

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ م = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ م = ٢,٠١
دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الرابع والثلاثون/ الجزء الأول - يوليو/ سبتمبر ٢٠٢١ م

بحوث باللغة العربية:

- اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة اليرموك)
مرام محمد ناجي عوض مناجرة (جامعة الملك محمد الأول بالمغرب) ... ص ١١
- الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا: دراسة تحليلية من المستوى الثاني
أ.م.د. سماح محمد محمدي (جامعة القاهرة) ... ص ٣٩
- توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إثراني
أ.م.د. رشا محمد أحمد مرسي (جامعة أم القرى)
روان سراج عمر بخش (جامعة أم القرى) ... ص ١٠٣
- دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا: دراسة ميدانية
أ.م.د. منى طه محمد طه (جامعة المنصورة) ... ص ١٤١
- فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة
د. نها أنور سليمان (جامعة المنوفية) ... ص ٢١٥
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري
د. السيد محمد أبو شعيشع (جامعة القاهرة) ... ص ٣٠٣
- استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا
د. مها مدحت محمد كمال (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٣٥٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢١ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي "الأولى Q1".

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي العدد الرابع والثلاثين من المجلة بجزأيه الأول والثاني نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بالعدد "الرابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعتي اليرموك بالأردن ومحمد الأول بالمغرب، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا"، وهو مقدم من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، مرام محمد ناجي عوض مناجرة من الأردن.

ومن جامعة القاهرة، قدّمت: أ.م.د. **سماح محمد محمدي**، من مصر، دراسة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمتا: أ.م.د. **رشا محمد مرسي** من مصر، **روان سراج عمر بخش** من السعودية دراسة مشتركة تحت عنوان: "توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إنثرائي".

أما د. **منى طه محمد طه** من جامعة المنصورة، من مصر، قدّمت: دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا".

ومن جامعة المنوفية، قدّمت د. **نها أنور سليمان**، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة".

أما د. **السيد محمد أبوشعيش** من جامعة القاهرة، من مصر، قدّم بحثاً بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري".

بينما قدّمت د. **مها مدحت محمد كمال**، من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا".

وفي الجزء الثاني من العدد (الرابع والثلاثين) نجد بحثاً بعنوان: "دور الحملات الترويجية للمشروعات القومية في تعزيز سمعة مصر الداخلية" قدّمته د. **مايسة حمدي زكي شلبي**، من جامعة المنصورة، من مصر.

ومن جامعة الدار، قدّمت د. **منة محمد معوض**، من مصر، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، بعنوان: "واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا".

بينما قدّمت د. **نهى عادل هريدي**، من جامعة المنوفية، من مصر، بحثاً بعنوان: "تأثيرات حملات فيروس كورونا التلفزيونية على تبني المصريين السلوكيات الصحية".

ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت د. **إيناس منصور شرف**، من مصر، بحثاً بعنوان: "متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم".

وفي إطار بحوث كورونا قدّمت د. **حنان موسى عبد العال**، من جامعة أسيوط، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا".

وأخيراً من جامعة بورسعيد قدّمت د. **دينا محمد عساف**، من مصر، دراسة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات
موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي:
دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إثنائي**

إعداد

أ.م.د. رشا محمد أحمد مرسي (*)

روان سراج عمر بخش (**)

(*) أستاذ مشارك بقسم الإعلام في كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
(**) حاصلة على درجة الماجستير في الإعلام من كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.

توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إثنائي

أ.م.د. رشا محمد أحمد مرسي
rmmorsey@uqu.edu.sa
جامعة أم القرى
روان سراج عمر بخش
rwan-bakhsh@outlook.com
جامعة أم القرى

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى أهمية توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها التي تقوم به على تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة، ومن ثم رصد اتجاهاتهم وميولهم نحو تلك الدورات، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي باستخدام أسلوب المسح الشامل للوصول إلى إجابات عن تساؤلات الدراسة وفروضها وذلك بالتطبيق على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى بمكة المكرمة والذي بلغ عددهم (٢٣) موظفًا وموظفة، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها أن تقنية الموشن جرافيك تؤثر بدرجة كبيرة على استجابة غالبية أفراد عينة الدراسة في عرض محتوى المادة التدريبية بمنصة إثنائي وجاء ذلك بنسبة