أهمها: ضعف البنية التحتية التكنولوجية مما يؤدي إلى بطء في أداء المنصات الرقمية ويصعب من الوصول السلس للمعلومات. وأيضًا محدودية الميزانية المخصصة لتطوير الوسائل الرقمية وأنظمة الاتصال، مما يحد من الاستثمار في التجهيزات والتكوين المستمر.

خلصت الدراسة إلى أهمية دمج العلاقات العامة الرقمية ضمن الهيكل التنظيمي الرسمي، وتكثيف التكوين والتدريب في هذا المجال. كما أوصت بتطوير منصات رقمية فعالة لتعزيز التفاعل بين الإدارة والموظفين، مما يسهم في تحقيق جودة العمل وتحسين أداء المؤسسة العمومية.

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة الرقمية، جودة العمل، المؤسسات العمومية.

Summary:

This study addresses the role of digital public relations in improving the quality of work within public institutions, by identifying the attitudes of the internal public (employees) towards this communication function in a changing digital environment. The central problem investigated was: What are the internal public's attitudes towards the role of digital public relations in enhancing work quality within the Directorate and Inspectorates of State Property in Biskra?

The study adopted a descriptive analytical approach to describe and analyze the phenomenon under investigation. An electronic questionnaire served as the primary data collection tool, distributed to a purposive sample of 52 employees from the Directorate and its inspectorates, representing various administrative levels. Semi-structured interviews were also conducted with some administrative executives to support the quantitative results.

Among the most prominent findings:

- Positive attitudes among employees towards the role of digital public relations in improving work quality, particularly concerning enhancing internal communication and facilitating information flow.
- The sample believes that digital public relations tools contribute to boosting efficiency, proficiency, and transparency within the institution.
- The study highlighted several challenges related to the adoption of digital public relations, primarily: weak technological infrastructure, leading to slow performance of digital platforms and hindering seamless access to information. Also, limited budget allocated for developing digital tools and communication systems, restricting investment in equipment and continuous training.

The study concluded with the importance of integrating digital public relations into the formal organizational structure and intensifying training in this field. It also recommended developing effective digital platforms to enhance interaction between management and employees, thereby contributing to achieving work quality and improving the performance of the public institution.

Keywords: Digital Public Relations, Work Quality, Public Institutions.

Résumé:

Cette étude porte sur le Rôle Des Relations Publiques Numériques Dans L'amélioration De La Qualité Du Travail Au Sein Des Institutions Publiques, En identifiant les attitudes du public interne (les employés) envers cette fonction de communication dans un environnement numérique en mutation. La problématique centrale était la suivante : Quelles sont les attitudes du public interne concernant le rôle des relations publiques numériques dans l'amélioration de la qualité du travail au sein de la Direction et des Inspections des Domaines de l'État à Biskra ?

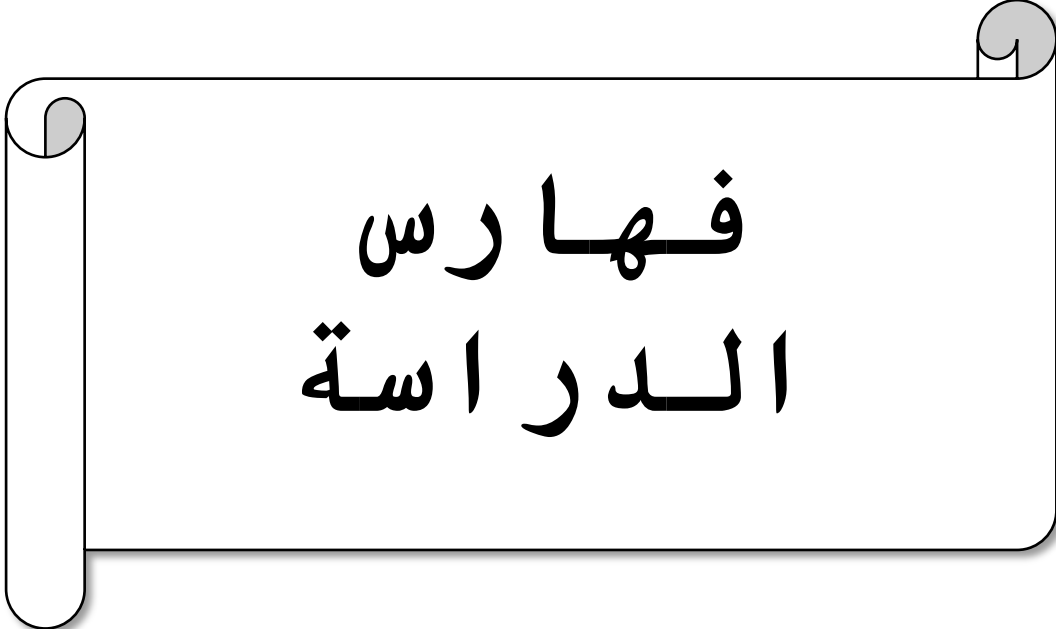
L'étude a adopté une approche descriptive et analytique afin de décrire et d'analyser le phénomène étudié. Un questionnaire électronique a été utilisé comme principal outil de collecte de données, administré à un échantillon raisonné de 52 employés de la Direction et de ses inspections, représentant différents niveaux hiérarchiques. Des entretiens semi-directifs ont également été menés avec certains cadres administratifs pour étayer les résultats quantitatifs.

Parmi les résultats les plus significatifs :

- Existence d'attitudes positives chez les employés concernant le rôle des relations publiques numériques dans l'amélioration de la qualité du travail, notamment en ce qui concerne l'amélioration de la communication interne et la facilitation de la circulation de l'information.
- L'échantillon estime que les outils de relations publiques numériques contribuent à renforcer l'efficacité, la compétence et la transparence au sein de l'institution.
- L'étude a mis en lumière plusieurs défis liés à l'adoption des relations publiques numériques, principalement : la faiblesse de l'infrastructure technologique, entraînant une lenteur des plateformes numériques et rendant difficile l'accès fluide à l'information. De plus, la limitation du budget alloué au développement des outils numériques et des systèmes de communication, ce qui freine l'investissement dans les équipements et la formation continue.

L'étude a conclu sur l'importance d'intégrer les relations publiques numériques dans la structure organisationnelle officielle et d'intensifier la formation et le développement dans ce domaine. Elle a également recommandé le développement de plateformes numériques efficaces pour renforcer l'interaction entre la direction et les employés, contribuant ainsi à l'atteinte de la qualité du travail et à l'amélioration de la performance de l'institution publique.

Mots-clés : Relations publiques numériques, Qualité du travail, Institutions publiques.



فهارس الدراسة

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الشكر والعرفان	
الإهداء	
ملخص الدراسة	
فهرس المحتويات	ب-ج
فهرس الجداول	ح-خ
فهرس الأشكال	د
ملاحق الدراسة	ذ
مقدمة	أ-ب
الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة	
1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	4
2- أسباب اختيار الموضوع	5
3- أهداف الدراسة وأهميتها	6
1-3 أهداف الدراسة	6
2-3 أهمية الدراسة	6
4- المفاهيم الأساسية للدراسة	7
1-4 مفهوم اتجاه الجمهور الداخلي	7
2-4 مفهوم العلاقات العامة	8
3-4 مفهوم العلاقات العامة الرقمية	8
4-4 مفهوم جودة العمل	9
5- المقترح النظري للدراسة وأدبياتها	10
1-5 الدراسات السابقة	10
2-5 المقاربة النظرية للدراسة	21
6- الإجراءات المنهجية للدراسة	29
1-6 نوع الدراسة	29

29	2-6 المنهج المستخدم
31	3-6 أدوات جمع البيانات
32	4-6 المعالجة الإحصائية والوسائل المستخدمة
34	7- صدق وثبات استمارة الاستبيان
34	1-7 صدق استمارة الاستبيان
44	2-7 ثبات استمارة الاستبيان
46	8- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
46	1-8 مجتمع الدراسة
46	2-8 عينة الدراسة
47	9- حدود الدراسة
54	10- اختبار فرضيات الدراسة
54	1-10 اختبار الفرضية الاولى
55	2-10 اختبار الفرضية الثانية
57	3-10 اختبار الفرضية الثالثة
59	4-10 اختبار الفرضية الرابعة
61	5-10 اختبار الفرضية الخامسة
63	6-10 اختبار الفرضية السادسة
64	7-10 اختبار الفرضية السابعة
67	8-10 اختبار الفرضية الثامنة
69	9-10 اختبار الفرضية التاسعة
71	11 - صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
73	تمهيد
74	أولاً: العلاقات العامة الرقمية
74	1- تعريف العلاقات العامة
76	1-1 نشأة وتطور العلاقات العامة
79	2-1 وظائف العلاقات العامة

83	3-1 أنواع العلاقات العامة
83	2- تعريف العلاقات العامة الرقمية
85	1-2 أدوات العلاقات العامة الرقمية
88	2-2 خصائص العلاقات العامة الرقمية
89	3-2 أهمية التحول الرقمي في العلاقات العامة
91	ثانيا: مفهوم جودة العمل
91	1- تعريف جودة العمل
92	1-1 معايير جودة العمل
93	2-1 أهمية جودة العمل في المؤسسات العمومية
94	2- العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة العمل
96	ثالثا: اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية وجودة العمل
6	1- تعريف الجمهور الداخلي
98	1-1 خصائص الجمهور الداخلي في المؤسسات العمومية
99	2-1 العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور الداخلي
100	2- تعريف الاتجاهات ومكوناتها (المعرفية، العاطفية، السلوكية)
100	2-1 تعريف الاتجاه
101	2-2 مكونات الاتجاه
102	3- أهمية معرفة اتجاهات الجمهور الداخلي في نجاح العلاقات العامة
104	4- دور الاتجاهات في التأثير على جودة العمل
105	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
107	تمهيد
108	أولا: لمحة عن مديرية ومفتشيات أملاك الدولة ببيسكرة
108	1- نبذة عن مديرية أملاك الدولة في ولاية بسكرة
108	1-1 تاريخ تأسيس المديرية
109	2-1 دور المديرية في إدارة أملاك الدولة
109	2- المهام الرئيسية للمديرية
110	3- الهيكل التنظيمي للمديرية وأقسامها
112	4- أدوات العلاقات العامة الرقمية المعتمدة في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة

113	ثانيا: عرض وتحليل نتائج المقابلة
114	ثالثا: تحليل اتجاهات وآراء أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة
	النتائج النهائية للدراسة
148	1 - النتائج العامة
150	2 - النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات
150	3 - خلاصة عامة للنتائج
152	خاتمة وتوصيات

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسات الحالية	18
02	أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة المتعلقة بجودة العمل ودراستنا الحالية	20
03	يمثل درجات أسئلة الاستبيان	33
04	صدق المحكمين للاستبيان	34
05	معامل ارتباط أسئلة محور دور وسائل العلاقة العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين مع الدرجة الكلية للمحور	36
06	معامل ارتباط أسئلة محور أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل ومن وجهة نظر الموظفين من الدرجة الكلية للمحور	38
07	معامل ارتباط أسئلة محور انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين من الدرجة الكلية للمحور	42
08	معامل ارتباط أسئلة محور تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة مع الدرجة الكلية للمحور	45
09	يمثل حساب ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية	47
10	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب الجنس	48
11	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب السن	49
12	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب المؤهل العلمي	50
13	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب الخبرة المهنية	51
14	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب المنصب الوظيفي	53
15	يبين الوصف الكمي للعينة	54
16	اختبار أنوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل حسب متغير المؤهل العلمي	56
17	اختبار أنوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل حسب متغير الخبرة	58
18	اختبار أنوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب	60
19	اختبار أنوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية	61

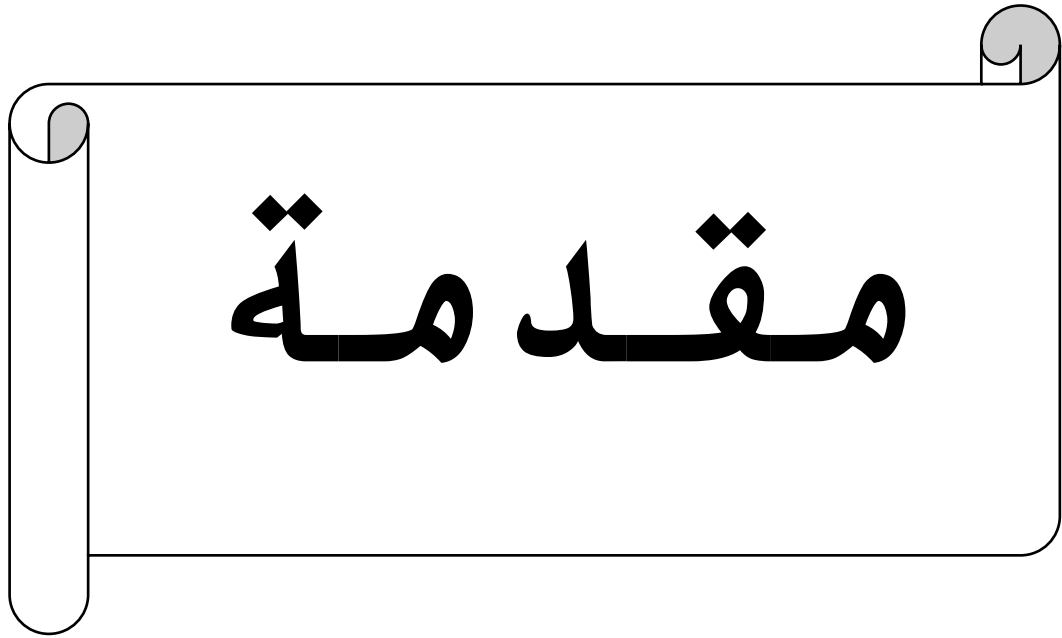
	ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة	
64	اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير السن	20
66	اختبار LSD لمعرفة أقل فرق معنوي بين أصناف السن	21
68	اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب	22
69	اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المؤهل العلمي	23
125	مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة واتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين	24
128	أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين	25
132	انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين	26
137	تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة	27
140	اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة	28
143	يمثل مقترحات لتطوير وسائل العلاقات العامة لرفع جودة العمل في المديرية ومفتشياتها	29
145	يمثل مقترحات لتحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية بشكل أكثر فعالية لتحسين متغيرات الجودة	30

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع عينة إطارات مديرية أملاك الدولة حسب الجنس	48
02	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب السن	49
03	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب المؤهل العلمي	50
04	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشية أملاك الدولة حسب الخبرة المهنية	51
05	توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب المنصب الوظيفي	52
06	العلاقات العامة الرقمية	96
07	المكونات الثلاثة للتجاه	102
08	الهيكل التنظيمي لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة	111
09	يمثل اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة	141

ملاحق الدراسة

الرقم	عنوان الملحق
01	استمارة المقابلة
02	استبيان الدراسة
03	كيفية التحكم في أجهزة الرقمنة
04	تعلية من أجل إنشاء البريد الإلكتروني و FTP
05	تطبيق البرونتو
06	موقع البريد الإلكتروني الرسمي
07	تطبيق FTP
08	قائمة أسماء المحكمين والأساتذة
09	تعلية من أجل تحسين جودة العمل



شهد العالم المعاصر تحولات جذرية في مختلف مجالات الحياة نتيجة للتطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وقد أسهم هذا التغيير في إعادة تشكيل البيئة التنظيمية من حيث بنيتها الإدارية، وأسلوب إدارتها وطبيعة ممارستها الاتصالية، لا سيما في ظل الاعتماد المتزايد على تقنيات الاعلام الحديث والنظم الرقمية. وفي هذا السياق، لم يعد بالإمكان الحديث عن فعالية الأداء التنظيمي وجودة الخدمات المقدمة بمعزل عن دور الاتصال الرقمي، الذي أصبح يشكل عنصرا محوريا في العمليات الإدارية والتواصلية داخل المؤسسات.

وقد برزت "العلاقات العامة الرقمية" كأحد إفرازات الثورة الرقمية، حيث انتقلت من كونها وظيفة تقليدية تعتمد على إرسال الرسائل والمعلومات، إلى وظيفة تفاعلية مدعومة بتقنيات حديثة تشمل الشبكات الداخلية، البوابات الإلكترونية، الصناديق الرقمية، وغيرها من الأدوات التي تسهم في تحسين بيئة العمل. وتتمثل أهداف هذه العلاقات في تسهيل انسياب المعلومات، تعزيز الشفافية، رفع رضا الموظفين، وبالتالي الارتقاء بجودة الأداء داخل المؤسسة.

وتحتل العلاقات العامة الرقمية اليوم موقعا متقدما ضمن أولويات المؤسسات الحديثة، لما لها من دور في دعم الأنشطة الاتصالية والتسويقية، والمساهمة في بناء سمعة مؤسسية فعّالة. كما تعمل على خلق بيئة تواصلية ديناميكية تتيح تبادل المعارف والمعلومات بين مختلف المستويات التنظيمية، مما ينعكس إيجاباً على كفاءة العمليات الإدارية. غير أن فاعلية هذا الدور تظل مرهونة بجملة من العوامل، من أبرزها توفر البنية الرقمية، ومدى تأهيل الموظف، وقبوله لهذا التحول الاتصالي، إلى جانب الخصوصية التي تميز القطاع العمومي.

وفي هذا الإطار، تسعى العديد من المؤسسات إلى إدماج التقنيات الرقمية ضمن منظومتها الاتصالية، في خطوة تهدف إلى تحسين الأداء وترسيخ آليات الرقابة المحلية. إلا أن هذه المبادرات لا تزال في مراحلها الأولى، مما يتطلب الوقوف على تصورات ووجهات نظر الموظفين إزاء هذا التحول، ومدى تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على **اتجاهات موظفي مديرية ومفتشيات أملاك الدولة ببسكرة**، من خلال أربعة محاور أساسية: دور الوسائل الرقمية كالبريد الإلكتروني والإنترنت، مدى تحقيق الأهداف الاتصالية والتنظيمية للعلاقات العامة الرقمية، انعكاس هذه الممارسات على جودة العمل، وأخيراً التحديات التي تواجه التطبيق الفعلي لهذه الوظيفة الحديثة.

ولمقاربة هذه الإشكالية، استندت الدراسة في شقها النظري إلى مجموعة من المفاهيم المعاصرة مثل: جودة العمل، الاتصال الداخلي الرقمي، الاتجاهات، والعلاقات العامة الرقمية. كما تم توظيف عدد من

النماذج التفسيرية في ميدان الاتصال والتنظيم، وفي مقدمتها نظرية "انتشار المبتكرات" لإيفريت روجرز، التي تفسر كيفية تبني الأفراد داخل المؤسسة للتكنولوجيا الجديدة، والعوامل المؤثرة في ذلك كالثقافة التنظيمية، والقناعات الفردية، وسياق الاتصال المؤسسي.

أما من الناحية التطبيقية، فقد تم اعتماد أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من موظفي المديرية والمفتشيات، حيث تضمنت مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة لقياس تصوراتهم حول دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع بعض الإطارات الإدارية بهدف تعميق فهم الممارسات الاتصالية المعتمدة. وبهذا، تأمل هذه الدراسة في الإسهام في إثراء النقاش الأكاديمي حول واقع العلاقات العامة الرقمية في الجزائر، من خلال تسليط الضوء على وجهة نظر الجمهور الداخلي، بوصفه الطرف المباشر والمتأثر بالتحويلات الاتصالية والإدارية، في سياق السعي نحو تحقيق جودة تنظيمية ومهنية أفضل.

□ الفصل الأول:
البناء الفكري والمنهجي
□ للدراسة

1- الإشكالية:

يعد الاتصال حجر الأساس في النشاط الإنساني، إذ يسهم في تحقيق الانسجام بين الأفراد والجماعات، كما يمثل عاملاً حاسماً في نجاح التنظيمات، من خلال ما توظفه من أشكال متعددة للاتصال المؤسسي. ومع التوسع المستمر في حجم المؤسسات وتزايد تعقيد بنيتها التنظيمية، أصبحت الحاجة ملحة إلى بناء علاقات فعالة مع جمهور المؤسسة، سواء الداخلي أو الخارجي، وهو ما أفرز وظيفة إدارية اتصالية جوهرية عُرفت باسم "العلاقات العامة". وتُعنى هذه الأخيرة بترسيخ قنوات تواصل فاعلة تسهم في تعزيز صورة المؤسسة وتحقيق التفاعل البناء مع مختلف الأطراف المعنية.

وقد أصبحت العلاقات العامة، في هذا السياق، مكوناً أساسياً في بنية المؤسسات المعاصرة، لما لها من دور في تحسين السمعة المؤسسية، وتعزيز الثقة، وتنمية رصيد التواصل داخل البيئة التنظيمية. كما أن نجاح المؤسسة، سواء كانت خدمية أو إنتاجية، بات مرهوناً بمدى فاعلية جهاز العلاقات العامة من حيث تنظيمه، وهيكلته، ومستوى أداء القائمين عليه، خصوصاً في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة، التي فرضت على المؤسسات إعادة صياغة استراتيجياتها الاتصالية بما يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي.

ومن هنا، برز مفهوم العلاقات العامة الرقمية، باعتبارها تطوراً نوعياً لوظيفة العلاقات العامة التقليدية، إذ أصبحت تعتمد على الوسائط والمنصات الرقمية لتحسين بيئة العمل، وضمان التفاعل المستمر مع الجمهورين الداخلي والخارجي، وتعزيز الأداء المؤسسي ككل. وقد أضحت من الضروري مواكبة هذا التحول من خلال فهم آليات العلاقات العامة الرقمية، ووظائفها، وأثرها المباشر على جودة العمل داخل المؤسسات، لا سيما في إطار الرقمنة التي تمس مختلف القطاعات.

وعلى الصعيد الجزائري، تلعب العلاقات العامة الرقمية دوراً متزايد الأهمية في دعم جهود الحكومة نحو التحول الرقمي، خاصة على مستوى المؤسسات العمومية. فهي تساهم في تحسين التواصل بين هذه المؤسسات والمواطنين، وتيسير الوصول إلى المعلومات والخدمات، فضلاً عن تعزيز الشفافية والمشاركة العامة. كما تمثل أداة استراتيجية في دعم إدارة الأداء الداخلي، من خلال نشر الوعي بالخدمات الإلكترونية، وتيسير الإجراءات الإدارية، مما يدفع نحو جودة تنظيمية ومؤسسية أفضل.

وفي ظل هذا التحول التكنولوجي والاتصالي المتسارع، باتت المؤسسات العمومية الخدمية الجزائرية مدعوة إلى تبني العلاقات العامة الرقمية كخيار استراتيجي لتحسين جودة خدماتها وتعزيز فعاليتها أداؤها الداخلي.

إلا أن واقع هذه المؤسسات يكشف عن تفاوت في مستويات الاستجابة لهذا التحول، بسبب تحديات مرتبطة بالبنية التحتية الرقمية، ومدى توفر الكفاءات البشرية المؤهلة، والثقافة التنظيمية، فضلاً عن مستوى تقبل الجمهور الداخلي لهذا النمط الجديد من الاتصال. ومن هنا، تكتسي دراسة تطبيق العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسات العمومية أهمية خاصة، لاسيما عندما يتعلق الأمر بمؤسسات حساسة وظيفياً كمديريات ومفتشيات أملاك الدولة، التي تلعب دوراً محورياً في تسيير العقار العمومي وتقديم خدمات مباشرة للمواطنين. وبناء عليه، تبرز الحاجة إلى التساؤل حول مدى وعي وتفاعل الجمهور الداخلي - أي الموظفين - مع دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل داخل هذه المؤسسة. وفي ضوء ما تقدم، تنطلق هذه الدراسة من الإشكالية الآتية:

ماهي اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل داخل مديرية ومفتشيات أملاك الدولة - بسكرة -؟

ولتفصيل جوانب هذا التساؤل دعت الحاجة في دراسة هذا الموضوع إلى طرح تساؤلات فرعية نبرزها كما يلي:

- كيف تساهم وسائل العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر العمال؟
- ماهي أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل؟
- ماهي انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار أي موضوع للدراسة لا يتم بشكل عشوائي أو صدفة، بل يكون نتيجة وجود مجموعة من الأسباب التي تحفز الباحث على التعمق في دراسة مختلف جوانب هذا الموضوع، وذلك من خلال المعلومات التي يتم جمعها حول هذه المشكلة وتحليلها، واستخلاص النتائج الدقيقة التي من شأنها أن تشكل حلاً ناجحاً لتلك الإشكالية، لذلك جاء اختيارنا لهذا الموضوع بناء على الأسباب التالية:

- قابلية هذا الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية.
- توجه المؤسسات الحديثة بنوعيتها الخاصة والعمومية نحو اعتماد الرقمنة في وظائفها الإدارية والتي من بينها العلاقات العامة الرقمية.

➤ اعتماد التقنيات الرقمية في تواصل المؤسسات مع جماهيرها.

➤ تأثير التقنيات الرقمية على أنماط العمل وانعكاسها على جودتها في مختلف المؤسسات.

➤ سعي المؤسسات الجزائرية إلى تبني الرقمنة للتكيف مع التغيرات الخاصة في بيئات العمل.

3- أهداف الدراسة وأهميتها:

3-1 أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، فالهدف من دراسة موضوع معين في البحوث العلمية هي تعويد الباحث على تنقيب وكشف حقائق وآفاق جديدة من المعرفة في مواضيع يظهر شغفه بها، وبصفة عامة نستطيع القول ان مجمل أهداف دراستنا تتلخص فيما يلي:

➤ الوصول إلى تحديد درجة مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة واتقان جودة العمل من وجهة نظر الموظفين.

➤ تحديد آراء الموظفين حول جملة أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل.

➤ معرفة جملة الانعكاسات السلبية والإيجابية للاعتماد على العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين.

3-2 أهمية الدراسة:

يعتبر البحث العلمي أهم أداة لمعرفة كافة الحقائق الموجودة في هذا العالم، ويتيح للباحث الاعتماد على نفسه في اكتساب المعلومات، حيث تكشف البحث عن مناطق مجهولة في حياتنا في شتى المجالات، كما تناقش قضايا لم يتوقف عندها السابقون، إذ يفترض فيها أن تكون جديدة، وفي مواضيع لم يتطرق إليها أحد من قبل، وعلى هذا الأساس ارتأينا في دراستنا هذه إلى أن تكشف عن أهمية موضوعنا الذي نحن بصدد انجازه في النقاط التالية:

➤ تساهم هذه الدراسة في تدعيم البحث العلمي من خلال فهم أعمق لتأثير العلاقات العامة الرقمية على بيئة العمل وتحسين استراتيجية الاتصال بها.

➤ هذه الدراسة مهمة للمؤسسات الحكومية لتوضيح كيفية اعتماد العلاقات العامة الرقمية وطرق استخدامها بمختلف أنواعها الحكومية بالخصوص. كما تساعد المؤسسات على إيجاد طرق رفع جودة العمل.

- تساهم في تحديد الاحتياجات التدريبية للموظفين في مجال استخدام العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل وزيادة الفاعلية داخل المؤسسات.
- تساعد الدراسة في فهم كيف ينظر الموظف إلى العلاقات العامة الرقمية وأثرها على بيئة العمل.
- تدعم المؤسسة في تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال تحسين جودة الاتصال الداخلي.
- تسلط الضوء على الدور المحتمل للعلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل وزيادة الفاعلية داخل المؤسسة.

4- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

4-1 مفهوم اتجاه الجمهور الداخلي:

➤ مفهوم الاتجاه:

لغة: كلمة اتجاه من اتجه، اتجاها أي قصد، توجه واتخذ وجهة له (الكامل، 1985، صفحة 20).

اصطلاحاً: يعرف بوجار دوس (Bougardus) الاتجاه: "على أنه الميل الذي ينحو بالسلوك قريباً من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعاً لانجذابه لها أو نفوره منها (إسماعيل و وآخرون، 1983، صفحة 50).

كما عرف الاتجاه على أنه: "حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تتضمن أو تتكون خلال التجربة أو الخبرة التي تسبب تأثيراً موجهاً ديناميكاً على استجابات الفرد لكل الموضوعات التي ترتبط بهذا الاتجاه" (Henri, 1960, p. 108).

➤ مفهوم الجمهور الداخلي:

هو مجموعة العاملين داخل المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والتقنية، وتسعى العلاقات العامة من خلال الجمهور الداخلي إلى تحقيق الاستقرار له، وأن تجعله يشعر بالانتماء إلى مؤسسته، وهذا ما يجعل هذه الجماهير تميل إلى تبني سياسات المؤسسة وأهدافها، والدفاع عنها، وهذا بفضل وضع إدارة العلاقات العامة لسياسة اتصالية محكمة تستعمل من خلالها وسائل اتصال معينة ترى بأنها المجدية في الاتصال بهذا النوع من الجمهور، وبهذا يستطيع تكوين مشاعر إنسانية نتيجة المعاملة الإنسانية وإشباع الحاجات النفسية الاجتماعية والمادية لتلك الجماهير والعمل على رفع معنوياتها وتحقيق التماسك وكسب رضاها (الزهري، 2004، صفحة 35).

4-2 مفهوم العلاقات العامة:

لغة: هي مفهوم مركب من كلمتين " العلاقات " و " العامة " .

• **العلاقات:** هي كما أوردها المنجد الأبجدي من مصدر علائق، وتعني حسيطة الروابط والصلات التي تتم هيئة أو مؤسسة ما.

• **العامة:** هي مؤنث مذكرو " عام " وجمعه عوام والعامة هي كل مخالف الخاصة ويقصد بها مجموعة الجماهير التي تصل عملها أو يرتبط مصالحها (لقصير، 2007، صفحة 48).

اصطلاحاً: هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد وتحافظ على اتصال متبادل، وفهم وتعاون بين المؤسسة وجماهيرها وتشمل إدارة المشاكل أو القضايا وتساعد الإدارة في أن تظل على علم بالرأي العام وتستجيب له، وتحدد وتؤكد مسؤولية العلاقة لخدمة مصلحة الجمهور وتساعد الإدارة في البقاء يقظة للتغيير (أبو أصبح، 1998، صفحة 86).

وكذلك عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب تفاهم والتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمرارها وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه والتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأوجه نشاطها، وتحديد المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصلحة المشتركة بين المؤسسة وجمهورها باستخدام الإعلام الشامل والمخطط (هتيمي، 2014، صفحة 12).

كما يعرف بول جاريت أحد رواد العلاقات العامة، أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه (عجوة، 1983، صفحة 14).

4-3 مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

لغة: يقسم إلى شقين الأول هو العلاقات العامة والشق الثاني هو الرقمنة، ويمكن القول بأن العلاقات العامة أصبحت واضحة ومعروفة على نطاق واسع، أما الشق الثاني الرقمية فتشير إلى الوسائل والنظم الرقمية مثل الويب، الهواتف النقالة، منصات التواصل الاجتماعي، وغيرها من المستجدات التي يتم من خلالها تبادل المعلومات (نعميش، 2010، صفحة 19).

اصطلاحاً: تعرف العلاقات العامة الرقمية على أنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الانترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني، وخدمات الرسائل النصية

التي تقدم المعلومات عبر الانترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور ومقاطع فيديو (بن دنيا، 2022، صفحة 142).

وكذلك تعرف العلاقات العامة الرقمية بأنها نشاط مرتبط بتحسين العملية الاتصالية مع الجمهور من خلال شبكات الانترنت بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمجتمعات الافتراضية والعلامة التجارية إلى غير ذلك من الوسائط الاتصالية الحديثة (عامر، 2021، صفحة 142).

كما تعتبر العملية التي يتم من خلالها تحويل المواد والوثائق غير الرقمية على اختلافها إلى ملفات رقمية يمكن التعامل معها من خلال تكنولوجيات الحاسبات باستخدام أجهزة مختلفة منها المساحات (بن عيسى، معمر، و رحموني، 2020، صفحة 37).

إجرائياً: هي التوجه الإداري والاتصالي لأنشطة العلاقات العامة، ومزاولتها عبر استخدام شبكة الانترنت والتقنيات الرقمية لتحقيق أفضل أساليب الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة الحكومية في حالتنا هذه المتمثلة في مديرية أملاك الدولة.

4-4 مفهوم جودة العمل:

➤ تعريف الجودة:

تعريف الجودة وفقاً لمعيار ISO 9000 : هي مجموعة من الخصائص والميزات التي تنتج لمنتج أو خدمة تلبية متطلبات محددة (الدراركة، 2008، الصفحات 15-16).

تعريف الجودة اجرائياً: مدى رضا الموظف الداخلي في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة عن بيئة العمل بما في ذلك وضوح الإجراءات، سهولة الوصول وتوفر المعلومات وفعالية التواصل الرقمي، وسرعة إنجاز المهام، ويتم قياس ذلك من خلال تصورات الموظفين المتعلقة بمساهمة أدوات العلاقات العامة الرقمية في تقدير العلاقات العامة لفعالية وشفافية وتنسيق الوظائف داخل المديرية ومفتشياتها.

➤ تعريف العمل:

هو مجموعة من الأنشطة والجهود التي يبذلها الأفراد أو الجماعات بهدف تحقيق هدف معين أو إنتاج شيء ما، يتنوع العمل ما بين العمل اليدوي الذهني، الفني أو الإداري ويعد من العناصر الأساسية في الحياة الاقتصادية والاجتماعية يمكن تصنيفه إلى عدة أنواع بما في ذلك العمل المدفوع والأعمال التطوعية (Deborah, 1994, p. 7)

➤ مفهوم جودة العمل:

لغة: مصطلح الجودة في اللغة يشير إلى الصفات والمميزات التي يمتلكها الشيء ويدل على مدى اتسامه بالكمال أو التميز وعند الحديث عن جودة العمل، يرتبط الموضوع بمستوى الإتقان والمهارة في تنفيذ الأعمال المختلفة. (الداركة، 2008، صفحة 15)

اصطلاحاً: تعني تحقيق المعايير المطلوبة في انجاز العمل، سواء من حيث المخرجات " النتائج " أو العمليات المنفذة، حيث تتمثل جوانب الجودة في مختلف المعايير مثل الدقة، الكفاءة ... الخ، وتهدف إلى تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية

كما يعرف أونيل وكارول: " بأن جودة العمل تضم جميع الصفات والخصائص التي تساهم في تحسين العملية الإنتاجية وخدمة العملاء، مما يؤدي إلى تعزيز سمعة المؤسسة وزيادة ولاء العملاء (Shavian & Charlotte, 2017, p. 75)

وأيضاً تعرفها منظمة الأيزو (ISO): بأنها قدرة المؤسسة على تلبية توقعات العملاء من حيث كفاءة المنتجات أو تقديم الخدمات. (الخالدي، 2006، صفحة 38)

كما نجد تعريف المعهد الأمريكي للمعايير الوطنية (ANSI) لجودة العمل: بأنها تدل على مدى تلبية المنتج أو الخدمة لمتطلبات واحتياجات العملاء، بالإضافة إلى تحسين العمليات لتحقيق نتائج أفضل (Crosby, 1979, p. 79)

إجرائياً: هي مدى تحقيق الموظفين لمصالح بمستوى عالي من الكفاءة والفعالية في تنفيذ المهام وحماية ممتلكات الدولة، وحسن استعمالها المرتبطة بتسيير الأملاك الوطنية، وذلك وفق معايير إدارية وقانونية وتنظيمية محددة من طرف السلطة، والالتزام بالمسؤولية الوظيفية.

5- المقترح النظري للدراسة وأدبياتها:

5-1 الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة المنطلق الرئيسي الذي يعتمد عليه الباحث في إنجاز بحثه من خلال الخطوات خاصة المنهجية منها، حيث يوضح كثير من الكتب العلمية إلى أن الدراسات السابقة تعتبر تراثاً هاماً ومصدر غنيا لا بد من الاطلاع عليه فهي تزود الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات التي يمكن الاستفادة منها. وتعني أيضاً بالبحوث والدراسات التي يجريها باحثون آخرون في موضوعات مشابهة وماهية الدراسات والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها بالنتائج التي وصلت إليها ليتمكن الباحث فيما بعد من تمييز دراسته الحالية عن تلك الدراسات، وقد تم الاعتماد على بعض الدراسات التي ساعدتنا في إنجاز هذا البحث بالكثير أو بالقليل، وهي كالاتي:

➤ الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية:

- الدراسة الأولى: 2022 (قادم، 2022): العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات

الحديثة، قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية، جامعة الجزائر 03.

تبحث هذه الدراسة في دور العلاقات العامة الرقمية في تكوين وإدارة الصورة الذهنية للمنظمات داخل البيئة الافتراضية. وتهدف إلى فهم كيفية استخدام المنظمات للتقنيات الرقمية في تحسين تصورات الجمهور عنها، أما من ناحية المنهجية فتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي، حيث تقوم بوصف وتحليل الظاهرة، مع التركيز على العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية والصورة الذهنية.

وتخرج هذه الدراسة بسؤال رئيسي: ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تكوين وإدارة الصورة الذهنية للمنظمة في البيئة الافتراضية؟، كما تم طرح التساؤلات الفرعية وهي كالاتي: ما هو مفهوم العلاقات العامة الرقمية وأهميتها بالنسبة للمنظمات؟، ماذا يعني مصطلح الصورة الذهنية وأهميته بالنسبة للمنظمات؟، ما طبيعة الجهود التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة لتشكيل وتحسين الصورة الذهنية؟، ماهي وسائل الاتصال المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة الرقمية لتحسين صورتها الذهنية؟، ماهي الاستراتيجيات التي تتبعها إدارات العلاقات العامة الرقمية لبناء صورة ذهنية للمنظمات؟، وماهي العوامل المؤثرة في ذلك؟

تندرج هذ الورقة البحثية ضمن الدراسات الوصفية، التي تعتمد أساسا على وصف الظاهرة وتحليلها مع تحديد خصائصها، وظهورها وعوامل ومراحلها لهذا ارتأينا الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب في وصف وتحليل الظاهرة المدروسة - العلاقات العامة الرقمية كمدخل أساسي لبناء وتشكيل الصورة الذهنية - من الناحية المفاهيمية بكونها ظاهرة جديدة وحديثة، ومن ناحية توضيح العلاقة بين المتغيرات (العلاقات العامة الرقمية. الصورة الذهنية) حيث وظفنا المسح المكتبي، إذ يعتبره الكثير من المتخصصين أنه يندرج ضمن المنهج الوصفي.

وقد لخصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج هي:

- خلصت الدراسة بأن تحسين الصورة الذهنية للمنظمة يستدعي إعادة النظر في الموروث السابق لكل من تسويق المحتوى الاتصالي واستراتيجيات إدارة الصورة الذهنية والتمكن من أساسيات التسويق الرقمي المعاصر.

محور الدراسة: تتمحور الدراسة حول كيفية توظيف العلاقات العامة الرقمية في تشكيل صورة إيجابية للمنظمة، وتحديد العوامل المؤثرة على هذه العملية، بالإضافة إلى الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في بناء السمعة المؤسسية في الفضاء الرقمي.

التعليق على الدراسة: تقدم هذه الدراسة رؤية نظرية مهمة حول كيفية تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات عبر الوسائل الرقمية، ولكنها تفتقر إلى أمثلة تطبيقية أو دراسات حالة توضح فعالية الاستراتيجيات التي تم تحليلها، أيضا كان يمكن لهذه الدراسة أن تستفيد أكثر من توظيف بيانات عملية أو تحليل منصات رقمية محددة.

• **الدراسة الثانية: 2022 - 2023** (بنون و راشدي، 2023): **العلاقات العامة الرقمية في المنظمة وتحدياتها - مقارنة نظرية -**

Digital public relations in the organization and their challenges Theoretical approach.

تناقش هذه الدراسة التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية داخل المنظمات، مع التركيز على الوسائل المستخدمة وأهم الاتجاهات الحديثة في المجال، والدراسة تبحث في كيفية تطور العلاقات العامة الرقمية وتأثيرها على الاتصال المؤسسي، إضافة إلى العقبات التي تواجهها المنظمات في تبني هذا التوجه.

ويلور الباحث تساؤله الرئيسي كآتي: ماهي التحديات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية في المنظمة؟ ووضع مجموعة من التساؤلات الفرعية التي انبثقت عن هذا التساؤل المحوري والمتمثلة في: ما مفهوم العلاقات العامة الرقمية؟، فيما تتمثل الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية؟، ما هي أهم الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة الرقمية؟، ماهي التحديات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية؟ أما فيما يخص نتائج الدراسة المتوصل إليها فهي:

- تمثل العلاقات العامة في المجتمعات الحديثة الرقمية اليوم ضرورة حتمية للمنظمات، استوجب عليها استخدام جميع الأدوات والتقنيات والفرص التي توفرها شبكة الانترنت، مما أحدث فيها تطورا كبيرا فيها.

- تعد العلاقات العامة الرقمية وسيلة اتصال تفاعلي وأداة اتصالية تسويقية للخدمات والمنتجات والمعلومات المتعلقة بنشاطات المنظمة ومزودا للخدمات العلمية، إضافة إلى كونها منتج إلكتروني للمحتوى الرقمي ونشره لفائدة جمهورها الخارجي والداخلي.

- يمثل تصميم موقع المنظمة الالكتروني أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور المؤسسة والعالم الخارجي بشكل عام لتقديم المعلومات والبيانات والأخبار وتبادلها مع هذا الجمهور والاستفادة منها في إعداد نشرات المنظمة على الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والمنصات وفي تصميم وإعداد مطويات المنظمة ومطبوعاتها.

- تساهم العلاقات العامة الرقمية في مراقبة صورة المنظمة عن طريق ما تنتشره وسائل الإعلام والاتصال والمنافسون والمستخدمون، ويتصفح مواقع وصفحات المنظمات المماثلة والمنافسة لها في أنشطتها وخدماتها على الانترنت وعلى شبكات التواصل الاجتماعية والمدونات والمنصات والاطلاع على محتواها الرقمي المتعلق بنشاطاتها.

محور الدراسة: الدراسة تركز بشكل أساسي على الصعوبات والتحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية، سواء من حيث التكنولوجيات المستخدمة، أو تأثير التغيرات السريعة في المشهد الرقمي على أداء المنظمات.

التعليق على الدراسة: تناولت الدراسة موضوعاً حيوياً، خاصة مع تسارع التحول الرقمي في المؤسسات لكن ومع ذلك، فإنها تبدو نظرية إلى حد كبير دون تقديم حلول عملية واضحة لتلك التحديات، كما أن مناقشة "الاتجاهات الحديثة" تحتاج إلى تحديث مستمر لأن التكنولوجيا تتغير بسرعة.

• **الدراسة الثالثة: 2023 (الوائي و الجوازي، 2023): العلاقات العامة الرقمية في بناء التواصل التفاعلي، دراسة تحليلية لمهارات إدارة العلاقات العامة الرقمية لوزارة الخارجية الامريكية لمنصة الفيس بوك، جامعة بغداد.**

تحلل هذه الدراسة أداء العلاقات العامة الرقمية لوزارة الخارجية الأمريكية من خلال صفحتها على منصة فيسبوك، وتناقش كيفية استخدامها لبناء تفاعل مستمر مع الجمهور الدولي، ومن الناحية المنهجية استخدمت الدراسة تحليل المضمون لتقييم طبيعة الرسائل الاتصالية، ومدى تأثيرها على الجمهور.

وخرجت هذه الدراسة بسؤال رئيسي ألا وهو: ماهي الممارسات والأدوار التنظيمية لإدارة العلاقات العامة الرقمية لوزارة الخارجية الأمريكية في تحقيق التفاعل مع الجمهور؟، كما تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية الموضحة كالآتي: ما الإجراءات التنظيمية والتنسيقية التي تمكنت منها إدارة العلاقات العامة لوزارة الخارجية الأمريكية في إدارة الأنشطة الاتصالية؟، ماهي الأنماط والأشكال التي ساهمت في تحقيق

التنوع للرسائل الاتصالية الدارة العلاقات العامة الأمريكية؟، كيف وظفت إدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية الأمريكية المجالات التي انطلقت منها في ممارسة أدوارها الاتصالية؟ واعتمدت هذه الدراسة على المنهج **المسحي**، الذي يوصف الظاهرة وصفا كميا من خلال تحقيق دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لوزارة الخارجية الأمريكية من خلال إدارة تحليل المضمون.

متوصلا الباحث من هذه الدراسة إلى مجموعة النتائج والتي يمكن إدراج أهمها على النحو التالي:

- تبين أن إدارة العلاقات العامة كانت على درجة كبيرة من التنظيم للأنشطة الاتصالية اليومية المتعلقة بالممارسات الإدارية والتنظيمية والتي كانت حاضرة وبشكل كبير للرسائل الاتصالية الموجهة للجمهور.
- تمكنت إدارة العلاقات العامة لوزارة الخارجية الأمريكية عبر المنصة الرسمية للفيس بوك من تحقيق تفاعلية كبيرة مع جميع الشعوب من خلال البناء رسالتها الاتصالية التي جاءت مع رغبة المؤسسة وهذا يعتبر أسلوب حديث في مخاطبة الجماهير بناء على رغباته وأيديولوجياته النفسية والاجتماعية والقانونية من أجل تحقيق توازن بين تلك الرغبات وبين أهداف المؤسسة.

محور الدراسة: تركز على دراسة حالة عملية لكيفية إدارة العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة كبرى، مع تسليط الضوء على استراتيجيات التواصل والتفاعل مع الجماهير عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فايسبوك.

التعليق على الدراسة: تعد هذه الدراسة مفيدة جدًا من الناحية التطبيقية، حيث تقدم نموذجًا حقيقيًا لاستخدام العلاقات العامة الرقمية في قطاع الدبلوماسية، غير أن تركيزها على حالة واحدة فقط (وزارة الخارجية الأمريكية) قد لا يعكس الصورة العامة لممارسات العلاقات العامة الرقمية في المنظمات الأخرى فقد كان بالإمكان أن تكون الدراسة أكثر شمولية من خلال مقارنة استراتيجيات الاتصال في مؤسسات أخرى.

- **الدراسة الرابعة: 2023 (El Hawi & Alotoum, 2023): دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة الخدمات التي تقدمها شركات الطيران.**

تستكشف هذه الدراسة كيف تساعد العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل شركات الطيران، مع التركيز على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز موثوقية هذه الشركات، وتحسين استجابتها لاحتياجات العملاء، وزيادة إمكانية الوصول إلى خدماتها.

وتتضح إشكالية الدراسة في تساؤل الباحث الرئيسي المتمثل في كيف يدرك محترفو العلاقات العامة التغييرات في مهنتهم ويستجيبون لها مع ظهور ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة؟، وتتفرع من هذا الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي: ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين موثوقية منظمات الطيران؟، ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الاستجابة في منظمات الطيران؟، ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين إمكانية الوصول في منظمات الخطوط الجوية؟

وكشفت هذه الدراسة مجموعة من النتائج أهمها نذكر:

- هي الوصول إلى شبكة المعلومات والكيفية التي أولى المشاركون في المقابلات أهمية كبيرة للحفاظ على علاقات جيدة مع اتصالات عالية التأثير، حيث يمكن أن يكون ذلك مفيداً في تعزيز ومشاركة صورة عامة إيجابية للشركة.
- تعزيز الصورة العامة بمعنى الجهود التي يبذلها الممارسون للمساهمة في تعزيز صورتهم العامة التي تتم من خلال استراتيجيات معينة إدارة السمعة وقد أوضح المشاركون في المقابلات كيف يتبنون استراتيجيات الاتصال من أجل تصوير وتعزيز صورة معينة بناء على القيم التي يدركونها النطاق الاجتماعي والاستراتيجية: حيث يتم تسليط الضوء على أهمية تعظيم الوصول تمت مناقشة هذا الأمر مع محاولة الأشخاص الذين أجريت معهم المقابلات أن يشاهدوا محتوهم من قبل جمهور أكبر وأن يصلوا إلى هذا المستوى من خلال القنوات الاجتماعية، بعد ذلك إنشاء المحتوى وتنظيمه وقد تم مناقشة ذلك حيث شارك المشاركون في المقابلات الاستراتيجية إنشاء المحتوى الخاصة بهم بحيث تشمل مجموعة أوسع من الاهتمامات، وبالتالي الوصول إلى المزيد من الأشخاص والأهم من ذلك استهداف الجماهير ذات الصلة.
- العلاقات العامة في حالة تغيير مستمر وهو التركيز على التغييرات التي طرأت على ممارسة العلاقات العامة على مدى العقد الماضي والتأثيرات التي أحدثتها على العلاقات العامة كمجال، وقد تم ذلك من خلال التوسع في تطور التصورات حول العلاقات العامة حيث أعطى المشاركون في المقابلات تفاصيل حول تصوراتهم لما ينطوي عليه العلاقات العامة وكيف تغيرت ممارساتهم وفقاً لدورهم في مجال العلاقات العامة.

محور الدراسة: تتمحور حول العلاقة بين استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية وجودة الخدمات في قطاع الطيران، مع تحليل كيفية استخدام المنظمات للأدوات الرقمية للتواصل مع العملاء وتحسين صورتها العامة.

التعليق على الدراسة: تعتبر هذه الدراسة مهمة فعي تربط بين العلاقات العامة الرقمية والخدمات المقدمة للجمهور، مما يبرز البعد العملي للموضوع، لكن بالرغم ذلك، قد يكون من الأفضل لو تطرق الباحث أيضا إلى مقارنة بين شركات الطيران المختلفة، وهو الشيء الذي يسمح بتقديم رؤية أوسع وأدق حول أفضل الممارسات في المجال.

➤ الدراسات المتعلقة بجودة العمل:

• الدراسة الأولى: (Franco & Trombetta, 2007) 2007: جودة العمل والرضا الوظيفي.

تتمحور هذه الدراسة حول تأثير العوامل الشخصية مثل مستوى التعليم والدخل على رفاية الموظفين ورضاهم الوظيفي، حيث اعتمد في جمع البيانات على أداة الاستبيان، الذي تم توزيعه على عينة تتكون من 140 موظف من أطباء وممرضات على مستشفى كارداريلي من خلال البحث التجريبي. بهدف فحص العلاقة بين مستوى الدراسة والدخل من جهة، وبين الرفاية الوظيفية من جهة أخرى. وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج ألا وهي:

- هناك علاقة ثابتة بين مستوى الدراسة والحالة الشخصية للرفاهية، أي أن زيادة مستوى الدراسة تتوافق مع انخفاض مستوى الرفاهية ويمكن تفسير ذلك بافتراض أنه عندما يقضي الشخص وقتا طويلا في تعليمه فإنه يصبح أكثر تطلبا وبالتالي يصبح من الصعب تلبية الطلبات والحصول على مستوى عال من الرفاهية.

- هناك علاقة مهمة وهي العلاقة بين مستوى الدخل وحالة الرفاهية، بمعنى مستوى الدخل يكون أعلى إذا تحدثنا عن الطاقم الطبي (حيث يكون مستوى الدراسة أيضا أعلى).

التعليق على الدراسة: الدراسة تسلط الضوء على العلاقة بين التعليم والدخل وحالة رفاية الموظف في بيئة العمل ومن نتائجها المثيرة هي أن الموظفين ذوي المستويات التعليمية العليا يعانون من انخفاض في مستوى الرفاهية، حيث يعتبر التعليم طموحًا قد يتطلب المزيد من الجهد والوقت، مما يصعب تلبية احتياجاتهم الشخصية وبالإضافة إلى ذلك، تؤكد الدراسة على أن الطاقم الطبي الذي يمتلك مستويات

تعليمية عالية (أعلى) يحصل على دخل أعلى، مما يعكس العلاقة بين التعليم والدخل في تحسين رفاهية الموظف، وهوما يعزز أهمية التعليم في رفاهية الموظف.

• **الدراسة الثانية:** (Leitao, Pereira, & Goncalves, 2021) **2021: جودة حياة العمل والمساهمة في الانتاجية: تقييم التأثيرات الوسيطة لمتلازمة الإرهاق.**

تتمحور هذه الدراسة حول العلاقة بين جودة حياة العمل والانتاجية، مع التركيز على كيفية تأثير البيئة المهنية والعوامل المحفزة على رفاهية الموظفين وعلى نتائج العمل.

ويلور الباحث تساؤله الرئيسي كالاتي: ماهي العلاقة بين جودة حياة العمل والمساهمة في الانتاجية؟ كما اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح التجريبي من خلال استطلاع جري على 514 موظف في 6 دول أوروبية، وتم جمع البيانات من خلال توزيع استبيان على الموظفين ذات الصلة بالصحة والرفاهية في مكان العمل.

هذا وكانت نتائج الدراسة قد لخصت فيما يلي:

- تقدم هذه الدراسة نمودجا متكاملًا لعوامل جودة العمل في ثلاثية العوامل المحفزة للإنتاجية في مكان العمل. وللقيام بذلك تم دمج العوامل المحفزة الأصلية لهيرزبيرج (وقت العمل المناسب للعمال والراتب المناسب) وعوامل النظافة (بيئة عمل آمنة والاستفادة من خطط الرعاية الصحية المهنية) كعوامل جودة العمل.

- إن التفاعل بين شعور العمال بالسخرية ووجود بيئة عمل آمنة يساهم أيضا بشكل كبير في تقييد العلاقة بين جودة العمل وشعور العمال بالإنتاجية. ومن النقاط المثيرة للاهتمام الأخرى أن التعليم الجامعي له تأثير كبير وإيجابي على مساهمة الموظفين في الإنتاجية.

- كما تشير النتائج إلى أن شعور العمال بانخفاض الكفاءة يحد من العلاقة بين عوامل تحفيز جودة العمل (مثل الحصول على راتب مناسب) ومساهماتهم في الإنتاجية.

التعليق على الدراسة: الدراسة تتعامل مع العوامل التي تؤثر على جودة الحياة في العمل، مثل الراتب، بيئة العمل، والوقت المناسب للعمال... مشيرة إلى أن وجود بيئة عمل آمنة ومناسبة يعزز من شعور الموظفين بالإنتاجية ومن النتائج البارزة أن التعليم الجامعي له تأثير إيجابي على الإنتاجية وهو ما يشير إلى أن الموظفين المتعلمين يشعرون بمزيد من القدرة على المشاركة بفعالية في العمل بالإضافة إلى ذلك

فهذه الدراسة تشير إلى تأثير مشاعر السخرية أو انخفاض الكفاءة على العلاقة بين جودة العمل والإنتاجية، مما يبرز أهمية الحفاظ على بيئة نفسية وصحية لدعم الأداء المهني.

• الدراسة الثالثة: 2024 (Sutanto & Subijanto, 2024): جودة عمل الموظفين: دور راحة العمل واكتمال مرافق الشركة.

تتمحور هذه الدراسة حول كيفية تأثير راحة العمل واكتمال المرافق على جودة العمل ودوافع الموظفين أين يتناول البحث العلاقة بين هذه المتغيرات في سياق عمل الموظفين في المؤسسات والشركات. تمثل التساؤل الدراسي لهذه الدراسة فيما يلي: هل يمكن أن تؤثر هذه المتغيرات على جودة عمل الموظفين؟

ولخصت نتائج الدراسة فيما يلي:

- أن اكتمال مرافق الشركة له تأثير كبير على تكوين دافع العمل الوظيفي.
- أن راحة العمل ليس لها تأثير كبير على جودة العمل. لذا يجب أن يكون لراحة العمل تأثير أكثر جوهرية في تحديد جودة عمل الموظف. كما أن وجود الدافع للعمل كمتغير وسيط لا يتوسط العلاقة بين راحة العمل وجودة العمل.

التعليق على الدراسة: الدراسة تركز على العوامل المادية والمعنوية المؤثرة في جودة العمل. من النتائج الرئيسية أن اكتمال مرافق الشركة يعد من العوامل المؤثرة بشكل كبير في تحفيز الموظفين ودافعهم للعمل، بينما أشارت الدراسة إلى أن راحة العمل ليس لها تأثير ملموس على جودة العمل. هذه النتيجة قد تشير إلى أن الظروف المادية الجيدة للمكان والعمل، مثل المرافق الجيدة والتجهيزات المتكاملة، هي التي تساهم بشكل أكبر في تحسين أداء الموظفين، بينما قد تكون الراحة النفسية جزءاً أساسياً من جودة العمل، إلا أن تأثيرها في هذه الدراسة كان أقل وضوحاً مقارنةً بالمرافق الجيدة.

➤ المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

يتضح من خلال الجدول رقم (01) أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية ودراستنا الحالية:

الرقم	الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
01	العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات (قادم 2022)	- تناقش العلاقات العامة الرقمية كأداة مهمة في تحسين صورة المنظمة. - تستخدم المنهج الوصفي التحليلي	- تركز على تحسين الصورة الذهنية بينما دراستنا الحالية تركز على تحسين جودة العمل داخل المؤسسة. - تدرس تأثير العلاقات العامة الرقمية في بيئة افتراضية بينما دراستنا الحالية تركز على واقع مؤسسة محلية.
02	العلاقات العامة الرقمية في المنظمة تحدياتها (بنون وراشدي 2023)	- تدرس العلاقات العامة الرقمية وأدواتها في المنظمة. - تناقش الدور الاساسي للعلاقات العامة الرقمية في تحقيق التواصل الداخلي والخارجي.	- تركز على التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية، بينما دراستنا تركز على كيفية مساهمتها في تحسين جودة العمل. - تعتمد على تحليل نظري مع المنهج الوصفي، بينما دراستنا تعتمد على المنهج التحليلي والميداني.
03	العلاقات العامة الرقمية في بناء التواصل التفاعلي (الواني والجواري 2023)	- تدرس العلاقات العامة الرقمية كأداة لبناء تفاعل مع الجمهور. - تستخدم منهجا تحليليا لفحص كيفية إدارة العلاقات العامة على منصات التواصل الاجتماعي.	- تركز على التفاعل مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بينما دراستنا تركز على تحسين العمل داخل مؤسسة حكومية. - تعتمد على دراسة حالة محددة (وزارة الخارجية الامريكية) بينما دراستنا تركز على مؤسسة محلية.
04	دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة الخدمات لشركات الطيران (El Hawi & Alotoum, 2023)	- تدرس تأثير العلاقات العامة الرقمية على تحسين الأداء المؤسسي. - تتعامل مع العلاقات العامة الرقمية كأداة لتعزيز التواصل بين المؤسسة والجمهور.	- تركز على تحسين خدمات شركات الطيران، بينما دراستنا تركز على جودة العمل في مديرية أملاك الدولة - تركز على تحسين موثوقية الاستجابة والاتصال في الشركات التجارية، بينما دراستنا تركز على العمل الحكومي

يتضح من خلال الجدول رقم (02) أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة المتعلقة

بجودة العمل ودراستنا الحالية:

الرقم	الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
01	جودة العمل والرضا الوظيفي. (franc & trombetta 2007) (	- تدرس العلاقة بين جودة العمل ورضا الموظفين. - تستخدم الإستبيان كأداة لجمع البيانات.	- تركز العلاقة بين مستوى الدراسة والدخل مع جودة العمل ورفاهية الموظفين، بينما دراستنا تركز على تأثير العلاقات العامة الرقمية. - تدرس بيئة العمل المستشفيات، بينما دراستنا تركز على مديرية أملاك الدولة.
02	دراسة جودة حياة العمل والمساهمة في الإنتاجية (Leitao,Pereira, & Goncalves,2021)	- تركز على تأثير العوامل المختلفة على جودة العمل والإنتاجية. تعتمد على استبيان كأداة جمع بيانات.	- تركز على التفاعل بين عوامل جودة الحياة والعمل (مثل الراتب وبيئة العمل) والإنتاجية، بينما دراستنا تركز على العلاقات العامة الرقمية كأداة لتحسين جودة العمل. - تدرس بيانات متعددة (في 6 دول اوروبية) بينما دراستنا تركز على مؤسسة واحدة في الجزائر .
03	جودة عمل الموظفين ودور راحلة العمل واكتمال مرافق الشركة. (Sutanto & subijanto) (2024)	- تدرس عوامل تأثير مختلفة على جودة العمل. - تركز على الدوافع التي تؤثر في جودة العمل.	- تركز على الراحة والمرافق في تحسين جودة العمل، بينما دراستنا تركز على العلاقات العامة الرقمية. - تدرس تأثير الراحة كعامل مؤثر بشكل مباشر، بينما دراستنا تدرس تأثير الأدوات الرقمية على جودة العمل.

- الرأي الشخصي: من خلال عرض الدراسات السابقة وتحليل ثم المقارنة بينها وبين دراستنا الحالية يتضح أن دراستنا تساهم في توسيع الفهم حول العلاقات العامة الرقمية من خلال إلقاء الضوء على

تأثير وسائل العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل من وجهة نظر الموظفين، وبالمقارنة مع الدراسات السابقة.

هذا وتعتبر دراستنا ومواكبة للتحويلات الرقمية التي تطرأ على بيئات العمل فهي تقدم إضافة متميزة في كيفية تأثير وسائل التواصل الرقمي على بيئة العمل وعلى العلاقة بين الموظفين والإدارة بشكل فعال. إضافة إلى ذلك فإن مجمل الدراسات السابقة التي تناولناها سابقاً تعكس تنوعاً في العوامل المؤثرة على جودة العمل، حيث تقدم كل دراسة زوايا مختلفة لفهم العلاقة بين الإنتاجية وراحة العمل، مع تناولها للعوامل الاقتصادية، الاجتماعية، والنفسية، لكن جميعها تدعم الفكرة بأن العوامل التقليدية (مثل الدخل، البيئة الآمنة، وراحة العمل) أصبحت تتداخل بشكل كبير مع التحويلات الرقمية التي تلعب دوراً مهماً في تحفيز الموظفين وزيادة الإنتاجية، بينما دراستنا الحالية تعد إضافة هامة في هذا السياق، فهي تشير إلى التأثير الرقمي على جودة العمل، وتدعم التوجهات الحديثة التي تركز على استخدام التكنولوجيا كوسيلة لتحسين بيئة العمل وتعزيز التواصل بين الموظفين والإدارات فدمج العلاقات العامة الرقمية في بيئة العمل يعكس رؤية جديدة في كيفية إدارة العمل في المؤسسات الحكومية والخاصة، ويمنح فرصاً جديدة لإيجاد حلول أكثر ابتكاراً ومستدامة في تحسين بيئة العمل.

5-2 المقاربة النظرية للدراسة:

تعتبر المقاربة النظرية في البحوث منهجية فكرية وهي في نفس الوقت خطوة أساسية تمكن من فهم الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة وتفسيرها في ضوء نماذج ونظريات تحليلية علمية، وبما أن موضوع دراستنا يتمحور حول "اتجاهات الجمهور الداخلي ودور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل"، فقد وظفنا نظريتين مرتبطتين ارتباطاً كاملاً بموضوعها وهما: نظرية انتشار المبتكرات، والنظرية البنائية الوظيفية، وذلك لما توفره هاتين النظريتين من أدوات تحليلية لفهم اعتماد المؤسسات على المبتكرات والوسائل الرقمية، إضافة إلى ارتباط هذه الأخيرة بالبنية التنظيمية لهذه المؤسسات ووظائفها.

أولاً: نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory)

1- تعريف النظرية:

تعد نظرية انتشار المبتكرات من أبرز النظريات التي قدمها عالم الاجتماع "إيفريت روجرز" سنة 1962، لفهم كيفية انتشار وتبني الابتكارات التكنولوجية داخل المجتمع والمؤسسات.

وتفرض نظرية انتشار المبتكرات أن تدفق الاتصال يتم على مراحل وهو يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال إذ أنه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين وأن قنوات الاتصال تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات (الدليمي، 2016، صفحة 124).

انطلقت نظرية انتشار المبتكرات من خلال مطالبة "روجرز" بتحديث المجتمع الريفي الأمريكي، وجعله مواكبا للمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، التي جعلت الولايات المتحدة قوى عظمى، حيث ركزت على كيفية تبني جهود المستحدثات، أي كل الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج والاستهلاك (باريش، هرنون، و قلاب، 2022، صفحة 23).

2- فروض النظرية:

- تكون قنوات وسائل الاعلام أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة.
- تصل الرسائل الإعلامية إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الرأي.
- يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من اتباعهم.
- يكون قادة الرأي أكثر ابتكارية من أتباعهم ولديهم أفكار جديدة أكثر من غيرهم.
- أهمية عنصر الوقت كعامل ضروري لانتشار المبتكرات (جلولي و بغدادي، 2024، صفحة 365).

3- العوامل المؤثرة على عملية انتشار وتبني الأفكار:

- **الميزة النسبية أو التفاضلية:** بمعنى أن المبتكر يتمتع بميزة تفاضلية بالقياس إلى ما سبقه من وسائل، أي أنه يتفوق عنها بصفات خاصة انفرادية تعود بالفائدة على الفرد التي يتبناها.
- **الملائمة:** ويقصد بها درجة توافق الفكرة مع القيم السائدة في المستحدث الذي لا يتوافق مع قيم وخبرات الفرد ينتشر بصعوبة وأحياناً أخرى لا يمكنه الانتشار.
- **القابلية للتجريب:** إن الإنسان بطبعه يحب تأجيل حكمه على الأشياء حتى يجربها بشكل ملموس، وإذا كان المبتكر قابلاً للتجريب كلما سارعت عملية انتشاره وتبنيه.
- **إمكانية الملاحظة:** بمعنى القدرة على ملاحظة النتائج الناجمة عن عملية التبني كلما توفرت هذه الخاصية زادت من سرعة انتشار المبتكر (باريش، هرنون، و قلاب، 2022، صفحة 23).

4- مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

وهي العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت عمله بالابتكار حتى يتبناه وقد حدد روجرز 5 مراحل لتبني الأفكار والمبتكرات تتمثل في:

- **مرحلة الوعي بالفكرة:** وفي هذه المرحلة يعلم الفرد بالابتكار الجديد لأول مرة دون أن يمتلك بالضرورة معلومة مفصلة عنه، كما أن الوعي بالابتكار يمكن أن يحدث من خلال قنوات متعددة، رسمية (مذكرات إدارية، دورات تدريبية)، أو غير رسمية (حديث الزملاء، شبكات التواصل).

• **في السياق المؤسسي:** قد نبدأ هذه المرحلة عندما تعلن إدارة المؤسسة عن انطلاق منصة رقمية جديدة للتواصل الداخلي، يكون تركيز الجمهور "الموظف" في هذه المرحلة على وجود الابتكار أكثر من فهم تفاصيله.

- **مرحلة الاهتمام:** في هذه المرحلة يتولد للفرد رغبة في التعرف على الابتكار، ويبدأ في البحث عن المعلومات، وطرح الأسئلة والمقارنة بين الابتكار وما اعتاد عليه في هذه المرحلة. كما يبدأ الجانب العاطفي والإداري بالتفاعل مع الابتكار.

• **إذن دور العلاقات العامة الرقمية هنا:** هو دور توعوي من خلال محتوياته، فيديوهات تعليمية، ابراز القوة.

- **مرحلة التقييم:** وفي هذه المرحلة يزن الفرد ما يتجمع لديه من معرفة حول الابتكار، حيث يتم مدى توافق الابتكار مع عمله، وقيمه وأهدافه كما يقدر التكاليف والمنافع المرتبطة باستخدامه، وهنا تلعب العوامل الشخصية والتنظيمية دورا حاسما وبالتالي يكون للموظف الاختيار نحو التجريب أو يرفض الابتكار تماما.

- **مرحلة التجريب:** وهنا يستخدم الفرد الابتكار للتجريب، إذا اقتنع به تبناه وإن لم يقتنع به رفضه دون التزام كامل باستخدامه التجريب، كما يتيح له اختيار فعالية التغلب على المخاوف، واكتساب خبرة واقعية.

• **تكمُن أهمية هذه المرحلة على المؤسسات في:** إتاحة تجريب منفعة العلاقات العامة الرقمية لفريق صغير قبل تقييمها على الأقسام الأخرى من أجل تصحيح الأخطاء الأولية قبل التعميم.

- **مرحلة التبني:** وهنا يكون الفرد قد اتخذ قرار بتبني الفكرة بعد أن اقتنع بها. ويحدث هذا بعد أن يكون قد شعر بالثقة في جدوى الابتكار وفعاليته في بيئة العمل، واعتماد الموظف نهائيا على المنصة الرقمية الجديدة في تواصله، ورفض الوسائل القديمة (جلولي و بغدادي، 2024، صفحة 365).

5- توظيف نظرية انتشار المبتكرات في دراستنا:

العلاقات العامة الرقمية في المؤسسة هي وحدة تنظيمية تقوم بوظائف اتصالية حيوية، إذ أنها تؤثر بشكل مباشر على جودة الأداء المؤسسي وذلك من خلال:

- ضمان تدفق المعلومات بين الإدارة والموظفين.
- تقوية وتعزيز والتفاعل الإيجابي بين القيادة والقاعدة.
- تمكين آليات العمل وتسهيلها من خلال وسائل الاتصال الحديثة.

وانطلاقاً من هذا التصور يساعدنا ربط نظرية انتشار المبتكرات بموضوع دراستنا في إبراز أهمية دمج العلاقات العامة الرقمية ضمن الهيكل التنظيمي الرسمي للمؤسسة محل الدراسة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يساعدنا على معرفة مدى تقبل الموظفين لاستخدام أدوات الاتصال الرقمي، وتحليل العوامل المؤثرة في سرعة أو بطء التبني.

ثانياً: النظرية البنائية الوظيفية

1- مفهوم النظرية البنائية الوظيفية:

تعد النظرية البنائية الوظيفية إحدى الاتجاهات النظرية التي تنظر إلى التنظيم على أنه مجموعة من البناءات الجزئية المتكاملة هيكلياً ومادياً ومتكاملة من حيث وظائف والأدوار محددة التي يقوم بها كل فرد أو جماعة وكل قسم من أقسام التنظيم وأن أي خلل في ذلك يؤدي إلى ضياع الأهداف المنظمة. ويقصد بالبناء الوظيفي مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية التي تتحدد بالأشخاص والجماعات، وما ينتج عنها من علاقات وفق لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها الكل، وهو البناء الاجتماعي قائم بفضل ما يحدث في الحياة الاجتماعية التي تعتمد في أي مجتمع على الأداء الوظيفي للبناء الاجتماعي، إذ تكون الوظيفة أي النشاط متكرر ولهذا نجد أن مفهوم الوظيفة قديم في علم الاجتماع وأن معنى الوظيفة مرتبط بالدور والمهنة والمكانة، والذي يشير للمهنة والعمل حيث أنها تهيئ القائم بها فرصة للكسب وهذا ما ساقه ماكس فيبر (بن يوسف، 2019، الصفحات 27-28).

تشكل النظرية البنائية الوظيفية اتجاهاً قديماً وحديثاً في نفس الوقت، ذلك أنها تتأصل في فلسفات وبحوث وأفكار المفكرين الأوائل بداية من أفلاطون وابن خلدون، كما نجد بروزها الحديث في أعمال

"تالكوت بارسونز" و"إميل دوركايم"، أين تنظر هذه النظرية إلى المؤسسة كنسق اجتماعي يتكون من بنيات مترابطة، تقوم بوظائف محددة لتضمن استقرار هذا النسق.

2- فروض النظرية:

- تنطلق هذه النظرية من الحتمية الوظيفية للبناءات الاجتماعية، فوجود البنى الاجتماعية ليس وجودا اعتباطيا، وإنما لاداءات وظيفية حتمية، ضمن النسق الاجتماعي الكلي، وهذا الامر ينطبق على كل البنى الاجتماعية ليتحقق التماسق والتوازن البنائي المجتمعي.
- ينظر البنائيون الوظيفيون إلى المجتمع كوحدة أساسية متكاملة، تتربط أجزاؤها وظيفيا، وفق نسيج من الاتساق والتوازن الذي يمنع الصراعات داخل المجتمع.
- تعد الصراعات والاختلافات على مستوى النسق الاجتماعي حسب البنيوية الوظيفية مجرد معوقات مؤقتة لكنها لا تؤدي إلى الحيلولة دون تحقيق النسق الاجتماعي لأهدافه النهائية وغاياته القصوى.
- استمرار النظام الاجتماعي قضية مركزية وضرورة لازمة وملحة على الرغم من الاقرار بالتغيرات والتبدلات التي تطرأ على أجزائه ومكوناته.
- يحتاج أي نظام للاستقرار والبقاء إلى ضمانات، تضمن استمرار وتكامل أجزائه، وتضامن أعضائه، من خلال القيم والمفاهيم الاجتماعية المشتركة لتحقيق الاجماع القيمي حول المشروع الاجتماعي، ومن خلال قوة القوانين التي تحقق المصالح المشتركة وتتكفل بشرعية النظام القائم (غري و قلواز، 2019، الصفحات 171-172).

3- المفاهيم الأساسية للنظرية البنائية الوظيفية:

- تقدم البنائية الوظيفية مجموعة من المفاهيم الرئيسية التي تشرح وتفسر مقولاتها الرئيسية في تحليل الظواهر الاجتماعية، وتغير المجتمعات وتحولها، أو استقرار المجتمعات من خلال إصلاح وتعديل الأنظمة الاجتماعية والمحافظة على بقاءها ومن ثم ضمان استمراريتها.
- **المجتمع:** ينظر رواد هذه الاتجاه إلى المجتمع على انه نسق من الأفعال المحددة المنظمة، ويتألف من مجموعة من المتغيرات أو الأبعاد المترابطة بنائيا والمتساندة وظيفيا.
- **التوازن الاجتماعي:** ينظر البنائيين إلى هذا المفهوم كهدف رئيسي يساعد المجتمع على أداء وظائفه وبقائه واستمراره ويحقق الانسجام بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعا

برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعاته، وهي ذات طابع إلزامي كقواعد ضبط وتنظيم.

- **البناء الاجتماعي:** ويشير إلى مجموع العلاقات الاجتماعية المترابطة والمتساندة بين الأفراد ويتميز بخصائص أهمها، التحديد: أي إمكانية تحديد العناصر الداخلة والمكونة للنسق، ويعرفه "رادكليف براون" على أنه شبكة من العلاقات الوظيفية بين مجموع الوحدات الاجتماعية.

- **النسق الاجتماعي:** يرى بارسونز أن النسق الاجتماعي هو مجموعة من الفواعل سواء كانت أفراد جماعات، أو مجتمعات خاصيتهم الأساسية أنها تشترك في مميزات المكانة والوظيفة التي يؤديونها على أساس الدور المنوط بوضعيتهم وفق معايير وقيم مشتركة، فتتكون شبكة من العلاقات التفاعلية الاجتماعية في إطار المكانة والدور المنوط بكل فاعل من الفواعل الاجتماعية، ويجب ان يقيم إطار التفاعل توازنا وتكاملا بين توجهات وسلوك الفاعلين وأهدافهم، بما يؤدي إلى تناسق واتزان النسق الاجتماعي، وبما يخدم الغايات والمقاصد القصوى لجميع الفاعلين الاجتماعيين، ويتكون النسق الاجتماعي عند بارسونز من أربع انساق اجتماعية يتضمن كل نسق منها انساق فرعية (غربي و قلواز، 2019، الصفحات 169-170).

- **النظام الاجتماعي:** باعتبار أن المجتمع كنظام اجتماعي يتكون من أجزاء متكاملة فإن أي خلل يطرأ على أي جزء يؤدي إلى اختلال النظام بكامله وهذا يعني أيضا أن العملية عكسية، بحيث تتأثر الأجزاء بأبسط خلل يطرأ على مستوى النظام العام.

والنظام الاجتماعي عند "دوركاييم" هو مجموعة القواعد والضوابط الاجتماعية التي تضبط سلوك الفواعل لتحقيق أهداف ومقاصد المؤسسة الاجتماعية.

- **منظومة القيم والمعايير المشتركة:** سواء كانت رسمية تعاھدية وتعاقدية أو مقررة كقواعد ضبط إلزامية أو غير رسمية من خلال مجموعة الأفكار والقيم والمعتقدات الاجتماعية السائدة والتي تشكل الاتجاه الاجتماعي العام في المجتمع وتحقق الإجماع المشترك بحيث يكون هناك اتفاق حول هذه القيم الجمعية، وهذا ما يقود إلى تشكل الوعي العام، ومن ثمة يسهل تحديد الايديولوجيا الاجتماعية المهمة لتقوية التماسك والتضامن الاجتماعي اللازمين لبلوغ المقاصد المجتمعية.

- **الوظيفة الاجتماعية:** يعد مفهوم الوظيفة الاجتماعية مفهوم مركزي في الأطروحة التناظرية للاتجاه البنائي الوظيفي، بالرغم من غياب الاجماع حول المفهوم وأبعاده وتنازع الشروحات التفسيرية التي تعود

مدلولاتها إلى المنبع التي تنهل منه رؤاها سواء كان راجع إلى حقل البيولوجيا أو الرياضات أو الانثروبولوجيا أو حقل الاجتماع، ويشير مفهوم الوظيفية الاجتماعية إلى مجمل النشاطات التي يقوم بها الفرد أو الجماعة أو أي بنية جزئية في المجتمع والمرتبطة بمكانته ودوره ضمن النظام الاجتماعي، ويميز "روبرت ميرتون" بين نوعين من الوظائف:

- **الوظائف الكامنة:** وهي الوظائف غير المباشرة والغير مقصودة، والتي لا تعلن عنها المؤسسة ولكنها تؤدي دورا فعليا داخل النسق التنظيمي، ومن أهم هذه الوظائف:

- خلق ثقافة رقمية تنظيمية جديدة: من خلال الاعتماد على البريد الإلكتروني بدلا من المذكرات الورقية.
- تسليط الضوء على القيادات الفاعلة: حيث أدوات العلاقات العامة الرقمية من أبرز الفاعلين الأكثر نشاطا وتأثيرا داخل المؤسسة ما يعيد تشكيل النفوذ والتأثيرات غير المعلنة.
- تشجيع مبادرات فردية تتجاوز التسلسل الإداري التقليدي مما قد يحدث نوعا من "الديناميكية التنظيمية" التي تعيد تشكيل بعض الأدوار الوظيفية غير الرسمية داخل النسق.

- **الوظائف الظاهرة:** وتشير إلى النتائج المقصودة والمعروفة لدى العناصر المشاركة في النسق، وهي تلك الوظائف الواضحة التي تؤديها العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسة، والمُعترف بها رسميا ضمن الهيكل التنظيمي، ومن أبرز هذه الوظائف نجد:

- تحسين التواصل الداخلي: عبر استخدام المنصات الرقمية وتدفق المعلومات بين الإدارة والعاملين.
- تعزيز صورة المؤسسة داخليا: من خلال النشرات الداخلية، وخلق ثقافة مؤسسية موحدة.
- دعم الأداء التنظيمي: عبر تسهيل الوصول إلى المعلومة، وتحقيق الفعالية الاتصالية بين الأقسام.
- قياس اتجاهات الجمهور الداخلي: وتحليل انطباعاته واتجاهاته من خلال أدوات تحليل رقمية "استبيانات إلكترونية".

- **الترابط:** أي جميع عناصر النسق الاجتماعي مترابطة ببعضها ببعض، إذ أن كل جزء له صلة بالأجزاء الأخرى ويعتمد عليها.

- **التباين:** بمعنى أن النسق الاجتماعي هو نسق متوازن أو يتجه باستمرار نحول التوازن (غربي و قلاو، 2019، الصفحات 170-171).

4- توظيف النظرية البنائية الوظيفية في دراستنا:

يساعدنا ربط وتطبيق النظرية البنائية الوظيفية بموضوع بحثنا على فهم كيفية مساهمة العلاقات العامة الرقمية كجزء من البنية الاتصالية في تحقيق التكامل بين الإدارات، وتحسينها للأداء الوظيفي داخل المؤسسة من خلال تنظيم المعلومات والتواصل الداخلي.

وكذلك يمكن النظر إلى التنظيم الإداري كمكون أساسي في البنية الوظيفية للمؤسسة، إذ يمثل الإطار الذي توزع من خلاله الأدوار وتحدد العلاقات بين الأفراد والوحدات الإدارية وفق قواعد وقيم متفق عليها، فكل قسم أو إدارة تعد "وحدة بنائية وظيفية" تسهم في الحفاظ على اتساق النسق المؤسسي، واستقراره واستمراره.

من هذا المنطلق يمكن اعتبار التنظيم الإداري تجسيدا فعليا للترابط البنائي والوظيفي بباقي وحدات النسق التنظيمي، وتشارك في هدف عام هو تحقيق الفعالية والكفاءة.

➤ خلاصة:

في إطار البحث حول "اتجاهات الجمهور الداخلي ودور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل"، تم توظيف كل من نظرية انتشار المبتكرات والنظرية البنائية الوظيفية، لما توفرانه من أدوات تحليلية لفهم وتفسير اعتماد المؤسسات على الوسائل الرقمية في تحسين أدائها التنظيمي.

ترتكز نظرية انتشار المبتكرات على الدراسة الكيفية التي يتبنى بها الأفراد داخل المؤسسة الابتكارات التقنية والأساليب الجديدة، من خلال خمس مراحل أساسية هي: الوعي، الاهتمام، التقييم، التجريب، وأخيرا التبني. وتبرز هذه النظرية الدور المحوري للعلاقات العامة الرقمية في تعزيز وعي العاملين بالممارسات الاتصالية الجديدة، وتحفيزهم على تبنيها في سياق تواصل حديث ومتطور.

من جهة أخرى، تنظر النظرية البنائية الوظيفية إلى المؤسسة كنسق اجتماعي، تتفاعل داخله بنيات تنظيمية متعددة لأداء وظائف محددة، حيث يعد التنظيم الإداري والعلاقات العامة الرقمية من بين البنات الأساسية. وتساهم العلاقات العامة الرقمية في تحقيق الترابط البنائي والتكامل الوظيفي بين مختلف مكونات المؤسسة، سواء من خلال وظائفها الظاهرة كتعزيز الاتصال وتعزيز صورة المؤسسة، أو من خلال وظائفها الكامنة كترسيخ الثقافة الرقمية الداخلية وتحسين الانسجام الوظيفي.

إن دمج النظريتين في هذا السياق يسمح بتقدير دور العلاقات العامة الرقمية كوسيلة لقيادة التغيير التنظيمي وضمان استمرارية النسق المؤسسي، إذ توضح نظرية انتشار المبتكرات كيف تتبنى المؤسسة

الوسائل الرقمية وتطبيقها، فيما تشرح النظرية البنائية الوظيفية كيف تسهم هذه الممارسات الجديدة في دعم الاستقرار التنظيمي، وتحقيق الفعالية الوظيفية داخل النسق الإداري للمؤسسة.

6- الاجراءات المنهجية للدراسة:

6-1 نوع الدراسة:

من أجل الوصول إلى نتائج علمية واضحة ودقيقة، فإن الباحث يعتمد في ذلك على أساليب مختلفة وأدوات متنوعة تفيد دراسته، لذا نسعى من خلال دراستنا الى تحليل دور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل بالنسبة لجمهور الداخلي، وبالإضافة الى ذلك اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسات العمومية.

تعتبر البحوث والدراسات الوصفية التحليلية نوعا من أنواع البحوث التي تعنى بدراسة الوقائع المتراكمة من حيث الاحداث أو ذات السياقات المترابطة، بحيث و من خلال التحليل وتقديم القراءات المناسبة للظواهر التي تشتمل في طياتها على نتائج صريحة أو نتائج تحتاج الى تحليل لاستنتاجها، كما تعنى الدراسات التحليلية بتسليط الضوء على مواضيع وملفات بحثية تشتمل على حقائق تحتاج الى تفسير وتحليل عميق لفهم سياقاتها والتمكن من التوصل إلى نتائج سليمة (حسين، 1986، صفحة 127).

6-2 المنهج المستخدم:

لم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على الكم الهائل من المعرفة، وإنما الأساس يكمن في الوسيلة التي تمكنا من الحصول على هذا الكم من المعرفة واستغلالها في أقصر وقت ممكن وبأبسط الجهود والوسيلة في ذلك هو المنهج العلمي بكل معطياته.

ولهذا يعتبر المنهج العلمي الطريق الذي يتبعه الباحث للحصول على النتائج بطريقة علمية ودقيقة، أي هو مجموعة من القواعد العامة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية (الحمداني، 2005، صفحة 46).

ويختلف المنهج من دراسة إلى أخرى حسب طبيعة، ومشكلة موضوع البحث، وعليه يمكن تعريف المنهج المسحي الاجتماعي: " بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعية أو جماعة أو بيئة معينة وهو ينصب على الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتصميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل وخاصة

في الأغراض العلمية. فالمسح الاجتماعي وإن كانت تغلب عليه الصفة العلمية إلا أن بعض المسوح تنصب على الجانب النظري والأمثلة على ذلك كثيرة ومتعددة (العسكري، 2006، صفحة 112).

كما يعرف أيضا بأنه: "منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتحديد لها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها، والمقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما تخلص له من نتائج" (المشهداني، 2019، صفحة 133).

ويعرفه أحمد بن مرسل كذا على أنه: "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها" (بن مرسل، 2010، صفحة 286). ولقد تم الاعتماد عليه لعدة اعتبارات منهجية وعلمية أبرزها:

- ملائمة المنهج لطبيعة الموضوع: بمعنى أن المنهج المسحي من أكثر المناهج استخداما في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، خاصة تلك التي تهدف إلى قياس الاتجاهات والآراء والمواقف، وهو ما يتوافق مع هدف هذه الدراسة في رصد اتجاهات الجمهور الداخلي "الموظفين" نحو دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة الأداء داخل المؤسسة ومفتشياتها.

- اتساع مجتمع الدراسة وتعدد وحداتها: تتمثل وحدة الدراسة في مديرية أملاك الدولة ومفتشياتها المنتشرة عبر تراب ولاية بسكرة، مما يجعل من المنهج المسحي أداة فعالة لجمع بيانات كمية موثوقة من عينة تمثل هذا الجمهور الداخلي بشكل دقيق وشامل مع مراعاة الخصائص المختلفة " كالتربة، الخبرة، القيم، التخصص... إلخ).

- الاعتماد على أدوات كمية دقيقة تميز هذا المنهج باعتماده على أدوات قياس دقيقة ومنظمة أبرزها الاستبيان الذي استخدمته في هذه الدراسة لقياس المتغيرات المتعلقة باتجاهات الجمهور الداخلي حول ممارسات العلاقات العامة الرقمية وجودة الأداء.

- إمكانية تعميم النتائج: يتيح المنهج المسحي تقييم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة الأصلي بدرجة عالية من الدقة لتقديم مؤشرات علمية تساهم في تطوير جودة العمل من خلال العلاقات العامة الرقمية. وتماشيا مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة فقد اعتمدنا على تطبيق الأسلوب الوصفي التحليلي من خلال محاولة التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية وفي تحسين جودة العمل بمديرية ومفتشيات أملاك الدولة - بسكرة -.

6-3 أدوات جمع البيانات:

يستخدم العلماء والباحثون مجموعة من التقنيات والأساليب لاكتشاف وفهم الوقائع والنتائج إلا أن طبيعة الموضوع تفرض على الباحث جمع البيانات بالأداة المناسبة.

وبالنسبة لبحثنا ولجمع البيانات اللازمة للدراسة فإننا لجأنا إلى التقنيات والأدوات المستخدمة في

جمع البيانات حيث اعتمدنا على:

➤ المقابلة:

هي وسيلة شفهية عادة ما تكون مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات، يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى، ويقوم الباحث بتسجيل الاجابات التي يحصل عليها بنفسه (ريحي و غنيم، 2000، صفحة 102).

وهي من خلال المحادثة التي قمنا بها مع رؤساء المصالح والمدير بهدف التعرف على انطباعاتهم وآراءهم في مواقف معينة وردة فعلهم اتجاهها والوصول إلى بعض الحقائق التي تخص موضوع البحث.

➤ الاستبيان:

"إن الاستبيان وسيلة من وسائل الحصول على المعلومات وهو تصميم فني لمجموعة من الأسئلة تحتوي على أبرز نقاط موضوع البحث. فهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين والتي يتم اعدادها إعدادا محددا وترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص المختارين المبحثين لتسجيل إجاباتهم ثم يتم إعادتها مرة ثانية".

ويعتبر الاستبيان من أحد طرق جمع البيانات والمعلومات التي من خلالها يستطيع الباحث تحديد حاجات ورغبات الأفراد ودوافعهم ومواقفهم والمشاكل التي يعانون منها أفراد المجتمع البحثي من خلال تطبيق الاستبيان والذي يعتبر مجموعة من الأسئلة تطبق على عينة مختارة من هذا المجتمع ويجب أن تكون الأسئلة واضحة ومحددة وأن يكون عددها مقبول كي لا يصيب المجيب عليها الملل (أعمر و قويدري ، 2020، الصفحات 107-108). حيث تم توزيع الاستبيان على موظفي مديرية ومفتشية أملاك الدولة.

ويعرف سعيد سبعون استمارة الاستبيان على أنها "تقنية اختبار يطرح من خلالها الباحث مجموعة من الأسئلة على أفراد العينة من أجل الحصول منهم على معلومات يتم معالجتها كميًا فيما بعد". (سبعون ، 2012، صفحة 155)

6-4 المعالجة الإحصائية والوسائل المستخدمة

يعتبر الإحصاء من الوسائل الحديثة في البحث العلمي، حيث أن أي بحث مهما كان نوعه لا يستقيم إحصائياً إلا إذا انتظم في خطوات واضحة. (مروان، 2002، صفحة 71).

➤ برنامج SPSS v.23

يعد من أفضل برامج الإحصاء اللازمة لتحليل بيانات الأبحاث العلمية، " وكلمة SPSS هي اختصار للعبارة Statistical Package for Social Science. أي بمعنى: حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية ويعمل هذا البرنامج من خلال برنامج ويندوز حيث Windows، يعمل ويندوز كبيئة تشغيل لكثير من البرامج عموماً والبرامج الإحصائية خاصة لبرنامج SPSS عدة إصدارات لكن لا يختلف المحتوى الإحصائي باختلاف إصداراته ولكن يختلف شكله باختلاف بيئات التشغيل (الرفاعي و صبري، 2000، صفحة 52). ويتم إدخال البيانات المراد عمل التحليل الإحصائي لها في جدول يفتح مع فتح البرنامج نفسه، ويتم إدخال البيانات مباشرة بكتابة الرقم ثم الضغط على مفتاح Enter دون الحاجة إلى تحديد حقول التنفيذ، كما يسهل البرنامج أيضاً إمكانية إجراء الرسوم البيانية بكفاءة عالية وبأكثر من طريقة مع إمكانية تعديلها وبهذا يوفر على الباحثين جهداً كبيراً ووقتاً مهماً في معالجة البيانات وتحليلها، اعتمد الباحث في هذا البحث بنسبة كبيرة جداً في تحليل البيانات على برنامج SPSS v.23، حيث تم إجراء الحسابات اللازمة وتمثلت فيما يلي:

1. ترميز وإدخال البيانات إلى البرنامج، حسب استبيان ليكرت الخماسي لدرجة الاستخدام (1 غير موافق بشدة، 2 غير موافق، 3 محايد، 4 موافق، 5 موافق بشدة).
2. المتوسط الحسابي وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من أسئلة متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب الأسئلة حسب أعلى متوسط حسابي وكذلك يفسر مدى الاستخدام أو مدى الموافقة على السؤال (كشك، 1996، صفحة 86).
3. (Standard Deviation) تم استخدام الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد.
4. التكرارات.
5. معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات الأدوات (Cronbach's Alpha).
6. معامل الارتباط (بيرسون) لحساب صدق الأداة.

7. النسب المئوية.

8. معامل التحليل ANOVA

9. معامل اختبار (LSD)

➤ أدوات الدراسة:

الاستبيان: بعد الاطلاع على عدة دراسات لها علاقة بموضوع البحث قمنا ببناء استبيان حول متغيرات الدراسة، حيث تتكون من المحاور التالية:

1. المحور الأول: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين.

2. المحور الثاني: أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين.

3. المحور الثالث: انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين.

4. المحور الرابع: تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة.
➤ طريقة التصحيح:

يجيب افراد العينة على الأسئلة في الاستبيان بوضع إشارة (x) على إحدى الإجابات الخمسة الموجودة أمام كل عبارة.

الجدول رقم (03): يمثل درجات أسئلة الاستبيان

أسئلة الاستبيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجات	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة.

يمثل الجدول رقم (03) درجات أسئلة الاستبيان حيث نقط الأسئلة بالاعتماد على سلم فئة خمس

نقاط من (1 إلى 5) وهذا حسب " سلم ليكرت الخماسي"، وعليه فإن درجات الاستبيان تتراوح بين 34 نقطة كحد أدنى و 170 نقطة كحد أقصى.

7- صدق وثبات استمارة الاستبيان:

7-1 صدق الاستبيان:

يعد الصدق من الأمور المطلوب توافرها في الأداة لبيان مدى قدرة كل عبارة من العبارات على قياس ما وضعت لقياسه، وللتحقق من صدق الأداة ومعرفة مدى صلاحية استخدامها.

أ_ الصدق الظاهري: أو بما يعرف بصدق المحكمين يرى "موسى النبهان" مشيراً إلى صدق التحكيم "بأن مطوري أدوات القياس يلجؤون إلى عرض أسئلة مقابليهم على هيئات من المحكمين لتقدير قوة الأسئلة ومدى ملائمتها لقياس سمة معينة، الأمر الذي ربما يؤدي إلى أن يقدم هؤلاء المحكمون بيانات متفاوتة، تعكس اختلاف درجات فهم كل منهم للصفة المنوي قياسها، أو يعكس رأي كل منهم تبعاً للمدرسة الفكرية التي ينتمي إليها، أو ربما اختلاف درجة اهتمام كل محكم بالأداة وبموضوعها". (الزقاي، 2017، صفحة 172)

تم تصميم الاستبيان وعرضه على عدد من الأساتذة المحكمين والمختصين عددهم 04 محكمين من جامعة بسكرة قطب شتمه (أنظر الملحق رقم 08) ثم استرجاع نسخ الاستبيان من لجنة المحكمين قصد حساب الصدق الظاهري للاستبيان وفق المعادلة التالية:

صدق السؤال = عدد المحكمين الذين قالوا بأن السؤال يقيس ÷ العدد الكلي للمحكمين.

صدق الاستبيان = مجموع صدق السؤال ÷ عدد فقرات الاستبيان

أبرزت نتائج تحكيم المحكمين للاستبيان الجدول الموالي.

جدول رقم (04): يبين صدق المحكمين للاستبيان

المحاور	رقم السؤال	لا تقيس	تقيس	صدق السؤال
المحور الأول: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين	1	02	02	0.50
	2	01	03	0.75
	3	01	03	0.75
	4	01	03	0.75
	5	01	03	0.75
	6	00	04	01
	7	00	04	01
	8	00	04	01
الصدق الكلي للمحور				0.81
المحور الثاني: أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل	1	01	03	0.75
	2	01	03	0.75
	3	00	04	01

01	04	00	4	رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين
01	04	00	5	
01	04	00	6	
01	04	00	7	
01	04	00	8	
0.93	الصدق الكلي للمحور			
0.75	03	01	1	المحور الثالث: انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين
0.75	03	01	2	
0.75	03	01	3	
01	04	00	4	
01	04	00	5	
01	04	00	6	
0.75	03	01	7	
01	04	00	8	
0.87	الصدق الكلي للمحور			
0.75	03	01	1	المحور الرابع: تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة
01	04	00	2	
0.75	03	01	3	
0.75	03	01	4	
01	04	00	5	
01	04	00	6	
01	04	00	7	
01	04	00	8	
0.90	الصدق الكلي للمحور			
0.87	الصدق الكلي للاستبيان			

المصدر: من إعداد الطالبة

يعرض الجدول رقم (04) نتائج تقييم صدق المحتوى للاستبيان المستخدم في الدراسة، والذي يهدف إلى قياس أبعاد العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة. تم الاعتماد على آراء مجموعة من الخبراء والمحكمين بغية تقييم مدى ملائمة وشمولية الأسئلة في تغطية أربعة محاور رئيسية: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية، وأهدافها، وانعكاسات اعتمادها، وتحديات تطبيقها. وبشكل عام، تشير النتائج إلى مستوى عالٍ من صدق المحتوى للاستبيان، حيث تراوحت قيم الصدق الكلي للمحاور

بين 0.81 و 0.93، وهو ما يعكس اتفاقاً قوياً بين الخبراء على ملائمة الأسئلة المستخدمة لقياس هذه المحاور. وقد حصل المحور الثاني (أهداف العلاقات العامة الرقمية) على أعلى قيمة للصدق الكلي (0.93)، مما يدل على أن الأسئلة في هذا المحور تعكس بدقة أهداف العلاقات العامة الرقمية في المؤسسة. في المقابل، حصل المحور الأول (دور وسائل العلاقات العامة الرقمية) على أقل قيمة للصدق الكلي (0.81)، وبما أن معاملات الصدق المقبولة تتراوح بين 0.70 و 0.81 فإننا نقول ان الاستبيان صادق حسب رأي المحكمين.

ب_صدق الاتساق الداخلي:

لمعرفة هذا النوع من الصدق تم تطبيق الاستبيان على أفراد عينة الدراسة ومن خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات أفراد العينة تم حساب معامل ارتباط الأسئلة بالمحاور التي تنتمي إليها كل عبارة، وفيما يلي تفصيل لمعامل الارتباط بيرسون للأسئلة مع المحاور التي تنتمي إليها، وهي كما يلي:

الجدول رقم (05): معامل ارتباط أسئلة محور دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين مع الدرجة الكلية للمحور

الرقم	الأسئلة	معامل الارتباط	قيمة المعنوية
1	تساعد الشبكة الداخلية (الإنترنت) في تحسين دقة المعلومات المتداولة بين الموظفين.	0.79**	0.00
2	تسهل البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في رفع كفاءة الإجراءات الإدارية من خلال تجميع كافة الخدمات في مكان واحد.	0.60**	0.00
3	يساعد استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفابيسوك في تسريع وتيرة إنجاز المهام وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات.	0.78**	0.00
4	تعزز النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفابيسوك من شفافية القرارات الإدارية داخل المديرية.	0.82**	0.00
5	تسهل المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات الداخلية عملية التنسيق بين مختلف الإدارات والمصالح.	0.53**	0.00

0.00	**0.67	تساهم مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية في تحسين الكفاءة المهنية للموظفين من خلال توفير المعلومة في الوقت المناسب.	6
0.00	**0.65	تساعد التتبعات والإشعارات الرسمية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك على تعزيز الالتزام بالقوانين والتشريعات.	7
0.00	**0.62	تسهل الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين عبر البريد الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي.	8

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يظهر من الجدول أن جميع معاملات الارتباط بين أسئلة محور "دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل" والدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.00، مما يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي للمقياس. تراوحت معاملات الارتباط بين 0.53 و 0.82، حيث حققت أغلب الأسئلة معاملات ارتباط عالية نسبياً (أعلى من 0.60)، مما يعكس أن هذه الأسئلة تقيس بشكل فعال البناء النظري للمحور. السؤال الرابع ("تعزز النشرات الإخبارية الدورية...") حصل على أعلى معامل ارتباط، مما يدل على أهمية هذا الجانب في إدراك الموظفين لدور العلاقات العامة الرقمية. في حين أن السؤال الخامس ("تسهل المنصة المركزية...") حصل على أقل معامل ارتباط، ولكنه لا يزال يعتبر مقبولاً ويعكس مساهمة في فهم البناء النظري للمحور. وبشكل عام، تؤكد هذه النتائج أن المقياس يتمتع بصدق اتساق داخلي جيد، مما يدعم استخدامه لتقييم آراء الموظفين حول دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في تحسين كفاءة وجودة العمل.

وعليه يتضح أن قوة الاتساق الداخلي للمقياس تشير إلى تحقيق مؤشر تعزيز الشفافية من خلال المنشورات الرقمية، الذي يعكس إدراك الموظفين حول أهمية العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الانفتاح الإداري والوضوح (Mira, 2021, p. 626)، وهو ما يتوافق مع الوظائف الأساسية للعلاقات العامة الرقمية الموجودة في الإطار النظري، حيث أظهرت أسئلة أخرى ارتباطاً عالياً مع التغيرات مثل دقة المعلومات وتسريع إنجاز المهام، مما يبرز مساهمة الوسائط الرقمية في جودة العمل من حيث الكفاءة والفعالية (الدليمي ع.، 2016، صفحة 124)، ومن ناحية أخرى وأدنى إجابة على سؤال المنصة المركزية "فضاء الجزائر" يمكن إرجاع ذلك إلى عدم قبول الموظفين الجزئي لها وفق نموذج تبني الابتكار الذي يطرحه

روجزر، وهكذا تعزز النتائج مع التأكيد على الوظائف التنظيمية والتكاملية المنوبة إلى العلاقات العامة الرقمية فيما يتعلق بتحسين الأداء الوظيفي. (بن يوسف ع.، 2015، الصفحات 27-28)

الجدول رقم (06): معامل ارتباط أسئلة محور أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين مع الدرجة الكلية للمحور

الرقم	الأسئلة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تطوير نظام رقابة داخلية فعال من خلال تعزيز التواصل الداخلي.	0.66**	0.00
2	من أهداف تعزيز الهوية المؤسسية الرقمية تحسين مؤشرات قياس الأداء في المديرية.	0.63**	0.00
3	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى رفع مستوى الكفاءة المهنية للموظفين من خلال نشر المعرفة والخبرات داخل المؤسسة.	0.61**	0.00
4	تهدف استراتيجيات التواصل الرقمي إلى خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد على الشفافية والوضوح.	0.78**	0.00
5	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى تحسين إدارة المخاطر من خلال دعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات.	0.70**	0.00
6	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تسريع دورة العمل وتقليل الإجراءات البيروقراطية لتلبية احتياجات المواطنين بشكل أسرع.	0.64**	0.00
7	من أهداف العلاقات العامة الرقمية دعم التحول الرقمي وتسهيل تبني التقنيات الجديدة داخل المؤسسة للتطوير المستمر.	0.74**	0.00
8	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى توفير آليات للتغذية الراجعة واقتراحات التحسين لتعزيز المشاركة والانتماء المؤسسي.	0.60**	0.00

• دالة عند مستوى الدلالة 0.05

• دالة عند مستوى الدلالة 0.01

بالنظر إلى الجدول، نلاحظ أن معاملات الارتباط بين أسئلة محور "أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة" والدرجة الكلية للمحور كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.00، مما يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً مقبولاً للمقياس المستخدم. تراوحت معاملات الارتباط بين 0.60 و 0.78، مما يشير إلى أن الأسئلة تقيس جوانب مختلفة من أهداف العلاقات العامة الرقمية، مع وجود ارتباط قوي نسبياً بينها. السؤال الرابع ("تهدف استراتيجيات التواصل الرقمي...") سجل أعلى معامل ارتباط، مما يؤكد أهمية هذا الهدف في رؤية الموظفين، في حين أن السؤال الثامن ("تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى توفير آليات...") سجل أقل معامل ارتباط، مع بقائه ضمن النطاق المقبول. هذه النتائج تدعم أن المقياس يتمتع بصدق اتساق داخلي جيد، مما يعزز إمكانية الاعتماد عليه في فهم تصورات الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها.

وعليه يتضح أن نتائج الجدول أن جميع معاملات المحور تعكس اتساقاً داخلياً جيداً لأداة القياس وأن الأسئلة تعبر عن بناء مفاهيمي واحد، وهذه الأسئلة الرقمية كما فعلت مع باقي المهام العامة، هدفت أيضاً إلى تعزيز جودة الأداء عمل المؤسسة من خلال تحسين مستوى الشفافية، وتجدر الإشارة أن سؤال "خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد الشفافية" قدمت أعلى معامل ارتباط بلغ "0,78" وهذا يتسق مع ما ذهب إليه عامر (عامر، 2021، صفحة 74)، كذلك إن الأمر يتعلق بقرارات وضع البيانات المتاحة والتحليل المبني على البيانات، ويؤكد ما ذهبت إليه دراسة (قادم ج.، 2022) التي أكدت أن تفعيل العلاقات العامة الرقمية يشجع صورة المؤسسة داخلياً ويعزز فاعليتها في الاتصال في بيئات الافتراضية.

أما القيمة الأقل ارتباط كانت للسؤال الثامن "0,60" حول آليات التغذية الراجعة، مما يدل على وجود قصور نسبي في تفعيل الاتصال التشاركي داخل المؤسسة، ورغم دوره في تفاعل الانتماء، التي ربطت بين جودة العمل وثقافة الانتماء والتغذية الراجعة للأفراد داخل المؤسسة، كما أوضحت دراسة Barroso 2018 أن جودة العمل ترتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة الانتماء المؤسسي، وفعالية التغذية الراجعة موضحاً أن الفجوة بين الخطاب المؤسسي والممارسة اليومية تمثل أحد المعوقات الرئيسية في تحقيق جودة الأداء. (باروسو، 2018، صفحة 89)

الجدول رقم (07): معامل ارتباط أسئلة محور انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين مع الدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الأسئلة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	أدى استخدام الشبكة الداخلية (الإنترنت) إلى تحسين دقة المعلومات المتداولة في المديرية ومفتشياتها.	**0.69	0.00
2	ساهمت البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في تسريع عمليات الحصر والتسجيل والمتابعة للأملأك العامة.	**0.69	0.00
3	انعكس استخدام استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك إيجاباً على مستوى التنسيق بين مختلف أقسام ومصالح المديرية ومفتشياتها.	**0.73	0.00
4	حسنت النشرات الإخبارية الدورية من مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين.	**0.60	0.00
5	ساهم مستودع الوثائق والسياسات الإلكتروني في تطوير نظام فعال للتطوير المستمر للموظفين.	**0.64	0.00
6	عززت الرسائل الموجهة من القيادة عبر استخدام التطبيقات والبريد الإلكتروني والفيسبوك من قدرة FTP الإلكترونية مثل المديرية ومفتشياتها على تطبيق معايير الجودة في العمل.	**0.70	0.00
7	انعكس استخدام التنبيهات والإشعارات الرسمية إيجاباً على مستوى الشفافية في اتخاذ القرارات.	**0.75	0.00
8	ساهمت المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملأك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات في تعزيز ثقافة الجودة والإتقان بين الموظفين.	**0.74	0.00

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

تظهر نتائج تحليل الاتساق الداخلي لمحور "انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملأك الدولة" وجود ارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.00 بين كل سؤال من أسئلة المحور والدرجة الكلية للمحور، مما يؤكد تجانس الأسئلة وقدرتها على قياس المفهوم نفسه. تراوحت معاملات الارتباط بين 0.60 و 0.75، مما يشير إلى أن الأسئلة جميعها تساهم بشكل مقبول في قياس انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية، مع اختلاف في درجة هذا الإسهام. السؤال الذي يتعلق بتأثير استخدام

التنبهات والإشعارات الرسمية على مستوى الشفافية في اتخاذ القرارات سجل أعلى معامل ارتباط (0.75)، مما يدل على أن الموظفين يرون هذا الجانب كأكثر الجوانب ارتباطاً بانعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل. بالمقابل، السؤال المتعلق بتحسين النشرات الإخبارية الدورية لمستوى الخدمات المقدمة للمواطنين سجل أقل معامل ارتباط (0.60)، إلا أنه لا يزال ضمن الحدود المقبولة. بشكل عام، يمكن اعتبار أن المقياس يتمتع بصدق اتساق داخلي جيد، مما يسمح بالاعتماد عليه في فهم وتقييم آراء الموظفين حول تأثير اعتماد العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل في المديرية ومفتشياتها، مع الأخذ في الاعتبار أن بعض الجوانب قد تكون أكثر وضوحاً وتأثيراً من غيرها من وجهة نظرهم.

وعليه أن نتائج معامل الارتباط لأسئلة تأثير العلاقات العامة الرقمية على الدرجة الاجمالية للبعد كان هناك ارتباطات ذات دلالة إحصائية، عند مستوى 0,00، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين 0,60 و 0,75، وهذا يعني اتساق داخلي جيد للمقياس وقدرة القياس على تقييم البناء النظري بدقة من النتائج يمكن ملاحظة استخدام التنبهات الرسمية والإشعارات كان له أكبر تأثير في تحسين الشفافية في عمليات اتخاذ القرار بمعامل ارتباط قدره "0,75" وهذا يشير إلى الأثر الاتصالي الكبير لهذه الأدوات نحو المؤسسات والامتثال لمعايير الجودة المحددة، وهذا ما يؤكد الإطار النظري الذي ينص على أن العلاقات العامة الرقمية تعزز الثقافة وفعالية الاتصال الداخلي، مما يحسن الأداء المؤسسي. (عويس، 2017، صفحة 132)

وأدنى معامل ارتباط المقدمة من النشرات الإخبارية الدورية التي تعزز تصور المواطنين للخدمات المقدمة "FTP"، وهذا يشير إلى أن هذه التطبيق من الرغم من أهميتها قد لا يتم استغلالها بالكامل من قبل الموظفين ويتمشى ذلك مع نتائج دراسات سابقة مثل "قادم 2022"، الذي أشارت إلى وجود فجوات في تنفيذ تحقيق بعض الأدوات الرقمية داخل المؤسسات الحكومية مما يحدده فعاليتها الاجمالية. (قادم، 2022، صفحة 275)

بالإضافة إلى تطبيقات أخرى يحسن دقة المعلومات ويسرع العمليات، ويعزز FTP وغيرها مثل البريد الإلكتروني، البروننتو التي تحسن وتسرع دقة المعلومات وتطور نظم العمل، وهذا ما يتمشى مع الدراسات التي أجريت مع "باروسو 2018" و "فرانك 2007" التي أكدت أن التحول الرقمي يدعم جودة العمل وكفاءة المؤسسة بشكل عام. (باروسو، 2018، صفحة 89)

الجدول رقم (08): معامل ارتباط أسئلة محور تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة مع الدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الأسئلة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	يعيق نقص المهارات التقنية لدى بعض الموظفين الاستفادة الكاملة من الشبكة الداخلية الأنترنت (البرونتو).	**0.53	0.00
2	تشكل محدودية الميزانية المخصصة للبنية التحتية الرقمية تحدياً أمام تطوير أنظمة استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.	**0.73	0.00
3	تواجه المديرية ومفتشيات أملاك الدولة صعوبات في تحديث مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية بشكل مستمر.	**0.76	0.00
4	يؤثر ضعف البنية التحتية التكنولوجية سلباً على أداء البوابة الإلكترونية الداخلية.	**0.76	0.00
5	تشكل مقاومة التغيير من قبل بعض الموظفين عائقاً أمام تبني آليات النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.	**0.46	0.00
6	تواجه المديرية ومفتشيات أملاك الدولة تحديات تتعلق بأمن المعلومات والخصوصية عند استخدام الشبكة الداخلية لتخزين الوثائق الحساسة.	**0.68	0.00
7	يؤثر ضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي على جودة الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين.	**0.81	0.00
8	تشكل صعوبة قياس فعالية التنبيهات والإشعارات الرسمية تحدياً لضمان جودة التواصل الداخلي.	**0.74	0.00

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

تحليل الاتساق الداخلي لمحور "تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة" كشف عن وجود ارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.00 بين جميع الأسئلة والدرجة الكلية للمحور، مما يؤكد أن الأسئلة تقيس بشكل عام مفهوم التحديات المتعلقة بتطبيق العلاقات العامة الرقمية.

ومع ذلك، تباينت قوة هذه العلاقات، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين 0.46 و 0.81. السؤال المتعلق بضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي كان له أعلى معامل ارتباط (0.81)، مما يشير إلى أن الموظفين يعتبرون هذا الجانب من أهم التحديات التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية. في المقابل، السؤال حول مقاومة التغيير سجل أقل معامل ارتباط (0.46)، وهو ما قد يعني أن هذا التحدي ليس بنفس الأهمية أو الوضوح بالنسبة للموظفين مقارنة بالتحديات الأخرى. على الرغم من أن معامل الارتباط هذا أقل من المعتاد، إلا أنه لا يزال يشير إلى وجود علاقة دالة. بشكل عام، يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بصدق اتساق داخلي جيد، على الرغم من وجود بعض الاختلافات في قوة ارتباط الأسئلة، مما قد يشير إلى أن بعض التحديات أكثر إلحاحاً أو وضوحاً من غيرها. هذه النتائج تعطي صورة أكثر تفصيلاً حول التحديات الرئيسية التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية من وجهة نظر الموظفين.

تشير كل من الجداول من (05) إلى الجدول رقم (08) إلى صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان، هذا النوع من الصدق يهتم بالتحليل الداخلي للاختبار نفسه فيجمع معلومات عن محتوى الاختبار والعمليات المستخدمة في الاستجابة لمفرداته والارتباطات بين مفردات الاختبار (أبو علام، 2006، صفحة 459)، حيث قمنا بحساب معاملات الارتباط لكل عبارة مع المحور الخاص بها فأظهرت الجداول السابقة معاملات مقبولة أكبر من القيمة 0.70 ماعدا البعض لكن معامل كل منهما فاق 0.30 لذلك لم نقوم بحذفهما لأن تيغزة يؤكد (2009) على أنه يجب ألا يقل متوسط معاملات الارتباط المحور عن 0.30 (ص 682) وعند النظر إلى الدلالة نجد أن كلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05

ومن خلال ما تم عرضه في الجداول السابقة نقول أن الاستبيان يتمتع بصدق اتساق داخلي جيد. وعليه يتضح تغيرات في هيكل التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات أدوات العلاقات العامة الرقمية أفادت بها المنظمة في هيكل نظام التواصل الداخلي الاستراتيجي "ضعف التخطيط الداخلي الاستراتيجي" كان الدافع العبارة السابعة الذي قد ينبع من العمليات التخطيطية الأساسية للتواصل كمطلب أساسي لتوجيه تحول رقمي ناجح، يتوافق هذا مع الإطار النظري من خلال أن العلاقات العامة الرقمية تواجه عقبات في التبنّي داخل المؤسسات مثل: محدودية الموارد، ضعف البنية التحتية، انعدام الثقة التنظيمية. الذي ينص على أن عدم وجود رؤيا سلطوية واضحة لاستراتيجيات التواصل يعد حاجز أساسياً أمام دمج العلاقات العامة بشكل كامل في العصر الرقمي. (بنون و راشدي، 2023، صفحة 370)

كما أن الأسئلة الأخرى التي تلقت نتائج مرتفعة نسبيا مع قاعدة بيانات محدودة "ضعف البنية التحتية" أشارت أيضا إلى بعض المؤسسات التي افتقرت إلى الأسس التي تحكم التحول المدعوم رقميا في مؤسسات القطاع العام، تتوافق هذه النتائج به مع ما صرح به هيربرت 2005 حول كون البنية التحتية الرقمية شرطا هيكليا لنقل المؤسسة نحو نماذج ناجحة من تكامل التواصل الرقمي. (Herbert, 2005, p. 139)

وفي السؤال الخامس "مقاومة التغيير" هو الأدنى هذا دليل على أنه عامل لم يعد يعتبر عائقا محوريا من منظور الموظفين، أو أن التغيير الرقمي بدأ يقبل ببطء داخل المؤسسة، وهو ما تدعمه نظريات انتشار المبتكرات والتي تقول أن تبني النموذج المقترح النظري يواجه بمستوى من التردد في مراحله الأولية (الدليمي ع.، 2016، صفحة 124) إذا فالتحديات التقنية والتنظيمية أكثر وضوحا من التحديات النفسية، الذي يمنح لصانع القرار فهما اقل لنقاط الضعف التي ينبغي معالجتها ولإنجاحها.

7-2 ثبات الاستبيان:

يشير الثبات إلى "مدى اتساق نتائج الاستبيان، فإذا حصلنا على درجات متشابهة عند تطبيق نفس الاختبار على نفس المجموعة مرتين مختلفتين، فإننا نستدل على ثباتها" (أبو علام، 2010، صفحة 466)، قمنا بحساب ثبات الاستبيان في هذه الدراسة بطريقة التجزئة النصفية.

➤ حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية

قمنا بحساب ثبات الاستبيان في هذه الدراسة طريقة التجزئة النصفية حيث تعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار المطلوب، وذلك محور تطبيقه على مجموعة واحدة وهناك عدة طرق لتجزئة الاختبار فهناك من يستخدم النصف الأول من الاختبار في مقابل النصف الثاني أو قد تستخدم الأسئلة الفردية مقابل الأسئلة الزوجية (سعد ع.، 2008، الصفحات 181-182).

وتم حسابه ببرنامج الحزمة الإحصائية وتحصلنا على معاملات الثبات كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول رقم (09): يمثل حساب ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية

معامل ألفا كرونباخ	للنصف الأول	القيمة	0.89
	للاستبيان	عدد الأسئلة	16 ^a
	للنصف الثاني	القيمة	0.88
	للاستبيان	عدد الأسئلة	16 ^b
	مجموع الأسئلة		32
معامل الارتباط بين النصفين	0.60		
معامل تصحيح سبيرمان-براون	في حالة تساوي عدد الأسئلة		
	في حالة عدم تساوي عدد الأسئلة		
معامل التصحيح جيتمان	0.75		

a تمثل الأسئلة من السؤال رقم 1 إلى رقم 16

b. تمثل الأسئلة من السؤال رقم 17 إلى رقم 32

يوضح لنا الجدول رقم (09) نتائج حساب ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث قام البرنامج بتقسيمه إلى قسمين ،تضمن القسم الأول الأسئلة الأولى من الاستبيان وتكونت من 16 عبارة وتضمن القسم الثاني الأسئلة الباقية، حيث أظهر معامل الثبات ألفا كرونباخ للقسم الأول = 0.89 ومعامل الثبات ألفا كرونباخ للقسم الثاني = 0.88 كما قام البرنامج بحساب معامل الارتباط بينهما - ر بيرسون - وبلغت قيمته 0.60 وتم إخضاعه لمعامل التصحيح سبيرمان و براون فبلغت قيمته 0.75 ، الملاحظ أن كل المعاملات قوية مما يمكننا القول بأن هذه القيم جيدة أي أن هذا الاستبيان ذو ثبات عال. ، حيث يشير شين.ز. (2015) أن قيمة ألفا اذا بلغت 0.70 أو أعلى فإنه يشير لاتساق أداة البحث وتصبح ذات موثوقية وثبات عال كما يقترح أيضاً أنه يمكن قبول ألفا كقيمة دنيا 0.60 (Chen, 2015, p. 79).

8- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

8-1 مجتمع الدراسة:

وهو جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها؛ وعادة ما يعرف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث، الذي يشمل أسماء وعناوين مفردات مجتمع البحث. والهدف من هذا الاجراء المنهجي يتجلى، في قول "دليو فضيل": إن تحديد المجتمع يعني عمليا التعيين الدقيق لمجتمع موضوع الدراسة (جباله، صفحة 629).

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات العمومية الخدمائية، وعليه يتكون مجتمع الدراسة من مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من مختلف المناصب كمفتش، متصرف، مراقب، مهندس إعلام آلي، رئيس مصلحة، مساعد مهندس، رئيس قسم، كاتب مديرية وتقني، حيث بلغ عددهم الإجمالي 150 موظف.

8-2 عينة الدراسة:

تم تعريف عينة الدراسة على أنها: "مجموعة من مجتمع البحث وممثلة لعناصر المجتمع أفضل تمثيل، بحيث يمكن تعميم نتائج تلك العينة على المجتمع بأكمله، وعمل استدلالات حول معالم المجتمع" (زرواتي، 2004، صفحة 261).

وهي كذلك: "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث الذي تجمع من خلاله المعطيات والمعلومات في ميدان الدراسة" (موريس، 2006، صفحة 316).

ولهذا فقد اعتمدنا في دراستنا على طريقة العينة نظرا لعدم إمكانية إجراء الدراسة على جميع أفراد المجتمع الأصلي وتماشيا مع المدة الزمنية.

ويتحدد نوع العينة بناء على الطريقة التي يعتمدها الباحث في اختيارها، حيث يقوم الباحث باختيار العينة التي تلبي أهداف دراسته بشكل أفضل. لذلك تم اختيار "العينة القصدية أو العمدية".

➤ مبررات اختيار العينة القصدية:

- أن هذه العينة القصدية تستخدم أدوات العلاقات العامة الرقمية يوميا.
- ارتباط العينة بموضوع الدراسة بشكل مباشر: تم اختيار موظفي مديرية ومفتشيات أملاك الدولة - بسكرة عمدا أو قصدا لأنهم يمثلون الجمهور الداخلي المعني بشكل مباشر بممارسة العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسة ومفتشياتها، وبالتالي فهم أكثر قدرة على تقديم بيانات دقيقة ومفيدة حول الظاهرة المدروسة.
- التركيز على فئة تملك الخبرة والمعلومة: بمعنى اختيار أفراد يفترض فيهم امتلاك معرفة وتجربة مسبقة في المجال هذا، وتم استهداف الموظفين الذين يتعاملون بالعلاقات العامة الرقمية بشكل مباشر، سواء في الأقسام الإدارية أو التقنية أو التنسيقية.

- الاستجابة لطبيعة المجتمع المحدد: نظرا للطابع التنظيمي لمجتمع الدراسة (مديرية ومفتشيات أملاك الدولة -بسكرة -) تابعة للقطاع الحكومي المحدد فإن استخدام العينة تكون استخداما قصديا، وعليه أخذنا عينة قوامها 53 فرد تتوفر فيهم الخصائص المطلوبة.

9- حدود الدراسة:

➤ **الحدود الزمنية:** تمت هذه الدراسة في الفترة الممتدة من جانفي 2025 إلى ماي 2025

➤ **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة على مستوى مديرية ومفتشيات املاك الدولة لولاية بسكرة.

10- خصائص الدراسة

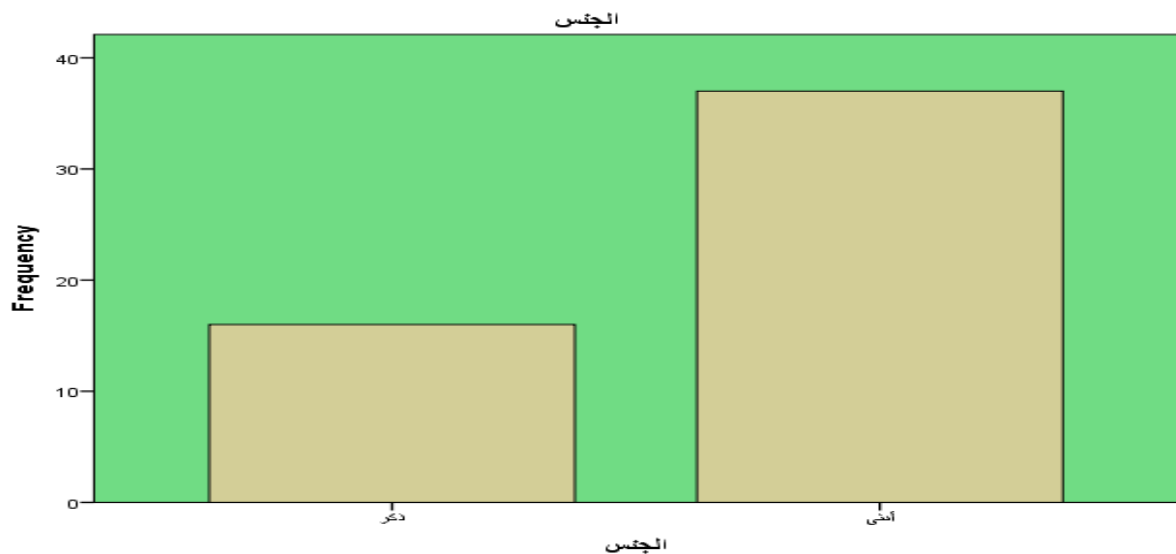
سنقوم بتوصيف العينة حسب بعض البيانات الشخصية كما هي موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (10): توزيع عينة إدارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	16	30.2%
أنثى	37	69.8%
الإجمالي	53	100.0%

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (01): توزيع عينة إدارات مديرية أملاك الدولة حسب الجنس



المصدر: الشكل من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

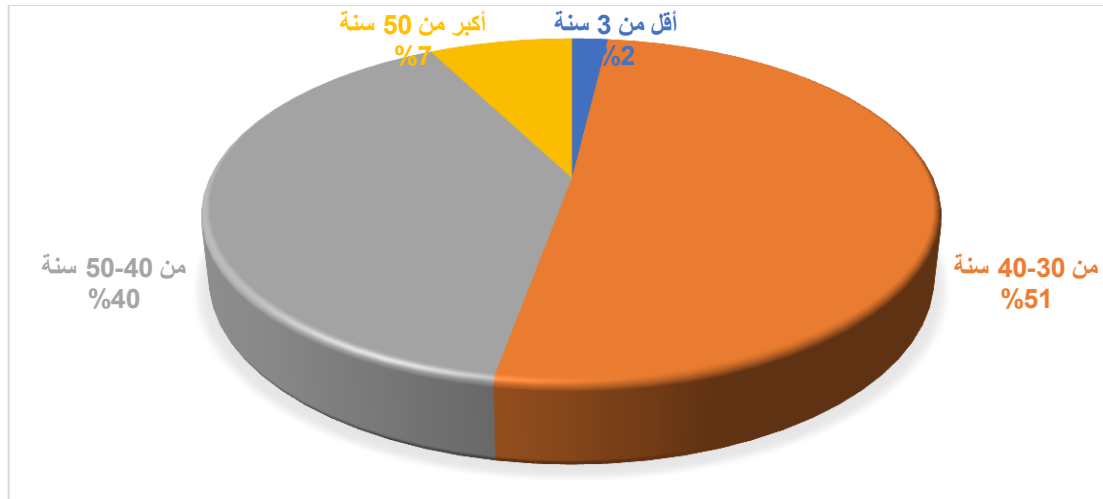
يظهر كل من الجدول رقم (10) والشكل رقم (01) عينة الدراسة المكونة من إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حيث يتضح أن أغليتهم من الإناث التي تشكل نسبتهن نسبة 69.8% من العينة (37 موظفة)، بينما يشكل الذكور نسبة 30.2% (16 موظفًا). هذا التوزيع يشير إلى أن الإناث أكثر تمثيلًا في هذه العينة من الإطارات العاملة في مديرية أملاك الدولة. قد يعكس هذا التوزيع تحولًا في التركيبة الجنسية للعاملين في القطاع العمومي، أو قد يكون مرتبطًا بطبيعة المهام والوظائف التي يشغلها الإطارات في المديرية.

الجدول رقم (11): توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
1.9%	1	أقل من 30 سنة
50.9%	27	من 30-40 سنة
39.6%	21	من 40-50 سنة
7.5%	4	أكبر من 50 سنة
100.0%	53	الإجمالي

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

الشكل (02): رقم توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب السن



المصدر: الشكل من انشاء الباحثة بناءا على مخرجات برنامج spss

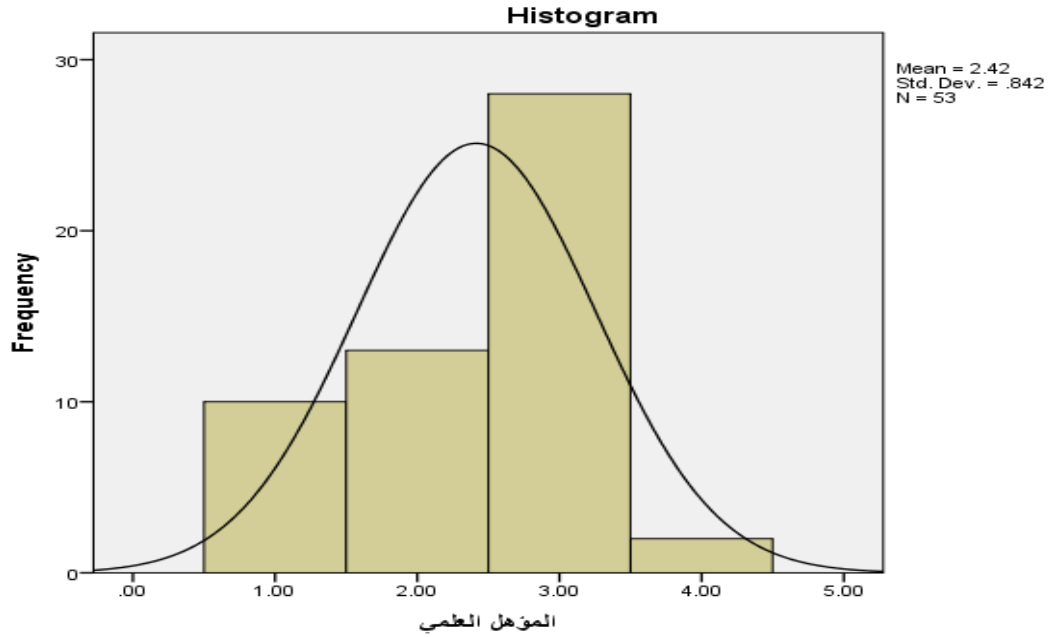
يظهر الجدول توزيعًا متفاوتًا لأعمار إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة المشاركين في الدراسة. النسبة الأكبر من المشاركين تقع في الفئة العمرية بين 30 و 40 سنة، حيث يمثلون 50.9% من العينة (27 موظفًا). تليها الفئة العمرية بين 40 و 50 سنة بنسبة 39.6% (21 موظفًا). بينما تمثل الفئة الأقل من 50 سنة نسبة صغيرة من العينة، حيث تبلغ 7.5% (4 موظفين)، والفئة الأقل من 30 سنة تمثل نسبة ضئيلة جدًا تبلغ 1.9% (موظف واحد). هذا التوزيع يشير إلى أن غالبية إطارات المديرية ومفتشياتها هم من فئة الشباب والمتوسطي العمر، مما قد يعكس مزيجًا من الخبرة والطموح في هذه الفئة من الموظفين.

الجدول رقم (12): توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	10	18.9%
ليسانس	13	24.5%
ماستر	28	52.8%
دكتوراه	2	3.8%
الإجمالي	53	100.0%

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناءا على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03): توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب المؤهل العلمي



المصدر: الشكل من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

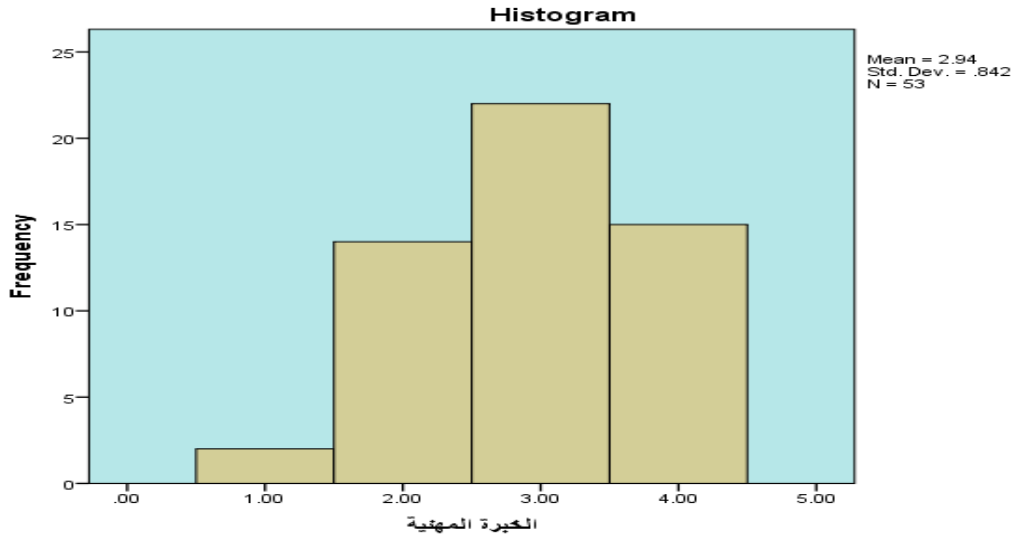
يوضح الجدول أن معظم إدارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة المشاركين في الدراسة يحملون شهادة الماستر، حيث تبلغ نسبتهم 52.8% (28 موظفًا). يليهم حاملو شهادة الليسانس بنسبة 24.5% (13 موظفًا)، ثم حاملو شهادة الثانوي بنسبة 18.9% (10 موظفين). بينما يشكل حاملو شهادة الدكتوراه نسبة قليلة من العينة، حيث تبلغ 3.8% (2 موظفين). هذا التوزيع يشير إلى أن مستوى التعليم لدى إدارات المديرية مرتفع بشكل عام، مع وجود تركيز كبير على حملة شهادة الماستر، مما قد يعكس تطوراً في متطلبات التوظيف والترقية في القطاع العام، أو قد يعكس اهتمام الموظفين بتطوير مهاراتهم ومعارفهم من خلال التعليم العالي.

الجدول رقم (13): توزيع عينة إدارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب الخبرة المهنية

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أكبر من 5 سنوات	2	3.8%
من 5 إلى 10 سنوات	14	26.4%
من 10 إلى 15 سنة	22	41.5%
أقل من 15 سنة	15	28.3%
الإجمالي	53	100.0%

المصدر: الجدول من إنشاء الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (04): يمثل توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب الخبرة المهنية



المصدر: الشكل من إنشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يظهر الجدول أن غالبية إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة المشاركين في الدراسة يتمتعون بخبرة مهنية تتراوح بين 10 و 15 سنة، حيث تبلغ نسبتهم 41.5% (22 موظفًا). تليها فئة الخبرة الأقل من 15 سنة بنسبة 28.3% (15 موظفًا)، ثم فئة الخبرة بين 5 و 10 سنوات بنسبة 26.4% (14 موظفًا). بينما تمثل فئة الخبرة الأكبر من 5 سنوات نسبة قليلة من العينة، حيث تبلغ 3.8% (2 موظفين). هذا التوزيع يشير إلى أن معظم إطارات المديرية يتمتعون بخبرة متوسطة، مما قد يساهم في فهمهم الجيد لعمليات المديرية وتحدياتها.

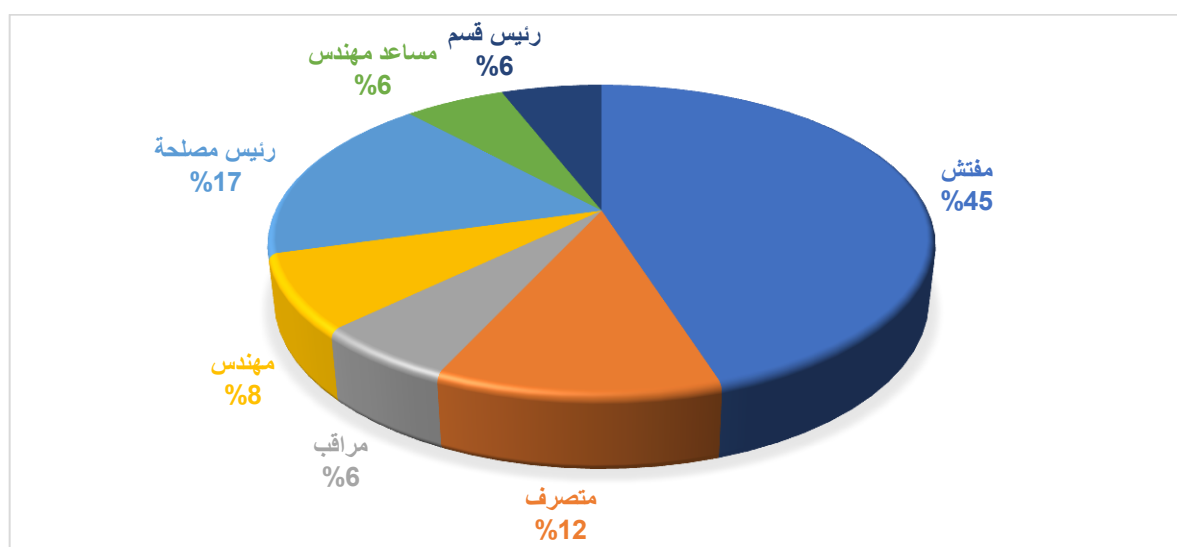
الجدول رقم (14): يمثل توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب المنصب الوظيفي

المنصب الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية
مفتش	23	43.4%
متصرف	6	11.3%
مراقب	3	5.7%
مهندس	4	7.5%
رئيس مصلحة	9	17.0%
مساعد مهندس	3	5.7%

رئيس قسم	3	5.7%
كاتب مديرية	1	1.9%
تقني	1	1.9%
الإجمالي	53	100.0%

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (05): يمثل توزيع عينة إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة حسب المنصب الوظيفي



المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج EXCEL

تتسم عينة الدراسة بتنوع في المناصب الوظيفية التي يشغلها إطارات مديرية ومفتشيات أملاك الدولة، إلا أن منصب مفتش يمثل الغالبية العظمى من المشاركين بـ 23 تكرارًا ونسبة 43.4%، مما يعكس أهمية هذا الدور في سير عمل المديرية. إلى جانب المفتشين، يمثل رؤساء المصالح نسبة معتبرة من العينة (9 تكرارات ونسبة 17.0%)، مما يسلط الضوء على مساهمة القيادات الإدارية الوسطى في تحقيق أهداف الدراسة. أما بقية المناصب، مثل متصرف (6 تكرارات ونسبة 11.3%)، مهندس (4 تكرارات ونسبة 7.5%)، مراقب (3 تكرارات ونسبة 5.7%)، رئيس قسم (3 تكرارات ونسبة 5.7%)، مساعد مهندس (3 تكرارات ونسبة 5.7%)، كاتب مديرية (1 تكرار ونسبة 1.9%)، وتقني (1 تكرار ونسبة 1.9%)، فهي ممثلة بتكرارات ونسب أقل، مما يشير إلى تفاوت في توزيع المهام والمسؤوليات داخل المديرية ومفتشياتها. هذا التوزيع المتنوع يسمح بفهم شامل لوجهات نظر مختلفة حول موضوع الدراسة، نظرًا لاختلاف الأدوار والمسؤوليات التي يشغلها المشاركون في المديرية.

الجدول رقم (15): يبين الوصف الكمي للعينة

المتغيرات	التقدير الكمي	دلالة التقدير
الجنس	1	ذكر
	2	أنثى
السن	1	أقل من 30 سنة
	2	من 30-40 سنة
	3	من 40-50 سنة
	4	أكبر من 51 سنة
المنصب	1	مفتش
	2	متصرف
	3	مراقب
	4	مهندس إعلام آلي
	5	رئيس مصلحة
	6	مساعد مهندس
	7	رئيس قسم
	8	كاتب مديرية
	9	تقني
سنوات الخبرة	1	أقل من 5 سنوات
	2	من 5-10 سنوات
	3	من 10-15 سنة
	4	أكثر من 15 سنة
	1	ثانوي
المؤهل العلمي	2	ليسانس
	3	ماستر
	4	دكتوراه

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يوضح الجدول رقم (15) التوزيع الكمي لخصائص العينة المشاركة في الدراسة، حيث تم ترميز كل فئة من فئات المتغيرات الديموغرافية برقم محدد. بالنسبة لمتغير الجنس، يشير الرقم 1 إلى الذكور والرقم 2 إلى الإناث. أما بالنسبة للسن، فتم ترميز الفئات العمرية المختلفة بالأرقام من 1 إلى 4، حيث يمثل الرقم 1 فئة "أقل من 30 سنة" والرقم 4 فئة "أكبر من 51 سنة". فيما يتعلق بالمنصب، تم ترميز

المناصب المختلفة بأرقام تتراوح من 1 إلى 9، مما يعكس تنوع المناصب التي يشغلها المشاركون في الدراسة. تم أيضاً ترميز فئات سنوات الخبرة بالأرقام من 1 إلى 4، حيث يمثل الرقم 1 فئة "أقل من 5 سنوات" والرقم 4 فئة "أكثر من 15 سنة". أخيراً، تم ترميز مستويات المؤهل العلمي بالأرقام من 1 إلى 4، حيث يمثل الرقم 1 فئة "ثانوي" والرقم 4 فئة "دكتوراه". هذا التقدير الكمي يسمح بتحليل إحصائي للبيانات الديموغرافية للعيينة واستكشاف العلاقات بين هذه المتغيرات وآراء المشاركين حول موضوع الدراسة.

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة

1. اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية على عدم وجود فروق دالة إحصائية في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة

الجدول رقم (16): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل حسب متغير المؤهل العلمي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	6.117	03	2.039	.094	0.963
داخل المجموعات	1062.336	49	21.680		
المجموع	1068.453	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يعرض الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي اختبر الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة إحصائية في تصور الموظفين لمساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل تبعاً لاختلاف مؤهلاتهم العلمية؛ حيث كشفت النتائج عن قيمة (F) منخفضة جداً تبلغ 0.094، مصحوبة بقيمة دلالة (p) مرتفعة تساوي 0.963، مما يشير إلى عدم وجود دليل كافٍ لرفض الفرضية الصفرية وقبول وجود فروق ذات دلالة إحصائية، كما يظهر تبايناً كبيراً داخل المجموعات (مجموع

المربعات = 1062.336، درجة الحرية = 49) مقارنة بالتباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 6.117، درجة الحرية = 30)، مما يؤكد أن المؤهل العلمي ليس له تأثير معنوي على تصور الموظفين في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل .

التحليل:

تشير هذه النتيجة إلى أن مستوى المؤهل لا يؤثر على كيفية تقييم الموظفين لمساهمة العلاقات العامة الرقمية في تحسين عمليات العمل، ربما يرجع ذلك إلى طبيعة استخدام هذه الأدوات داخل المؤسسة، حيث من المرجح أن يكون التطبيق موحدًا وليس معتمدًا على المستوى الأكاديمي للموظف، بل على وجود بنية تحتية رقمية وهياكل تنظيمية، حيث أشار باروسو 2018 إلى أن استخدام بنية تحتية داخل المؤسسة لا يرتبط بمستوى الدراسات الأكاديمية بقدر ما يرتبط بوجود تدريب كاف ودعم تقني مؤسسي بالإضافة إلى ذلك، أظهرت دراسة قادم وسيلة أن العلاقات بين التدريب الرقمي الفعال ومستوى الأداء في العلاقات العامة لا ترتبط بالشهادة الأكاديمية بل بالثقافة المرتبطة باستخدامه، والتدريب على التواصل، وتفعيل استخدامه داخل المنظمة، مما قد يفسر التشابه في الردود الموظفين من خلفيات تعليمية مختلفة. (قادم و.، 2022، صفحة 90)

وكذلك في الإطار النظري تم التطرق إلى مناقشة أن فعالية العلاقات العامة الرقمية تعتمد أكثر على درجة انفتاح المؤسسة على الرقمنة بدلا من الصفات الفردية مثل العمر ومستوى التعليمي خاصة في القطاع العام حيث هناك نقص كبير في التخطيط الاستراتيجي للتواصل المصمم لمجموعة متنوعة من المستخدمين.

2. اختبار الفرضية الثانية

تنص الفرضية على عدم وجود فروق دالة احصائية في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (17): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل حسب متغير الخبرة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	20.261	3	6.754	0.316	0.814
داخل المجموعات	1048.192	49	21.392		
المجموع	1068.453	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يعرض الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي استهدف اختبار الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق دالة إحصائية في تصور الموظفين لمساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل، وذلك تبعاً لاختلاف سنوات الخبرة. تشير النتائج إلى قيمة (F) منخفضة نسبياً تبلغ 0.316، بالإضافة إلى قيمة دلالة (p) مرتفعة جداً تساوي 0.814، مما يوفر دليلاً قوياً لقبول الفرضية الصفرية وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات المختلفة من حيث سنوات الخبرة. علاوة على ذلك، يلاحظ وجود تباين كبير داخل المجموعات (مجموع المربعات = 1048.192، درجة الحرية = 49) مقارنة بالتباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 20.261، درجة الحرية = 3)، مما يعزز الاستنتاج بأن الخبرة لا تمثل عاملاً مؤثراً بشكل معنوي على تصور الموظفين لمساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل.

التحليل:

من الضروري ملاحظة أن النتائج هذه تشير إلى متغير الخبرة المهنية لم يؤثر بشكل موقع في تقييم تكامل وسائل العلاقات العامة الرقمية، وهذا قد يدل على أن النمط الرقمي داخل المؤسسة الواحد هو موحد نسبياً، بغض النظر عن عدد السنوات الخدمة، مما قد يعكس واحد من الأمرين:

- أن التكوين الرقمي المؤسسي محدود وغير موجه بحسب الأقدمية، وبالتالي لا تختلف درجة الاستخدام أو الفهم كثيرا بين المستخدمين.
- أو أن هناك طابعا عموميا إداريا لتطبيق العلاقات العامة الرقمية لا يحتاج لوقت طويل للاستفادة منه للخبرة.

وهذا التفسير تدعمه دراسة ينون وراشدي التي ترى "الوسائل الحديثة لا ترتبط فقط بعامل الممارسة أو الأقدمية بل تتعلق بشكل قوي بثقافة المؤسسة الرقمية وتكوينها الداخلي". (ينون و راشدي، 2023، صفحة 58)

وفي الإطار النظري للدراسة تم الإشارة إلى أن التحول الرقمي داخل المؤسسات الجزائرية لا يزال في مرحلة الانتقال التجريبي، مثل ضعف التكوين وعدم تخصيص المحتوى الرقمي بحسب فئة الموظف، قد تفسر هذا النوع من النتائج المتقاربة بين مختلف مستويات الخبرة.

3. اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية على عدم وجود فروق دالة احصائية في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (18): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف (المحسوبة)	قيمة الدلالة
بين المجموعات	98.404	8	12.300	0.615	0.760
داخل المجموعات	880.124	44	20.003		
المجموع	978.528	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يوضح الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي يهدف إلى اختبار الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل، وذلك تبعاً لاختلاف مناصبهم الوظيفية. تشير النتائج إلى أن قيمة (F) المحسوبة هي 0.615، وهي قيمة منخفضة، وأن قيمة الدلالة (p) هي 0.760، وهي قيمة أعلى بكثير من مستوى الدلالة المتعارف عليه (0.05). هذا يعني أنه لا يوجد دليل كافٍ لرفض الفرضية الصفرية، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية تبعاً لاختلاف مناصبهم. بالإضافة إلى ذلك، يظهر الجدول أن التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 880.124، درجة الحرية = 44) أكبر بكثير من التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 98.404، درجة الحرية = 8)، مما يعزز الاستنتاج بعدم وجود تأثير للمنصب الوظيفي على تقييم أهداف العلاقات العامة الرقمية.

التحليل:

تظهر هذه النتيجة أن الوظيفة لا تبدو عاملاً مميزاً في كيفية إدراك الموظفين لمساهمة الأدوات الرقمية في تحسين الأداء العملي، تؤكد هذه الخلاصة ما تم تقديمه النظري، بأن فعالية العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات العامة غالباً ما يتم تنفيذها بشكل موحد مع القليل من الاعتبار للاختلافات التنظيمية بين أقسام الموظفين. (قادم و، 2022، صفحة 87)

ويمكن تفسير هذه التشابهات في التقييمات بعدة أسباب:

- الشبكة الداخلية لا تتكيف مع مستويات وظيفية معينة بل تم تطبيقها بشكل عشوائي على جميع الموظفين مثل FTP لأن تطبيق الأدوات الرقمية مثل البريد الإلكتروني، وأن غياب استراتيجيات اتصال داخلي موجهة حسب فئة الوظائف تؤدي إلى أن غالبية الموظفين يستخدمون الأدوات بنفس الطريقة، بغض النظر عن الهيكلية. "تعليمية رقم 9812 بتاريخ 14.10.2019 ص 31-32".
- تشير أدلة من بعض نتائج المقابلات، على سبيل المثال علق أحد المسؤولين "تستخدم الوسائل الرقمية، لكنهما ليست موجهة أو متخصصة بناءً على الوظيفة أو طبيعة المهام".

وكذلك يشرح ينون وراشدي أن أحد أبرز التحديات في العلاقات العامة الرقمية الجزائرية هو نقص تمييز الاتصال الداخلي، مما يؤدي إلى تفاعل غير متاح من بعض المجموعات التي تحتاج فعلياً إلى محتوى مخصص وتدريب متخصص. (ينون و راشدي، 2023، صفحة 19)

4. اختبار الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية على عدم وجود فروق دالة احصائية في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (19): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	13.394	3	4.465	.227	0.877
داخل المجموعات	965.135	49	19.697		
المجموع	978.528	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يُظهر الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي تم إجراؤه لاختبار الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة لرفع جودة العمل، وذلك باختلاف سنوات الخبرة لديهم. تشير النتائج إلى أن قيمة (F) المحسوبة تساوي 0.227، وهي قيمة منخفضة، بينما قيمة الدلالة (p) تساوي 0.877، وهي أعلى بكثير من مستوى الدلالة المقبول عمومًا (0.05). هذا يعني أنه لا يوجد دليل إحصائي كافٍ لرفض الفرضية الصفرية، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم أهداف العلاقات العامة الرقمية بناءً على سنوات الخبرة. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر الجدول أن التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 965.135، درجة الحرية = 49) أكبر بكثير من التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 13.394، درجة الحرية = 3)، مما يؤكد أن سنوات الخبرة لا تؤثر على تقييم الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل.

التحليل:

تشير هذه النتيجة إلى أن سنوات الخبرة في مؤسسة معينة لا تؤثر على إدراك الموظفين للتحديات المتعلقة بتطبيق العلاقات العامة الرقمية، قد يشير ذلك أن هذه التحديات تختبر بطريقة جماعية من قبل جميع الموظفين بغض النظر على مستوى خبرتهم، وتكون بالتالي ذات طبيعة عامة، تم دعم هذه النتيجة من خلال احدى المقابلات من إطار لديه أكثر من 15 عاما من الخبرة، حيث أشار إلى ما يلي: "المشكلة ليست في عدد سنوات العمل بل في غياب الاعداد الحقيقي لاستخدام الوسائل الرقمية حتى القادمون الجدد يواجهون نفس الحواجز التي نواجهها".

ومن ناحية أخرى، في دراسة ABADI وآخرين المتعلقة بجودة الحياة العملية وارتباط الموظفين، يؤكدون أن الخبرة لا تؤدي دائما اختلافا عندما تكون هناك نقص في الدعم المؤسسي من الجانب التكنولوجي الآخر، وأن نقص التعليم المتميز يؤدي إلى تجانس سلبي في الفهم الرقمي بين الموظفين المختلفين. (Abadi, Nursaysami, & Syamusuddin, 2020, pp. 2527-2539)

أما في الإطار النظري فقد ورد أن التحول الرقمي في المؤسسات الجزائرية لا يتم بطريقة مرحلية حسب الفئات الوظيفية، وإنما يعمم بصورة شمولية مما قد يحد من فعالية التكيف.

5. اختبار الفرضية الخامسة:

تنص الفرضية على عدم فروق دالة احصائيا في انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب، واختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (20): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المنصب المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	93.154	8	11.644	.469	0.872
داخل المجموعات	1093.525	44	24.853		
المجموع	1186.679	52			

يُبين الجدول مخرجات تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي استهدف فحص الفرضية العدمية التي تفترض انعدام الفروق ذات الدلالة الإحصائية في تقييم الموظفين لأثر تبني العلاقات العامة الرقمية في المديرية على تحسين جودة العمل، وذلك بحسب تنوع مناصبهم الوظيفية. وتكشف النتائج عن قيمة (F) متدنية تقدر بـ 0.469، مصحوبة بمستوى معنوية (p) مرتفع للغاية يبلغ 0.872، مما يقدم قرينة قوية لقبول الفرضية العدمية. وعليه، لا يوجد تباين جوهري من الناحية الإحصائية في تقييم أثر العلاقات العامة الرقمية على تحسين جودة العمل بين الموظفين تبعاً لفتاوت مناصبهم. علاوة على ذلك، يشير الجدول إلى أن التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 1093.525، درجة الحرية = 44) يتجاوز بكثير التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 93.154، درجة الحرية = 8)، مما يدعم الاستنتاج القائل بأن المنصب الوظيفي ليس له تأثير يُعتد به في انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل.

التحليل:

تظهر هذه النتائج أن كافة الموظفين في كافة المستويات الإدارية العليا إضافة إلى الوظائف التنفيذية، يواجهون تحديات متشابهة تتعلق باستخدام وتوظيف العلاقات العامة الرقمية، وهذا يعتبر إشارة إلى عدم وجود تمايز في السياسات الاتصالية الداخلية أو ضعف التوجه المؤسسي تبعاً للغبة بالمنصب أو الدور الوظيفي، كما أنها تعكس تباين في القوانين التي تتبناها المؤسسات في فروقات التدرج العلمي، بل فقط كجزء من توجيهات فورية لكل سياسة من خلال تصريح أحد المسؤولين في المقابلة "أنه لا فرق بين رئيس مصلحة أو موظف عادي في التعامل مع أدوات مثل البريد الإلكتروني أو FTP، فكلنا نتلقى نفس المحتوى ونواجه نفس الصعوبات".

كما خلصت دراسة ينون وراشدي 2023 "إلى أن أحد التحديات الهيكلية في تفعيل العلاقات العامة الرقمية مع غياب التمايز التواصلي داخل المؤسسة، أي أن كل الموظفين يتعرضون لنفس نوعية الاتصال الرقمي بغض النظر على وظيفتهم". (ينون و راشدي، 2023، صفحة 19)

وفي دراسة قادم وسيلة "تم التأكيد على أن التحدي لا يكمن فقط في وفرة الوسائل الرقمية، بل في طريقة تكييفها حسب الأدوار التنظيمية، وهو ما تفتقر إليه معظم المؤسسات العمومية التي لا تضع استراتيجيات متخصصة للعلاقات العامة الرقمية". (قادم و.، 2022، صفحة 88)

6. اختبار الفرضية السادسة:

تنص الفرضية على عدم فروق دالة احصائية في انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة، واختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (21): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير الخبرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	106.082	2	53.041	2.454	0.096
داخل المجموعات	1080.597	50	21.612		
المجموع	1186.679	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يُلخص الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي تم إجراؤه لاختبار الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات الموظفين حول تأثير اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل، وذلك تبعاً لاختلاف مستويات الخبرة لديهم. تشير الإحصائيات المعروضة، وهي قيمة إحصائية الاختبار (ف) = 2.454 بدرجتي حرية 2 و 50، وقيمة الدلالة الإحصائية (p = 0.096)، إلى أننا نفشل في رفض الفرضية الصفرية عند مستوى الدلالة الإحصائية التقليدي (0.05). بالتالي، لا يوجد دليل إحصائي كافٍ يدعم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات الموظفين حول تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل بناءً على مستويات خبرتهم.

التحليل:

ذكرنا في السابق أنه من السهل نسبياً مقارنة صور التحديات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية بممارسات وحدة المنظمة، نظر لذلك تسود هذه الصورة لدى جميع الموظفين بغض النظر عن سنوات خدمتهم، وهذا

يكشف أن المؤسسة لم توفر قاعدة تربوية أو اتصالية على خطا بيروقراطي يوزع مناطق الحياض الخاطي، مما يشير إلى وجود حاجة لتخصيص المتغير التقني المعتمد لإدارة الموارد البشرية كما ورد في أحد مقابلات المسؤولين لهم خبرة أكثر من عشر سنوات خبرة "أن الكوادر القديمة والجديدة لا يحظون ببرامج موجهة لهم كل واحد يسعى بجهوده الخاصة على اكتساب معارف في الأدوات الرقمية". وقد خلصت دراسة ABADI وآخرون إلى أن إدراك الموظفين لتحديات بيئة العمل الرقمية لا يرتبط بخبرتهم الوظيفية بل بدرجة انخراط المؤسسة في التكوين المستمر، ووضوح استراتيجياتها في مجال الاتصال الداخلي. (Abadi, Nursaysami, & Syamusuddin, 2020, p. 2535)

7. اختبار الفرضية السابعة:

تنص الفرضية على عدم فروق دالة احصائية في انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير السن، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة. الجدول رقم (22): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير السن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	175.774	3	58.591	2.840	0.02
داخل المجموعات	1010.905	49	20.631		
المجموع	1186.679	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يستعرض الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي أُجري لاختبار الفرضية الصفرية التي تفترض عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الموظفين لانعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل، وذلك تبعاً لاختلاف الفئات العمرية للموظفين. تشير النتائج إلى أن قيمة (F) المحسوبة تساوي 2.840، في حين أن قيمة الدلالة (p) تساوي 0.047.

وبما أن قيمة الدلالة (p) أقل من مستوى الدلالة المتعارف عليه (0.05)، فإننا نرفض الفرضية الصفريّة. هذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رفع جودة العمل بين الموظفين باختلاف فئاتهم العمرية. وبالنظر إلى الجدول، نجد أن التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 175.774، درجة الحرية = 3) أقل من التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 1010.905، درجة الحرية = 49)، إلا أن قيمة (p) تشير إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعمر على انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل. يشير ربيع (2007) أنه إذا كانت قيمة Sig أقل من أو (تساوي) مستوى المعنوية الذي يحدده الطالب، فإننا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل، والعكس صحيح؛ كما لا يتم اللجوء إلى هذه الاختبارات إلا عندما يتم رفض الفرض الصفري في تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA (ربيع، 2007، الصفحات 119-151).

التحليل:

تظهر هذه النتيجة أن تقييم التحديات الرقمية لا يختلف باختلاف الفئة العمرية داخل المؤسسة وهو ما يعكس نوعين من الفرضيات:

- أن المؤسسة لا تكيف أدواتها الاتصالية أو استراتيجياتها الرقمية حسب الفئات العمرية، بل تتعامل مع الموظفين بصورة موحدة.

- وأن الوعي بالتحديات الرقمية قد أصبح عاما ومشاركا بين جميع الموظفين، بسبب تعرضهم لذات العراقيل، مثل ضعف التكوين وغياب التخطيط الاستراتيجي.

ومن خلال الفرضيتين فنرى أنها تدعم المقابلة مع رؤساء المصالح حيث صرحوا "أنه أنا والاصغر مني نواجه نفس التحديات تقريبا في التعامل مع الأدوات الرقمية كالبروننتو أو FTP أو البريد الإلكتروني الرسمي.

وقد أشار الدليمي إلى أن التكنولوجيا الاتصالية تفقد فعاليتها عندما تطبق بمعزل عن الخصائص الاجتماعية والثقافية للمستفيدين، مثل السن أو الخلفية الرقمية. (الدليمي ع.، 2016، صفحة 146)

أما دراسة ABADI وآخرون، فقد أوضحوا أن فعالية بيئة العمل الرقمية لا تتعلق بعمر الموظف بقدر ما ترتبط بجودة حياة العمل والتدريب المستمر، مؤكدة أن غياب الاستراتيجية التدريبية يؤدي إلى تساوي الفجوة الرقمية بين الأجيال داخل المؤسسة. (Abadi, Nursaysami, & Syamusuddin, 2020, p. 2535)

وبالتطرق إلى الجانب النظري يؤكد أن غياب الرؤية الاتصالية المتدرجة حسب خصائص الجمهور الداخلي يضعف من فعالية العلاقات العامة الرقمية، ويجعلها تفقد أثرها التنظيمي مهما تطورت الوسائل الرقمية المتطورة.

وللكشف عن مصادر الفروق بين تصورات أفراد الدراسة ضمن فئات متغير السن، استخدمنا اختبار أقل فرق معنوي (LSD) وهو أحد الاختبارات البعدية التي تكشف الفروق بين المجموعات الغير متساوية كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (23): يمثل اختبار (LSD) لمعرفة أقل فرق معنوي بين أصناف السن

الفروق في المتوسطات						السن
أكثر من 50 سنة		من 40 إلى 50 سنة		أقل من 40 سنة		
قيمة الدلالة	متوسط الفرق	قيمة الدلالة	متوسط الفرق	قيمة الدلالة	متوسط الفرق	
2.41	1.71-	*0.00	3.73-			أقل من 40 سنة
0.41	2.02			0.00	3.73	من 40 إلى 50 سنة
		0.41	2.02-	0.48	1.71	أكثر من 50 سنة

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

بعد رفض الفرضية الصفرية في تحليل التباين الأحادي، تم إجراء اختبار LSD كتحليل بعدي لتحديد الفئات العمرية التي تختلف بشكل دال إحصائياً في تصوراتها حول تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل. كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائياً بين فئتي "أقل من 40 سنة" و "من 40 إلى 50 سنة" ($p = 0.00$)، حيث يميل الموظفون في الفئة العمرية من 40 إلى 50 عاماً إلى تقييم تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل بشكل أعلى من الموظفين الذين تقل أعمارهم عن 40 عاماً. في المقابل، لم يظهر اختبار LSD أي فروق دالة إحصائياً بين الفئة العمرية "أكثر من 50 سنة" وأي من

الفئتين العمريتين الآخرين. هذه النتائج تشير إلى أن تصورات تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل قد تختلف باختلاف المرحلة العمرية للموظف.

التحليل:

تشير هذه النتائج إلى أن تصورات الموظفين لفعالية العلاقات العامة الرقمية تختلف حسب الفئة العمرية مما يمكن تفسيره بنموذج انتشار المبتكرات لايفريت روجزر، يفترض هذا النموذج أن الأشخاص في منتصف العمر يميلون إلى تقبل التكنولوجيا الجديدة أكثر من كلا الفئتين الأصغر سناً أو الأكبر سناً، لأنهم يميلون إلى امتلاك خبرة مهنية كافية وأن يكونوا جاهزين بشكل معرفي لتبني التغيير. (قادم و، 2022، صفحة 42)

هذه النتيجة تتوافق أيضاً مع استنتاجات دراسة ينون وراشدي "2023" التي تشير إلى أن اعتماد الأدوات الرقمية ضمن المنظمة يختلف حسب الثقافة التنظيمية وخصائص الموظفين، بما في ذلك العمر على وجه الخصوص يميل الموظفون في منتصف العمر إلى أن يكونوا أقل ميلاً نحو استخدام الأدوات الرقمية في اتصالات المؤسسة. (ينون و راشدي، 2023، صفحة 102)

يدعم هذه الفكرة دراسة قادم وسيلة حول أن فعالية العلاقات العامة الرقمية داخل أي منظمة تعتمد على استعداد الأشخاص في المنظمة لتقبلها للاستخدام، والذي يختلف حسب العمر والخلفية التكنولوجية للأشخاص.

8. اختبار الفرضية الثامنة:

تنص الفرضية على عدم توجد فروق دالة احصائية في تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة تعزى لمتغير المنصب، واختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (24): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة تعزى لمتغير المنصب

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	51.593	8	6.449	.272	0.972
داخل المجموعات	1043.690	44	23.720		
المجموع	1095.283	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يُظهر الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي أُجري لاختبار الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة، وذلك تبعاً لاختلاف المنصب الوظيفي للموظفين. تكشف النتائج عن قيمة (F) منخفضة جداً تبلغ 0.272، مصحوبة بقيمة دلالة (p) مرتفعة للغاية تساوي 0.972، مما يوفر دليلاً قوياً لقبول الفرضية الصفرية. وعليه، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية بين الموظفين باختلاف مناصبهم. بالإضافة إلى ذلك، يوضح الجدول أن التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 1043.690، درجة الحرية = 44) أكبر بكثير من التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 51.593، درجة الحرية = 8)، مما يؤكد أن المنصب الوظيفي لا يؤثر على تقييم الموظفين لتحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة.

التحليل:

تشير هذه النتائج إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في الإدراك بين الموظفين بشأن تأثير العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل مقابل مناصبهم أو ألقابهم الوظيفية بعبارة أخرى، لا يبدو أن المنصب الإداري "رئيس قسم، كاتب، فني..." عاملاً حاسماً في تحديد تأثير تقييم العلاقات العامة الرقمية سواء كان إيجابياً أو سلبياً يعكس هذا أن ظاهرة التحول الرقمي مع أدوات التواصل الحديثة. مثل البريد الإلكتروني المؤسسي والمنصات الداخلية قد أصبحت جزءاً من الثقافة اليومية للجميع بغض النظر عن رتبهم، وتحس بشكل أكثر اتساقاً بغض النظر عن الموقع الهيكلي داخل المؤسسة.

تدعم هذه الأدلة ما تم تضمينه في الإطار النظري للرسالة الذي يقول ان رقمنة التواصل الداخلي تقلل من الفجوات التباينية في الفجوة الاتصالية بين مختلف المستويات الإدارية وتخلق ثقافة المشتركة والانفتاح المعلوماتي. وتؤكد هذه النتيجة أيضا نتائج دراسة قادم 2022 أن نجاح العلاقات العامة الرقمية في بيئة العمل لا يعتمد فقط على المنصب الوظيفي ولكن على مستوى التكامل وتفعيل الأنظمة الرقمية داخل المؤسسة. (قادم و.، 2022، صفحة 74)

في نفس السياق، تدعي الدراسات على مستوى المؤسسات أن فعالية العلاقات العامة الرقمية لا تتعلق بالضرورة بمستوى سلطة الموظف، بل تتعلق بالوصول السلس والتوفير العادل للموارد داخل المنظمة. (بنون و راشدي، 2023، صفحة 102)

9. اختبار الفرضية التاسعة:

تنص الفرضية على عدم فروق دالة احصائية في تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات بين درجات العينة.

الجدول رقم (25): اختبار انوفا لدلالة الفروق بين المتوسطات في اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين تعزى لمتغير المؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	(ف) المحسوبة	قيمة الدلالة
بين المجموعات	42.650	3	14.217	0.662	0.580
داخل المجموعات	1052.634	49	21.482		
المجموع	1095.283	52			

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يُقدم الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الذي تم إجراؤه لاختبار الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة، وذلك تبعًا لاختلاف المؤهل العلمي للموظفين. تكشف النتائج عن قيمة (F)

منخفضة تبلغ 0.662، مصحوبة بقيمة دلالة (p) مرتفعة تساوي 0.580، وهي أعلى بكثير من مستوى الدلالة المتعارف عليه (0.05). هذا يشير إلى أنه لا يوجد دليل إحصائي كافٍ لرفض الفرضية الصفرية، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية بناءً على المؤهل العلمي. بالإضافة إلى ذلك، يوضح الجدول أن التباين داخل المجموعات (مجموع المربعات = 1052.634، درجة الحرية = 49) أكبر بكثير من التباين بين المجموعات (مجموع المربعات = 42.650، درجة الحرية = 3)، مما يعزز الاستنتاج بأن المؤهل العلمي لا يؤثر على تقييم الموظفين لتحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة.

التحليل:

تشير هذه النتائج أن مستوى التعليم ليس له تأثير كبير على التصورات الموظفين للتحديات المرتبطة بالعلاقات العامة الرقمية، مما يعني أن التصورات المتعلقة بالعقبات مثل البنية التحتية غير الكافية، نقص التدريب أو مقاومة المنظمة للتغيير لا تتغير حسب مستوى التعليم "شهادة بكالوريا، شهادة ماجستير، دكتوراه....".

يمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على ما تم تقديمه في الإطار النظري للتقرير، وخاصة فيما يتعلق بشيء يشار إليه باسم "العدالة التواصلية" التي تنتجها المنصات الرقمية داخل المنظمات، مما يجعل الوصول إلى المعلومات والاندماج معها متجانسا نسبيا بين الأشخاص بغض النظر عن خلفياتها التعليمية، كما نلاحظ أن الموظف يتأثر أكثر في العلاقات العامة الرقمية بالعوامل التنظيمية والهيكلية من تأثره بالفروقات الفردية في الانجاز الأكاديمي. (قادم و.، 2022، صفحة 74)

يدعم هذا أيضا الاستنتاج المذكور سابقا في دراسة ينون وراشدي 2023 التي وجدت أن العوائق الحقيقية في تنفيذ العلاقات العامة الرقمية تتعلق بقضايا الموارد والتدريب والتنظيم الداخلي بدلا من مستوى تعليم الموظفين. (ينون و راشدي، 2023، صفحة 174)

11- صعوبات الدراسة:

- **الصعوبات في توزيع وجمع الاستبيان:** لقد واجهت تحديا كبيرا ضمن الوقت المخصص لتوزيع واسترجاع أدوات البحث، وأثر ذلك سلبا على حجم العينة ومعدل الاستجابة، خاصة أن مستويات الاهتمام من الموظفين كانت متباينة، مع بعض التردد في التعبير عن آرائهم على الرغم من الطابع المجهول للاستبيان، كما جعلت المسافة الجغرافية المتزايدة والزمانية والتفاعل المباشر صعبا، مما تطلب جهدا إضافيا لضمان معدل استرجاع مرتفع للاستبيانات المكتملة ضمن الإطارات الزمنية المحددة.
- **الصعوبات النظرية المتعلقة بمفهوم جودة العمل:** في هذا المستوى، لاحظت فجوة كبيرة داخل الأدبيات العربية التي تناقش جودة العمل بشكل صريح وواضح، فإن جودة العمل غالبا ما تخلط بجودة الحياة في العمل في المصادر العربية، واستدعى ذلك الاستناد إلى أدبيات خارجية، وإطار مفاهيمي نسبي يعطي الأولوية لسياق الهيكل التنظيمي للدراسة التعرف وتحديد المفهوم علميا.
- **صعوبة الدمج بين الإطار النظري والسياق العلمي:** ظهرت هذه التحديات عند محاولة تطبيق نماذج نظرية حديثة، مثل نظرية انتشار المبتكرات، ونظرية البنائية الوظيفية على الواقع الفعلي للعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة عمومية جزائرية لا تزال في حالة تطور تدريجي نحو التحول الرقمي، استدعى ذلك جهدا إضافيا للتحليل وضبط الإطار النظري وفقا للسياق المؤسسي المحلي دون المساس بالمصداقية العلمية.

□ الفصل الثاني:

□ الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة من أهم الوظائف الاتصالية التي تمارس داخل المؤسسات، إذ تسهم بشكل فعال في بناء صورة إيجابية للمنظمات وتعزيز التواصل بين المؤسسات وجماهيرها سواء الداخلي أو الخارجي، ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة، شهدت العلاقات العامة تحولاً نوعياً من خلال اعتمادها على الوسائل الرقمية، وهو ما أدى إلى بروز مفهوم العلاقات العامة الرقمية كشكل جديد من أشكال العلاقات العامة لمواكبة التغيرات ورفع مستوى الأداء داخل المؤسسات، وفي هذا السياق يكتب موضوع العلاقات العامة وعلاقتها بجودة العمل أهمية متزايدة باعتباره مقياس فعالاً لنجاعة الأنشطة الإدارية والتنظيمية.

ومن خلال هذا الفصل سنتناول ثلاثة محاور رئيسية تسلط الضوء على العلاقات العامة والعلاقات العامة الرقمية وجودة العمل، من أجل فهم العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة العمل.

أولاً: العلاقات العامة الرقمية

تعد العلاقات العامة من الركائز الأساسية التي تقوم عليها عملية التواصل داخل أي مؤسسة، فهي تلعب دور هاماً ومحورياً في بناء الصورة الذهنية وتقوية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها بمختلف فئاته، وقد نشأت هذه الوظيفة استجابة لحاجة المؤسسات إلى التفاعل المنظم مع محيطها الداخلي والخارجي، وتطورت بمرور الزمن لتصبح أداة استراتيجية في دعم السياسات الاتصالية وتحقيق أهداف المؤسسة، ومن خلال هذا المحور سنسعى لتقديم نظرة شاملة حول العلاقات العامة وماهيتها.

1- تعريف العلاقات العامة:

➤ المفهوم اللفظي للعلاقات العامة:

هي لفظ مركب من كلمتين - العلاقات - والعامة، وهي كما أوردها المنجد الابجدي في المصدر علائق، وتعني حصيلة الروابط والصلات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجمهور التي تتعامل معها (مسيلي، 2009، الصفحات 77-78).

وتعني العلاقات العامة في اللغة، التواصل الناتج عن التفاعل بين فردين أو أكثر، إذ أن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث فعل ورد فعل بينهم ومع استمرار ورد الفعل يتحقق التفاعل بينهم ويأخذ هذا التفاعل اتجاهاً إيجابياً تكون الحصيلة علاقات اجتماعية تعاونية تحقق الترابط بين الأفراد (جبار، 2021، صفحة 11).

فكلمة علاقات تعني حصيلة الاتصالات التي تتوافر بين الهيئة والجمهور المتعاملة معها.

أما كلمة عامة، فيقصد بها جماهيرية، أي مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالبيئة (غالب، 2022، الصفحات 19-20).

• المفهوم الاصطلاحي:

تتعدد التعريفات الاصطلاحية للعلاقات العامة، ولا يوجد تعريف واحد جامع، ويرجع ذلك إلى تعدد الرؤى والعلوم التي تعرف العلاقات العامة من وجهة نظرها، فمفهوم العلاقات العامة في ضوء الفكر الإداري، يختلف عن تعريفه من وجهة نظر علم الاتصال والإعلام أو علم الاجتماع، ويمكن أن نلقي الضوء على بعض التعريفات التي تناولت العلاقات العامة على النحو التالي:

وضع المعهد البريطاني تعريف دقيق لمفهوم العلاقات العامة عام 1948، وهو: الترويج لإيجاد التفاهم والصلات القوية بين المنظمة وأفرادها، أو أي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من سمعة طيبة وعلاقة مستمرة" (البطريق، 2017، صفحة 18).

عرف قاموس وبستر الدولي العلاقات العامة على أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحادات أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير التي تتعامل معهم، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وجملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه (غريب، 1996، صفحة 111).

وفي قاموس أوكسفورد عرفت العلاقات العامة بأنها الفن القائم على أسس علمية لبحث حسب طرق التعامل الناجحة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة للمجتمع.

وتعرف الموسوعة الإعلامية العلاقات العامة بأنها النشاط الذي يختص بعلاقة واتصال المؤسسة بجمهورها، ويشمل هذا الجمهور كلا من المستهلكين والموردين وحملة الأسهم والعاملين بالشركة، وجمهور المواطنين بصفة عامة وتهدف عملية الاتصال باستخدام النشاط إلى خلف أو تدعيم الاتجاه الإيجابي نحو المؤسسة (حجاب، 2003، صفحة 1619).

كما وعرفت الموسوعة العربية العالمية العلاقات العامة بأنها نشاط يستهدف مزيداً من الاتصال والتفاهم بين منظمة أو فرد، وبين واحدة أو أكثر من الجماعات التي يطلق عليها عادة **الجمهور**. ويعني هذا المصطلح أيضاً الواجبات المحددة التي يؤديها مسؤولون في مهنة ما، ومن أولئك الذين يستخدمون العلاقات العامة: الشركات والمنشآت التعليمية والجماعات الدينية والإدارات الحكومية، ونقابات العمال والجماعات الترفيهية، ويتنوع أعضاء هذه الجماعات من موظفين ومساهمين إلى مجتمعات متكاملة أو أعضاء في الإعلام الإخباري، ويتم الاتصال بين منظمة ما وبين طبقات جمهورها من خلال معلومات مبسطة، تتناسب عبر حملة إعلامية متطورة وأفلام متميزة وإعلانات وخطب ومشاهد تلفازية. وتستهدف مثل هذه الاتصالات رضا الجمهور (الموسوعة العربية الإلكترونية، 2004).

هذا وعرفت جمعية العلاقات العامة الفرنسية العلاقات العامة بأنها، طريقة للسلوك، وأسلوب للإعلام والاتصال، يهدف إلى إقامة علاقات تتسم بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها، أي تلك تتأثر بنشاط تلك المؤسسة (برغوت، 2007، الصفحات 10-11).

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية، فعرفت العلاقات العامة، أنها نشاط أو صناعة أو اتحاد أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعملاء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام، لكي تحور سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسية للمجتمع.

ومن التعريفات السابقة للعلاقات العامة، يمكننا تحديد المجال النظري لهذا الفن في إطار الدراسات الاستراتيجية للمؤسسات، فهو (علم وفن انشاء وتدعيم علاقات طيبة، علاقات تقوم على الفهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها، وذلك من خلال نشاط مخطط ومستمر في الاتجاهين، بهدف التعريف بها وكسب ثقة وتأييد الرأي العام لها) (جفال و بوزيد، 2008، الصفحات 03-04).

وبشكل عام يمكن تعريف العلاقات العامة على أنها: الجهود الاتصالية الإدارية الخلاقة المخططة والمدرسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الاطراف المعنية ولتحقيق انسجام اجتماعي عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يشغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات، والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤيدة لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة (مسيلي، 2009، صفحة 27).

1-1 نشأة وتطور العلاقات العامة:

نشأت العلاقات العامة منذ أن وجود الانسان، وبالنظر إلى نشاطها يتضح لنا أن جذورها عريقة تمتد لحضارات قديمة، فالإنسان كائن اجتماعي لا يمكن عزله عن الآخرين، فقد نشأت بينه وبين أفراد المجتمع علاقات مختلفة نتيجة التفاعل، وإذا كانت العلاقات العامة تهتم بعلاقة المؤسسة مع جماهيرها فإن من البديهي أن الحاجة للعلاقات العامة ستكون قد ظهرت منذ أن بدأت المؤسسات تتشكل سواء منها السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، لكن بروز الحاجة للعلاقات العامة لا يعني بالضرورة استخدامها بالشكل الذي تمارس في الوقت الحاضر، ومع أن هناك ممارسات شبيهة بما تقوم به العلاقات العامة اليوم في الحضارات القديمة والعصور القديمة إلا أن واقع الأمر هو أن العلاقات العامة لم تعرف بشكلها ونشاطها المعاصر إلا في بداية القرن العشرين.

لذا فالعلاقات العامة ليس لها تاريخ محدد لنشأتها قديما حيث تعد ظاهرة اجتماعية وجدت منذ وجود المجتمع البشري وعلى الرغم من أنها لم تستخدم إلا منذ فترة وجيزة، إلا أننا نستطيع القول أن أول هذه العلاقات التي كونها الإنسان كانت مع أسرته التي وجد فيها ثم اتسعت الوحدة الاجتماعية حتى صارت

عشيرة أو قبيلة وكلما اتسع نطاق الوحدة الاجتماعية الذي يرتبط ها الإنسان كلما اتسعت دائرة علاقاتها وأصبحت نتيجة من البساطة والتعقيد (البطريق، 2017، الصفحات 44-45).

أما العلاقات العامة بمفهومها الحالي فقد بدأت تأخذ هذا الطابع بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى سنة 1918م، ومع نهاية القرن التاسع عشر (الموسوعة العربية الالكترونية، 2004).

وتعتبر الولايات المتحدة الأميركية هي المكان الأول الذي ظهرت في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وهي أيضا نفس المكان الذي شهد تطورها من مجرد ممارسة غير مقننة ومجهولة المسمى إلى ممارسة أكثر تقنيا، فقد كان للرواج الاقتصادي والمشكلات التي تبعت الانتاج العالمي الضخم الفضل في انتشار العلاقات العامة في باقي دول العام، وقد جاء تطورها كاستجابة طبيعية لحاجات الإدارة العليا في المؤسسات الصناعية إلى أسلوب جديد، لتواجه به ثورة الرأي العام في البيئة الاجتماعية، والذي سببته سلبياتها في مواجهة الظروف التي خلفتها أعمالها وعملياتها، وللتعامل مع الاضطرابات التي قام بها العاملون في مواجهة الإدارة العليا، بسبب ظروف العمل السيئة.

تجدر الإشارة إلى أن (Ivy Ledbetter Lee) رائد العلاقات العامة، قد بدأ في إرساء قواعد مهنية للعلاقات العامة كممارسة، ثم مهنة أخذت في الانتشار، من خلال بداياته العملية الأولى بعمله لصالح شركة (American Anthracite coal Idustry)، عندما تعرضت لأزمة إضراب العمال عن العمل، وكانت إدارة Lee للأزمة التي نشبت بين هذه الشركة وعمالها، وأدت إلى إضرابهم عن العمل عام 1906، هي أولى مهمات العلاقات العامة التي نفذت آنذاك، وهي في نفس الوقت أول إدارة مهنية للأزمات (برغوت، 2007، صفحة 13).

وعندما وقعت أزمة السكة الحديدية لشركة (Pennsylvania Railway) عند وقوع تصادم عنيف بين قطارين تابعين لها، كان Lee يعمل كمستشار للعلاقات العامة لصالحها، وقد أدار تلك الأزمة أيضا بطريقة لم تكن مألوفة وقت ذاك، إذ أقنع الشركة بأن تعطي للصحافة فرصة مشاهدة مكان الحادثة التي تعرضت لها الشركة، والكشف لها عن المعلومات الصحيحة، ومن الجدير بالذكر أن شركة (Central New York Railways) قد تعرضت لمثل هذه الأزمة، وكان موقفها يختلف عن شركة "بنسلفانيا" إذ لم تسمح الإدارة بتزويد الصحفيين بأية معلومات عن الحادث، وبناء على ذلك فقد تورطت الشركة مع الصحافة، التي شنت عليها هجوما عنيفا، في الوقت الذي رحبت فيه بموقف شركة (Pennsylvania Railway).

ومن الأزمات التي حدثت في البدايات الأولى للعلاقات العامة كانت "أزمة إضراب عمال منجم colorado عام 1914، إذ اقنع Ivy Lee الذي كان يعمل صحفياً وقتها "روك فيليبر Rockfeler" مالك المنجم بزيادة موقع العمل، والتحدث مع العمال بشكل ودي، ومناقشة الأمور مع العمال المضربين، مما أدى إلى إعادة الثقة بين المؤسسة والعمل، وتحسين صورة الشركة في ذهن العمال. إذ تم استدعاء "Lee" لإدارة الأزميتين اللتين تعرضت لهما شركتي (Pennsylvania Railway) و (American Anthracite coal Industry) بالإضافة لأزمة منجم "كولورادو" عندما تعرضت الأولى لأزمة، والأخرى لحادث تصادم عنيف بين قطارين، والثالثة لأزمة إضراب العمل، لم يكن "Lee" وقتها خبير في السحر الأسود، بل تطلب إدارتهم للأزمة الدخول في معترك للحصول على الحقائق، واستخدام الصحافة لتفسير تلك الأزمات، إذ يرجع الفضل إليه في اعتماد المؤسسات الصناعية والتجارية إلى نشر سياستها وإعلام جمهورها بأهدافها، والعمل على كسب ثقته، والحصول على تأييده ومساندته، وهذا ما يؤكد "Lee".

وعلى الرغم مما ارساه "لي" من قواعد مهنية، ومن أنشطة متعددة، إلا أنه لم يحدد أسماً أو تعريفاً علمياً لما يفعله، إنما كان متأثراً وقتها بالمسؤولية الاجتماعية وأخذ رغبات واتجاهات الرأي العام بالاعتبار عند ممارسة الأنشطة المؤسسية على اختلافها، وهو ما أصبح يعرف فيها بعد بالعلاقات العامة، عندما جاء بعده (Edward L. Bernays) الذي كان يعمل صحفياً أيضاً، وأبدى مزيداً من الاهتمام بالرأي العام، وألف أولى كتب العلاقات العامة عام 1923، وفي نفس العام درس أول مساق دراسي تحت مسمى العلاقات العامة بجامعة نيويورك، وأرتاد العلاقات العامة كمؤلف، ومحاضر، ومستشار، ويعود إليه الفضل في إصدار أول مجلة متخصصة في حقل العلاقات العامة "Quarterly Public Relations" التي مازالت تصدر حتى يومنا هذا، وتعتبر المرجع الأساسي للعلاقات العامة المعاصرة، ويكتب فيها محترفون ومستشارون، وأكاديميون في مجال العلاقات العامة.

وبعد أن نضجت ممارسة العلاقات العامة بأمريكا بدأت بالانتقال إلى أوروبا، في الدول لأنجلو سكسونية أولاً، ثم إلى الدول الفرنكفونية، وأهمها فرنسا فيما بعد (برغوت، 2007، الصفحات 14-15).

رغم ذلك فقد كان تطور العلاقات العامة بطيئاً حتى نهاية الحرب العالمية الثانية عام 1945م، إلا أنها تطورت بخطى سريعة منذ ذلك التاريخ حتى عمت المنظمات التجارية وغير التجارية كافة، وكان للنمو

والتوسع في وسائل الاتصال الإعلامي الضخم أثره في نمو الاتجاه نحو تكوين رأي عام أكثر قوة من ذي قبل، كما أن الجمهور أصبح أكثر وعياً مما كان يتوقعه الآخرون (الموسوعة العربية الالكترونية، 2004). وقد أسهمت الحرب العالمية الثانية في تطور العلاقات العامة وازدياد الحاجة إليها، وتوصف الأنشطة الإعلامية الموجهة التي تمت أثناء الحرب العالمية الثانية بأنها أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة، نظرا للحاجة الماسة للتواصل مع الجماهير آنذاك.

والمراقب لتطور العلاقات العامة في العالم، يدرك أنها تطورت وتحديثت، وما زالت تتطور باستمرار في مجتمع نشأتها الأصلي، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن نشأتها كانت لحالة علاجية، بينما الأمر مختلف في الدول التي لم تتطور فيها، فعلى سبيل المثال، ما زالت العلاقات العامة في الوطن العربي متخمة بعدد كبير من المشكلات، وما زالت تواجهها العديد من المعوقات، لأن العلاقات العامة في الوطن العربي كانت بدايتها تقليدية، إذ عرفت بداية بأنها علم يدرس في المعاهد والجامعات، وبالتالي بدأ فهم وإدراك قيمتها الحقيقية، وترتب على هذا الفهم لأهميتها إيجاد مكان لها في التنظيم الإداري في المؤسسات (برغوت، 2007، صفحة 15).

1-2 وظائف العلاقات العامة:

لقد تشبعت مجالات العلاقات العامة وتعددت ميادين العمل فيها، ومن هنا أصبح من الضروري الميل إلى التخصص على أساس نوع النشاط والعمل، كالعلاقات الدولية أو الحكومية حسب اتساع الدائرة، أو حسب النشاط كالعلاقات التعليمية والثقافية والصناعية والأمنية، فلم تعد العلاقات موضع الاهتمام في النشاط الترويجي فقط، بل سعت المؤسسات التعليمية والجماعات المهنية والجمعيات والهيئات الحكومية إلى تعزيز دور العلاقات العامة في مجمل نشاطها، وتكونت لهذه الغاية جمعيات معنية للعاملين في حقل العلاقات العامة، فقد أدخل موضوع العلاقات العامة للمناهج الدراسية وأنشئت أقسام علمية بالجامعات لدراسة العلاقات العامة، ومن مظاهر تقدم العلاقات العامة وتطورها، تحسين الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة بما يتلاءم مع احتياجات، وحجم الوظائف، والميزانية المخصصة لها.

لذا هناك من قسم وظائف العلاقات العامة إلى عدة وظائف فرعية كالتالي:

• الوظيفة الإعلامية: وتشمل:

- تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة.
- إعداد وتحرير البيانات الإخبارية وإيصالها لوسائل الإعلام المختلفة.

- إعداد التقرير السنوي بالتعاون مع الإدارة المالية المختصة وإنتاجه وتوزيعه.
- إعداد وتحرير الكتيبات والأدلة والتقارير المطبوعة الأخرى.
- إعداد وتحرير مجلة المؤسسة ودورياتها الأخرى.
- إعداد وإنتاج الكتاب السنوي، مع تخطيط وتنفيذ الملصقات والإعلانات.
- إعداد وتنظيم حملات جمع الأموال والمسابقات والجوائز، والقيام بتصوير أحداث المؤسسة.
- إعداد الخطب والأحاديث، وتنظيم اللقاءات والمؤتمرات والندوات والحفلات.
- تنظيم الزيارات والرحلات واليوم المفتوح والاستقبالات والمعارض.
- إعداد كافة أنواع المواد الإذاعية والتلفزيونية والإشراف على لوحة الإعلانات في المؤسسة (البطريق، 2017، صفحة 28).

• **وظيفة الاستعلام:** وتشمل:

- تطوير أساليب التعرف على اتجاهات الجماهير ومواقفها من المؤسسة.
- إجراء الدراسات والبحوث لتحديد مواقف وآراء الجماهير من المؤسسة بشكل دقيق، وتحليل آراء الجمهور تجاه المؤسسة ومتابعة هذه الآراء وتطويرها.
- متابعة شكاوى الجماهير والتعرف على أسبابها وتقديم الحلول لها.

• **وظيفة التنسيق:** وتشمل:

- العمل على أن تكون خطة العلاقات العامة متكاملة مع الخطة الشاملة للمؤسسة وذلك بإقناع الإدارة العليا بها.
 - برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى في المؤسسة.
 - تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المؤسسة المشاركة في القرارات المتخذة، والتي تؤثر في جماهير المؤسسة تأثيراً واضحاً.
 - التنسيق والتعاون مع الإدارة الوسطى والعاملين (برغوت، 2007، صفحة 29).
- بينما يذهب العديد من الكتاب والباحثين في المجال إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي: البحث والتخطيط، والاتصال، والتنسيق، والتقييم.

- **وظيفة البحوث:** وقصد بالبحوث تلك الدراسات التي يقوم بها الباحثون وخبراء العلاقات العامة، والمتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة في الداخل والخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة.
 - **وظيفة التخطيط:** يقصد بها القيام برسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الموازنة وتوزيعها على الأنشطة التي ستقوم إدارة العلاقات العامة بتنفيذها.
 - **وظيفة الاتصال:** والمقصود بالاتصال هو القيام بتنفيذ الأعمال أو الخطة عن طريق الاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الاتصالية المختلفة والمناسبة لكل جمهور والاتصال بالهيئات والأفراد في الخارج والقادة في المجتمع ومراكز المعلومات المختلفة.
 - **التنسيق:** ويقصد بالتنسيق التعاون بين الإدارات والعمل على أن تتكامل خطة العلاقات العامة مع الخطة الشاملة للمؤسسة، وذلك من خلال إقناع الإدارة العليا بها.
 - **وظيفة التقويم والمتابعة:** ويقصد بالتقويم القيام بقياس النتائج الفعلية المتحققة من تنفيذ برامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات التصحيحية في حال الكشف عن وجود انحرافات في النتائج عما هو مخطط له، وذلك لضمان فعالية البرامج وتحقيق الخطة لأهدافها (البطريق، 2017، صفحة 29).
- هذا وحددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة PRSA في بحث لها ثمانى وظائف أساسية لمهنة العلاقات العامة على النحو التالي: (عجوة ع.، 2000، الصفحات 20-21).
- **كتابة التقارير:** والبيانات الصحفية، والكتيبات، ونصوص برامج الراديو، والتلفزيون، والخطب وحوار الأفلام، ومقالات المجالات، والصحف التجارية وإنتاج الموارد الإعلامية والفنية.
 - **تحرير النشرات العمالية:** الصحفية وتقارير المساهمين، وسائر المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل من أفراد المؤسسة والجماهير الخارجية.
 - **الاتصال بالصحافة والراديو والتلفزيون:** وكذلك المجالات والملاحق الأسبوعية ومحرري الأقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الاخبار والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة.
 - **تحسين صورة المؤسسة:** من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة، والمعارض وتنظيم الزيارات، وتقديم التسهيلات، وإقامة الاحتفالات في المناسبات العامة أو الخاصة،

وتنظيم المسابقات، ورعاية العلاقات مع الضيوف، وتقديم الهدايا التذكارية، وإنتاج أفلام عن المؤسسة بالإضافة إلى غيرها من الوسائل البصرية الأخرى كالشرائح وشرائط الفيديو.

- مواجهة الجماعات المختلفة: والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية، وإعداد خطب للغير، وتخصيص متحدث باسم المؤسسة، وتقديم المتحدثين في الحفلات والاجتماعات العامة.
- إنتاج النشرات: والكتيبات، والتقارير الخاصة، ومواد الاتصال المصورة ودوريات المؤسسة، وإخراجها على نحو فني يتفق مع الذوق العام.

- تحديد الاحتياجات والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع: وهذا يحتاج إلى خبرة رفيعة في العلاقات العامة، ومقدرة خاصة في توجيه النصح والمشورة إلى رجال الإدارة.
- استخدام الإعلانات الإعلامية: في إعلاء اسم المؤسسة، والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة، وغالباً ما تكون مسؤولية قسمي الإعلان والعلاقات العامة بالمؤسسة مسئولية مزدوجة (عجوة ع، 2000، صفحة 22).

ويضيف الباحثان الأمريكيان كاتليب وسنتر (Cutlip & Center) إلى هذه الوظائف أربع وظائف أساسية هي:

- المشاركة في المناسبات العامة كتمثيل المنظمة في المشروعات التي تتصل بالنواحي المدنية والاجتماعية والثقافية والسياسية والتعليمية والشؤون العامة.
- إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجماهير المعنية حتى يمكن القيام بالوظائف السابقة على أكمل وجه.

- تفسير سياسات المؤسسة وقراراتها للهيئات الحكومية وللشخصيات التي تملك حق التصويت في أي أمر يخصها عند إقرار السياسات العامة.

- تدريب المتحدثين الأكفاء للتعبير عن المؤسسة (عجوة ع، 1983، صفحة 22).

على الرغم من تنوع واختلاف الوظائف التي تؤديها إدارة العلاقات العامة لبلوغ الأهداف المحددة لها من مؤسسة لأخرى، فإن هناك شبه إجماع على أن هذه الوظائف تستهدف مزيداً من الاتصال والتفاهم بين الفرد والمنظمة، وبين واحدة أو أكثر من الجماعات التي يطلق عليها عادة الجمهور.

1-3 أنواع العلاقات العامة:

تتعدد أنواع العلاقات العامة حسب طبيعة النشاط والأهداف كما أنها مرتبطة بالوسائل والوسائط المستخدمة للوصول إلى الجمهور المستهدف وتتوزع حسب الباحثين الأنواع كالتالي:

➤ **العلاقات العامة الإعلامية:** تعني العلاقات الإعلامية أنك تبني علاقات مع وسائل الإعلام من خلال المقابلات والبيانات الصحفية، والاضطرابات والمؤتمرات الصحفية.

➤ **العلاقات المجتمعية:** هنا تنشئ علاقة مع المجتمع المحلي، للحصول على الدعم العام، وإطلاق منتج جديد، وتعليقات العملاء، والاستجابة لبعض الأحداث، مسؤولية اجتماعية تتحمل الشركات أيضا مسؤولية اجتماعية تتجاوز المبيعات وجني الأرباح يعني إجراء جميع عمليات الأعمال التجارية التي تعود بالفائدة على المجتمع ككل.

➤ **علاقات حكومية:** يعني بناء علاقة مناسبة مع الحكومة المحلية لتنفيذ جميع العمليات بسلاسة وكفاءة، ويمكن أن يكون قانونيا أو نقديا أو غير ذلك، الهدف هو أن تكون الحكومة في صفك (جبار، 2021، صفحة 15).

2- تعريف العلاقات العامة الرقمية

في ظل الثورة الرقمية، أصبحت العلاقات العامة تمارس من خلال بيانات إلكترونية تعتمد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهو ما أدى إلى بروز مصطلح ومفهوم جديد وهو "العلاقات العامة الرقمية"، وفي هذا المحور سنركز على توضيح هذا المصطلح والتطرق لأدواته التقنية وخصائصه المميزة، فضلا عن إبراز أهمية التحول الرقمي في تعزيز أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسات. ومنه يمكن إبراز تعريف العلاقات العامة الرقمية كما يلي:

لغة: إذا ما نظرنا لمفهوم العلاقات العامة الرقمية سنجد أنه يتكون من شقين:

الأول: "العلاقات العامة"، والثاني الرقمية ويمكن القول إن العلاقات العامة أي الشق الأول من التعريف أصبحت واضحة ومعروفة على نطاق واسع، بعد أن مرت بالعديد من التطورات منذ ظهورها في عشرينيات القرن الماضي وهو ما تطرقنا إليه سابقا، أي الجهود المخططة والمبدولة لإقامة واستمرار المفهوم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

أما الشق الثاني من التعريف: "الرقمية" فتشير إلى "الأكواد التي تقرأها الوسائل والنظم الرقمية" مثل: مواقع الويب، والاتصال عبر الحاسب، والهواتف النقالة، ومنصات التواصل الاجتماعي، وغيرها من المستحدثات الجديدة التي يتم عبرها تبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها.

وإذا كانت العلاقات العامة هي فن وعلم إدارة الاتصال بين المنظمة وجماهيرها لتحقيق الفهم المتبادل، والرقمية تعني الوسائل الحديثة القائمة على النظم الرقمية والمستخدم في عملية الاتصال بين المنظمة والجمهور، فإن العلاقات العامة الرقمية تشير إلى تكامل العلاقات العامة والوسائل الاتصالية الرقمية لتحقيق أهداف العلاقات العامة (الصالح، 2021، صفحة 53).

اصطلاحاً:

العلاقات العامة الرقمية وتسمى أحياناً العلاقات العامة عبر الأنترنت أو العلاقات العامة الإلكترونية، كمصطلح حديث مقارنة مع العلاقات العامة التقليدية، وغالباً ما يتم التخطيط الاستراتيجي أدوات وتقنيات وسائل الإعلام الجديدة القائمة على استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة، من أجل بناء وصيانة اتصالات ثنائية الاتجاه بين المؤسسة وعامة الجمهور، "تقدم العلاقات العامة الرقمية إسهاماً كبيراً في إدارة الأزمة عبر الشبكة العنكبوتية عندما تتأثر وسائل الإعلام وسمعة المؤسسة عبر الإنترنت". وبارتباط نشاط العلاقات العامة تزامناً مع ما قدمته تكنولوجيات الاتصال الحديثة، ظهرت تسميات عديدة للعلاقات العامة الإلكترونية، حيث يوجد اختلاف في التسميات بين الدول العربية والدول الأجنبية، حيث تطلق عليها الدول العربية مصطلح العلاقات العامة الرقمية، العلاقات العامة الإلكترونية، العلاقات العامة أونلاين، أو مصطلح تكنولوجيا الاتصال الجديدة في العلاقات العامة، وهناك من يطلق عليها مصطلح العلاقات عبر الأنترنت، العلاقات العامة في عصر الوسائل المعلوماتية وغيرها (رفاس، 2019، صفحة 262).

مفهوم العلاقات العامة الرقمية من المفاهيم التي مرت بعدة مراحل وأخذت عدة مسميات حتى استقر هذا المفهوم، فقد ارتبط هذا المفهوم بمصطلحات مثل الأنترنت، ووسائل الإعلام الجديدة، ووسائل التواصل الاجتماعي، ووفق ل سومرفيلدت summer-feld et al، تم استخدام ثلاثة مصطلحات لتوصيف البحوث التي تدرس الممارسات الرقمية للعلاقات العامة، وهي العلاقات العامة عبر المواقع الإلكترونية web-based PR، وبحاث العلاقات العامة الإلكترونية Online PR، والبحاث التي تعتبر أن توظيف الإنترنت هو محور ممارسة العلاقات العامة المعاصرة Internet-related/focused PR.

وتماشياً مع التطورات الرقمية، برز مفهوم العلاقات العامة الرقمية، حيث برزت الفكرة الأساسية للعلاقات العامة الرقمية حول كيفية استخدام الوسائل الرقمية والتقنيات الحديثة، كالأنترنت والحواسيب والهواتف

الذكية، لإنجاز أعمالها بكفاءة وسرعة وبتكلفة أقل لاسيما في ظل زمن العولمة والمنافسة والسرعة (Alotoum & El hawi, 2023, p. 142).

من جهة أخرى تعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها قيام الإدارة المعنية بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور والمجتمع (عامر، 2021، صفحة 74).

ويعرف الباحثون العلاقات العامة الرقمية بأنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الانترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني، والألعاب الإلكترونية، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الانترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور ومقاطع الفيديو (عياد، 2019، صفحة 249).

وتعرف العلاقات العامة الرقمية بأنها ممارسة العلاقات العامة عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة وفقا لجهود وأنشطة مخططة ومقصودة (الصالح، 2021، صفحة 54).

كما وتعرف العلاقات العامة الرقمية بأنها "قيام إدارات العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ أنشطتها والإسهام في تحقيق أهدافها".

ومنه فالعلاقات العامة الرقمية وإن تعددت تعريفاتها ومصطلحاتها فهي وفق تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، قيام الإدارة المعنية " العلاقات العامة "، بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع ، فالعلاقات العامة الإلكترونية تشترك مع العلاقات العامة التقليدية في المفهوم والمبادئ والأهداف، إلا أنها تختلف عنها في الممارسة، وذلك باعتمادها على تطبيقات الاتصال الإلكتروني، بهدف تحقيق الحور والتفاعل والفهم، المتبادل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة (قادم، 2022، صفحة 150).

2-1 أدوات العلاقات العامة الرقمية:

الأداة أو الوسيلة هي القناة التي تنساب من خلالها الرسالة الاتصالية إلى الجمهور، وهنا تبرز أهمية اختيار القناة المناسبة لخصائص الجمهور والقادرة على الوصول إليه في الوقت المناسب، وتوصيل الرسالة بالشكل والطريقة التي تتفق مع قدرات الجمهور وتحفزه على استيعاب الرسالة.

وإذا كانت العلاقات العامة التقليدية تعتمد على مجموعة من وسائل الاتصال الشخصية والجمعية والجماعية في توصيل الرسالة إلى الجمهور المستهدف، فإن العلاقات العامة الرقمية هي الأخرى لها وسائلها الرقمية التي توظيفها في نقل المعلومات ونشر أخبار وأنشطة المنظمات وتوصيلها إلى الجمهور، وهذه الأدوات الرقمية الحديثة جمعت في خصائصها بين الاتصال الشخصي والجماعي والجماعي (الصالح، 2021، صفحة 62).

ومن أبرز أدوات العلاقات العامة الرقمية والتي توظيفها في تحقيق أهدافها، هي:

➤ الأنترنت Internet:

الأنترنت هي شبكة ضخمة من الحواسيب تربط بين المؤسسات التجارية والمعاهد والأفراد حول العالم. وتقوم الأنترنت أو الشبكة المترابطة للشبكات، بربط عشرات الألوف من شبكات الحاسوب الصغيرة، وتمكن مستخدمي الحاسوب في جميع أرجاء العالم من إرسال الرسائل واستقبالها، وتبادل المعلومات بأشكالها المختلفة وغير ذلك. وتحتاج الحواسيب إلى معدات وبرمجيات خاصة للاتصال بالإنترنت أهمها جهاز المودم (الموسوعة العربية الإلكترونية، 2004).

تعتبر الأنترنت أبرز وسيلة من وسائل العلاقات العامة الرقمية حيث صرح "وارن نيومان" الرئيس التنفيذي للمعهد البريطاني للعلاقات العامة في عام 1995 م، بقوله "الأنترنت هي العلاقات العامة" في الوقت الذي كانت فيه الأنترنت آنذاك تحتل المرتبة السابعة كقضية هامة لدى ممارسين العلاقات العامة، أما اليوم فقد تنامي استخدامها بدرجة كبيرة في العلاقات العامة حيث قدمت وسائل جديدة لمهنة العلاقات العامة نظرا لإمكانيتها في نشر المعلومات وسرعة وسهولة وصول الجمهور إليها، إضافة إلى كونها وسيلة إعلامية جديدة بتطبيقاتها المتعددة (النشر على الشبكة، إذاعة الأنترنت، البث التلفزيوني على الأنترنت، تطبيقات الوايرلس "الاتصال اللاسلكي"، والتدوين، والشبكات الاجتماعية... وغيرها) (الصالح، 2021، الصفحات 64-65).

➤ الوسائط المحمولة:

وهي الوسائط التي تتيح للمستخدم سهولة حملها ونقلها من مكان إلى آخر، وتشمل التليفونات المحمولة، والأجهزة اللوحية، وحتى الحواسيب النقالة لا بتوب. وتتكامل تطبيقات الهواتف المحمولة الذكية مع المواقع الإلكترونية في فضاء الأنترنت، حيث يتمكن المستخدمون من خلالها الوصول إلى المواقع الإلكترونية وتصفحها، كما يمكنهم التلوج إلى وسائل

التواصل الاجتماعي والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، والانغماس بصورة فردية وجماعية في الألعاب الإلكترونية، لذا يمكن القول بأن أبرز الأدوات والتطبيقات الاتصالية التي توظفها العلاقات العامة عبر الهاتف المحمول (رسائل sms، وتطبيق الواتس آب WhatsApp، وتطبيق فايسبوك ماسنجر، إلى جانب المواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، نظرا لزيادة عدد المتصفحين لهذه المواقع عبر الهاتف المحمولة أو الوسائل المحمولة بصفة عامة (الصالح، 2021، صفحة 67).

➤ الإكسترنات Extranet:

تعرف شبكة الإكسترنات على أنها: نتائج "تزاوج" كل من الإنترنت والإنترنت فهي شبكة إنترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسة المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة المرور عبر جدران نارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة، وقد يكون هؤلاء الشركاء موردين، موزعين، شركاء، عملاء، أو مراكز بحث تجمع بينهما شراكة عمل في مشروع واحد (رايس، 2006، صفحة 47).

وعادة ما تضع المنظمات شروط لدخول اجزاء منتقاة من شبكة الاكسترنات الخاصة بالمنظمة، ويمكن لأنواع محددة من الجمهور الدخول للشبكة من خلال استخدام بيانات البريد الإلكترونية وكلمة سر لإثبات الهوية، ويمكن تحديد المنافع التي تعود على المنظمة من استخدامها لشبكة الإكسترنات في: سهولة الوصول والتواصل مع فئات محددة من الجماهير الخارجية، انخفاض تكلفتها مقارنة مع وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، نشر والتوزيع المعلومات لعدد كبير من الجماهير المسموح لها بالوصول للشبكة (الصالح، 2021، صفحة 68).

➤ الإذاعة عبر الإنترنت:

وهي عبارة عن تطبيقات برامج حاسوبية يتم استخدامها للبث عبر شبكة الانترنت اعتمادا على تقنية تدفق المعلومات، لتشغيل المواد الصوتية أو الفيديو، وهذا النوع من الإذاعات عملت على نقل التحكم في الراديو والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات، تتيح الشبكة الرقمية لأي فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية، وتقوم على نظام بث الإشارات الرقمية بدلا من الإشارات التماثلية التي توفر جودة ووضوح عالي في الصوت، ويوجد نوعان من الإذاعات عبر الانترنت، الأول: البث المباشر، والثاني: البودكاست Podcast وهو عبارة عن توفير مجموعة من البرامج الإذاعية على موقع الإذاعة،

يقوم المستمعون بتحميلها على أجهزة الحاسب الآلي الخاصة بهم، ويتمكنون من الاستماع إليها لاحقاً في أي وقت و أي مكان (الصالح، 2021، الصفحات 68-69).

2-2 خصائص العلاقات العامة الرقمية:

للعلاقات العامة الرقمية مجموعة من الخصائص التي تميزها عن العلاقات العامة التقليدية وتتمثل هذه

الخصائص في:

- عالمية الأداء والممارسة أي الخروج عن المحلية.
- العلاقة التبادلية أو التشاركية عبر الشبكة.
- تبني مبدأ الشفافية والمصادقية الداعمة للثقة.
- رفع سقف المنافسة والتميز.
- زيادة الجهود نحو تقوية وتعزيز السمعة.
- تبني مبدأ الانفتاح على الجمهور العالمي.
- تنشيط ديناميكية الاتصال المهني للعلاقات العامة.
- توسيع دائرة تبادل المعلومات والمعرفة المرتبطة بأنشطة العلاقات العامة.
- الانفتاح التام لمسرح العلاقات العامة عالمياً.
- تنمية المهارات الإبداعية في مجال العلاقات العامة.
- تحفيز دور التفكير الإبداعي والخلق في المجال.
- الاستفادة من سهولة تطبيقات استخدام الأنترنت.
- تفعيل مجالات التواصل في العلاقات العامة عبر الأنترنت.
- إتاحة المزيد من الفرص التسويقية والثقافية والاجتماعية في التواصل عبر الأنترنت.
- سهولة الاتصالات (تاج السر و عماد الدين، 2013).

هذا ويرى الدكتور إسماعيل محمد عامر، أن العلاقات العامة الرقمية تتميز بالخصائص التالية:

- **حسن الاتصال:** يعتبر من أهم علامات نجاح هذه الإدارة في المؤسسات حيث أنها باتت من أهم عوامل التفوق للمجتمعات عموماً والجهات العاملة فيها على الصعيدين العام والخاص.
- **سرعة التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية بالمؤسسة:** ومن أهم مزايا العلاقات العامة، أنها تتسم بالسرعة في التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية داخل المؤسسة، ففي حالة وجود أي أعرافات من

الجمهور على ما تقدمه المؤسسة تقوم الإدارة بالتواصل مع الإدارات المعنية داخل المؤسسة بشكل سريع لحل الأزمة.

- **الشفافية:** من مميزات العلاقات العامة الرقمية انها تمتاز بالشفافية وإضفاءها على التواصل مع العملاء أو الجمهور الخاص بالمؤسسة، حيث لا يكون المتحدث الرسمي بشكل دائم على المنصة الرقمية.

- **تقييم وقياس الأداء:** إذ تعمل إدارة العلاقات العامة الرقمية على قياس أدائها داخل المؤسسة بشكل مستمر، من خلال تقييم تواصلها مع قاعدتها الجماهيرية (بوكرش، عشاش، و جاهل، 2022، الصفحات 38-39).

لكن توافر هذه المجموعة من الخصائص في العلاقات العامة الرقمية لا ينفي احتواءه على مجموعة من المشكلات والتحديات التي منها:

- الكثافة الهائلة في معلومات المؤسسات وصعوبة الاطلاع عليها كاملة.
- التضارب في المعلومات.
- انعدام الثقة والأمانة الذي قد يبدر من بعض المؤسسات.
- الحقائق المغلوطة التي تقدمها بعض المؤسسات.
- عدم التحسب لعواقب التفاعل العالمي أحيانا من قبل المؤسسات.
- انكشاف الحقائق والمعلومات أمام الجمهور وصعوبة التستر عليها لكون الانترنت فضاء أو نظام اتصالي مفتوح.
- تنامي أو احتدام المنافسة ما قد يؤدي إلى خروج بعض المؤسسات وانقراضها (تاج السر و عماد الدين، 2013، صفحة 183).

2-3 أهمية التحول الرقمي في العلاقات العامة:

يمثل التحول الرقمي نقلة نوعية في ممارسة العلاقات العامة، حيث اتاح استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة فرصا جديدة لتطوير أساليب الاتصال والتفاعل مع الجمهور.

فمع هذا التحول الرقمي أصبح بالإمكان توسيع نطاق مجموعة الصحافة المعتادة للعلاقات العامة وضمان نشر أسرع لمعلومات الشركة على وسائل الإعلام وضمان إدارة أكثر فعالية للعلاقات الإعلامية، ويؤكد " نوسو " أن العلاقات العامة الأكثر فعالية في وقتنا هي العلاقات العامة الرقمية أو الإلكترونية

وهي التي تتم بشكل رئيسي على الانترنت وشبكة الويب العالمية، فيمكنها على سبيل المثال تسريع وتوسيع نطاق توزيع البيانات الصحفية ودعوات الصحافة، في الواقع، لهذا فالفرص التي توفرها العلاقات العامة الرقمية هائلة ومتنوعة، ويرجع ذلك إلى أن المعرفة والأنشطة والاستراتيجية التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإلكترونية أو الرقمية أصبحت ضرورية للغاية للشركات والمؤسسات في ظل التنمية الاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والعولمة اليوم (Herbert, 2005, p. 139).

بالإضافة إلى ذلك فإن أهمية العلاقات العامة الرقمية تتجلى في تطوير سياسات الشركات وحماية السمعة وتخفيف مخاطر الأزمات، وإقامة علاقات أقوى مع الجماهير المستهدفة، ونظرا لأنه من المتوقع أن يكون نجاح المؤسسات التي لا تستخدم بيانات وسائل التواصل الاجتماعي أو التي تستخدمها بشكل أقل، ويمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات والمنظمات في تقريب الخدمات العامة والأفراد، المشاركة الفعالة للجمهور المستهدف، لأنه بيئة يمكن فيها نقل ردود الفعل والتفاعل مع فرصة التواصل المتبادل وهو ما يمكن المؤسسات من زيادة مستويات مشاركتها وشفافيتها ومساءلتها بفضل بيانات التواصل الاجتماعي (Uygun & Dongul, p. 04).

وبشكل عام فإن للعلاقات العامة الرقمية أهمية يمكن معرفتها من خلال تحليل استخدام العلاقات العامة للانترنت، أين تستطيع المنظمات توظيف خدمات شبكة الانترنت في مجال العلاقات العامة، ويمكن عرض أهم هذه الاستخدامات في الآتي:

- تصميم موقع المنظمة الإلكتروني على شبكة الانترنت العالمية، بحيث يمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور المنظمة والعالم الخارجي بشكل عام، ويعكس صورة حسنة للمنظمة، على أن يتم مراعاة الجوانب الفنية عند تصميم الموقع، ونشر كل المعلومات عن المنظمة وأنشطتها المختلفة وتحديثه باستمرار.

- استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار، ومعرفة كل جديد في شتى المجالات، والاستفادة منها في إعداد نشرات ومطويات ومطبوعات المنظمة بشكل عام.

- استخدام البريد الإلكتروني E-mail، كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أعضاء المنظمة، واتصال إدارة المنظمة بالجمهور الخارجي المستهدف.

- إجراء البحوث على شبكة الانترنت من خلال المقابلات عبر الشبكة، ومن خلال البريد الالكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، أو مجموعات الحوار في المنتديات والمدونات.
- التعرف على صورة المنظمة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام والمنافسين والمستخدمين وغيرهم في شبكة الأنترنت.
- تصفح المواقع المختلفة للمنظمات ومراكز الأبحاث والمعاهد والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات، والاستفادة منها، وتبادل الخبرات معها.
- الاستفادة من خدمة نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصورة، والوسائط المتعددة بشكل عام، وإمكانية نقلها، مشاركتها أو تحميلها على أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية الخاصة بالمنظمة (العدوي، 2011، الصفحات 283-284).
- أصبحت المؤسسات بفضل التحول الرقمي في العلاقات العامة قادرة على الوصول إلى جمهور بسرعة وفعالية أكبر من خلال المنصات الرقمية، مما ساهم في تعزيز الشفافية، وتوسيع دائرة التأثير، وحسين عملية إدارة السمعة المؤسسة، كما سمح هذا التحول الرقمي بجمع البيانات وتحليلها لفهم اتجاهات الجمهور واحتياجاته، إضافة إلى الأدوات المرنة التي وفرها والتي تسهم في الاستجابة الفورية لللازمات، وهو ما ينعكس إيجاباً على جودة العمل المؤسسة وفعالية الأداء الاتصالي في المؤسسات.

ثانياً: مفهوم جودة العمل

1- تعريف جودة العمل:

لغة:

الجودة: تشتق كلمة جودة من الفعل "جود" ويقال "جود الشيء" أي أحسن صنعه والجيد من كل شيء هو أفضله وخياره (ابن منظور، 2007، صفحة 160).

العمل: فهو كل فعل أو جهد يبذل عن قصد لتحقيق نتيجة، وبذلك فإن "جودة العمل" لغوياً تعني اتقان الفعل أو المهمة على الوجه الأكمل، بما يحقق المنفعة والتميز في الأداء (المعجم الوسيط، 2004، صفحة 654).

اصطلاحاً:

جودة عمل الموظف في نتيجة قابلة للقياس، تعبر عن كفاءته في تنفيذ المهام وتحقيقه أهداف المؤسسة، ومن خلال هذا المفهوم نرى أنه وظيفي تقني يركز على الأداء الفوري "السرعة، الدقة، الإنجاز" (Sutanto & Subijanto, 2024, p. 32).

وأيضاً اعتبر Dahl, Neshesm & Olseno أن جودة العمل من عناصر تشمل: الأجور، الأمان الوظيفي، الاستقلالية، كثافة العمل، أوقات العمل والبيئة الاجتماعية، إذن يقصد بجودة العمل أنها مفهوم وظيفي، اجتماعي، يدمج الخصائص الموضوعية للوظيفة (Dahlm, Nesheim, & Olsen, p. 07).

أما Ijhesm يرى بأن جودة العمل تقاس من خلال قدرة المؤسسة على توفير بيئة متينة داعمة توازي بين متطلبات العمل ورفاهية العامل في ظروف التغير والتحول الرقمي، ويقصد من هذا المفهوم أن جودة العمل تكون من خلال الانتاجية والكفاءة، الصحة النفسية والعقلية، بيئة التعليم الافتراضي، الدعم المؤسسي، إذن فهو مفهوم تطبيقي مؤسسي في بيئات معاصرة (Nayak, Dubey, & Lenka, 2022, p. 14).

وعلى الرغم من كل هذه التعريفات الاصطلاحية المقدمة من طرف مجموعة من الباحثين والدارسين حول جودة العمل الذي أصبح مؤشر على الكفاءة والإلتقان فهو متعدد الأبعاد تشمل كفاءة الأداء الوظيفي وخصائص العمل التنظيمية كالأجر، الأمان والاستقلالية، بالإضافة إلى الجوانب الاجتماعية والنفسية التي تؤثر على رفاه الموظف واستدامة المهنة، وتعكس مدى قدرة بيئة العمل على دعم العاملين وتحقيق توازن بين الإنجاز والإشباع المهني على المدى القصير والطويل.

1-1 معايير جودة العمل:

تعد جودة العمل من المفاهيم متعددة الأبعاد، والتي تمثل فلسفة إدارية تعنى بتحسين الظروف المهنية والمادية والتقنية للموظف داخل بيئة العمل، ووفق لما أورده والتون، تتحدد معايير جودة العمل في مجموعة من المحاور التي تسعى إلى خلق بيئة مهنية محفزة ومتوازنة تلبي احتياجات الفرد وتدعم أهداف المؤسسة في آن واحد ومن أبرز هذه المعايير:

- 1- المشاركة: ويقصد بها تمكين الموظفين من التعبير عن آراءهم والمساهمة في صنع القرار داخل المؤسسة وتعزيز التنسيق والتفاعل الإيجابي بين الزملاء والرؤساء.
- 2- نظام المكافآت: يشما العدالة في توزيع الأجور والحوافز والمكافآت لما يتناسب مع طبيعة العمل وكفاءات الموظف، مما يعزز من الشعور بالرضا والعدالة التنظيمية.

3- إعادة هيكلة العمل: تتعلق بتنظيم المهام والجداول الرقمية بصورة مرنة وفعالة وتطبيق الإجراءات والسياسات التشغيلية بطريقة واضحة ومتكاملة تضمن الانسيابية في الأداء.

4- بيئة العمل: وتشمل الجوانب المادية والمعنوية في بيئة العمل كالنظافة، الراحة، الهدوء، وتوفير المرافق الضرورية التي تتيح للموظف أداء مهامه في ظروف مناسبة ومحفزة. (Abadi, Nursaysami, & Syamusuddin, 2020, p. 2527)

وتعد هذه المعايير بمثابة أسس محورية في تقييم جودة العمل داخل المؤسسات، حيث تساهم في تعزيز الرضا الوظيفي وتحقيق التوازن بين متطلبات العمل واحتياجات الفرد، مما ينعكس إيجاباً على الأداء العام للمؤسسة.

وصنف كذلك باروسو مجموعة من المعايير الأساسية التي تعد في مراجعتها المنهجية إلى تسعة أبعاد تشغيلية رئيسية وهي:

- 1- الصحة والسلامة المهنية.
 - 2- الأمان الوظيفي والاستقرار.
 - 3- مستوى الدخل أو الأجر.
 - 4- المهارات والتدريب المهني المتاح.
 - 5- تنظيم العمل وطبيعته.
 - 6- العلاقات الاجتماعية داخل بيئة العمل.
 - 7- الرفاهية الشخصية والتقنية للعامل.
 - 8- التوازن بين العمل والحياة الخاصة.
 - 9- محتوى العمل من حيث التنوع، والتحفيز، والاستقلالية. (باروسو، 2018، صفحة 96)
- وتشكل هذه الأبعاد مرجعية علمية مجمعة لفهم محددات جودة العمل في المؤسسات بمختلف أنماطها لما تتيح إمكانية القياس بين السياقات المهنية والاقتصادية المختلفة.

1-2 أهمية جودة العمل في المؤسسات:

تكتسب جودة العمل أهمية استراتيجية في المؤسسات العمومية باعتبارها أحد المحددات الرئيسية لفعالية الأداء الفردي والتنظيمي فهي تمثل البيئة الشاملة التي يعمل فيها الموظف من حيث الظروف التقنية والاجتماعية والمادية، والتي تؤثر بشكل مباشر على مستوى الرضا الوظيفي، والالتزام الإنتاجية. وتتمثل أهمية جودة العمل في المؤسسات العمومية فيما يلي:

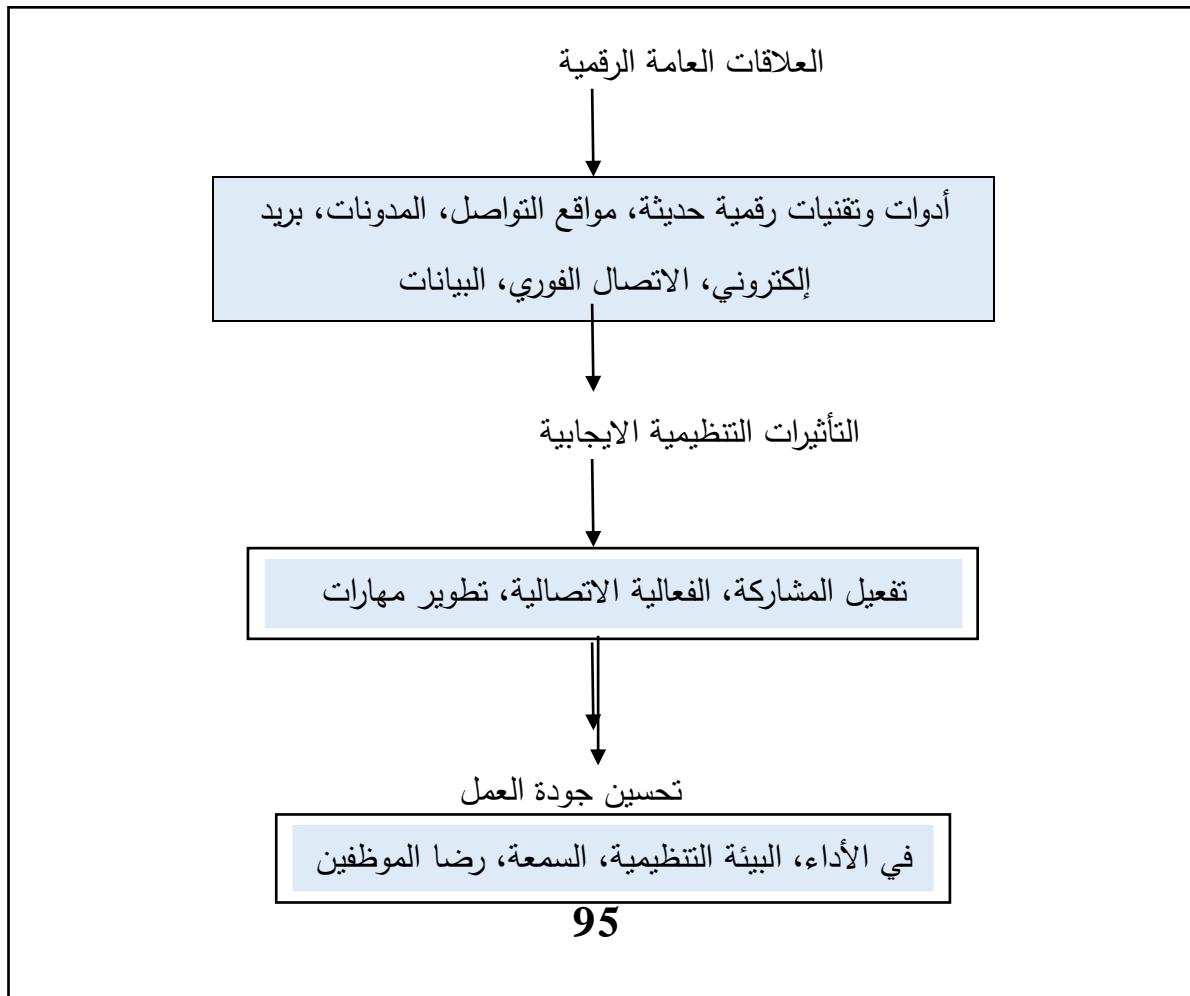
- 1- تعزيز الرضا الوظيفي والاستقرار المهني: أظهرت نتائج الدراسة أن جودة العمل تساهم في رفع درجة رضا الموظف عن عمله، مما يقلل من مستويات الضغط والاجهاد ويعزز من الولاء والانتماء الوظيفي.
 - 2- رفع مستوى الأداء والإنتاجية: العلاقة الإيجابية بين جودة العمل والأداء الوظيفي تؤكد أن تحسين ظروف العمل، من مشاركة فعالة، وعدالة في المكافآت وبيئة عمل مريحة ينعكس مباشرة في رفع كفاءة وإنتاجية العاملين. (باروسو، 2018، صفحة 89)
 - 3- تقليل معدلات الغياب والدوران الوظيفي: الموظفون الذين يحظون ببيئة عمل جيدة يكونون أقل عرضة للانسحاب من المؤسسة أو التغيب عن العمل، مما يقلل التكاليف الناتجة عن فقدان الكفاءات وتكرار التوظيف.
 - 4- تعزيز ثقافة العمل الإيجابي والالتزام المؤسسي: تؤدي جودة العمل إلى ترسيخ ثقافة مهنية قائمة على الاحترام والتعاون والمشاركة في صنع القرار، ما يدعم الحوكمة ويعزز من ثقة الموظف في المؤسسة العمومية.
 - 5- تحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة أعلى: إن تحسين جودة العمل لا يحقق فقط رضا الموظفين بل يعد أداة فعالة لبلوغ الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة عبر رفع فاعلية الأداء الجماعي وتحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا. (Mira, 2021, p. 626)
- 2- العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة العمل**
- التحول الرقمي في بيئة العمل إلى إعادة تشكيل العديد من الوظائف داخل المؤسسات، ومن أبرزها وظيفة العلاقات العامة الرقمية تمثل بعد استراتيجيا في الاتصال المؤسسي الحديث حيث يعتمد على توظيف الوسائط الرقمية المختلفة مثل المواقع الالكترونية البريد الالكتروني، المدونات، ومنصات التواصل الاجتماعي، من أجل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة والتفاعل مع الجمهور "الداخلي والخارجي".
- ومن هنا يرى أرونسون وزملاؤه أن العلاقات العامة الرقمية لا تحدث تغييرا في أدوات التواصل فحسب، بل تسهم أيضا في تحسين جودة العمل داخل المؤسسة، ويتجلى ذلك من خلال تعزيز الشفافية والسرعة في تدفق المعلومات، ورفع مستوى التفاعل مع مختلف الفئات المعنية، إضافة إلى تمكين ممارسي العلاقات العامة من أدوات تكنولوجية تشمل أدائهم المهني وتزيد من استقلاليتهم ورضاهم الوظيفي.

كما أن الرقمنة في هذا المجال تنتج بيئة عمل أكثر مرونة وانسيابية، مما يعزز حسن كفاءة الأداء، ويقلل من الضغوط المرتبطة بالعمل التقليدي، وهو ما ينعكس إيجابيا على مستوى جودة العمل بصفة عامة سواء من حيث المحتوى الاتصالي ومن حيث مخرجات المؤسسة ككل. (Aronson, Spetner, & Ames, 2007, pp. 1-17)

تمثل العلاقات العامة الرقمية نقطة انطلاق لتحسين جودة العمل من خلال استخدام أدوات وتقنيات التواصل الحديثة، التي تشمل وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، المدونات وهذه الأدوات تنتج تأثيرات مباشرة على المنظمة من أبرزها:

- 1- تعزيز الشفافية: حيث تمكن المواطنين من الاطلاع على أداء المؤسسات وتتبع انفاقها.
 - 2- تفعيل المشاركة: من خلال تفاعل المواطنين مع السياسات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 3- رفع فعالية الاتصالية: تحسين تواصل الموظفين مع الجمهور عبر قنوات رقمية أكثر دقة وسرعة.
 - 4- تطوير المسارات الاتصالات للموظفين: بما في ذلك التفاعل، صياغة الرسائل، وتحليل ردود الفعل.
- كل هذه المخرجات تسهم بشكل مباشر في تحسين جودة العمل المؤسسي سواء من حيث الأداء الوظيفي، الرضا الوظيفي أو تعزيز بيئة العمل الرقمية. (Fazal & Aslam, 2023, pp. 53-57)

شكل رقم (06): العلاقات العامة الرقمية



المصدر: (Fazal & Aslam, 2023, pp. 3-6)

ثالثاً: اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية وجودة العمل

1- تعريف الجمهور الداخلي

➤ تعريف الجمهور:

لغة:

جاء في لسان العرب أن: "جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره، وجمهور الناس (جلهم)، وجماهير القوم (أشرفهم)، وفي حديث ابن الزبير قال معاوية: "إننا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه، أي جماعتها واحداً جمهور، وجمهرت القوم إذ جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، عدد مجهر (مكثر) والجمهرة (المجتمع)". (حجاب م.، 2004، صفحة 70)

يعرف جفكنز الجمهور بأنه: "جماعة من الناس تتصل بهم المؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي". (بلحيمر، 2016، صفحة 50)

اصطلاحاً:

يعرف أوجل ogle الجمهور بأنه أي مجموعة تتكون من شخصين أو أكثر لهم بعض الصفات المشتركة. (حسن، مقداد، جميل، و كافي، 2014، صفحة 99).

➤ تعريف الجمهور الداخلي:

ويعرف الدكتور حمدي شعبان الجمهور الداخلي بأنهم جميع من يعمل بالمنظمة من رؤساء ومروسين أو موظفين وعمال وفنيين. (شعبان، 2008، صفحة 18)

ومن خلال تعريفه أن الجمهور الداخلي منا لم يقتصر على فئة دون أخرى، بل ضم جميع الفئات الوظيفية داخل المنظمة من القمة الإدارية إلى غاية أدنى المستويات.

ويعرفه فريمان أن الجمهور الداخلي أو أصحاب المصلحة كما يراهم بأنهم: مجموعة أو شخص التي تملك القدرة على التأثير أو التأثير بالمؤسسة وأهدافها. (Ogbamichael, 2021, p. 13)

هذا التعريف يعكس تطوراً فكرياً إدارياً، لأن العامل داخل المؤسسة لم يعد مجرد منفذ للمهام بل فاعل مؤثر ومتأثر بقرارات المؤسسة وسياساتها.

ويعرفه الدكتور فهمي محمد العدوي بأنه هو الجمهور الذي يتكون من جميع الأفراد الذين يعملون داخل المؤسسة من فنيين وإداريين وعمال، وقد يمتد هذا الوصف ليشمل فئة أخرى من غير العاملين بالمؤسسة

ذات الطبيعة الخاصة مثل جمهور الطلاب في المدارس والجامعات أو المرض في المستشفيات... إلخ (العدوي، 2011، صفحة 112)

ويقصد بهذا المفهوم التعريف بالجمهور الداخلي الذي يجمع بين الوظيفة والانتماء المكاني والدور، ويقدم منظورا متطورا يدعو إلى إعادة النظر في حدود الجمهور الداخلي بما يتناسب مع طبيعة المؤسسة ورسالتها.

وعلى الرغم من كل هذه التعريفات الاصطلاحية المقدمة من طرف مجموعة من الباحثين والدارسين حول مصطلح الجمهور الداخلي، حيث نصل إلى استنتاج مفاده أن الجمهور الداخلي لا يقتصر فقط على العاملين في المؤسسات بل هي شبكة من المصالح والعلاقات المتبادلة بين المؤسسات وأطرافها الفاعلة، حيث أصبح يشمل كل من له دور أو علاقة منتظمة ومباشرة بمسارها اليومي، سواء كان موظفا أو مستقيدا دائما من خدماتها.

1-1 خصائص الجمهور الداخلي في المؤسسات العمومية:

يتميز الجمهور الداخلي في المؤسسات بثلاث خصائص رئيسية وفقا لنموذج Mitchell et al "1997" وهي:

- السلطة: لما لها من تأثير مباشر على العمليات.
- الشرعية: باعتباره جزءا لا يتجزأ من النظام الداخلي.
- اللاحاق: خاصة في الحالات المرتبطة بمطالب وظيفية أو إدارية ذات أولوية. (Ogbamichael, 2021, p. 34)

ويرى أيضا الدكتور إبراهيم بلحيمر أن الجمهور الداخلي ركيزة من ركائز المنظومة التنظيمية لأي مؤسسة، لاسيما العمومية منها، والتي تساهم بشكل كبير ومباشر في تحقيق أهداف المؤسسة العمومية، من خلال جملة من الخصائص نذكر منها:

- يتكون من الأفراد المنتمين تنظيميا وإداريا للمؤسسة.
- يعد الفاعل المباشر في تنفيذ السياسات وتحقيق الأهداف.
- يمثل الحلقة الأولى للعلاقات العامة الداخلية والخارجية.
- يتفاعل بوعي مع الخطط والبرامج الإدارية.
- يحمل تطلعات تتعلق بالعدالة، الأمن المهني، والانتماء.

- يؤثر في الصورة الذهنية العامة للمؤسسة "داخليا وخارجيا". (بلحيمر، 2016، الصفحات 54-55)
- ومن بين الخصائص الجمهور الداخلي الذي يتحلى بها في المؤسسات العمومية:
- الانتماء للمؤسسة: كل الموظفين يعملون ضمن هيكل الإدارة العمومية.
- التأثير بالسياسات التنظيمية: يظهرون مباشرة للتغيرات الإدارية.
- الاستعداد النفسي للتغير.
- التفاوت في الرغبة بالتغيير حسب الفئة العمرية والمؤهلات. (صواش و دحية، 2021، الصفحات 285-286)

1-2 العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور الداخلي:

- تشكل اتجاهات الجمهور الداخلي أحد المحددات الأساسية لنجاح العلاقات العامة داخل المؤسسة، حيث تعكس هذه الاتجاهات طبيعة العلاقة بين العاملين والمؤسسة، ومدى رضائهم، وولائهم ومستوى تفاعلهم وتتأثر اتجاهات الجمهور الداخلي بمجموعة من العوامل التي تتداخل فيما بينها، وتشمل ما يلي:
- جودة الاتصال المؤسسي الداخلي: كلما كانت قنوات الاتصال الداخلية واضحة، فعالة وتفاعلية، زادت فرص تشكيل اتجاهات إيجابية فالاتصال المنتظم والمباشر مع الإدارة يتيح للموظفين التعبير عن آراءهم ومقترحاتهم، ويعزز شعورهم بالانتماء والمشاركة في صنع القرار، في المقابل يؤدي ضعف الاتصال إلى الغموض، وانعدام الثقة وتكوين اتجاهات سلبية تجاه الإدارة والعلاقات العامة.
 - مدى توافر الموارد البشرية والمادية: يعد توافر الكوادر المؤهلة في إدارة العلاقات العامة عاملا حاسما في التأثير على الاتجاهات، ضعف الكفاءة، وقلة التدريب وعدم وضوح الأدوار الوظيفية تؤدي إلى أداء غير مرض، ما ينعكس سلبا على رؤية العاملين للإدارة. (عنانزه و الطاهات، 2016، صفحة 554)
 - الشفافية والعدالة التنظيمية: يشكل الإحساس بالعدالة في التوزيع المهام والترقيات والمكافآت دورا مهما في تشكيل اتجاهات إيجابية، إذ ينظر إلى الإدارة التي تعتمد مبدأ "الحياد ونزب الواسطة" على أنها أكثر مصداقية مما يرفع مستوى الثقة والرضا الوظيفي.
 - الاهتمام بالجوانب الفنية والاجتماعية للموظفين: أظهرت الدراسات أن إدارة العلاقات العامة التي تهتم بالمناسبات الاجتماعية وتعمل على رفع الروح المعنوية، وتوفر بيئة عمل إنسانية، تسهم في تحسين اتجاهات الموظفين، أما إهمال هذه الجوانب فيؤدي إلى فتور العلاقة بين الإدارة والموظف، وتكون تصورات سلبية. (مشعان، 2008، صفحة 75)

- وضوح دور العلاقات العامة وفهم الجمهور لها: كلما كان الجمهور الداخلي على دراية بدور العلاقات العامة وأهميته زاد دعمه لها وتفاعله الإيجابي معها، أما غياب الفهم الكافي أو الخلط بين مهام العلاقات العامة ووظائف أخرى، فيؤدي إلى ضعف تقدير الموظفين لها، وانخفاض اتجاهاتهم الإيجابية نحوها.

- التمكين والمشاركة: متى ما تم إشراك العاملين في السياسات والقرارات، واتيحت لهم فرص إبداء الرأي من خلال أدوات مثل "نظام الاقتراحات"، فإن ذلك يعزز مشاعر التقدير والدفاعية لديهم، ويقود إلى اتجاهات إيجابية تجاه المؤسسة والإدارة. (نشواتي، 2003، صفحة 477)

وترى كل من "خاتون سايرا وفاروق عائشة" أن من أبرز العوامل التي تؤثر في اتجاه الجمهور الداخلي هي:

- العوامل الفردية: مثل السمات الشخصية، الإدراك الذاتي للكفاءة.
- طبيعة التغيير التنظيمي: وتشمل مدى وضوح التغيير، حجمه وتأثيره المتوقع على مهام الموظفين ومسؤولياتهم، فغالبا التغييرات الجذرية والغير متوقعة تولد اتجاهات سلبية.
- العمليات التنظيمية المصاحبة للتغيير: مثل أساليب الاتصال الداخلي ومدى إشراك العاملين في مراحل التغيير، فغياب التواصل يولد عدم الثقة.
- السياق الداخلي للمؤسسة: مثل الثقافة التنظيمية، هيكلها الإداري وسياساتها في التعامل مع الموارد البشرية، كلها تلعب دورا كبيرا في تشكيل اتجاهات العاملين. (khatoun & Farooq, 2014, pp. 347-353)

2- تعريف الاتجاهات ومكوناتها (المعرفية، العاطفية، السلوكية)

2-1 تعريف الاتجاه:

لغة:

ومعناه قصد جهة معينة، فيقال اتجه القبلة أي التوجه نحو الكعبة المشرفة، والاتجاه مصدر للفعل اتجه، فيقال "اتجه الشخص إليه" أي أقبل عليه وقصده. (خليفة و شحاته، 1998، صفحة 8)

اصطلاحا:

نجد أن سعد عبد الرحمن يعرفه على أنه: تركيب عقلي نفسي أحدثته الخبرة الحادة المتكررة، ويمتاز بالثبات والاستقرار النفسي. (سعد، 1966، صفحة 330)

ويؤكد هذا التعريف على أن الاتجاه مكون من تقويمات معرفية "حسن - سيء" تحدثها الخبرة. أما وارن 1934 مشير إلى المكون المعرفي والسلوكي بأنه "استعداد عقلي يتكون بناء على ما يوجد لدى الفرد من خبرات". (أبو النيل، 1985، صفحة 448)

فالاستعداد يرمي إلى الجانب النزوعي لدى الفرد الذي يحدد نوع الاستجابة ووصفه بالعقلي يوحى للمعارف والمعتقدات طريقة تفكير الفرد نحو أي موضوع.

كما يعرفه حامد عبد السلام زهران الذي يرى أن الاتجاه "تكوين فرضي أو متغير كامن أو متوسط يقع فيما بين المثير والاستجابة، وهو عبارة عن استعداد نفسي أو تهيؤ عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة تستثير هذه الاستجابة". (زهران ، 1984، صفحة 135)

إن أبرز ما يشير إليه هذا التعريف هو الطبيعة المجردة لمفهوم الاتجاه الذي يستدل على وجوده من خلال آثاره وعادة ما يعبر عنها من خلال الاستجابة اللفظية والموقفية لمثير معين.

2-2 مكونات الاتجاه:

يعتبر سميث (Smith) أول من قدم تحليلاً منظماً وشاملاً عن الاتجاهات، فقد وصفه من خلال ثلاث فئات من الخصائص يمكن قياسها، حيث يشكل اجتماع هذه الخصائص أو مكونات الاتجاه، وبالتالي فمضمون الاتجاه لا يشير إلى مكون واحد إنما يتشكل بفعل ثلاثة مكونات.

➤ المكون المعرفي:

ويتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه، وهو ما يظهر في الحجج التي يفسر باردة المتعصب تقبله لموضوع الاتجاه (أبو النيل، 1985، صفحة 451)، وحتى ولو كانت اعتقاداته لا تقوم على أساس الحقائق أو الملاحظات الموضوعية، وعادة ما يعبر عن هذا المكون بالفاظ ك: أعتقد، أفكر، أتصور أو من.... (الجبالي، 2003، صفحة 237)، فإذا كان موضوع الاتجاه هو خروج المرأة للعمل فإن المكون المعرفي يتمثل في الاعتقاد بقدرة المرأة على العمل ومدى قيامها به. كما يبين دور هذا الجانب في تغيير الاتجاه.

➤ المكون الوجداني:

ويستدل عليه من خلال انفعالات الشخص ومشاعره التي تتطوي على الحب والكراهية والاقبال والنفور أو التفضيل وعدم التفضيل وكل هذه المشاعر تشير إلى السلبية أو الإيجابية لموضوع الاتجاه والتي يمكن

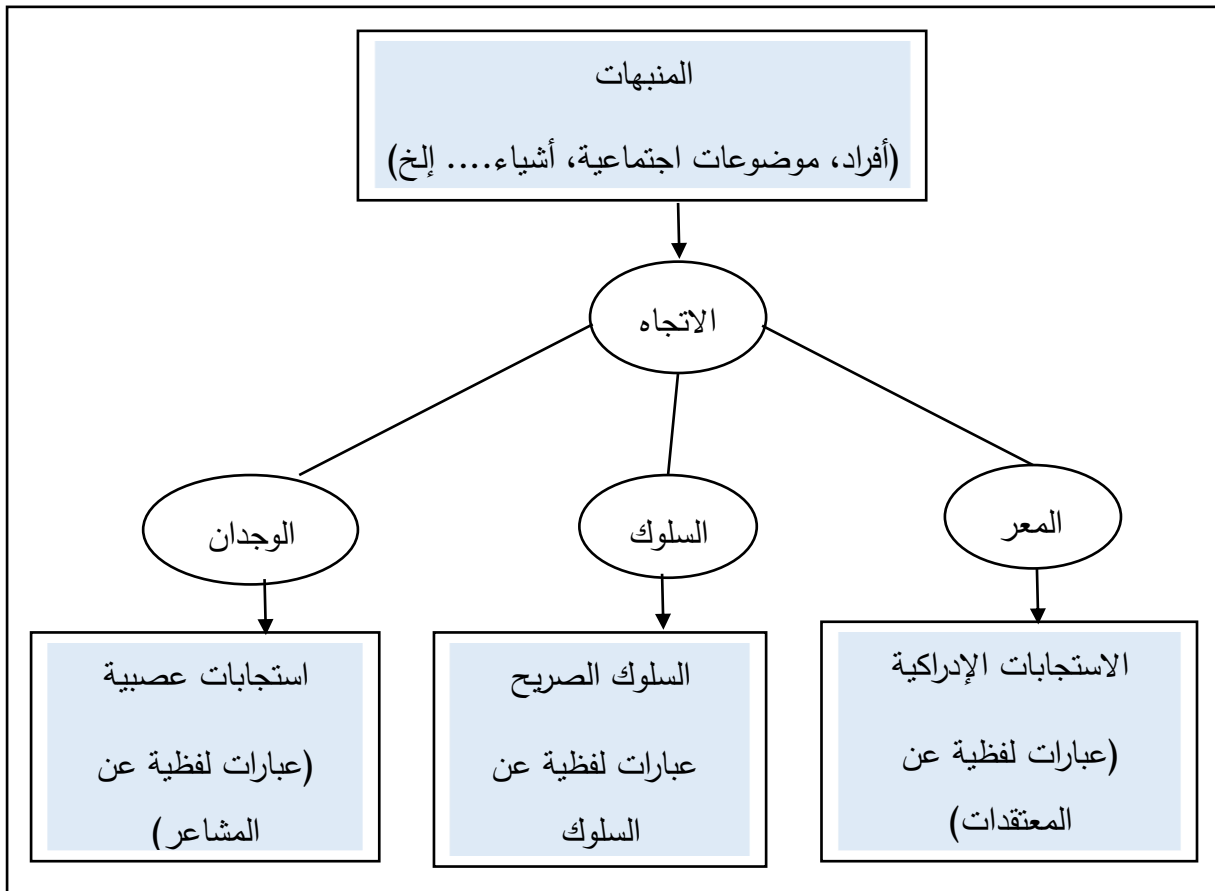
قياس وجهتها وشدتها، فإذا كانت استجابات الشخص نحو تعليم المرأة تتسم بالإيجابية فهذا يعني أنه يحمل مشاعر الحب والتقبل لهذا الموضوع، وعلى العكس من ذلك إذا كان يحمل مشاعر الكراهية والنفور بخصوص تعليمها، ويعتبر هذا المكون أكثرها بالنسبة للاتجاه. (حسن م.، 2001، صفحة 279)

➤ المكون السلوكي:

يشير هذا المكون إلى الأنماط السلوكية الصادرة عن الفرد والتي تشير صراحة إلى موضوع الاتجاه. (حسن م.، 2001، صفحة 280)، أو هو خطة سلوك الفرد نحو موضوع الاتجاه، ويعني بخطة السلوك الطريقة التي سوف يعامل بها الفرد موضوع الاتجاه في موقف اجتماعي معين (الجبالي، 2003، صفحة 237)، فإذا كان موضوع الاتجاه هو تعليم المرأة، فإن المكون السلوكي يتمثل في ترك المرأة تتعلم وتواصل الدراسة أو رفض مساعدتها على مواصلته، وكذلك اصطناع العراقيين لتوقيفها عن الدراسة (حسن م.، 2001، صفحة 280).

والمخطط التالي يبين مكونات الاتجاه الثلاثة:

الشكل رقم (07): يوضح المكونات الثلاثة للاتجاه



المصدر: (باعمر، 2006، صفحة 32)

3- أهمية معرفة اتجاهات الجمهور الداخلي في نجاح العلاقات العامة

تعد معرفة اتجاهات الجمهور الداخلي من الركائز الأساسية لنجاح برامج العلاقات العامة داخل المؤسسات، إذ أن فهم مشاعر واتجاهات العاملين تجاه المؤسسة وسياساتها وإدارتها يمكن القائمين على الاتصال التنظيمي من تصميم خطط اتصالية تتماشى مع تلك الاتجاهات أو تعمل على تعديلها عند الحاجة فالاتجاهات يوصفها مزيجا من المعرفة والانفعال والاستعداد السلوكي، تؤثر مباشرة على مدى تجاوب العاملين مع أهداف المؤسسة وقيمها.

وتتمثل أهمية معرفة هذه الاتجاهات التي أشارت إليها الدكتورة مانع فاطمة بأنها تساعد على استباق ردود الفعل الداخلية اتجاه القرارات الإدارية والتغيرات التنظيمية، مما يمكن إدارة العلاقات العامة من القيام بدور الوسيطين الإدارة والجمهور الداخلي لتحقيق الانسجام والتوازن. وقد أشارت أيضا إلى أن العلاقات العامة لا يمكن أن تحقق دورها في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة دون كسب ثقة الجمهور الداخلي والتفاعل الإيجابي معه، لأنه يعد الممثل الأول للمؤسسة أمام البيئة الخارجية. (مانع، 2014، صفحة 259)

ويشير بورحلة إلى أن تحليل اتجاهات جمهور المؤسسة، وفي مقدمتها الجمهور الداخلي، يعد مدخلا ضروريا للتأثير الاتصالي حيث أن العلاقات العامة لا تؤدي دورها بنجاح إلا إذا استندت إلى قراءة موضوعية لاتجاهات الفاعلين داخل المؤسسة، هنا الاتجاهات تعكس درجة الرضا، الثقة، الانتماء، وهي مؤشرات تحدد مدى فعالية الاتصال الداخلي، وبالتالي مدى قدرة المؤسسة على تحقيق التماسك التنظيمي والنجاح الاتصالي. (بورحلة، 2024، صفحة 897)

ومن وجهة نظر الباحثين خاتون وعائشة تكمن أهمية معرفة اتجاهات الجمهور الداخلي في نجاح العلاقات العامة في:

- تمثل اتجاهات الجمهور الداخلي "الموظفين"، مؤشرا مباشرا على مدى قبول أو رفض السياسات الاتصالية داخل المؤسسة.
- تساعد معرفة هذه الاتجاهات على بناء الاستراتيجيات فعالة للعلاقات العامة تقوم على التفاعل الإيجابي.

- الاتجاهات الإيجابية تعزز الاستعداد النفسي والسلوكي للموظفين لدعم أهداف المؤسسة، مما يساهم في تحقيق فعالية الاتصال الداخلي.
- تشكل معرفة اتجاهات الجمهور الداخلي أداة تشخيصية واستراتيجية تساعد إدارة العلاقات العامة على تصميم برامج تلائم الواقع التنظيمي بدقة. (khatoon & Farooq, 2014)

4- دور الاتجاهات في التأثير على جودة العمل

- تعد الاتجاهات الفنية والمهنية للموظفين داخل المؤسسات العمومية من المحددات الأساسية في تفسير مستوى انخراطهم في مهامهم واستعدادهم لتقبل التغيرات الوظيفية والتنظيمية فحين يمتلك الجمهور الداخلي اتجاهات إيجابية نحو أساليب العمل والإدارة الحديثة، فإن ذلك يساهم بشكل مباشر في تحقيق جودة العمل وتعزيز الفاعلية العامة للأداء المؤسسي.
- ومن وجهة نظر الدكتور عيسى صواش والدكتور خالد دحية، فإن هناك عدة جوانب التي تتجلى في تأثير الاتجاهات على جودة العمل من بينها:
- تحفيز الموظف على التفاعل الإيجابي مع التعبير.
- خفض مستوى المقاومة الداخلية من خلال التقليل من مظاهر الرفض والتردد.
- تعزيز سلوك التعاون والمشاركة داخل فرق العمل التي تدفعه نحو العمل الجماعي.
- رفع درجة الالتزام والرضا الوظيفي من خلال رفع مستوى الالتزام والانضباط الذي يؤدي إلى أداء عالي الجودة. (صواش و دحية، 2021، الصفحات 283-286)
- من جهته توصلت الدراسة الميدانية التي قام بها العباس بورجي والدكتور بوحفصي مباركي إلى:
- أن الاتجاهات تعكس المواقف النفسية للعمال اتجاه متطلبات العمل: كالسلامة المهنية وظروف الأداء مما يجعلها مؤشرا هاما لجودة العمل الفعلي داخل المؤسسة.
- والاتجاهات السلبية نحو أدوات العمل مثل: (معدات الرقابة)، تؤدي إلى ظهور سلوكيات مهنية غير منضبطة وغير آمنة.
- سلوك العمل داخل المؤسسة يتأثر مباشرة باتجاهاته: سواء من حيث الالتزام أو والتهاون، وهو ما ينعكس على جودة أدائه.
- جودة العمل داخل المؤسسات العمومية ليست فقط نتيجة مهارات تقنية، بل تتأثر أيضا بالبعد النفسي المتمثل في الاتجاهات والمواقف الفردية. (العباس و بوحفص، 2017، صفحة 36)

وأثبتت الدراسة الميدانية التي قامت بها الدكتورة موفق سهام أن ممارسات القيادة الاستراتيجية تسهم في تكوين اتجاهات إيجابية لدى الموظفين نحو بيئة العمل، مما ينعكس على سلوكياتهم في التعاون والمشاركة، وهما أبرز مؤشرات جودة الأداء الجماعي في المؤسسات العمومية. (موفق، 2016، صفحة 286)

خلاصة الفصل:

تعد العلاقات العامة واحدة من أهم الوظائف في التواصل مع الجمهور وتقوم على تعزيز بناء صورة إيجابية للمؤسسة حيث تستقبل وتعالج الاتصالات الداخلية والخارجية. وكذلك، فإن التوسع السريع في رقمنة الخدمات كاد يُحدث نقلة نوعية في العلاقات العامة، وذلك من خلال الاستفادة من التقنيات الحديثة. وهذا ما أدى إلى ظهور ما يعرف بـ "العلاقات العامة الرقمية" كنمط جديد من التواصل الذي يعتمد على الكفاءة، السرعة، والشفافية في بيئة العمل.

بهذا المعنى، زاد الاهتمام في تحسين فعالية العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات وخاصة الحكومية منها. وبات ومن غير المجدي تقويم فاعلية السياسات الاتصالية من خلال المستوى الخارجي فقط، ولكن بعد التعرف على مشكلات التوجهات الداخلية للجمهور، والذي أصبح مهماً جداً لنتوء هذه الاستجابات. الجمهور المقصود هنا هو الدّاخل، أي الموظف والعامل الذي عرف بوجهات نظره تصوّرات تعتمد بشكل أساسي على تفعيل هذه الآليات الرقمية لتحقيق ما يضمن استمراريته وعائديتها، ورفع فعاليتها بالمؤسسة.

يسعى هذا الفصل إلى التأسيس المفاهيمي والنظري للدراسة من خلال تناول ثلاثة محاور: تعريف العلاقات العامة والرقمية، قياس مستوى جودة العمل، مفهوم الاتجاهات. ومن ثم قام بجمع نماذج ونظريات لها علاقة بهذه المصطلحات وقام روجرز إيفيرت بفسرها على أنها نظرية انتشار المبتكرات والتي تعكس ادق المظاهر التفسيرية حول كيفية تبني الموظف للوسائل الرقمية داخل المؤسسة، ومصادر تأثيره في مواقفه وسلوكياته الاتصالية. كما يستعرض الفصل أبرز الدراسات السابقة

الفصل الثالث: □ الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد أن تم في الفصل السابق التأسيس النظري لموضوع الدراسة والتطورات النظرية استدعى الامر وضع قاعدة شمولية لعمل العلاقات العامة الرقمية، ثم صياغة مقارنة تتسم بجودة عالية للعمل، فيما يتم بناء الفصول السابقة له.

وهذا الفصل ومن وجهة أخرى أيضا يعتمد على الفحص الحقيقي أو المباشر لتوجه الموظف العادي الذي يتناول تقديم خدمة العلاقات العامة الرقمية، ومدى تأثير هذه الخدمة داخل المؤسسة، وسعيا لتحقيق هذا الهدف، باستخدام المنطق التتابعي في معالجة هذا الفصل وبطرحه أولا التحليل الكمي والتوزيعي للبيانات ثم استنباطها بعد جمعها من أجل تسهيل الإجراءات الحسابية للاكتشاف الاحصائي التواصل، ثم الانتقال إلى المعدلات الصريحة التي يتم استعمالها في المنظمة الفعالة في إدارتها، مقياس الرقمي بما فيها جودة العمل.

وبناء عليه يندرج هذا الفصل ضمن المسعى الشامل للدراسة إلى الربط بين التصور النظري والواقعي، وتقديم قراءة ميدانية معمقة تعكس تمثلات الجمهور الداخلي للعلاقات العامة الرقمية، كأداة استراتيجية لتحسين جودة العمل في القطاع العمومي الجزائري.

أولاً: لمحة عن مديرية ومفتشيات أملاك الدولة ببسكرة

1- نبذة عن مديرية أملاك الدولة في ولاية بسكرة:

عرف النظام القانوني للأملاك الوطنية في الجزائر عدة تطورات منذ الاستقلال، نظراً للارتباط الوثيق بين نظام الملكية بصفة عامة والنظم السياسي والاقتصادي المطبق في البلاد من جهة أخرى، فمن فكرة وحدة الأملاك العامة التي تبناها المشرع في البداية باعتبار أن الدولة في النظام الاشتراكي تدخل في كل المجالات والتي استبعتها قانون 84-16 المؤرخ في 30 جوان 1984 المتعلق بالأملاك الوطنية جاء في دستور 23 فيفري 1989 ليكرس من جديد النظرية التقليدية المبنية على التفرقة بين الأملاك العمومية، التي تهدف لتحقيق أغراض امتلاكية بحتة، وبالتالي أن الملكيتين لا تخضعان لنفس الحماية ولا نفس النظام القانوني حيث صدر قانون التوجيه العقاري وقانون الأملاك الوطنية ليحدد مبدأ الليبرالية المبنية على حماية الملكية الخاصة والمبادرة الحرة وتضييق مفهوم المنفعة العمومية.

1-1 تاريخ تأسيس المديرية:

عند البحث في تعريف أملاك الدولة نجدها تنقسم لغة من مقطعين لغويين لكل مقطع معنى خاص به: فهي تتكون لغة من الكلمتين: كلمة أملاك وكلمة الدولة ويقصد بها الأملاك الوطنية، حيث نصت المادتين (17) و(18) من دستور 23 فيفري 1989 على مفهوم الأملاك الوطنية فذف الأخيرة تشمل على مجموع الأملاك والحقوق المنقولة والعقارية التي تحوزها الدولة وجماعاتها المحلية في شكل ملكية عمومية أو خاصة.

كما تتحدد طبيعة الأملاك الوطنية بالاعتماد على عدة معايير وهذا ما نص عليه القانون 30/90 المؤرخ في 1990/12/01 المتضمن قانون الأملاك الوطنية وتتمثل هذه المعايير في معيار الغرض من استغلال الأملاك أو الغرض المخصص له المال، فنص هذا القانون على أن الأملاك الوطنية العمومية لا يمكن أن تكون محل ملكية خاصة بحكم طبيعتها أو غرضها أما الأملاك الخاصة فهي تلك غير المصنفة ضمن الاملاك العمومية والتي تؤدي إلى وظيفة امتلاكية ومالية.

أما اصطلاحاً هي هيئة إدارية عمومية تزاوّل مهامها تحت وصاية وزير المالية، يديرها مدير أملاك الدولة والحفظ العقاري، كما تعتبر إدارة أملاك الدولة الواقعة على المستوى الولائي من أهم الإدارات التي تستفيد منها الولاية وكذا الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، وهذا لمختلف الصلاحيات والمهام التي تقوم بها إدارة أملاك الدولة، تحتوي على مستوى كل ولاية مديريتين هما:

- مديرية أملاك الدولة.

- مديرية الحفظ العقاري.

1-2 دور المديرية في إدارة أملاك الدولة:

تلعب مديرية أملاك الدولة دوراً حيوياً في إدارة الممتلكات العقارية المملوكة للدولة، حيث تقوم بتسجيل وتوثيق الأراضي والمباني، وتنظيم استخدامها بشكل يتماشى مع القوانين المعمول بها. تشمل مهام المديرية توزيع هذه الأملاك على المؤسسات الحكومية المختلفة، مع ضمان استغلالها الأمثل لتحقيق المنفعة العامة. كما تراقب المديرية استخدام الأملاك للتأكد من الالتزام بالقوانين وتنسق مع الجهات الحكومية الأخرى لضمان سير العمل بفعالية. بالإضافة إلى ذلك، تساهم المديرية في دعم التنمية المحلية من خلال تخصيص الأراضي للمشاريع التنموية وزيادة إيرادات الدولة عبر بيع أو تأجير بعض الممتلكات.

تواجه المديرية بعض التحديات مثل نقص الأنظمة الإلكترونية المترابطة وصعوبة التعامل مع الملاك غير القانونيين، ولكنها تبقى أساسية في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على حقوق الدولة.

2-المهام الرئيسية للمديرية:

تتمثل المهام الرئيسية لمديرية أملاك الدولة في ولاية بسكرة في إدارة وتنظيم واستغلال الممتلكات العقارية المملوكة للدولة، وذلك بهدف تحقيق الاستخدام الأمثل لهذه الممتلكات بما يتوافق مع القوانين والأنظمة المعمول بها. وفيما يلي أبرز المهام التي تقوم بها المديرية:

➤ إدارة الممتلكات العقارية:

- **التسجيل والتوثيق:** تقوم المديرية بتسجيل كافة الممتلكات العقارية المملوكة للدولة، بما في ذلك الأراضي والمباني، وتوثيقها في سجلات رسمية لضمان تنظيم وحماية حقوق الدولة.
- **تحديث البيانات:** تضمن المديرية تحديث بيانات الممتلكات بانتظام لمواكبة التغيرات في الاستخدام أو الملكية.

➤ المراقبة والمتابعة:

- تقوم المديرية بمتابعة استخدام الممتلكات العقارية المملوكة للدولة، للتأكد من استخدامها وفقاً للأغراض المقررة لها.
- **التفتيش والمراقبة:** تتولى المديرية مراقبة تطبيق القوانين والأنظمة المتعلقة باستخدام الأملاك، بما في ذلك متابعة استغلال الأراضي والمباني ومنع أي مخالفات.

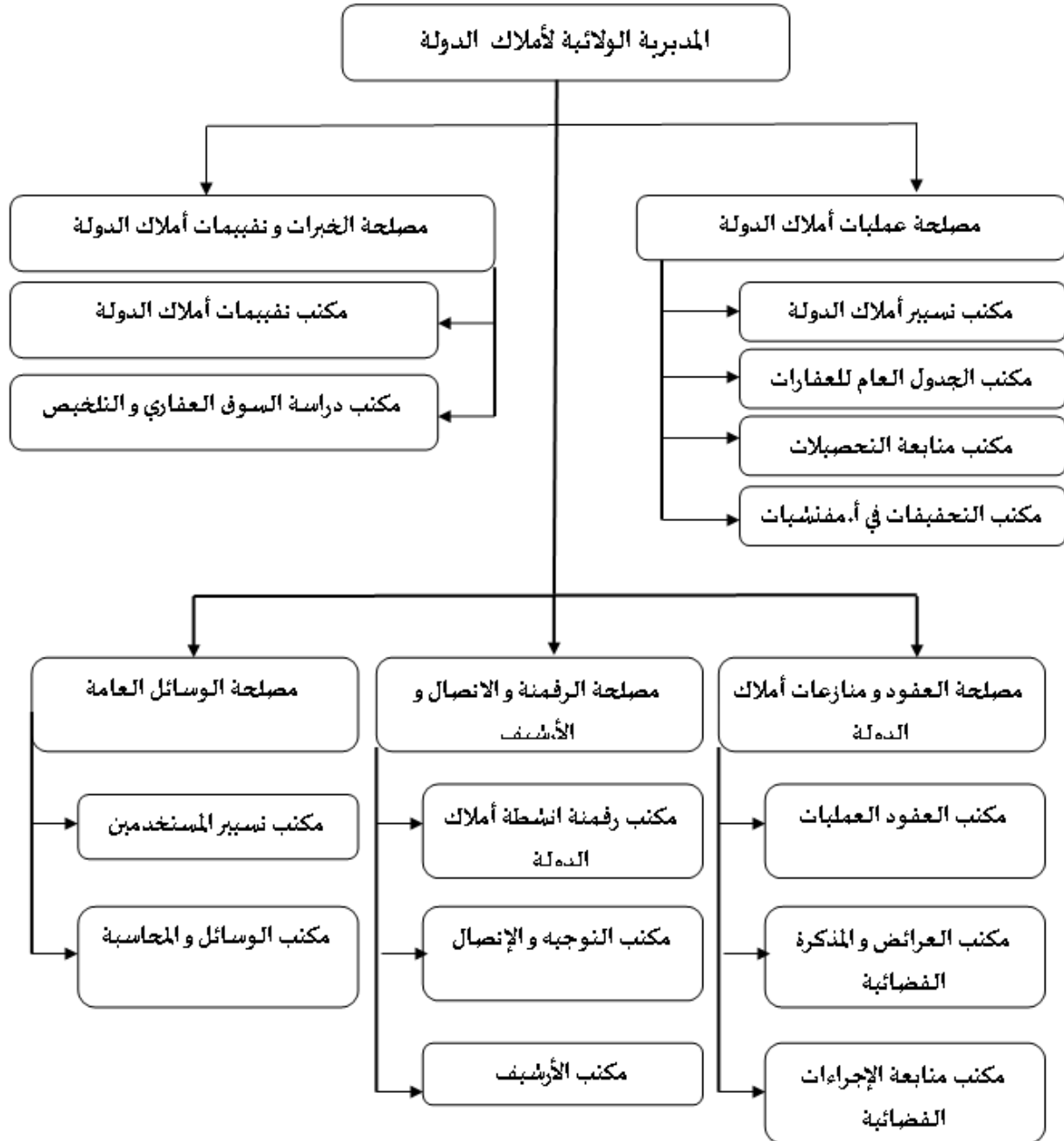
3- الهيكل التنظيمي للمديرية وأقسامها:

أ- تنظيم إدارة أملاك الدولة:

- ❖ مصلحة عمليات أملاك الدولة.
 - ❖ مصلحة الخبرات وتقييمات أملاك الدولة.
 - ❖ مصلحة العقود ومنازعات أملاك الدولة.
 - ❖ مصلحة الرقمنة والاتصال والأرشفة.
 - ❖ مصلحة الوسائل العامة.
- حيث تتكون مصلحة عمليات أملاك الدولة من أربعة مكاتب:
- مكتب تسيير أملاك الدولة.
 - مكتب الجدول العام للعقارات التابعة للأملاك الوطنية.
 - مكتب متابعة التحصيلات والحقوق المعايينة.
 - التحقيقات في أنشطة مفتشيات أملاك الدولة ومراقبتها.
- أما مصلحة الخبرات وتقييمات أملاك الدولة فتتكون من مكتبين:
- تقييمات أملاك الدولة.
 - مكتب دراسة السوق العقاري والتلخيص.
- وتتكون مصلحة العقود ومنازعات أملاك الدولة من أربعة مكاتب:
- مكتب العقود لعمليات أملاك الدولة.
 - مكتب العقود والقوانين الأساسية للقطاع الاقتصادي العمومي.
 - مكتب العرائض والمذكرات القضائية.
 - مكتب الاجراءات القضائية.
- وتتكون مصلحة الرقمنة والاتصال والأرشفة من أربعة مكاتب:
- مكتب رقمنة أنشطة أملاك الدولة.
 - مكتب التوجيه والاتصال.
 - مكتب الأرشفة.
 - مكتب البريد.
- أما مصلحة الوسائل العامة فتتكون من مكتبين:

- مكتب تنسيق وتسيير المستخدمين.
- مكتب الوسائل العامة.

الشكل رقم (08): الهيكل التنظيمي لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة - بسكرة -



4- أدوات العلاقات العامة الرقمية المعتمدة في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة:

كجزء من جهود الحكومة رقمنة الإدارة العامة بدأت مديرية أملاك الدولة بإعتماد نظام اتصالات رقمي بغرض تحديث أساليب العمل في المؤسسة وتحسين انتاجيتها، وشمل ذلك أيضا عددا من المنصات والتطبيقات التي يمكن استخدامها لتسهيل تدفق المعلومات وتنسيق الوظائف الإدارية، بالإضافة إلى تفعيل التواصل الداخلي بين الموظفين، وتشكل هذه الأدوات مجالا لتنفيذ العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسة، ومن بين هذه الأدوات:

- **البريد الإلكتروني الرسمي:** يستخدم البريد الإلكتروني الرسمي للمديرية كنوع من التواصل المباشر مع الموظفين من قبل الإدارة، وكذلك ضمن الأقسام المختلفة للمديرية ويتم إصدار تعليمات وإرسال التقارير، وتوزيع النشرات والتصريحات الرسمية عبر البريد الإلكتروني، ويساهم في تحسين الاتصالات الكتابية من حيث توثيقها، مما يؤدي إلى تقليل الوقت الذي يفقد عادة أثناء النقل، كما يتيح أيضا مراقبة الاتصالات بالإضافة إلى الأرشفة الرقمية للمستندات الإدارية.

- **FILE TRANSFER PROTOCOL (FTP) :** تمثل هذه البوابة منصة داخلية لتخزين وتبادل المستندات الإدارية الحساسة من قبل المديرية ومفتشياتها، تستخدم بشكل أساسي لتخزين ومشاركة الملفات الرسمية، والتوجيهات والقوائم، والقرارات مما يساعد على ضمان اتساق المعلومات وتقليل الاعتماد على المستندات الورقية، بالإضافة إلى ذلك توفر البوابة مستوى معين من أمان المعلومات من خلال تقييد الوصول إلى المعلومات.

- **شبكة البروننتو PRONTO INTRANET:** الخاصة بالمديرية ومفتشياتها، وهي عبارة عن منصة اتصال رقمية تربط من خلالها المصالح المركزية والمحلية بالمقر الرئيسي، توفر هذه الشبكة إمكانية الوصول إلى خدمات معينة ومتنوعة مثل الجداول الزمنية، الوثائق الإدارية السرية، نشرات التنسيق، البيانات الوظيفية، كما تتيح مساحة للتفاعل الداخلي وتسهم في خلق بيئة تنظيمية رقمية أكثر شفافية وسرعة في الأداء.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج المقابلة

تم استعمال أداة المقابلة مع المدير الولائي ورؤساء المفتشيات وكذلك رؤساء المصالح، كانت عبارة عن مقابلة للحصول على المعلومات التي تتعلق بالعلاقات العامة الرقمية ودورها في رفع جودة العمل من خلال "أهم الأدوات المستعملة"، الهدف منها انعكاسات اعتمادها على رفع جودة العمل.

1- أجريت المقابلة: مع المدير الولائي لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة السيد بوشريط أحمد، ورئيس مفتشية أملاك الدولة السيد طيطيلة عطية، رئيس مصلحة عمليات أملاك الدولة السيد بردود حسين.

2- تم إجراء المقابلة بتاريخ: 27/28/29/30 افريل 2025.

3- مكان إجراء المقابلة: مديرية أملاك الدولة، ومفتشية أملاك الدولة سيدي عقبة.

أسئلة المقابلة: تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور:

➤ المحور الأول: يتكون من أربعة أسئلة مقسمة إلى ماهي أهم الأدوات وماهي مساهمتها، وهل لها تأثيرات إيجابية، وماهي أهم التحديات.

➤ المحور الثاني: يتكون كذلك من أربعة أسئلة جوهرية، الهدف من العلاقات العامة وهل تتماشى داخل المديرية ومفتشياتها، ومدى تحقيقها، وأهم الخطط.

➤ المحور الثالث: مقسم إلى أربعة أسئلة تربط بين العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من خلال أثر اعتمادها ومساهمتها في تقليل الأخطاء والتغيرات الملحوظة، وأخيرا هل هناك مؤشرات ملموسة في تحسين جودة العمل.

أ- مقابلة مع المدير الولائي لمديرية أملاك الدولة بسكرة السيد: بوشريط أحمد

➤ المحور الأول:

س1: ما هي الأدوات الرقمية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم لتعزيز كفاءة العمل؟

ج: نعم، نحن نستعمل مجموعة من الأدوات الرقمية مثل البريد الإلكتروني، البرنتو، FTP وكذلك نظام رقمنة المراسلات الإدارية، إضافة إلى برامج الأرشفة للملفات، ونحن نستعمل بكثرة البرنتو و FTP لأنها أكثر أمنا من البريد الإلكتروني.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث على السؤال الأول، نرى الأدوات الرقمية الأكثر استخداما تشمل البرنتو و FTP اللذان يعتبران تطبيقات لتبادل التعليمات والرسائل الإدارية من أجل ضمان السرية والحماية على عكس البريد الإلكتروني.

س2: كيف تساهم هذه الأدوات في تحسين التواصل الداخلي بين الموظفين؟

ج: أكيد تساعدنا كثيرا هذه الأدوات في تسريع تبادل المراسلات والمذكرات والتعليمات بين المفتشيات وتقليص التنقلات غير الضرورية.

التعليق: ومن هذه الإجابة نستنتج أن العلاقات العامة الرقمية حسنت التواصل وقللت من الإجراءات البيروقراطية، وعدم الاتكال عن الجانب الورقي إلى نمط تشاركي ديناميكي مرن.

س3: هل لاحظتم تأثيرا إيجابيا لاستخدام الوسائل الرقمية على جودة الأداء الوظيفي؟ يرجى تقديم أمثلة محددة؟

ج: نعم، بفضل التطورات التكنولوجية هناك عدة جوانب إيجابية مثلا تسوية بعض الملفات العقارية أصبحت تتم في آجال أقصر بفضل رقمنة الإجراءات.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث هناك تأثيرات إيجابية من ناحية السرعة ونقص الأخطاء، إذا من العلاقات العامة الرقمية بدأت تترك أثرا ملموسا على جودة الأداء.

س4: ما التحديات التي واجهتموها عند تطبيق هذه الأدوات الرقمية، وكيف تم التعامل معها؟

ج: طبعاً في بداية أي أدوات تكنولوجية جديدة توجد فيها جملة من العراقيل خاصة من ناحية التكوين في الجانب الرقمي لبعض الموظفين، وأحيانا في شبكة الأنترنت في حد ذاتها.

التعليق: ومن هذه الإجابة نستنتج أن ضعف التكوين التقني، وصعوبة التأقلم لدى بعض الموظفين ومن خلال عنصرين هما التحديات التقنية والثقافية معا، لذا يجب أن يكون هناك خطة إصلاح إداري مرافقة للتحويل الرقمي.

➤ المحور الثاني:

س1: ما الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها داخل المؤسسة؟

ج: الهدف الرئيسي لإدارة العلاقات العامة الرقمية هو تحسين صورة المديرية وضمان تواصل فعال داخلي "الموظف" والخارجي "المواطن".

التعليق: وهنا ركز المبحوث على الهدف الرئيسي من إدارة العلاقات العامة الرقمية من خلال الثقافة والتواصل، وهي، أهداف تعكس تطور مفهوم العلاقات العامة الرقمية نحو دور العلاقات العامة الرقمية داخل الجهاز الإداري.

س2: كيف تتماشى هذه الأهداف مع الاستراتيجية العامة للمؤسسة؟

ج: تتماشى هذه الأهداف مع الاستراتيجيات العامة للمؤسسة من خلال جانبين، الأول: مواكبة التكنولوجيا بمعنى عصنة الإدارة، الجانب الثاني: جزء من هذه التحولات الرقمية لتحسين جودة العمل.

التعليق: نلاحظ هنا أن هناك وعيا مؤسسيا بضرورة التكيف مع التغيرات التكنولوجية الكبرى، من خلال دور العلاقات العامة الرقمية التي تدرج ضمن المخطط الإصلاحي العام.

س3: ما مدى تحقيق هذه الأهداف منذ تبني الوسائل الرقمية في العلاقات العامة؟

ج: نحن في بداية الطريق وهذا لا يمنع وجود تقدم ملحوظ على الصعيدين الداخلي والخارجي.

التعليق: قد نشر المبحوث هنا إلى تحسن جزئي في الأداء مما يدل على أن المديرية هنا في مرحلة انتقالية من التقليدي إلى الرقمي.

س4: هل هناك خطط مستقبلية لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية بما يتناسب مع تطورات التكنولوجيا؟

ج: نعم، هناك نوايا مستقبلية لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية من أجل توسيع استخدام التطبيقات الذكية مستقبلا.

التعليق: ومن هذه الإجابة هناك نية التطور الرقمي فهو يعد مؤشرا إيجابيا على الإستمرارية، مما يبرر الحاجة إلى بلورة إستراتيجية رقمية واضحة.

➤ المحور الثالث:

س1: كيف أثر اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رضا الموظفين عن بيئة العمل؟

ج: عندما نتكلم على جانب الموظف وبالتحديد الرضا الوظيفي لمسنا نوعا من الارتياح بعد تقليص الروتين الإداري والشاق.

التعليق: أشار المبحوث هنا إلى تحسن في بيئة العمل وتقليل الضغط مما يربط العلاقة بين التكنولوجيا وتحفيز العنصر البشري، وهنا تساهم العلاقات العامة الرقمية في خلق مناخ تنظيمي متناسق.

س2: هل ساهمت العلاقات العامة الرقمية في تقليل الأخطاء أو تحسين العمليات الإدارية؟ يرجى توضيح ذلك؟

ج: ساعدتنا نعم ولكن هذا لا يمنع من وجود بعض الهفوات، لكن هناك تحسن كبير ونقص في الأخطاء الناتجة عن العمل اليدوي.

التعليق: تحدث هنا المبحوث عن تقليص الأخطاء المرتبطة بالمعالجة اليدوية، وهو دليل قوي على فعالية الرقمية كآلية ضبط إداري داخلي بين المديرية ومفتشياتها.

س3: ما التغيرات التي لاحظتموها في تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومع الإدارة بعد تطبيق العلاقات العامة الرقمية؟

ج: شخصت أدوات العلاقات العامة الرقمية الموظف على العمل الجماعي عبر الوسائل الرقمية.

التعليق: تطرق المبحوث هنا إلى دور العلاقات العامة الرقمية في التفاعل والتناسق الجماعي بين الموظفين، مما يعكس تحول الثقافة الإدارية من الانغلاق نحو التعاون.

س4: هل هناك مؤشرات ملموسة تدل على تحسن جودة العمل نتيجة لاعتماد العلاقات العامة الرقمية؟

ج: نعم، هناك مؤشرات كثيرة مثل كفاءة الموظف باستعمال الأدوات الرقمية والرد السريع على جميع المراسلات، هذا ما يدل على الأداء المتقن.

التعليق: ومن هذه الإجابة نستنتج أن أهم مؤشرات التحول الرقمي في الأداء المتقن وكفاءة الموظف، حيث أصبحت نتائج قابلة للقياس.

ب - المقابلة مع رئيس مفتشية أملاك الدولة سيدي عقبة السيد: طيطة عطية

➤ المحور الأول:

س1: ما هي الأدوات الرقمية التي تعتمدها إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم لتعزيز كفاءة العمل؟

ج: الأدوات الرقمية المعتمدة هي: الأنترنت، FTP، Gmail، Wan.

التعليق: وردت في إجابة المبحوث اعتماد المؤسسة ومفتشياتها على البريد الإلكتروني الذي يسمح بإنشاء قنوات تواصل مباشرة وسريعة، بينما FTP تبادل الملفات الثقيلة السريعة، أما Wan فتمثل البنية الشبكية التي تضمن الربط بين الإدارات البعيدة، الذي يعزز التكامل المعلوماتي.

س2: كيف تساهم هذه الأدوات في تحسين التواصل الداخلي بين الموظفين؟

ج: تساهم هذه الأدوات في سرعة وصول المعلومة بين الموظفين، بالإضافة إلى أمانة الوصول إلى المكان المحدد.

التعليق: وهنا أكد المبحوث على سرعة وصول المعلومة إلى أحد أهم مؤشر كفاءة الاتصال في المنظمات الحديثة، إذ تؤثر بشكل كبير ومباشر في جودة العمل، ومن منظور العلاقات العامة الرقمية

تعد السرعة عاملا جوهريا في ضمان استمرارية التدفق المعلوماتي الفعال. وتجنب التأخير الناتج عن الوسائل التقليدية.

س3: هل لاحظتم تأثيرا إيجابيا لاستخدام الوسائل الرقمية على جودة الأداء الوظيفي؟ يرجى تقديم أمثلة محددة؟

ج: نعم، يوجد تأثير إيجابي، أمثلة على ذلك عدم احتكار المعلومات، سهولة الوصول إلى مصدر المعلومة، عدم استخدام الورق.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث فقد أشار إلى عدم احتكار المعلومة وسهولة الوصول إلى مصدر ما، التي تعكس تحول نوعيا في ديناميكية الاتصال داخل المفتشيات والمديرية، حيث تساهم الوسائل الرقمية في تقليل الفجوة المعلوماتية بين مستويات العمال المختلفة، وتقليل من التكدس الورقي، وتحسين فعالية التيسير الإداري.

س4: ما التحديات التي واجهتموها عند تطبيق هذه الأدوات الرقمية، وكيف تم التعامل معها؟

ج: التحديات التي واجهتنا في تطبيق الأدوات الرقمية هي عدم وجود شبكة جيدة، إضافة للتقطعات في الأنترنت وعدم وجود أجهزة متطورة.

التعليق: ومن هذه الإجابة نرى أن ضعف شبكة الاتصال وعدم توفر تجهيزات رقمية حديثة من أبرز التحديات التي تضعف من سرعة الاستجابة الإدارية، في حين أن نقص الأجهزة يحد من استخدام البرمجيات الحديثة وأدوات التفاعل الرقمي، إذا المعوقات لا تظهر في إدخال أدوات تقنية فحسب، بل في تهيئة بيئة تنظيمية متكاملة.

➤ المحور الثاني:

س1: ما الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها داخل المؤسسة؟

ج: الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة تتمثل في الوصول إلى إدارة رقمية 100%، إضافة إلى ربط الإدارة بالشبكة الداخلية والتخلي عن الورق، أيضا تقليص التكلفة من حيث الوسائل البشرية والمادية.

التعليق: ومن خلال إجابة المبحوث أرى أنه تطرق إلى ثلاث أهداف للعلاقات العامة ألا وهي، أولا إدارة رقمية 100% بمعنى التحول الرقمي الكامل، ثانيا ربط الإدارة بالشبكة الداخلية التي تساهم في تسريع اتخاذ القرارات وتحسين التنسيق الداخلي الذي يتطلب بنية تحتية تكنولوجية قوية وأمنة، وثالثا التخلي

الورقي الذي يقلل من التكاليف التشغيلية مثل الطباعة والأرشفة الذي يأخذ مساحات كبيرة. إذا هنا العلاقات العامة الرقمية من أهم مؤشريتها تقليص التكاليف، تحسين الكفاءة.

س2: كيف تتماشى هذه الأهداف مع الاستراتيجية العامة للمؤسسة؟

ج: بالفعل الاستراتيجية هي الخطة المتبعة للوصول إلى الأهداف وبالتالي يجب أن تكون الاستراتيجية تخدم الأهداف والوصول إليها بأقل التكاليف والجهد.

التعليق: نلاحظ هنا أن الاستراتيجية المتبعة تخدم الأهداف بشكل واضح من خلال تفعيل التكنولوجيا الرقمية وتقليل التكاليف والجهد البشري، مما يعزز الكفاءة وتحقيق الأهداف المنشودة بأقل التكاليف.

س3: ما مدى تحقيق هذه الأهداف منذ تبني الوسائل الرقمية في العلاقات العامة؟

ج: يمكن القول بأنه هناك تحسن في أداء المؤسسة وتحقيق الأهداف بالرغم من التحديات.

التعليق: ومن خلال إجابة المبحوث يمكن أن نلاحظ وجود تحسن ملحوظ في أداء المؤسسة، وهو ما يدل على فاعلية الاستراتيجيات المعتمدة، ويمكن ربطها بتعزيز ثقافة العمل الجماعي وتطوير آليات المتابعة والتقييم.

س4: هل هناك خطط مستقبلية لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية بما يتناسب مع تطورات التكنولوجيا؟

ج: نعم، هناك خطة لتطوير أهداف العلاقات العامة بما يتناسب مع التطور التكنولوجي.

التعليق: أشار هنا المبحوث توجه استراتيجي واضح نحو مواكبة التحولات الرقمية، وهو ما يعد مؤشرا ايجابيا على وعي المؤسسة بأهمية التكيف مع بيئة تكنولوجية متغيرة بوجود خطط لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية، يدل هذا على الدور الذي تلعبه الوسائط الرقمية في بناء الصورة الذهنية وتعزيز التفاعل مع الجمهور.

➤ المحور الثالث:

س1: كيف أثر اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رضا الموظفين عن بيئة العمل؟

ج: هناك تأثير ايجابي عليهم، حيث أصبح هناك شعور لديهم بالثقة وانعكس ذلك على أدائهم وفعاليتهم داخل المؤسسة.

التعليق: تشير هذه الإجابة إلى أثر نفسي وتنظيمي إيجابي ناتج عن التغيرات أو السياسات المعتمدة داخل المفتشية، الشعور بالثقة مؤشر على رضا الموظفين لتعزيز التمكين الوظيفي.

س2: هل ساهمت العلاقات العامة الرقمية في تقليل الأخطاء أو تحسين العمليات الإدارية؟ يرجى توضيح ذلك.

ج: نعم، قلت الأخطاء وإن وجدت تغير وتصحح بسهولة.

التعليق: نلاحظ من خلال إجابة المبحوث من خلال عبارة قلة الأخطاء وهو مؤشر على ارتفاع مستوى الجودة وضبط العمليات داخل المفتشية، مما يدل على أنظمة وإجراءات عمل بات أكثر تنظيماً.

س3: ما التغيرات التي لاحظتموها في تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومع الإدارة بعد تطبيق العلاقات العامة الرقمية؟

ج: روح التعاون في اكتشاف خبايا التكنولوجيا مما انعكس على مردود ونتائج العمل داخل المؤسسة.

التعليق: تحدث هنا المبحوث إلى بروز روح التعاون بين أعضاء المؤسسة كعامل رئيسي في استكشاف واستيعاب التطورات التكنولوجية، حيث تصبح المؤسسة ككل قادرة على التكيف مع المتغيرات من خلال تبادل المعرفة والخبرات فيما بينهم.

س4: هل هناك مؤشرات ملموسة تدل على تحسن جودة العمل نتيجة لاعتماد العلاقات العامة الرقمية؟

ج: نعم، هناك مؤشرات ملموسة تدل على ذلك مثل: مؤشر الوقت، تقليص المدة في إنجاز الأعمال، السرعة في تبادل المعلومات، تقليص فاتورة الورق.

التعليق: نلاحظ هنا مجموعة من المؤشرات التي لها علاقة بدور العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل من خلال مؤشر الوقت "تقليص مدة إنجاز الأعمال"، السرعة في تبادل المعلومة، تقليص فاتورة الورق، وكل هذا دليل على الأداء المتوازن من خلال التحفيز والتحسين المستمر.

ج- المقابلة مع رئيس مصلحة عمليات أملاك الدولة السيد: بردود حسين:

➤ المحور الأول:

س1: ما هي الأدوات الرقمية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم لتعزيز كفاءة العمل؟

ج: الأدوات الرقمية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة هي: FTP، PRONTD، TANSIK، TECDOM... إلخ.

التعليق: أظهرت إجابة المبحوث اعتماد المؤسسة على مجموعة من أدوات العلاقات العامة الرقمية FTP، PRONTD، TECDOM، التي تتماشى بدورها مع متطلبات العصر الرقمي لأن FTP يستخدم

لتأمين الملفات و PRONTD يستخدم للاتصال بين المديريات لضمان السرية، بينما TANSIK فهي تطبيقات داخلية التي بدورها تختصر الوقت اليدوي.

س2: كيف تساهم هذه الأدوات في تحسين التواصل الداخلي بين الموظفين؟

ج: من خلال السرعة في تلقي التعليمات ومعالجتها.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث فهنا يكمن دور العلاقات العامة الرقمية في تسريع العملية الاتصالية الإدارية داخل المديرية ومفتشياتها وهنا العلاقات العامة الرقمية تعمل على تقليص الوقت والجهد بين إصدار التعليمات من الجهة العليا واستيعابها وتنفيذها من قبل الموظفين، هنا التحول الرقمي يحسن الاستجابة الإدارية وسرعة اتخاذ القرار والتقليل من التراكمات الورقية، مما يدعم الجودة في العمل.

س3: هل لاحظتم تأثيراً إيجابياً لاستخدام الوسائل الرقمية على جودة الأداء الوظيفي؟ يرجى تقديم أمثلة محددة.

ج: نعم، هناك جوانب إيجابية من حيث الجودة، أضن أنها مرتبطة بكفاءة الموظف، من حيث الشكل فهي توفر السرعة.

التعليق: من وجهة نظر المبحوث أن للعلاقات العامة الرقمية أثر على جودة العمل من حيث الجانب الموضوعي "الكفاءة"، والشكلي "السرعة"، بمعنى أن العلاقات العامة الرقمية وحدها لا تعنى إلا بمدى كفاءة وتكوين وجاهزية الموظف، وبالتالي جودة العمل الناجحة ليست نتاج لأداة رقمية فقط، بل نتاج التفاعل الذكي بينها وبين الموظف.

س4: ما التحديات التي واجهتموها عند تطبيق هذه الأدوات الرقمية، وكيف تم التعامل معها؟

ج: التحديات التي تواجه المؤسسة عند تطبيق هذه الأدوات الرقمية هي أنها في كثير الأحيان تخرق العلم الإداري الذي من المفترض احترامه، فقد تصل التعليمات والمراسلات... إلخ، إلى أدنى الهرم السلمي قبل أن يتلقاها المسؤولين المباشرين، ومن شأن ذلك أنه لا يمكنهم من إبداء رأيهم في الملفات والتعليمات الواردة زائد قلة الوسائل اللوجستكية أو قلة جودتها. أيضاً نجد التعامل مع التحدي بضرورة اختيار الكفاءة والانضباط من أجل تولي المناصب النوعية "هذا الجانب الشكلي" والثاني ضرورة أن يكون المسؤول الأول في الإدارة في توافق مع الهيكل الإداري للمؤسسة.

التعليق: هنا يرى المبحوث أن أدوات العلاقات العامة الرقمية تضع فروقات عملية بمعنى هناك تجاوز سلمي إداري، الذي يؤثر على الانضباط المؤسسي. ويقصد من خلال كلامه أن الرقمنة يجب أن تتكيف

مع الخصائص البنيوية للمنظمة، لا أن تحل محل التنظيم، ومن جانب سلمي قد تضعف المسؤولية الوظيفية، ويؤدي إلى قرارات خاطئة ومتسعة بدون إشراف، ومن خلال حديثه اقترح جملة من الحلول ألا وهي الكفاءة، والانضباط وتوافق القيادة من خلال الدعوة إلى اختيار أصحاب الكفاءة والانضباط فهنا الرقمنة لا تلغي الجانب البشري بمعنى جودة العمل، لا تحل محلها الأدوات الرقمية كما تطرق إليها هذه النقطة سابقا، ومن جهة توافق القيادة أو المسؤولية: توضح أهمية القيادة الرقمية الرشيدة والحكمة بما لا ينزع ولا يخرق الترتيب الإداري.

➤ المحور الثاني:

س1: ما الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها داخل المؤسسة؟
ج: الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة الرقمية تحقيقها هي السرعة، الشفافية، تنظيم العمل.

التعليق: نلاحظ هنا أن المبحوث ركز على نقاط مهمة هي السرعة وهذا دليل على الكفاءة الموجودة في الموظف من أجل تحسين الانتاجية وتقليص آجال المعالجة "ورقيا"، وكذلك فعالية نظام الاتصال الداخلي للمؤسسة، طبعا مع ضمان جودة المحتوى واحترام السلم الإداري "الإلتقان" لكيلا يكون هناك نقائص أو أخطاء إدارية. ثاني نقطة الشفافية وهذا دليل على تقاسم المعلومة والمشاركة، العمل الجماعي في المؤسسة، فأدوات الرقمية كالبريد الإلكتروني والبروننتو و FTP... إلخ يعزز الشفافية من خلال التوثيق الرقمي والتتبع الآني للمراسلات. ثالث نقطة هي تنظيم العمل وهنا يسهل عملية المتابعة والمراقبة ويخلق نوع من المرونة والتنسيق بين المصالح والمفتشيات وهذا كله من خلال وضوح الأدوار التنظيمية.

س2: كيف تتماشى هذه الأهداف مع الاستراتيجية العامة للمؤسسة؟

ج: يمكن القول ان هناك انسجاما نسبيا لكن الوصول إلى مديرية ومفتشية رقمية بامتياز يتطلب تقنيات وإمكانيات بشرية، وما يتطلب دعما إضافيا من الجهات المركزية.

التعليق: نلاحظ من خلال إجابة المبحوث أن التوافق موجود ولكن غير مكمل من خلال قوله "انسجام نسبي"، أي أنه يعاني من ثغرات تقنية وبشرية ولكن نلمس نوع من الطموح والامتياز الإداري للوصول إلى بيئة رقمية متكاملة، وهذا دليل على وعي مؤسسي متقدم بواقع التحول الرقمي.

س3: ما مدى تحقيق هذه الأهداف منذ تبني الوسائل الرقمية في العلاقات العامة؟

ج: تحقق جزء منها بالفعل، خاصة بسرعة تبادل المعلومات لكن بعض الجوانب الأخرى مثل تكوين الموظف والتعامل بين الأنظمة الرقمية ما تزال في بداياتها وقيد التطور.

التعليق: أشار هنا المبحوث إلى أبرز الأهداف التي تحققت من بينها تسريع تبادل المعلومات، وهذا دليل إدخال التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات، هنا تظهر أهمية الرقمنة وتقلل من العامل الزمني الناتج عن الإجراءات التقليدية، واعترافه بأن تكوين الموظف ما يزال في بداياته دليل على وجود فجوة في المهارات الرقمية وهو دليل على معوقات التحول الرقمي، ومن هنا نستنتج أن المؤسسة تعيش مرحلة انتقالية في مسار الرقمنة حيث حققت سرعة تبادل المعلومة، لكن الجوانب الأخرى من التكوين، التكامل، الاستقامة ما تزال في طور التأسيس.

س4: هل هناك خطط مستقبلية لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية بما يتناسب مع تطورات التكنولوجيا؟

ج: نعم هناك اقتراحات التي ذكرت أو تم طرحها على مستوى المديرية العامة من أجل تعزيز التكوين الداخلي وتوسيع استخدام المنصات المشتركة أصلاً تم تطبيق منصة مشتركة هي البرونتو بين جميع المديريات في الولايات ككل.

التعليق: نلاحظ هنا وجود اقتراحات مقدمة وهذا دليل على التفكير استباقي في تطوير البنية الرقمية وتحسين قرات الموظفين، والإشارة إلى تعزيز التكوين الداخلي دليل على وعي المؤسسة بأن التحول الرقمي لا يبنى بالتقنيات الحديثة فقط بل تبنى المورد البشري المؤهل هو الأساس، ووجود منصة موحدة بين كل الولايات دليل على ربط الفروع والمصالح المختلفة عبر وسيلة اتصال موحدة دليل على: توحيد طرق العمل، تبادل المعلومات الفورية، التحكم المركزي في الأداء الاتصالي.

➤ المحور الثالث:

س1: كيف أثر اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رضا الموظفين عن بيئة العمل؟

ج: أثر اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رضا الموظفين من خلال ارتياح نسبي لديهم، من خلال تقليص الضغط الإداري وتوفير الوقت.

التعليق: نلاحظ هنا أن بيئة العمل تلعب دوراً مهماً، وهنا قد ساعدت الأدوات الرقمية من تقليص العبء الإداري الذي كان في السابق من خلال دمج الرقمنة بالبيئة العملية من أجل رفع جودة عمل متوازنة بين الموظف ودور العلاقات العامة الرقمية في ذلك.

س2: هل ساهمت العلاقات العامة الرقمية في تقليل الأخطاء أو تحسين العمليات الإدارية؟ يرجى توضيح ذلك.

ج: نعم، لقد ساهمت في ذلك بدرجة معينة من خلال السرعة في إيصال التعليمات والمراسلات. **التعليق:** وهنا قد أقر المبحوث بدور التحول الرقمي في رفع جودة العمل، وتقليص الأخطاء المرتبطة بالمعالجة اليدوية، فهنا جانب السرعة والإتقان فهما مؤثرين على دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين العمل.

س3: ما التغيرات التي لاحظتموها في تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومع الإدارة بعد تطبيق العلاقات العامة الرقمية؟

ج: التغيرات الملحوظة أن الاتصال أو العملية الإتصالية أصبحت أكثر سلاسة، والمرونة في معالجة الملفات الإدارية.

التعليق: ومن خلال إجابة المبحوث نرى أنه أشاد بدور العلاقات العامة الرقمية من خلال التفاعل عبر الوسائل الرقمية مما يتيح للعامل بيئة محل ديناميكية، وروح التعاون الجماعي والتواصل المتشارك.

س4: هل هناك مؤشرات ملموسة تدل على تحسن جودة العمل نتيجة لاعتماد العلاقات العامة الرقمية؟

ج: المؤشرات هي: أصبحت آلية الرقابة بسيطة ويمكن ممارستها عن بعد، المسؤولية عن العمل الإداري أصبحت شبه مضبوطة، سرعة استخراج بعض أو أغلبه الوثائق عن بعد، سرعة اتخاذ القرار إزاء قلة الأداء.

التعليق: وهنا يشير المبحوث إلى التحول المهم في نمط الرقابة داخل المؤسسة، بمعنى أن الرقابة أصبحت رقمية وقابلة للتجسيد والممارسة عن بعد، وسرعة استخراج الوثائق يعكس نجاح المؤسسة وجودة العمل المقدم ببعض المعاملات الإدارية، اتخاذ القرار إزاء قلة الأداء وهذا على توفير قاعدة بيانات آنية واقعية عن أداء الموظفين.

ثالثا: تحليل اتجاهات وآراء أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة:

في هذا القسم نقوم بعرض وتحليل آراء المستجوبين نحو متغيرات البحث وكذا العبارات التي وضعت لقياس كل متغير وهذا من خلال القيم الإحصائية لمقاييس النزعة المركزية (المتوسطات الحسابية) ومقاييس التشتت (الانحرافات المعيارية) وكانت إجابات أفراد العينة كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (26): مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة

نظر الموظفين

		الخيارات					العبارات	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين	
0.86	3.91	09	36	04	02	02	ك	تساعد الشبكة الداخلية (الإنترنت) في تحسين دقة المعلومات المتداولة بين الموظفين.
		17	67.9	7.5	3.8	3.8	%	
0.86	3.98	12	33	05	01	02	ك	تسهم البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في رفع كفاءة الإجراءات الإدارية من خلال تجميع كافة الخدمات في مكان واحد.
		22.6	62.3	9.4	1.9	3.8	%	
0.86	3.85	08	35	06	02	02	ك	يساعد استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك في تسريع وتيرة إنجاز المهام وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات.
		15.1	66	11.3	3.8	3.8	%	
0.90	3.64	06	29	13	03	02	ك	تعزز النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك من شفافية القرارات الإدارية داخل المديرية.
		11.3	54.7	24.5	5.7	3.8	%	

0.91	3.70	06	33	08	04	02	ك	تسهل المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات الداخلية عملية التنسيق بين مختلف الإدارات والمصالح.
		11.3	62.3	15.1	7.5	3.8	%	
0.57	3.89	04	41	06	02	00	ك	تساهم مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية في تحسين الكفاءة المهنية للموظفين من خلال توفير المعلومة في الوقت المناسب.
		7.5	77.4	11.3	3.8	00	%	
0.79	3.57	03	30	15	04	01	ك	تساعد التنبيهات والإشعارات الرسمية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفايسبوك على تعزيز الالتزام بالقوانين والتشريعات.
		5.7	56.6	28.3	7.5	1.9	%	
0.81	3.85	07	36	07	01	02	ك	تسهل الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين عبر البريد الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي.
		13.2	67.9	13.2	1.9	3.8	%	

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يقدم الجدول رقم (16) تحليلاً تفصيلياً لتقييم الموظفين حول مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل، وذلك من خلال قياس ثمانية بنود مختلفة على مقياس ليكرت خماسي

النقاط. تكشف النتائج عن توجه إيجابي عام، حيث تتجاوز المتوسطات الحسابية لجميع الأسئلة نقطة المنتصف للمقياس.

تساعد الشبكة الداخلية (الإنترنت) في تحسين دقة المعلومات المتداولة بين الموظفين" ($M = 3.91$, $SD = 0.86$): يظهر تقييمًا مرتفعًا جدًا، حيث يوافق 67.9% من الموظفين ويوافق بشدة 17%، مما يعكس إدراكًا قويًا لأهمية الإنترنت في توفير معلومات دقيقة وموثوقة.

تسهم البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في رفع كفاءة الإجراءات الإدارية من خلال تجميع كافة الخدمات في مكان واحد" ($M = 3.98$, $SD = 0.86$): تحظى هذه العبارة بأعلى متوسط حسابي في الجدول، مع موافقة 62.3% من الموظفين وموافقة بشدة 22.6%، مما يشير إلى أن البوابة الإلكترونية تلعب دورًا حاسمًا في تبسيط العمليات الإدارية.

يساعد استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك في تسريع وتيرة إنجاز المهام وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات" ($M = 3.85$, $SD = 0.86$): تحصل هذه العبارة على تقييم إيجابي، حيث يوافق 66% من الموظفين ويوافق بشدة 15.1%، مما يعكس اعترافًا بفعالية هذه التطبيقات في تسريع وتيرة العمل.

تعزز النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك من شفافية القرارات الإدارية داخل المديرية" ($M = 3.64$, $SD = 0.90$): تظهر هذه العبارة تقييمًا متوسطًا، حيث يوافق 54.7% من الموظفين ويوافق بشدة 11.3%، مما قد يشير إلى وجود مجال للتحسين في استخدام النشرات الإخبارية لتعزيز الشفافية.

تسهل المنصة المركزية فضاء الجرائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات الداخلية عملية التنسيق بين مختلف الإدارات والمصالح" ($M = 3.70$, $SD = 0.91$): تحصل هذه العبارة على تقييم إيجابي، حيث يوافق 62.3% من الموظفين ويوافق بشدة 11.3%، مما يؤكد دور المنصة المركزية في تسهيل التواصل والتنسيق.

"تساهم مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية في تحسين الكفاءة المهنية للموظفين من خلال توفير المعلومة في الوقت المناسب" ($M = 3.89$, $SD = 0.57$): تظهر هذه العبارة تقييمًا مرتفعًا، حيث يوافق 77.4% من الموظفين ويوافق بشدة 7.5%، مما يشير إلى أن مستودعات الوثائق تلعب دورًا هامًا في توفير المعلومات اللازمة لزيادة الكفاءة المهنية. والانحراف المعياري المنخفض يعزز هذا الاستنتاج.

"تساعد التنبيهات والإشعارات الرسمية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك على تعزيز الالتزام بالقوانين والتشريعات" ($M = 3.57, SD = 0.79$): تحصل هذه العبارة على تقييم أقل نسبياً، حيث يوافق 56.6% من الموظفين ويوافق بشدة 5.7%، مما قد يشير إلى أن فعالية التنبيهات والإشعارات في تعزيز الالتزام تحتاج إلى مزيد من الدراسة.

تسهم الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين عبر البريد الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي" ($M = 3.85, SD = 0.81$): تظهر هذه العبارة تقييماً إيجابياً، حيث يوافق 67.9% من الموظفين ويوافق بشدة 13.2%، مما يشير إلى أن التواصل المباشر من القيادة يساهم في تحسين الخدمات.

يمكن استنتاج أن وسائل العلاقات العامة الرقمية تساهم بشكل كبير في تحسين كفاءة وإتقان وجودة العمل في المديرية من وجهة نظر الموظفين.

التحليل:

وعليه يتضح من النتائج التفصيلية أن جميع المشاركين قد اختاروا مستويات أعلى من 3,00 مما يعكس اتجاهها إيجابياً عاماً لدى الموظفين نحو هذه الوسائل FTP والبوابة الالكترونية التكنولوجية التي ترتبط بالبنية التحتية للمعلومات وهي الأكثر تأثيراً، وهو الأمر المتماشى مع ما أرجحه هيربرت 2005 بأن "الرقمنة تبدأ من أدوات الاتصالات وليس فرص تحول لتعزيز الفعالية والثقافة الهيكلية. (Herbert, 2005, p. 139)

وتوفير المعلومات الدقيقة من الوثائق الالكترونية بنسبة 3,89 الذي يتقاطع مع أبعاد جودة العمل، والاعتماد على المعلوماتية في تحسين الأداء الفردي ورفع الكفاءة المهنية (عويس، 2017، صفحة 127)، والتقييم الأقل نسبة فكان لعبارة (التنبيهات والإشعارات الرسمية) الذي يعكس تفاوت في مستوى التفاعل أو استجابة الموظفين في هذا الشكل من الاتصال الرقمي، ويمكن أن يعود ذلك إلى نمط تقييم الرسائل أو عدم وضوح القنوات المعتمدة، والذي يتطلب تدعيم التخطيط الاتصالي كما أشارت دراسة (بنون و راشدي، 2023، صفحة 370)

الجدول رقم (27): أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

		الخيارات					العبارات	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين	
0.66	3.72	01	41	06	05	00	ك	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تطوير نظام رقابة داخلية فعال من خلال تعزيز التواصل الداخلي.
		1.9	77.4	11.3	9.4	00	%	
0.74	3.79	06	33	12	01	01	ك	من أهداف تعزيز الهوية المؤسسية الرقمية تحسين مؤشرات قياس الأداء في المديرية.
		11.3	62.3	22.6	1.9	1.9	%	
0.81	3.81	07	34	08	03	01	ك	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى رفع مستوى الكفاءة المهنية للموظفين من خلال نشر المعرفة والخبرات داخل المؤسسة.
		13.2	64.2	15.1	5.7	1.9	%	
0.77	3.85	08	33	08	04	00	ك	تهدف استراتيجيات التواصل الرقمي إلى خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد على الشفافية والوضوح.
		15.1	62.3	15.1	7.5	00	%	
0.88	3.60	05	30	11	06	01	ك	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى تحسين إدارة المخاطر من خلال دعم اتخاذ القرارات
		9.4	56.6	20.8	11.3	1.9	%	

								المبنية على البيانات.
0.87	3.87	09	34	06	02	02	ك	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تسريع دورة العمل وتقليل الإجراءات البيروقراطية لتلبية احتياجات المواطنين بشكل أسرع.
		17	64.2	11.3	3.8	3.8	%	
0.64	3.96	09	34	09	01	00	ك	من أهداف العلاقات العامة الرقمية دعم التحول الرقمي وتسهيل تبني التقنيات الجديدة داخل المؤسسة للتطوير المستمر.
		17	64.2	17	1.9	00	%	
1.06	3.49	06	26	14	02	05	ك	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى توفير آليات للتغذية الراجعة واقتراحات التحسين لتعزيز المشاركة والانتماء المؤسسي
		11.3	49.1	26.4	3.8	9.4	%	

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يقدم الجدول رقم (17) تحليلاً لتقييم الموظفين لأهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة، ومدى مساهمتها في رفع جودة العمل من وجهة نظرهم. تم قياس هذه الأهداف باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث يشير ارتفاع المتوسط الحسابي إلى اتفاق أكبر من قبل الموظفين على أهمية الهدف. بشكل عام، تشير النتائج إلى أن الموظفين يوافقون على أن أهداف العلاقات العامة الرقمية تساهم بشكل إيجابي في تطوير العمل، حيث تجاوزت المتوسطات الحسابية لمعظم الأهداف القيمة 3.5، مما يعكس نظرة إيجابية سائدة.

وقد حظي الهدف "من أهداف العلاقات العامة الرقمية دعم التحول الرقمي وتسهيل تبني التقنيات الجديدة داخل المؤسسة للتطوير المستمر" بأعلى متوسط حسابي ($M = 3.96$, $SD = 0.64$)، مما يؤكد على

إدراك الموظفين لأهمية هذه الاستراتيجيات في تمكين المؤسسة من مواكبة التطورات التكنولوجية وتحسين أدائها. كما حصل الهدف "تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تسريع دورة العمل وتقليل الإجراءات البيروقراطية لتلبية احتياجات المواطنين بشكل أسرع" على متوسط مرتفع أيضاً ($M = 3.87$, $SD = 0.87$)، مما يشير إلى أن الموظفين يرون في العلاقات العامة الرقمية وسيلة فعالة لتبسيط الإجراءات وتقديم خدمات أفضل للمواطنين.

بالإضافة إلى ذلك، حققت الأهداف "تهدف استراتيجيات التواصل الرقمي إلى خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد على الشفافية والوضوح" ($M = 3.85$, $SD = 0.77$) و"تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى رفع مستوى الكفاءة المهنية للموظفين من خلال نشر المعرفة والخبرات داخل المؤسسة" ($M = 3.81$, $SD = 0.81$) تقييمات عالية، مما يعكس إدراك الموظفين لأهمية التواصل الفعال وتبادل المعرفة في تحسين بيئة العمل وزيادة الكفاءة المهنية.

في المقابل، حصل الهدف "تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى تحسين إدارة المخاطر من خلال دعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات" على متوسط حسابي أقل نسبياً ($M = 3.60$, $SD = 0.88$)، مما قد يشير إلى أن الموظفين لا يرون هذه المساهمة بنفس القدر من الأهمية، أو أنهم قد لا يكونون على دراية كافية بكيفية مساهمة العلاقات العامة الرقمية في إدارة المخاطر.

الأكثر إثارة للاهتمام هو حصول الهدف "تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى توفير آليات للتغذية الراجعة واقتراحات التحسين لتعزيز تمام المشاركة والانتماء المؤسسي" على أقل متوسط حسابي ($M = 3.49$) وأعلى انحراف معياري ($SD = 1.06$). يشير الانخفاض في المتوسط الحسابي إلى أن الموظفين يرون أن العلاقات العامة الرقمية لا تساهم بشكل كاف، كما يشير الارتفاع في الانحراف المعياري إلى وجود تباين كبير في آراء الموظفين حول هذه المساهمة، حيث يعتقد البعض أنها مهمة، بينما يعتقد البعض الآخر عكس ذلك. هذه النتيجة تستدعي إجراء مزيد من التحليل لفهم الأسباب الكامنة وراء هذا التباين واقتراح حلول لتحسين هذه الجوانب.

بشكل عام، تدعم هذه النتائج فكرة أن العلاقات العامة الرقمية تُعتبر أداة قيمة لتحسين جودة العمل في مديرية أملاك الدولة، مع وجود بعض المجالات التي تتطلب تركيزاً إضافياً، خاصة تلك المتعلقة بتعزيز المشاركة وتوفير آليات للتغذية الراجعة.

التحليل:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الهدف من العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشيات أملاك الدولة كان تقييمها إيجابياً لكل من العلاقات المفردة والتي تتراوح بين 3,49 و 3,96 وهو ما يدل على

التوافق العام للعينة حول مساهمة رقمنة العلاقات العامة في تعزيز جودة العمل ككل، هذه النتائج تدل على نضج ووعي لدى الموظفين بخصوص التحول الرقمي وأهمية التواصل الداخلي.

نرى دعم التحول الرقمي وتسهيل تبني التقنيات الجديدة أن هناك وعي متصاعد في أوساط عمل الإدارة حول الوظيفة الرقمنة كمدخل استراتيجي لدعم وتطوير الأداء المؤسسي، ومن خلال الإطار النظري للمذكرة، نرى أن العلاقات العامة أصبحت من الأدوات الفعالة للتعبير الجماعي لدعم ثقافة الابتكار داخل المؤسسات. (بن يوسف ن.، 2019، صفحة 30)

وكذلك عبارة "تقليص الإجراءات البيروقراطية وتسريع دورة العمل" بمستوى تقييم عال التي أثبتت أن الآلة الحديثة للتكنولوجيا تساهم في تسهيل وتنفيذ المهام. (Franco & Trombetta, 2007, p. 206) وفي عبارة "خلق بيئة عمل إيجابية وشفافة، الثقة والوضوح"، وهما عناصر جودة العمل، وهذا ما تم ذكره في الإطار النظري من خلال أن العلاقات العامة الرقمية تلعب دورا في ترسيخ الشفافية والتفاعل بين الموظف والإدارة. (عويس، 2017، صفحة 127)

ونلاحظ أن "توفير آليات التغذية الراجعة والمشاركة" حصلت على أدنى متوسط، مما يعكس وجود اختلاف واضح في آراء الموظفين، ويشير إلى وجود فجوة فعلية في تفعيل آليات التشاركية داخل بيئة العمل، وهذا ما يتوافق مع تحديات التي أشارت إلى بعض أدوات الرقمية التي لا يتم تفعيلها بالشكل الذي يسمح بالتفاعل الديناميكي كالنشرات الداخلية وآليات الاقتراحات الالكترونية وهو ما أكد عليه باروسو الذي ربط ضعف جودة العمل بتشغيل قنوات التغذية الراجعة. (باروسو، 2018، صفحة 89)

الجدول رقم (28): انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية ومفتشياتها على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

		الخيارات						
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين	
01	05	04	34	09	3.85	0.88	ك	أدى استخدام الشبكة الداخلية (الإنترنت)

		17	64.2	7.5	9.4	1.9	%	إلى تحسين دقة المعلومات المتداولة في المديرية.
0.81	3.81	08	31	11	02	01	ك	ساهمت البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في تسريع عمليات الحصر والتسجيل والمتابعة للأماكن العامة.
		15.1	58.5	20.8	3.8	1.9	%	
0.91	3.70	08	28	11	05	01	ك	انعكس استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك إيجاباً على مستوى التنسيق بين مختلف أقسام ومصالح المديرية.
		15.1	52.8	20.8	9.4	1.9	%	
0.74	3.72	03	38	06	06	00	ك	حسنت النشرات الإخبارية الدورية من مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين.
		5.7	71.7	11.3	11.3	00	%	
0.79	3.62	03	33	12	04	01	ك	ساهم مستودع الوثائق والسياسات الإلكترونية في تطوير نظام فعال للتطوير المستمر للموظفين.
		5.7	62.3	22.6	7.5	1.9	%	
0.84	3.60	04	31	12	05	01	ك	عززت الرسائل الموجهة من القيادة عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية

		7.5	58.5	22.6	9.4	1.9	%	مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك من قدرة المديرية على تطبيق معايير الجودة في العمل.
0.82	3.49	03	27	17	05	01	ك	انعكس استخدام التنبيهات والإشعارات الرسمية إيجاباً على مستوى الشفافية في اتخاذ القرارات.
		5.7	50.9	32.1	9.4	1.9	%	
1.02	3.60	07	28	12	02	04	ك	ساهمت المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات في تعزيز ثقافة الجودة والإتقان بين الموظفين.
		13.2	52.8	22.6	3.8	7.5	%	

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يعرض الجدول رقم (...) تحليلاً لتقييم آراء الموظفين حول انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل، حيث تم قياس ثمانية بنود مختلفة باستخدام مقياس ليكرت خماسي النقاط. تشير النتائج إلى أن الموظفين ينظرون بشكل عام إلى هذه الانعكاسات بإيجابية، حيث تجاوزت المتوسطات الحسابية لجميع الأسئلة القيمة 3.49، مما يعكس إدراكاً عاماً بأن العلاقات العامة الرقمية تساهم في تحسين جودة العمل.

أدى استخدام الشبكة الداخلية (الانترانت) إلى تحسين دقة المعلومات المتداولة في المديرية ومفتشياتها ($M=3.85$, $SD=0.88$): حصلت هذه العبارة على أعلى متوسط حسابي، مما يشير إلى أن الموظفين يرون في الشبكة الداخلية أداة فعالة لتحسين دقة المعلومات وتسهيل التواصل. الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يشير إلى وجود اتفاق عام حول هذه النقطة.

ساهمت البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في تسريع عمليات الحصر والتسجيل والمتابعة للأملاك العامة ($M=3.81$, $SD=0.81$): يشير هذا التقييم المرتفع إلى أن البوابة الإلكترونية الداخلية تُعتبر أداة قيمة في تبسيط وتسريع الإجراءات المتعلقة بإدارة الأملاك العامة. الانحراف المعياري المنخفض يعزز هذا الاستنتاج.

انعكس استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك إيجاباً على مستوى التنسيق بين مختلف أقسام ومصالح المديرية ($M=3.70$, $SD=0.91$): يشير هذا التقييم إلى أن الموظفين يرون في استخدام هذه التطبيقات وسيلة فعالة لتعزيز التنسيق والتواصل بين مختلف الأقسام. ومع ذلك، فإن الانحراف المعياري المرتفع نسبياً يشير إلى وجود بعض التباين في الآراء حول هذه النقطة.

حسنت النشرات الإخبارية الدورية من مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين ($M=3.72$, $SD=0.74$) يشير هذا التقييم إلى أن الموظفين يعتقدون أن النشرات الإخبارية تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين. الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يعزز هذا الاستنتاج.

ساهم مستودع الوثائق والسياسات الإلكتروني في تطوير نظام فعال للتطوير المستمر للموظفين: ($M=3.62$, $SD=0.79$): يشير هذا التقييم إلى أن الموظفين يرون في مستودع الوثائق والسياسات أداة قيمة لدعم التطوير المهني. الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يعزز هذا الاستنتاج.

عززت الرسائل الموجهة من القيادة عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك من قدرة المديرية على تطبيق معايير الجودة في العمل ($M=3.60$, $SD=0.84$): يشير هذا التقييم إلى أن الموظفين يعتقدون أن الرسائل الموجهة من القيادة تساهم في تعزيز ثقافة الجودة والالتزام بالمعايير. الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يعزز هذا الاستنتاج.

انعكس استخدام التنبيهات والإشعارات الرسمية إيجاباً على مستوى الشفافية في اتخاذ القرارات ($M=3.49$, $SD=0.82$): يشير هذا التقييم، وهو الأقل بين جميع العبارات، إلى أن الموظفين لديهم تحفظات بشأن قدرة التنبيهات والإشعارات على تعزيز الشفافية. الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يشير إلى وجود اتفاق عام حول هذه النقطة.

ساهمت المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات في تعزيز ثقافة الجودة والإتقان بين الموظفين ($M=3.60$, $SD=1.02$): يشير هذا التقييم إلى أن

الموظفين يعتقدون أن المنصة تساهم في تعزيز ثقافة الجودة والإتقان، ولكن الانحراف المعياري المرتفع نسبياً يشير إلى وجود تباين أكبر في الآراء حول هذه النقطة.

من خلال ما سبق يمكن استنتاج أن اعتماد العلاقات العامة الرقمية له انعكاسات إيجابية على جودة العمل في مديرية أملاك الدولة من وجهة نظر الموظفين. ومع ذلك، هناك بعض الجوانب التي قد تتطلب مزيداً من التحسين والاهتمام، مثل فعالية التنبيهات والإشعارات في تعزيز الشفافية، وقدرة المنصة المركزية على تعزيز ثقافة الجودة والإتقان.

التحليل:

من خلال نتائج المتحصل عليها من الجدول نلاحظ أن الموظفين عموماً يقيمون انعكاسات العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة بصورة إيجابية وهذا دليل على الاعتراف بدور الأدوات الرقمية في تحسين الأداء الوظيفي، والتواصل الداخلي وجودة الخدمات، من خلال استغلالها في التسيير الذي يرقى إلى مستوى متطلبات الإدارة الحديثة وهذا ما نصت إليه التعليمات الوطنية للمديرية العامة للأملاك الوطنية (تعليمية رقم 05، 25.02.2024، الصفحات 01-02)

ومن خلال العبارة المتعلقة بجعل البيانات الداخلية أعلى مستوى هذا دليل يبرز أهمية هذه الشبكة في تدفق المعلومات الدقيقة والفعالة، وهذا ما صرح به الصالحي 2021 بأن العلاقات العامة الرقمية تمثل جهود اتصالية مخططة تستند على أدوات تكنولوجية تساهم في دعم المؤسسة وتحقيق أهدافها.

وتطبيق FTP فقد اشتهر باستخدامه بسريته في حفظ البيانات وهذا ما جاءت به التعليمات من المديرية العامة للأملاك الوطنية من أجل استخدامه وذلك لسرية التامة رقم (تعليمية رقم 1007 إلى 1014، 26.01.2022)

وهي نتيجة تتوافق مع ما توصلت إليه دراسة عبيدي وزملائه، حول الاعتماد على تكنولوجيا التي تعمل على تحسين رضا العامل وكفاءة المؤسسة بالنسبة "التنبيهات والإشعارات الرسمية لتشجيع الشفافية". فقد أظهر أن هناك درجة أكبر من التفاوت لوجود فجوة في توظيف هذه الاتصالية بشكل المناسب، ومع نتائج دراسة ينون وراشدي 2023 التي أكدت وجود ضعف في استغلال بعض الوسائل الرقمية داخل المؤسسات الحكومية، رغم توفرها التقني. (ينون و راشدي، 2023، صفحة 370)

وبالنسبة لمنصة المركزية فهناك اختلاف في الآراء، مما يشير إلى تفاوت في درجة الاستفادة من هذه الأداة حسب الأقسام أو التخصصات الوظيفية وهذا ما تفسره نظرية انتشار غير المتكافئ للمبتكرات

الرقمية داخل المؤسسة، "كما أوضحه روجزر في إطار نظرية انتشار المبتكرات". (الدليمي ع.، 2016، صفحة 124)

الجدول رقم (29): تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة

		الخيارات					تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
0.86	3.60	04	31	13	03	02	ك	يعيق نقص المهارات التقنية لدى بعض الموظفين الاستفادة الكاملة من الشبكة الداخلية الأنترنت (البرونتو).
		7.5	58.5	24.5	5.7	3.8	%	
0.85	3.87	11	28	11	02	01	ك	تشكل محدودية الميزانية المخصصة للبنية التحتية الرقمية تحدياً أمام تطوير أنظمة استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.
		20.8	52.8	20.8	3.8	1.9	%	
0.90	3.72	08	28	13	02	02	ك	تواجه المديرية صعوبات في تحديث مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية بشكل مستمر.
		15.1	52.8	24.5	3.8	3.8	%	
0.84	3.85	11	26	14	01	01	ك	يؤثر ضعف البنية التحتية التكنولوجية سلباً على أداء البوابة الإلكترونية الداخلية.
		20.8	49.1	26.4	1.9	1.9	%	

0.74	3.7	06	28	16	03	00	ك	تشكل مقاومة التغيير من قبل بعض الموظفين عائقاً أمام تبني آليات النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.
		11.3	52.8	30.2	5.7	00	%	
0.83	3.62	04	31	14	02	02	ك	تواجه المديرية تحديات تتعلق بأمن المعلومات والخصوصية عند استخدام الشبكة الداخلية لتخزين الوثائق الحساسة.
		7.5	58.5	26.4	3.8	3.8	%	
0.79	3.72	06	30	14	02	01	ك	يؤثر ضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي على جودة الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين.
		11.3	56.6	26.4	3.8	1.9	%	
0.79	3.70	06	29	15	02	01	ك	تشكل صعوبة قياس فعالية التنبهات والإشعارات الرسمية تحدياً لضمان جودة التواصل الداخلي
		11.3	54.7	28.3	3.8	1.9	%	

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

الجدول رقم (19) يقدم تحليلاً لآراء الموظفين حول التحديات التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة. تشير النتائج إلى وجود اتفاق عام بين الموظفين على أن هذه التحديات تؤثر سلباً على جودة العمل، حيث تجاوزت المتوسطات الحسابية لجميع الأسئلة القيمة 3.5، مما يعكس إدراكاً واسع النطاق لأهمية هذه التحديات.

- تشكل محدودية الميزانية المخصصة للبنية التحتية الرقمية تحدياً أمام تطوير أنظمة استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك ($M=3,87$, $SD=0,85$):
تحصل هذه العبارة على أعلى متوسط حسابي في الجدول، مع موافقة 52.8% وموافقة بشدة

20.8%، مما يشير إلى أن نقص الموارد المالية يُعد عائقاً رئيسياً أمام تطوير البنية التحتية اللازمة لتفعيل العلاقات العامة الرقمية.

- يؤثر ضعف البنية التحتية التكنولوجية سلباً على أداء البوابة الإلكترونية الداخلية ($M=3,85$, $SD=0,84$): تحصل هذه العبارة على تقييم مرتفع أيضاً، حيث يوافق 49.1% ويوافق بشدة 20.8%، مما يؤكد أهمية وجود بنية تحتية قوية لضمان فعالية البوابة الإلكترونية.

- تواجه المديرية صعوبات في تحديث مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية بشكل مستمر ($M = 3.72$, $SD = 0.90$). ويؤثر ضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي على جودة الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين ($M = 3.72$, $SD = 0.79$) تحصل هتان العبارتان على نفس المتوسط الحسابي، مما يشير إلى أن كلا من التحديات المتعلقة بتحديث المحتوى والتخطيط الاستراتيجي تساهم بشكل متساوٍ في تقويض فعالية العلاقات العامة الرقمية.

- تشكل مقاومة التغيير من قبل بعض الموظفين عائقاً أمام تبني آليات النشر الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك ($M = 3.7$, $SD = 0.74$) يوضح أن مقاومة الموظفين للتغيير يُعتبر عائقاً أمام تبني النشر الإخبارية.

- تساعد التنبيهات والإشعارات الرسمية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك على تعزيز الالتزام بالقوانين والتشريعات: ($M = 3.70$, $SD = 0.79$) يشير إلى أن الموظفين يعتقدون أن فعالية التنبيهات والإشعارات الرسمية محدودة.

- يعيق نقص المهارات التقنية لدى بعض الموظفين الاستفادة الكاملة من الشبكة الداخلية الأنترنت (البرونتو) ($M = 3.60$, $SD = 0.86$) وتواجه المديرية تحديات تتعلق بأمن المعلومات والخصوصية عند استخدام الشبكة الداخلية لتخزين الوثائق الحساسة ($M = 3.62$, $SD = 0.83$) يظهر أن نقص المهارات والاهتمامات المتعلقة بأمن المعلومات تساهم في تقويض فعالية العلاقات العامة الرقمية.

يمكن استنتاج أن هناك عدة تحديات تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة لأجل رفع جودة العمل، وأن هذه التحديات تتعلق بالموارد المالية، والبنية التحتية التكنولوجية، وتحديث المحتوى، والتخطيط الاستراتيجي، ومقاومة التغيير، وأمن المعلومات، والمهارات التقنية.

التحليل:

وتشير نتائج الجدول إلى أن الموظفين يدركون بعض التحديات التي تعيق تنفيذ العلاقات العامة الرقمية داخل المكاتب ومفتشيات أملاك الدولة، حيث أن جمع القيم الحسابية فوق 3,5 وجاءت القيود الميزانية محدودة المبالغ المحققة للانفاق على البنية التحتية 3,87 في المقدمة، وهو ما يتماشى مع ما

ذكره هيربرت 2005 "أن غياب الاستثمارات الكافية في الهياكل التقنية هي أحد حواجز الرئيسية أمام الرقمنة المؤسسية بنفس القدر" (Herbert, 2005, p. 2005)، كانت النتائج تعكس تأثير البنية التحتية للتكنولوجية الضعيفة على أداء المنصات الرقمية مما يؤكد دراسة بارسو 2018 التي ربطت توفر الأدوات الرقمية الأساسية بالعمل الفعال، ومن زاوية أخرى تضمنت الصعوبات التنظيمية وخاصة صعوبة تحديث الأرشفة وضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي وهي مشكلات تم الإشارة إليها في دراسة قادم 2022 التي لاحظت أنه في غياب استراتيجية التواصل يزيد من الفجوة بين التكنولوجيا والأداء المؤسسي. (قادم و.، 2022، صفحة 150)

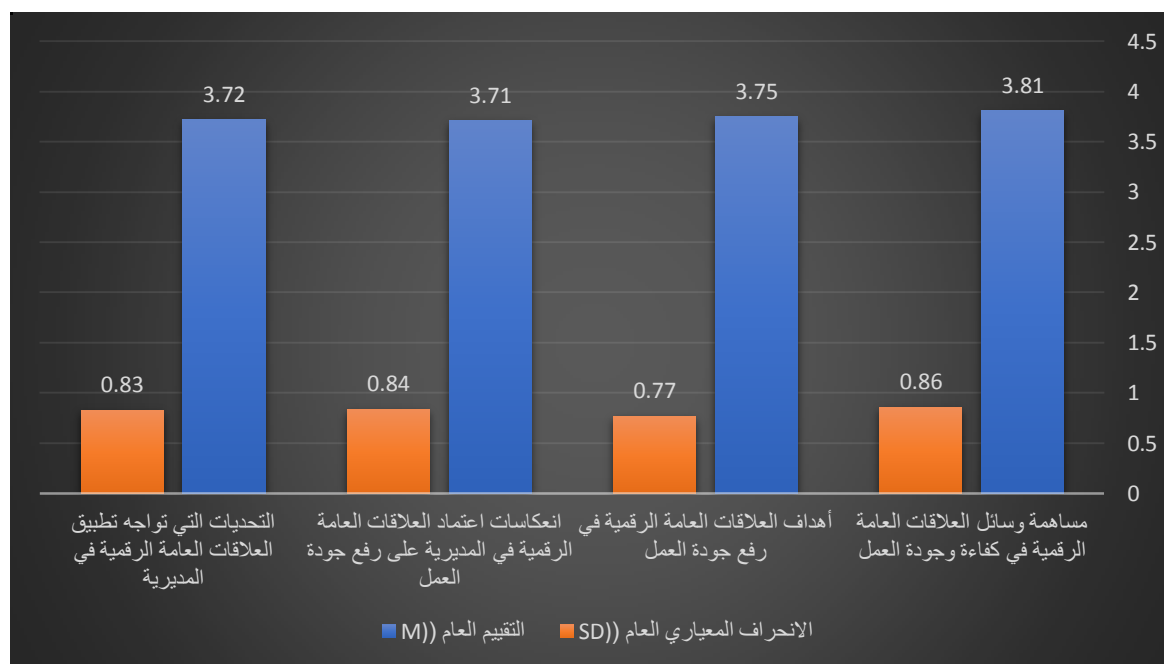
وفي مقاومة التغيير نرى هنا أنه تغيير نفسي سلوكي، وهو ما فسره الدليمي 2016 في عرضه لنظرية انتشار المبتكرات، مؤكداً أن التحولات الرقمية تقابل في كثير من الأحيان وتواجه بالتردد في مراحلها الأولى ونقص المهارات التقنية، يعكس تحدياً تكوينياً يتطلب تدخلاً إدارياً وهذا ما وضعه رئيس مصلحة عمليات أملاك الدولة من خلال المقابلة التي تمت معه حيث أكد على نقص وضرورة تكوين الموظفين، وكذلك دراسة عبدي التي ربطت بين الأداء الرقمي وكفاءة المستخدم. (مقابلة رئيس مصلحة عملية أملاك الدولة بردود حسين).

الجدول رقم (30): يمثل اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة

أهم النتائج	الانحراف المعياري العام (SD)	المتوسط العام (M)	الجانب
إدراك قوي لأهمية الإنترنت، والبوابة الإلكترونية، ومستودعات الوثائق في تحسين دقة المعلومات والكفاءة.	0.86	3.81	مساهمة وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وجودة العمل
اتفاق على أهمية التحول الرقمي، وتسريع العمليات، وخلق بيئة عمل شفافة، ولكن هناك حاجة لتعزيز المشاركة والتغذية الراجعة.	0.77	3.75	أهداف العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل
تقييم إيجابي لتحسين دقة المعلومات،	0.84	3.71	انعكاسات اعتماد

العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل			وتسريع العمليات، وتعزيز التنسيق، ولكن يُنظر إلى تأثيرها على الشفافية بشكل أقل إيجابية.
التحديات التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المديرية	3.72	0.83	قلق بشأن محدودية الميزانية، وضعف البنية التحتية، وصعوبة تحديث المحتوى، ومقاومة التغيير، وتحديات أمن المعلومات والمهارات التقنية.

الشكل رقم (09): يمثل اتجاهات الجمهور الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة



المصدر: من مخرجات برنامج EXCEL

يلخص الجدول أعلاه اتجاهات آراء الموظفين في مديرية أملاك الدولة تجاه استخدام العلاقات العامة الرقمية. يظهر تقييم إيجابي بشكل عام للمساهمة والانعكاسات والأهداف المرتبطة بتطبيق العلاقات العامة الرقمية في المديرية، مع متوسطات حسابية مرتفعة وانحرافات معيارية مقاربة. ومع ذلك، يكشف التحليل أيضاً عن وجود مجموعة من التحديات التي تعيق الاستفادة الكاملة من هذه الأدوات، وعلى رأسها محدودية الموارد المالية، ومشكلات البنية التحتية، وصعوبات في تحديث المحتوى، فضلاً عن بعض القضايا المتعلقة بالمهارات التقنية وأمن المعلومات. هذه النتائج تسلط الضوء على ضرورة تبني

استراتيجية شاملة تهدف إلى تعزيز الجوانب الإيجابية وتذليل العقبات لتحقيق أقصى استفادة من إمكانيات العلاقات العامة الرقمية في تحسين جودة العمل.

التحليل:

تظهر نتائج الجدول والشكل البياني على أن اتجاهات الرأي العام الداخلي نحو العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة إيجابية وهذا ما يدل على أن الأدوات الرقمية تقوم بتحسين بيئة العمل، بالإضافة إلى ذلك أن الأدوات الرقمية قدمت أكبر مساهمة، وهذا يعكس مستوى إدراك العاملين للتواصل بين النظام الداخلي من بريد الكتروني وبرنتو و FTP، والأثر الإيجابي على سرعات الاستجابة وسهولة الطلب، ومن خلال دراسة عويس 2017 التي أكدت أن العلاقات العامة الرقمية تعد وسيلة حديثة لتعزيز كفاءة العمل من خلال تسريع تدفق المعلومات ودعم اتخاذ القرار، خاصة في بيئة تنظيمية تعتمد على تعدد الإدارات. (عويس، 2017، صفحة 132)

أما محور الأهداف، فيؤكد أن الموظفين يدركون أن العلاقات العامة الرقمية تساهم في دعم الرؤيا المؤسسية وتحقيق الشفافية مع اختلافات طفيفة حول مشاركتهم الفعلية في صنع القرار وهو ما أشار إليه بارسو من أن ثقافة الانخراط المهني والتغذية الراجعة تتأثر بمستوى تفعيل الاتصال الرقمي الداخل. (بارسو، 2018، صفحة 89)

وفي الانعكاسات تبين هناك وعي وإدراك لدى الموظفين بخصوص أثر العلاقات العامة الرقمية على تحسين الخدمات وتسهيل وهذه النتيجة تتسجم مع دراسة فرنك التي ربطت تحسين جودة العمل بفعالية البيئة الرقمية ومدى اندماج الموظف معها. (Franco & Trombetta, 2007, p. 220)

وفي محور التحديات كذلك نلاحظ وعي الموظفين بوجود عراقيل تقنية وتنظيمية تعيق التحول الرقمي مثل نقص التكوين والميزانية مثل ما أشار إليه تغيزة 2009 إلى أن مثل هذه التحديات تؤثر على صدق المقاييس الداخلية وتفسير النتائج التطبيقية في دراسات الاتصال. (تغيزة، 2009، صفحة 682)

الجدول رقم (31): يمثل مقترحات لتطوير وسائل العلاقات العامة لرفع جودة العمل في المديرية

النسبة المئوية	التكرار	المقترحات
9.4%	5	تكوين الموظفين
1.9%	1	تعزيز ودعم اللغة العربية لتسهيل استخدام البرامج
5.7%	3	تحسين بيئة العمل

7.5%	4	توفير وسائل اتصال حديثة
5.7%	3	استخدام قواعد البيانات والاستفادة منها
3.8%	2	الـ FTP ليست منصة رقمية بين الموظفين
3.8%	2	الفيديو ليس وسيلة تواصل في الإدارة
1.9%	1	التركيز على الشفافية والمصداقية
9.4%	5	لا يوجد إجابة
3.8%	2	مواكبة تكنولوجيا وتوفير أجهزة
9.4%	5	تطوير تطبيقات إلكترونية داخلية لتحسين التواصل
7.5%	4	الرقمنة ومواكبة التطورات
5.7%	3	تحسين شبكة الإنترنت
5.7%	3	توفير الموارد البشرية والتقنية
7.5%	4	سهولة التواصل وتقدير الأفكار الجديدة
9.4%	5	تعميم العمل بالبريد الإلكتروني المؤسسي
1.9%	1	الاستفادة من الذكاء الاصطناعي
100.0%	53	المجموع

المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يعرض الجدول نتائج استطلاع لآراء الموظفين حول مقترحات لتطوير وسائل العلاقات العامة في المديرية بهدف رفع جودة العمل. تشير النتائج إلى وجود تنوع في المقترحات، حيث حظيت بعض المقترحات بنسب تأييد متساوية (9.4%)، مثل "تكوين الموظفين"، "تطوير تطبيقات إلكترونية داخلية لتحسين التواصل"، و "تعميم العمل بالبريد الإلكتروني المؤسسي"، و "لا يوجد إجابة". ويعكس ذلك أهمية التدريب والتطوير، واستخدام التكنولوجيا لتحسين التواصل الداخلي، وتفعيل استخدام البريد الإلكتروني الرسمي. في المقابل، حصلت مقترحات أخرى على نسب تأييد منخفضة (1.9%)، مثل "تعزيز ودعم اللغة العربية لتسهيل استخدام البرامج" و "التركيز على الشفافية والمصداقية"، و "الاستفادة من الذكاء الاصطناعي"، مما قد يشير إلى عدم إدراك الموظفين لأهمية هذه الجوانب أو وجود أولويات أخرى لديهم. من الجدير بالذكر أن نسبة "لا يوجد إجابة" كانت عالية نسبياً (9.4%)، مما يستدعي دراسة

الأسباب الكامنة وراء ذلك، فقد يعكس ذلك عدم رضا الموظفين عن وسائل الاتصال الحالية أو عدم قدرتهم على التعبير عن آرائهم بوضوح.

التحليل:

كما هو الحال في الجداول السابقة كانت هناك العديد من الاقتراحات فيما يتعلق بالخيارات الأولية لتحسين أدوات العلاقات العامة الرقمية، والتي تشابهت "تدريب الموظفين" و"تطوير تطبيقات الويب الداخلية" و"الاستخدام الواسع للبريد الإلكتروني المؤسسي"، مما يشير إلى أن الموظفين يدركون أهمية المعرفة والبنية التحتية التكنولوجية في دعم فعالية العلاقات الرقمية وهذا ما يؤكد ما جاء في المقابلات (مقابلة مدير أملاك الدولة ومقابلة رئيس مفتشية أملاك الدولة ومقابلة رئيس مصلحة عملية أملاك الدولة) ضمن الملاحظات حيث تم تأكيد على أن "الشبكة الداخلية تستخدم لتقليل الأخطاء وتسهيل الوصول إلى المعلومة" كما أن هذه النتائج تتماشى مع (باروسو، 2018، صفحة 89) الذي أشار إلى تحسين بيئة العمل الرقمية يساهم في الالتزام والإنتاجية، علاوة على ذلك يوضح اختيار "الرقمنة ومواكبة التطورات" و "تحسين الانترنت" أن الموظفين يربطون مباشرة بين كفاءة الاتصال الرقمي والخدمات المقدمة، مما يدعم الإطار النظري عندما ذكر التحول الرقمي يعيد تشكيل وظائف العلاقات العامة مما يجعلها أكثر ديناميكية وتفاعلية.

الجدول رقم (32): يمثل مقترحات لتحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية بشكل أكثر فعالية لتحسين متغيرات الجودة

النسبة المئوية	التكرار	المقترح
15.1%	8	التقييم الدوري لأداء الموظفين
3.8%	2	استغلال كفاءات الموظفين وتحفيزهم
7.5%	4	الدورات التكوينية
1.9%	1	استعمال وسائل الدفع الإلكتروني
7.5%	4	تشجيع الرقمنة ووسائل التواصل
3.8%	2	تحسين صورة المؤسسة وحمايتها من الأزمات
5.7%	3	توفير ميزانية للتطوير والتكوين

1.9%	1	الشفافية والمصداقية في محيط العمل
7.5%	4	التحول إلى المعاملات الإلكترونية بدل الورقية
13.2%	7	لا يوجد إجابة
7.5%	4	الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية
5.7%	3	توسيع نشاط العلاقات العامة الإلكترونية
1.9%	1	وضع خلية خاصة للمتابعة والمراقبة الداخلية
5.7%	3	التنظيم في العمل
3.8%	2	تشجيع المبادرات الفردية
1.9%	1	تعزيز التواصل الفعال بين المؤسسات وجمهورها
3.8%	2	تقاسم المعلومات بين الموظفين
1.9%	1	توفير وسائل وتطوير مهارات
100.0%	53	المجموع

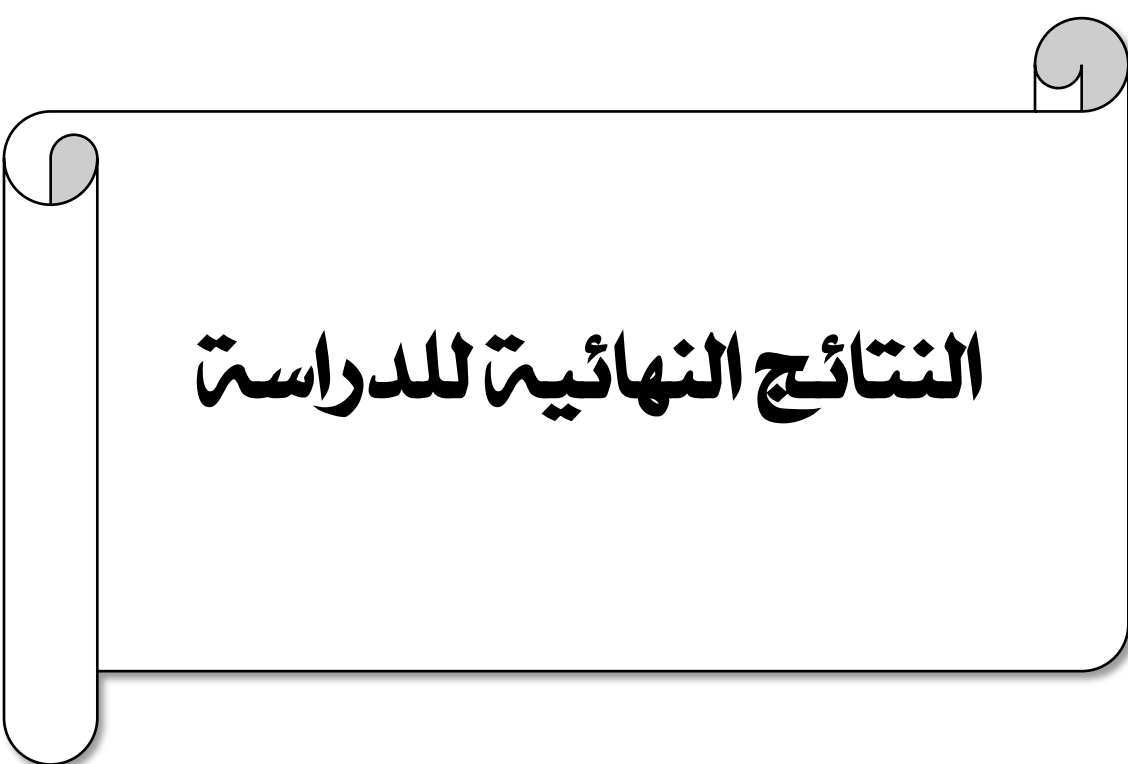
المصدر: الجدول من انشاء الباحثة بناء على مخرجات برنامج spss

يعرض الجدول آراء الموظفين حول كيفية تحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية في المديرية بشكل أكثر فعالية لتحسين متغيرات الجودة. يظهر أن "التقييم الدوري لأداء الموظفين" هو المقترح الأكثر شيوعاً (15.1%)، مما يدل على أهمية هذا الجانب في تحسين الأداء العام. كما أن وجود نسبة كبيرة من "لا يوجد إجابة" (13.2%) يستدعي البحث عن الأسباب الكامنة وراء ذلك، فقد يعكس ذلك عدم فهم الموظفين لأهمية العلاقات العامة الرقمية أو عدم قدرتهم على تقديم مقترحات محددة. بشكل عام، تظهر النتائج أهمية تطوير المهارات الرقمية للموظفين، وتشجيع الرقمنة، وتحسين التواصل الداخلي والخارجي.

التحليل:

وبالنسبة للجدول الثاني فقد تركزت أبرز المقترحات حول "التنظيم الدوري لأداء الموظفين" و "تشجيع الرقمنة" و "الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية" والذي يبدو أنه يعكس مستوى إدراك الموظفين وبحدود تفكيرهم بأن تحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية يتطلب المراقبة والرقابة والحكمة الرقمية، وقد ورد في

الدراسة أن أحد أهداف العلاقات الرقمية هو دعم اتخاذ القرار المبني على البيانات، ويحتاج هذا إلى بيئة تنظيمية شفافة، وهذا ما يبدو في المقترحات مثل "تعيين خلية خاصة للمراقبة" و "تقاسم المعلومات بين الموظفين"، كما يلاحظ أن الإجابة التي لا يوجد فيها خيار تدل على وجود فجوة فهم أو مشاركة للاتصال الداخلي، وهو ما تم التطرق إليه في الدراسة في الحديث عن وجود تفاوت الانخراط الرقمي عند بعض الموظفين بسبب عدم وجود تأطير أو ضعف ثقافة المشاركة.



النتائج النهائية للدراسة

1. النهائية للدراسة

المحور الأول: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وجودة العمل

- عبّر الموظفون عن اتفاقهم الكبير على فعالية الوسائل الرقمية في تحسين كفاءة العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 3.81 بانحراف معياري 0.86، وهو تقييم عالٍ يدل على إدراك واضح لمزايا هذه الوسائل.

- أظهرت معاملات الارتباط دلالة إحصائية قوية عند مستوى 0.00، مثلًا:

○ مساهمة البريد الإلكتروني و FTP في تسريع وتيرة المهام: معامل ارتباط = 2.34.

○ دعم الشفافية عبر نشر النشرات الدورية الإلكترونية: معامل ارتباط = 2.40.

- اختبار الفرضية الأولى باستخدام تحليل التباين (ANOVA) أظهر عدم وجود فروق دالة إحصائية في تقدير هذا الدور تعزى إلى متغير الخبرة، بما يعكس وعيًا متقاربًا بين الموظفين باختلاف خبراتهم.

المحور الثاني: أهداف العلاقات العامة الرقمية في رفع جودة العمل

- حاز هذا المحور على متوسط عام بلغ 3.75 بانحراف معياري 0.77، ما يدل على تقبل جيد للأهداف المنشودة من العلاقات العامة الرقمية.

- جاءت بعض الأهداف بتقييمات مرتفعة جدًا، منها:

○ "دعم التحول الرقمي داخل المؤسسة للتطوير المستمر": المتوسط = 2.34، معامل الارتباط = 2.34.

○ "خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد على الشفافية والوضوح": المتوسط = 2.34، معامل الارتباط = 2.34.

○ "تسريع دورة العمل وتقليل الإجراءات البيروقراطية": المتوسط = 2.34، معامل الارتباط = 2.34.

المحور الثالث: انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية على جودة العمل

النتائج النهائية للدراسة

• تم تقييم هذا المحور بمتوسط 3.71، بانحراف معياري 0.84، ما يعكس أثرًا محسوسًا للتطبيق الرقمي على رفع جودة الأداء داخل المديرية.

• أكد المستجيبون على أن التحول الرقمي:

○ ساعد على تحسين الرقابة الإدارية عن بعد.

○ سهّل استخراج الوثائق واتخاذ القرارات بسرعة.

○ عزز من الرضا الوظيفي والشعور بالانتماء المؤسسي.

• كما بين تحليل التباين وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمتغير السن على تقييم هذه الانعكاسات، حيث مال موظفو منتصف العمر إلى تقبل أعلى للتحول الرقمي.

المحور الرابع: التحديات التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية

• جاء تقييم هذا المحور بمتوسط 3.72، بانحراف معياري 0.83، مما يشير إلى وعي الموظفين بوجود عراقيل فعلية في الميدان.

• أبرز التحديات وفق النتائج الإحصائية وتحليل المقابلات:

○ ضعف البنية التحتية التكنولوجية وعدم كفاية التجهيزات.

○ نقص المهارات التقنية للموظفين وصعوبة التأقلم مع الأدوات الرقمية.

○ محدودية الميزانية المخصصة لتطوير نظم الاتصال الرقمي.

○ ضعف في أمن المعلومات وعدم وجود سياسة واضحة لحماية البيانات.

○ غياب التخطيط الاستراتيجي الرقمي ومقاومة بعض الموظفين للتغيير.

• تحليل التباين (ANOVA) أظهر أن تقييم التحديات يختلف باختلاف المنصب الوظيفي، لكنه لا يختلف باختلاف السن، ما يدل على أن العراقيل هيكلية وليست فئوية.

خاتمة وتوصيات

تتناولت الدراسة الحالية، والتي هي تحت مفهوم اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة الرقمية في جودة العمل على المؤسسات العمومية وخصوصا في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة ببسكرة، تحدي علمي فرضته التغيرات المتسارعة في بيئة العمل، خصوصا مع زيادة الاعتماد على الوسائط الرقمية في إنجاز الأعمال الإدارية والاتصالية. إن هذه الدراسة تعمق فهم العلاقات العامة الرقمية التفاعلية بإيجابياتها على تحسين بيئة العمل وصقل مهارات الاداء والتفاعل البناء بين المسؤولين والموظفين.

عبر تحليل بعض البيانات الميدانية ودمجها مع أطر نظرية، توصلنا إلي أن الموظفين يميلون بشكل ملحوظ لتقبل مفهوم العلاقات العامة الرقمية، حيث توصلت الدراسة إلى استنتاج الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسات العمومية. هذا ما يعكس بدوره أهمية هذه الدراسة من حيث المساهمة على كشف فجوات البناء التنظيمي للمؤسسات ومن حيث تقديم توصيات منبسطة تتمنى التفعيل الفعلي لهذا النمط الاتصالي الجديد.

تبرز أهمية هذه الدراسة أيضا في كونها تشكل إضافة علمية ضمن البحوث العربية والتي تربط جودة العمل بالرقمنة والاتصال المؤسسي مما يعزز المحتويات الاعلامية الاكاديمية الاختصاص ويعزز الاتجاه نحو الرقمنة بكونها من شروط تحسين أداء المؤسسات وزيادة جودة الخدمات العمومية المقدمة وبالتالي، رغم أي مخاوف منهجية قد تثار فيما يتعلق بعينة الدراسة، فإن هذه الدراسة تسعى لسد الفجوة في الادييات

وفي إطار ما توصلنا إليه من نتائج نهائية يمكننا استخلاص مجموعة من **التوصيات:**

1. توسيع نطاق العينة في الدراسات المستقبلية، مع منح وقت كافٍ لتوزيع أدوات البحث وهنا يعتمد لضمان التمثيل الأمثل لمختلف فئات الجمهور الداخلي.
2. تكثيف برامج التكوين المستمر حول استخدام الوسائل الرقمية للعلاقات العامة، خاصة فيما يتعلق بالتفاعل مع الجمهور الداخلي.
3. اشراك الموظفين في اقتراح وتطوير منصات الاتصال الداخلي، مما يعزز الإحساس بالانتماء.
4. ضرورة تخصيص ميزانية مستقلة ومستدامة لدعم برامج العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسة، بما يشمل توفير التجهيزات التقنية الحديثة وتطوير الكفاءات البشرية عبر التكوين المستمر للموظفين".

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر باللغة العربية

ب - القواميس:

1- المعجم الوسيط، (2004)، مجمع اللغة العربية، ج2، ط4، دار الدع، القاهرة.

ثانياً: المراجع باللغة العربية

أ - الكتب:

- 1- أحمد بن مرسل، (2010)، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 2- أحمد غنيم الرفاعي، ونصر محمود صبري، (2000)، **تعلم بنفسك التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام spss**، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 3- أسامة ربيع، (2007)، **التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss**، ط2، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- 4- اسماعيل محمد محمود عامر، (2021)، **العلاقات العامة والتطور الرقمي**، مكتبة ومطبعة الوسيم الحديثة، غزة-فلسطين.
- 5- أمحمد تغيزة، (2009)، **الأساليب الإحصائية في البحث التربوي والاجتماعي**، دار العلوم.
- 6- أنجريس موريس، (2004)، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية: تدريبات علمية**، تر: بوزيدي صحراوي، كمال بوشرف وآخرون، الإشراف على الترجمة: مصطفى ماضي، ط02. دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 7- أنجريس موريس، (2006)، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ترجمة بوزيدي صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع. الجزائر.
- 8- أيوب أنعام حسن، فارس محمد مقداد، زاهر عبد الجليل جميل، ومصطفى كافي، (2014)، **العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 9- حسن عويس، (2017)، **العلاقات العامة الإلكترونية "المفاهيم والتطبيقات"**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

- 10- حسني الجبالي، (2003)، علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ط1، مكتبة أنجلو المصرية، مصر.
- 11- حسين محمود هتيمي، (2014)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 12- حمدي شعبان، (2008)، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، دار الراية للنشر والتوزيع.
- 13- رجاء أبو علام، (2006)، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط5، دار النشر للجامعات، القاهرة. مصر.
- 14- رجاء أبو علام، (2010)، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات، القاهرة. مصر.
- 15- رشيد زرواتي، (2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 16- سعد سلمان المشهداني، (2019)، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 17- سعيد سبعون، (2012)، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2. دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 18- سمير محمد حسين، (1986)، بحوث الاعلام... الأسس والمبادئ، كلية الاعلام، القاهرة.
- 19- سيد أحمد غريب، (1996)، علم الاجتماع الاعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية.
- 20- صالح خليل أبو أصبع، (1998)، العلاقات العامة والاتصال الانساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 21- عبد الرحمان سعد، (2008)، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، ط5، هبة النيل العربية للنشر والتوزيع، مصر.
- 22- عبد الرحمن سعد، (1966)، أسس القياس النفسي الاجتماعي. مكتبة القاهرة الحديث، مصر.
- 23- عبد الرزاق محمد الدليمي، (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري، عمان، الأردن.
- 24- عبد السلام حامد زهران، (1984)، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، القاهرة.
- 25- عبد العزيز بن يوسف، (2015)، النظرية الاجتماعية الحديثة، دار اليازوري العلمية، عمان.

- 26- عبد اللطيف محمد خليفة، ومحمود عبد المنعم شحاته، (1998)، سيكولوجيات الاتجاهات. دار غريب، مصر.
- 27- عبد الله الدليمي، (2016)، نظريات الاعلام والاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- 28- عبد المجيد إبراهيم مروان، (2002)، طرق ومناهج البحث العلمي، دار النشر العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان. الأردن.
- 29- عبد المجيد نشواتي، (2003)، علم النفس التربوي، ط1، الفرقان للنشر، عمان - الأردن.
- 30- عبود عبد الله العسكري، (2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم النفسية والتربوية، دار النمير، دمشق.
- 31- علي السيد ابراهيم عجوة، (2000)، العلاقات العامة في المجال التطبيقي. التعليم المفتوح كلية الإعلام للنشر، القاهرة.
- 32- على برغوت، (2007)، العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية، ط01، معهد البحوث والدراسات العربية، مصر.
- 33- على عجوة، (1983)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- 34- غادة البطريق، (2017)، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، ط01، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، الجيزة، مصر.
- 35- فرح الكامل، (1985)، تأثير وسائل الاتصال، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 36- فهمي محمد العدوي، (2011)، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 37- قفير عمر تاج السر، وعماد الدين، (2013)، إعداد وانتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، ط1، دار البداية، عمان، الأردن.
- 38- مأمون سليمان الدراكة، (2008)، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن.
- 39- ماهر عودة الشميلة، وآخرون، (2015)، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط01. دار الإعصار للنشر والتوزيع، الاردن.
- 40- محمد بن مكرم ابن منظور، (2007)، لسان العرب، ج03، دار صادر، بيروت.

- 41- محمد بهجت كشك، (1996)، مبادئ الاحصاء واستخداماتها في مجالات الخدمة الاجتماعية، دار الطباعة الحرة، الاسكندرية، مصر.
- 42- محمد طه محمد غالب، (2022)، استراتيجية العلاقات العامة وتكنولوجيا المعلومات، ط01، دار عزة للنشر، الخرطوم.
- 43- محمد عماد الدين إسماعيل، وآخرون، (1983)، التنشئة الاجتماعية للطفل في الأسرة العربية، ط03، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 44- محمد محفوظ الزهري، (2004)، العلاقات العامة (المشكلات والحلول)، ط01، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر، القاهرة.
- 45- محمد منير حجاب، (2004)، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 46- محمود السيد أبو النيل، (1985)، علم النفس الاجتماعي، ج1، دراسات عربية وعالمية، القاهرة.
- 47- محمود شمال حسن، (2001)، سيكولوجية الفرد في المجتمع، ط1، دار الأفق العربية، القاهرة.
- 48- مصطفى عليان ربحي، وعثمان محمد غنيم، (2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.
- 49- منال هلال، (2011)، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- 50- منير حجاب، (2003)، الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 51- الموسوعة العربية الالكترونية، (2004)، الموسوعة العربية العالمية (النسخة الإلكترونية)، أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، المملكة السعودية.
- 52- موفق الحمداني، (2005)، مناهج البحث العلمي، دار أسامة للنشر، مصر.
- 53- هادي ربيع مشعان، (2008)، علم النفس الإداري، مكتبة المجتمع العربي، عمان - الأردن.
- 54- هاشم أحمد نعميش، (2010)، الاعلام في الجامعات الاسلامية، دار النفائس للنشر، عمان.

ثانيا: أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير:

أ- أطروحات الدكتوراه:

1- أسماء بوكروش، هاجر عشاش، وصفوة جاهل، (2022)، إسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر- فرع قالمة، (أطروحة دكتوراه)، كلية علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قالمة: جامعة 8 ماي 1945.

2- أمال أعمر، ونجويمنية قويدري، (2020)، دور التكوين في تحقيق فاعلية أداء العاملين، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر -الجلفة-، (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، تخصص علم الاجتماع تنظيم وعمل، جامعة زيان عاشور: الجلفة، الجزائر.

3- رضوان بن عيسى، يونس معمري، وبنى رحموني، (2020)، واقع عملية الرقمنة في الجامعة الجزائرية (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي: أم البواقي، الجزائر.

4- رميساء باريش، حنان هرنون، ونبيح ملاك قلاب، (2022)، ممارسة المؤسسات الجزائرية العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية لمؤسسة موبيليس عبر صفحتها الرسمية الفايسبوك، (أطروحة دكتوراه)، كلية الاعلام والاتصال والسمعي البصري، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسنطينة، الجزائر: جامعة صالح بوينيدر.

5- وسيلة قادم، (2022). العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات، (أطروحة دكتوراه). كلية علوم الاعلام والاتصال، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

ب- رسائل الماجستير:

1- أيمن فتحي فضل الخالدي، (2006)، قياس مستوى جودة الخدمات المصاريف الاسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء، (رسالة ماجستير)، كلية التجارة، فلسطين (قطاع غزة): الجامعة الاسلامية.

2- رزيقة لقصير، (2007)، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة: قسنطينة، الجزائر.

- 3- الزهرة باعمر، (2006)، اتجاهات المرأة نحو القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات الديمغرافية دراسة ميدانية بمدينة ورقلة، (رسالة ماجستير). كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.
 - 4- مراد رايس، (2006)، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، دراسة حالة مديرية الصيانة لسونطراك بالأغواط، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، الجزائر: جامعة الجزائر.
 - 5- نبيلة بن يوسف، (2019)، ضغوط العمل وعلاقتها بالأداء الوظيفي، دراسة ميدانية بالبلدية بوقيرات ولاية مستغانم (رسالة ماجستير)، علم الاجتماع وتنظيم، مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس.
 - 6- ياسين مسيلي، (2009)، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسنطينة: جامعة قسنطينة.
- ثالثا: المجالات العلمية والتعليمات:
- أ- المجالات العلمية:
- 1- إبراهيم بلحيمر، (2016)، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 04، العدد 01.
 - 2- أحمد جبار، (2021)، العلاقات العامة بين الاتجاهات والمنطلقات الفلسفية ومركزاتها الأخلاقية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 08، العدد 02.
 - 3- الوليد رفاص، (2019)، العلاقات العامة الإلكترونية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 12.
 - 4- بورجي العباس، ومباركي بوحفص، (2017)، اتجاهات العمال نحو استعمال معدات الوقاية والسلامة الفردية دراسة ميدانية بمؤسسة الصناعات الميكانيكية ولواحقها الواقعة بوادي رهيو، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 06، العدد 03.
 - 5- جميلة قادم، (2022)، العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 06، العدد 01.
 - 6- حاتم علي حيدر الصالحي، (2021)، العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية لمفهوم وعوامل الظهور والتحديات، مجلة الحكمة للدراسات العلمية والاتصالية، المجلد 09، العدد 02.

- 7- حفيظة جلوي، وعبد القادر بغداددي، (2024)، اليوتيوب وصناعة المحتوى رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 12، العدد 02.
- 8- خيرت معوض عياد، (2019)، الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 16، العدد 02.
- 9- رائد عبد الكاظم الوائلي، وناهض فاضل زيدان خليفة الجواري، (2023)، العلاقات العامة الرقمية في بناء التواصل التفاعلي دراسة تحليلية لمهارات إدارة العلاقات العامة الرقمية لوزارة الخارجية الامريكية لمنصة الفيس بوك، مجلة لارك كلية الآداب جامعة واسط، المجلد 15، العدد 04.
- 10- سامية جفال، وسليمة بوزيد، (2008)، العلاقات العامة في المؤسسة بين المفهوم والوظيفة، مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 03.
- 11- سليمان بورحلة، (2024)، تحليل الاتجاهات... كآلية للتأثير في جمهور المؤسسة من منظور العلاقات العامة، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 01.
- 12- سهام موفق، (2016)، دراسة تحليلية لاتجاهات الموظفين حول مساهمة ممارسات القيادة الاستراتيجية في تحسين فاعلية فرق العمل -حالة موظفي المؤسسة الاستشفائية بشير بن ناصر- بسكرة-، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد 06.
- 13- عزام علي عنانزه، ونسرین محمد عيد الطاهات، (2016)، اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها (دراسة ميدانية)، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 13، العدد 02.
- 14- عيسى صواش، وخالد دحية، (2021)، دراسة تحليلية لاتجاهات موظفي الإدارات العمومية نحو التغيير التنظيمي -دراسة ميدانية بمديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 04.
- 15- فاطمة الزهراء ينون، وكمال راشدي، (2023)، العلاقات العامة الرقمية في المنظمة وتحدياتها -مقاربة نظرية -، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد 10، العدد 01.
- 16- فاطمة مانع، (2014)، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الاقتصاد الجديد.

- 17- فطيمة قبيبي بن دنيا، (2022)، دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد29.
 - 18- مارغريدام باروسو، (2018)، جودة البحث في العمل: مراجعة منهجية، المجلة البرتغالية للعلوم الاجتماعية، المجلد 17، العدد 01.
 - 19- محمد جبالة، الأسس المنهجية لاختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، مجلة الإحياء، المجلد20، العدد24.
 - 20- محمد غربي، و ابراهيم قلواز، (2019)، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد01، العدد 03.
 - 21- نادية يوب مصطفى الزقاي، (2017)، صدق التحكيم: مقارنة تقييمية، المجلد 02، العدد09.
- ب- التعليمات:

- 1- تعليمية رقم 1007 إلى 1014. (26.01.2022).
- 2- تعليمية رقم 05. (25.02.2024). تتضمن تأسيس دليل المسير لوزارة المالية لفائدة هيئة التأطير.

رابعاً: المراجع باللغة الأجنبية

- 1- Abadi, R. R., Nursaysami, I., & Syamusuddin, A. R. (2020). Effece of Qualitu of work-life and employee Engagement towards job satisfaction and employee Peformances at PT.idofood CBP Sukses Makmur,Tbk.Makassar Branch. Global Scientific journals, 8(8).
- 2- Alotoum, F., & El hawi, R. (2023). The role of degital public relation in improving the quality of airlines organization services. journal of engineering, management and information technology, vol 01(no 03).
- 3- Aronson, M., Spetner, D., & Ames, C. (2007). The public Relations Writer's Handbook: the Digital Age . jossey-Bass.
- 4- Chen, Z. (2015). Measuring Police Subcultural Perceptions: A study of Frontline Police Officers in china. (doctorat thesis, charles strut university). charles sturt university.
- 5- Crosby, P. (1979). quality is free :the art of making quality certain mcgraw - hill education.
- 6- Dahlm, S., Nesheim, t., & Olsen, k. (s.d.). Quality of work- concept and measurement. SSOAR.
- 7- Deborah, h. (1994). the team bilding tool kit.
- 8- El Hawi, R., & Alotoum, F. (2023). the role of digital public relations in improving the quality of airlines organizations services. journal of engineering, management and information technology, vol 01(n° 03), pp. 141-148.
- 9- Fazal, M. W., & Aslam, M. J. (2023). Shaping Public Perception: The Evolution of Government Public Relations in The Digital Age. Society, Law And Policy Review, 2(1).
- 10- Franco, M., & Trombetta, M. (2007). quality of work and job satisfaction.
- 11- Henri, p. (1960). Traité de psychologie appliquée, tome 01. paris:

- 12- PUF.Herbert, E. (2005). *Digital public relations: Anew strategy in corporate management*. Nsukka journal of humanities(no 15).
- 13- Hermon Ogbamichael .(2021) .*Examining the impact of digital media on PR practitioners capacity to network and build stakeholder relationships the covid-19 pandemic .the requirements for the degree master of public relations and communication management .cape Peninsula university of technology*.
- 14- khatoon, s., & Farooq, A. (2014). *Employee's Attitude toward Change and Organizational Performance*. *International journal for research in emerging science and technology*, 2(5).
- 15- Leitao, j., Pereira, D., & Goncalves, A. (2021). *Quality of Work Life and Contribution to Productivity: Assessing the Moderator Effects of Brnount Syndrome*. *International journal of Environmental research and public Health*.
- 16- Margarida , B. (2018). *quality of wirk research: A methodological review*. *portuguese journal of social science*, vol 17(n° 01).
- 17- Mira, M. C. (2021). *New Model for Measuring Job Quality: Developing an European Intrinsic Job Quality Index (EIJQI)*. *Social indicators research*.
- 18- Nayak, S., Dubey, s., & Lenka, s. (2022). *Quality of work life of teachers in higher educational institutions: Challenges & wellness-A comparative study- pre & post pandemic in the twin cities of odisha*. *International Journal of Humanities, Science and Management*, vol 03(N°01).
- 19- Shavian, s., & Charlotte, r. (2017). *quality counts : understanding the relationship between quality of work and quality of life for social workers*. *british journal of social work*, 47(02), pp. 303-320.
- 20- Sutanto, E., & Subijanto, M. (2024). *employees work quality: the role of work comfort and completeness of company facilities*. *journal homepage: journal telkomuniversity*, vol 24(n° 01), pp. 31-44.
- 21- Uygun, S., & Dongul, E. (s.d.). *Digital public relations practices*. *Academy of strategic management journal*, vol 21.

الملاحق

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01:



جامعة محمد خيضر بسكرة - شتمة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة المقابلة حول:



اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة الرقمية في

رفع جودة العمل

دراسة مسحية على عينة من موظفي مديرية ومفتشيات أملاك الدولة -

بسكرة -

رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

تحت إشراف:

د- مسعودة طلحة

من إعداد الطالبة:

خراشي ريمة

السنة الجامعية: 2025/2024

قائمة الملاحق

المحور الأول: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين

1. ما هي الأدوات الرقمية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم لتعزيز كفاءة العمل؟
2. كيف تساهم هذه الأدوات في تحسين التواصل الداخلي بين الموظفين؟
3. هل لاحظتم تأثيرًا إيجابيًا لاستخدام الوسائل الرقمية على جودة الأداء الوظيفي؟ يرجى تقديم أمثلة محددة.
4. ما التحديات التي واجهتموها عند تطبيق هذه الأدوات الرقمية، وكيف تم التعامل معها؟

المحور الثاني: أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

1. ما الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها داخل المؤسسة؟
2. كيف تتماشى هذه الأهداف مع الاستراتيجية العامة للمؤسسة؟
3. ما مدى تحقيق هذه الأهداف منذ تبني الوسائل الرقمية في العلاقات العامة؟
4. هل هناك خطط مستقبلية لتطوير أهداف العلاقات العامة الرقمية بما يتناسب مع تطورات التكنولوجيا؟

المحور الثالث: انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

1. كيف أثر اعتماد العلاقات العامة الرقمية على رضا الموظفين عن بيئة العمل؟
2. هل ساهمت العلاقات العامة الرقمية في تقليل الأخطاء أو تحسين العمليات الإدارية؟ يرجى توضيح ذلك.
3. ما التغيرات التي لاحظتموها في تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومع الإدارة بعد تطبيق العلاقات العامة الرقمية؟
4. هل هناك مؤشرات ملموسة تدل على تحسن جودة العمل نتيجة لاعتماد العلاقات العامة الرقمية؟

قائمة الملاحق

الملحق رقم 02:



جامعة محمد خيضر بسكرة - شتمة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول:



اتجاهات الجمهور الداخلي نحو دور العلاقات العامة الرقمية في

رفع جودة العمل

دراسة مسحية على عينة من موظفي مديرية ومفتشيات أملاك الدولة -
بسكرة -

رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

إشراف:

د- مسعودة طلحة

من إعداد الطالبة:

➤ خراشي ريمة

ملاحظة:

➤ أخي الكريم أختي الكريمة أرجو أن تفضلوا بإجابتيكم على هذه الاستمارة علما بأن هذه الأخيرة

لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

➤ نرجو منكم الإجابة عن جميع الأسئلة بكل مصداقية بوضع كل علامة في مكانها المناسب.

السنة الجامعية: 2025/2024

قائمة الملاحق

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

أقل من 30 سنة ☐ من 30 إلى 40 سنة ☐
من 40 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3- المؤهل العلمي:

ثانوي ☐ ليسانس ☐
ماستر ☐ دكتوراه ☐

4- الخبرة المهنية:

أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐
من 10 إلى 15 سنة ☐ أكثر من 15 سنة ☐

5- المنصب الوظيفي

قائمة الملاحق

المحور الأول: دور وسائل العلاقات العامة الرقمية في كفاءة وإتقان وجودة العمل من وجهة نظر الموظفين

ت	الفقرة	الخيارات				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تساعد الشبكة الداخلية (الإنترنت) في تحسين دقة المعلومات المتداولة بين الموظفين.					
2	تسهل البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في رفع كفاءة الإجراءات الإدارية من خلال تجميع كافة الخدمات في مكان واحد.					
3	يساعد استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك في تسريع وتيرة إنجاز المهام وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات.					
4	تعزز النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك من شفافية القرارات الإدارية داخل المديرية.					
5	تسهل المنصة المركزية فضاء الجرائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات الداخلية عملية التنسيق بين مختلف الإدارات والمصالح.					
6	تساهم مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية في تحسين الكفاءة المهنية للموظفين من خلال توفير المعلومة في الوقت المناسب.					
7	تساعد التنبيهات والإشعارات الرسمية عبر استخدام التطبيقات الإلكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك على تعزيز الالتزام بالقوانين والتشريعات.					
8	تسهل الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين عبر البريد الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي.					

قائمة الملاحق

المحور الثاني: أهداف العلاقات العامة الرقمية في مديرية و مفتشيات أملاك الدولة من أجل رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

ت	الفقرة	الخيارات				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تطوير نظام رقابة داخلية فعال من خلال تعزيز التواصل الداخلي.					
2	من أهداف تعزيز الهوية المؤسسية الرقمية تحسين مؤشرات قياس الأداء في المديرية و مفتشياتها.					
3	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى رفع مستوى الكفاءة المهنية للموظفين من خلال نشر المعرفة والخبرات داخل المؤسسة.					
4	تهدف استراتيجيات التواصل الرقمي إلى خلق بيئة عمل إيجابية تعتمد على الشفافية والوضوح.					
5	تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى تحسين إدارة المخاطر من خلال دعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات.					
6	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى تسريع دورة العمل وتقليل الإجراءات البيروقراطية لتلبية احتياجات المواطنين بشكل أسرع.					
7	من أهداف العلاقات العامة الرقمية دعم التحول الرقمي وتسهيل تبني التقنيات الجديدة داخل المؤسسة للتطوير المستمر.					
8	تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى توفير آليات للتغذية الراجعة واقتراحات التحسين لتعزيز المشاركة والانتماء المؤسسي.					

قائمة الملاحق

المحور الثالث: انعكاسات اعتماد العلاقات العامة الرقمية في المديرية و مفتشيات أملاك الدولة على رفع جودة العمل من وجهة نظر الموظفين

ت	الفقرة	الخيارات				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	أدى استخدام الشبكة الداخلية (الإنترنت) إلى تحسين دقة المعلومات المتداولة في المديرية و مفتشياتها .					
2	ساهمت البوابة الإلكترونية الداخلية (FTP) في تسريع عمليات الحصر والتسجيل والمتابعة للأملاك العامة.					
3	انعكس استخدام استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفايسبوك إيجابا على مستوى التنسيق بين مختلف أقسام ومصالح المديرية.					
4	حسنت النشرات الإخبارية الدورية من مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين.					
5	ساهم مستودع الوثائق والسياسات الإلكتروني في تطوير نظام فعال للتطوير المستمر للموظفين.					
6	عززت الرسائل الموجهة من القيادة عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفايسبوك من قدرة المديرية و مفتشياتها على تطبيق معايير الجودة في العمل.					
7	انعكس استخدام التنبيهات والإشعارات الرسمية إيجاباً على مستوى الشفافية في اتخاذ القرارات.					
8	ساهمت المنصة المركزية فضاء الجزائر لمديرية ومفتشيات أملاك الدولة في نشر الأخبار والإعلانات في تعزيز ثقافة الجودة والإتقان بين الموظفين.					

قائمة الملاحق

المحور الرابع: تحديات تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مديرية ومفتشيات أملاك الدولة

ت	الفقرة	الخيارات				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	يعيق نقص المهارات التقنية لدى بعض الموظفين الاستفادة الكاملة من الشبكة الداخلية الأنترنت (البروننتو).					
2	تشكل محدودية الميزانية المخصصة للبنية التحتية الرقمية تحدياً أمام تطوير أنظمة استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.					
3	تواجه المديرية و مفتشياتها صعوبات في تحديث مستودعات الوثائق والسياسات الإلكترونية بشكل مستمر.					
4	يؤثر ضعف البنية التحتية التكنولوجية سلباً على أداء البوابة الإلكترونية الداخلية.					
5	تشكل مقاومة التغيير من قبل بعض الموظفين عائقاً أمام تبني آليات النشرات الإخبارية الدورية عبر استخدام التطبيقات الالكترونية مثل FTP والبريد الإلكتروني والفيسبوك.					
6	تواجه المديرية و مفتشياتها تحديات تتعلق بأمن المعلومات والخصوصية عند استخدام الشبكة الداخلية لتخزين الوثائق الحساسة.					
7	يؤثر ضعف التخطيط الاستراتيجي للتواصل الداخلي على جودة الرسائل الموجهة من القيادة للموظفين.					
8	تشكل صعوبة قياس فعالية التنبيهات والإشعارات الرسمية تحدياً لضمان جودة التواصل الداخلي.					

قائمة الملاحق

أسئلة مفتوحة:

1- ما هي مقترحاتك لتطوير وسائل العلاقات العامة الرقمية (الشبكة الداخلية والبريد الإلكتروني المؤسسي) لرفع جودة العمل في المديرية؟

.....
.....

2- كيف يمكن تحقيق أهداف العلاقات العامة الرقمية في المديرية و مفتشياتها بشكل أكثر فعالية لتحسين متغيرات الجودة؟

.....
.....

قائمة الملاحق

الملحق رقم 03: كيفية التحكم في أجهزة الرقمنة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DES FINANCES
DIRECTION GENERALE
DU DOMAINE NATIONAL
وزارة المالية
المديرية العامة
للأموال الوطنية
رقم 09812 و م/م ع أ و
الجزائر في 14 أكتوبر 2019

السيدات والسادة /
مديري الحفظ العقاري لكل الولايات
بالتبليغ إلى السيدات والسادة /
المفتشين الجهويين لأموال الدولة والحفظ العقاري (لكل النواحي)
مديري أملاك الدولة (لكل الولايات)

الموضوع: تنظيم تكوين حول التحكم في أجهزة الرقمنة و تنفيذ المرحلة الثالثة لبرنامج عصرنة أنشطة الحفظ العقاري الخاصة برقمنة أرشيف و وثائق المحافظات العقارية.
المرجع: مذكرتي رقم 5527 المؤرخة في 28 ماي 2019 .

بموجب مذكرتي المينة في المرجع الأول أعلمتكم بتخصيص أجهزة الرقمنة لفائدة المصالح التابعة لكم مع تحديد الحصص الخاصة بكل مديرية ولاتية للحفظ العقاري و للمحافظات العقارية التابعة لها، وأبلغتكم عن تنظيم تكوين للتحكم في الأجهزة الجديدة و كيفية رقمنة أرشيف المحافظات العقارية.

في هذا الصدد، يشرفني أن أخبركم أنه تقرر تنظيم التكوين المذكور أنفا لفائدة موظفي سلك الإعلام الآلي حسب القائمة التي أرسلت إلى الإدارة المركزية، و ذلك إعتبارا من يوم السبت الموافق لـ 19 أكتوبر 2019 إبتداء من الساعة التاسعة صباحا (09:00) على مستوى فندق عزبة المزارعين (le mats des planteurs) الكائن بطريق أولاد فايت بلدية سطالوالي المكان المسمى "البلوطة" ولاية الجزائر، هاتف رقم 05.55.00.85.66/05.55.03.05.35/023.20.91.18 .

و قد حددت مدة هذا التكوين بيومين (02) يخصص اليوم الأول لشرح كيفية استخدام والتحكم في أجهزة الرقمنة الجديدة المسلمة مؤخرا لمصالح الحفظ العقاري سيؤطره مكون من المؤسسة الموردة و يخصص اليوم الثاني لشرح طريقة و منهجية رقمنة وفهرسة أرشيف المحافظات العقارية يشرف عليه إدارات الخلية المركزية للعصرنة التابعين للإدارة المركزية .

يجدر التوضيح أنه تم توزيع الموظفين المعنيين بهذا التكوين على ستة (06) أفواج يضم كل فوج موظفي مجموعة من الولايات و ينظم حسب الرزنامة والتواريخ المبينة فيما يلي:

قائمة الملاحق

وتفاديا لتسريب المعلومات يجب تعيين المسؤول عن تسيير هذه الحسابات و استقبال المعلومات لاسيما منها التي تتعلق بمرور الدخول إلى الخادم FTP على مستوى المديرية المنتمي إليها.

و عليه يجب الحرص على استغلال الحسابات البريدية الإلكترونية الموضوعة تحت تصرفكم و التقيد بالتعليمات الصارم لتعليمات الإدارة المركزية فيما يخص أمن المعلومات تطبيقا للإجراءات المنصوص عليها في المراجعة الوطنية لأمن المعلومات لاسيما المنع النيات للاتصال بشبكة الانترنت عبر الأجهزة التي تحتوي على معطيات حساسة، واقناء وتثبيت تطبيقات مضادة للفيروسات (Solution antivirus) والتغيير الدوري والمنظم لكلمة المرور الخاصة بالتوثيق وتعيين مختلف الأنظمة والتطبيقات.

أولي اهتماما بالغا لتطبيق محتوى هذه التعليمات.



الملحق رقم 05: تطبيق البرونتو

Fichier Edition Affichage Transferts Saisies Fichier
 Hôte: Identifiant: Mot de passe: Port: (Connexion rapide)

Statut: Connexion TLS établie
 Statut: Connexion
 Statut: Récupération du contenu du dossier
 Statut: Calcul du décalage horaire du serveur
 Statut: Timezone offset of server is 3600 seconds
 Statut: Contenu du dossier " / " affiché avec succès

Site local :	Site distant :
(D) : documents / (F) : documents arrivés (D) : documents arrivés (D) : documents arrivés (D) : documents arrivés (D) : Documents and Settings (D) : Dossier VPN (D) : DumpsV2 (D) : ELAKAR (D) : F : texte CONSERVATION o-digital (D) : F : texte domaines	/ / 00575 URGENT 01720 02151 01592 00963 03116 115947

Nom de fichier	Taille de fi...	Type de fichier	Dernière modification	Nom de fichier	Taille d...	Type de fichier	Dernière modification
serverlog	1,506,740	Document texte	28/04/2025 11:07:01	18540 حوسنة نقديا الحساء .pdf	704,512	Adobe Acrobat Docum...	16/03/2025 08:23:00
NOTE 1594.pdf	1,482,231	Adobe Acrobat...	28/04/2025 11:35:12	2101/024 Video نموذج محجورات .mp4	2,415,654	VLC media file (.mp4)	26/03/2024 12:10:00
شيوو الحساء .docx	26,306	Feuille Micros...	28/04/2025 11:35:10	نقديا حوسنة نقديا الحساء .docx		Dossier de fichiers	20/04/2025 15:58:00
شيوو الحساء .docx	1,412,575	Archive WinRAR...	28/04/2025 11:35:08	TECHDOMV-2		Dossier de fichiers	27/03/2025 12:41:00
شيوو الحساء .docx	30,159	Document Mic...	28/04/2025 11:35:01	نقديا حوسنة نقديا الحساء .docx		Dossier de fichiers	23/10/2024 15:11:00
شيوو الحساء .docx	46,267	Document Mic...	28/04/2025 11:34:58	domains biskra		Dossier de fichiers	23/10/2024 15:11:00
شيوو الحساء .docx	270,546,815	Archive WinRAR...	28/04/2025 11:34:47	115947		Dossier de fichiers	23/10/2024 15:11:00
شيوو الحساء .docx	928,353	Presentation	25/03/2025 10:51:34	شيوو الحساء .docx		Dossier de fichiers	09/10/2024 08:58:00
TECHDOMV-1-0502025.rar	12,206,980	Archive WinRAR...	31/12/2024 14:29:40	13092		Dossier de fichiers	12/09/2024 15:40:00
شيوو الحساء .docx	2,415,654	VLC media file	27/05/2024 16:41:57	DRDM biskra tech-dom quittances		Dossier de fichiers	10/09/2024 11:20:00
شيوو الحساء .docx	2,128,281	Adobe Acrobat...	11/10/2024 08:26:28	Du1		Dossier de fichiers	03/09/2024 15:32:00
شيوو الحساء .docx	4,637,023	Adobe Acrobat...	17/06/2024 15:44:47	Emotet		Dossier de fichiers	05/04/2024 07:32:00
شيوو الحساء .docx	2,065,472	Application	10/09/2024 14:40:18				

6 Fichiers et 11 dossiers. Taille totale : 729,851,960 octets

Service / Fichier local	Direction	Fichier distant	Taille	Port	Statut

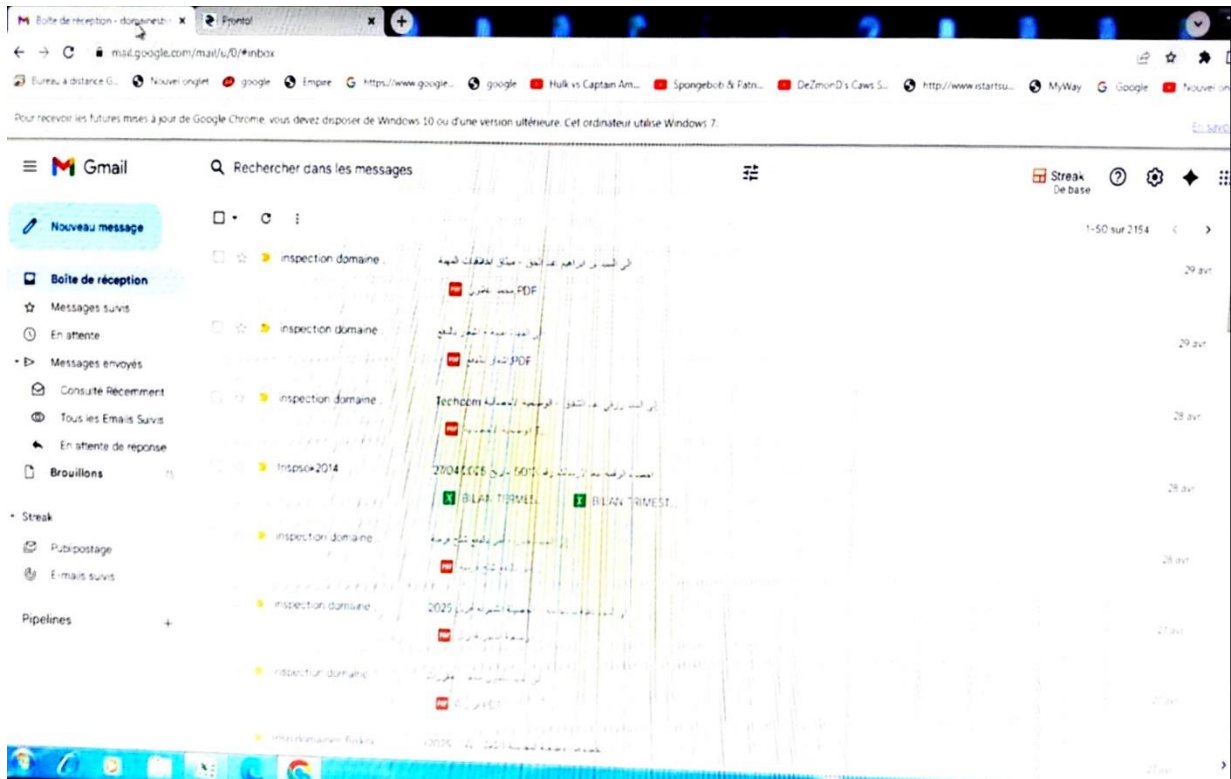
Fichiers en file d'attente : Transferts échoués : Transferts réussis :

08/34 28/04/2025

قائمة الملاحق

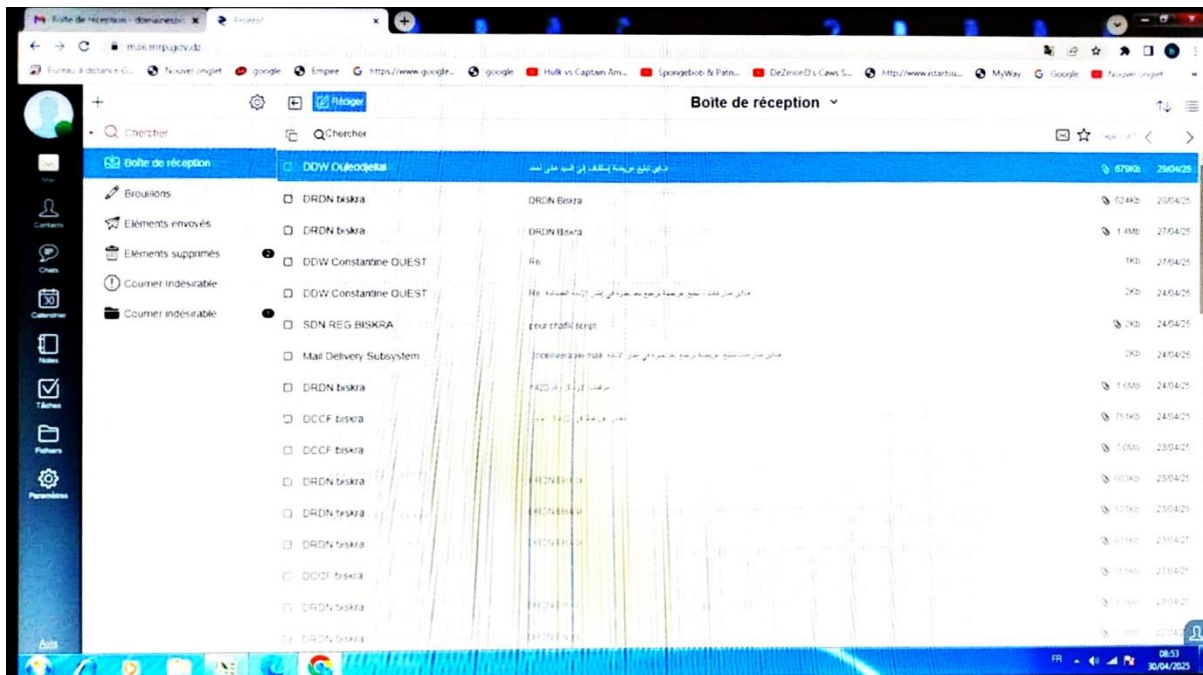
الملحق رقم 06: موقع البريد الالكتروني الرسمي

Domaine biskra@gmail.com



الملحق رقم 07: تطبيق FTP

DdwLbiskra@dgdm.gov.dz



قائمة الملاحق

الملحق رقم: 08

قائمة أسماء المحكمين والأساتذة

الرقم	الاسم واللقب	الوظيفة	تخصص	الجامعة
01	نهلة حفيظي	أستاذ محاضر أ	تخصص علوم الاعلام والاتصال - تكنولوجيا الاتصال الحديثة -	بسكرة قطب شتمة
02	علمي نجاة	أستاذ محاضر أ	علوم الاعلام والاتصال- تخصص علاقات عامة	بسكرة قطب شتمة
03	رحماني امال	أستاذ محاضر ب	علوم الاعلام والاتصال- تخصص علاقات عامة	بسكرة قطب شتمة
04	ميرة داسي	ماجستير	علوم الاعلام والاتصال- تخصص علاقات عامة	بسكرة قطب شتمة

قائمة الملاحق

الملحق رقم 09: تعليمة من أجل تحسين جودة العمل



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة المالية

الوزير

تعليمة رقم 09/2024 المؤرخة 2024/04/09

تتضمن تأسيس دليل المسير لوزارة المالية لفائدة هيئة التأطير

إن إرساء القانون العضوي المتعلق بقوانين المالية في سنة 2023 ، والذي يحمل في جوهره التسيير القائم على النتائج، وكذا تفعيل عقود الأهداف والأداء في مطلع سنة 2024، والتي تم إضفاء الطابع الرسمي عليها من خلال رسائل المهام، تعد مسرورة حتمية موجهة نحو التسيير السليم، الشفاف والفعال للمال العام.

لهذا، يستلزم نشر وتعميم هذا الإجراء على كافة أنحاء الإدارة، بدعم من قِبَل هيئة تأطير الوزارة، كل حسب مستوى مسؤوليته.

تمتلك وزارة المالية إطاراً مؤهلاً ممن يشغلون مناصب و وظائف عليا للدولة، يُقدر عددهم بحوالي اثني عشر ألف 12000 إطار، يحوزون على كفاءات تقنية مُؤكدة.

بالرغم من كون الكفاءات التقنية ضرورية للغاية إلا أنها غير كافية، إن لم يتم تعزيزها بقدرات تسييرية في مستوى متطلبات الإدارة الحديثة.

لقد كان تعزيز القدرة التسييرية لعنصر التأطير بالوزارة موضوع اهتمام خاص ودائم، تجسد من خلال برامج تكوين واسعة النطاق استفاد منها عدد كبير من الموظفين من جميع الهياكل وعلى مختلف المستويات. إذ كان وسيظل الانشغال الأول للوزارة هو التحضير المستمر لخلف مؤهل.

وانطلاقاً من أن مجهودات التكوين في هذا الجانب تستهدف أساساً الفرد، فإنه قد أن الأوان لجمع وتوثيق مجموع هذه المكتسبات ضمن دليل مرجعي وحيد، يُمثل دليل المُسير بوزارة المالية.

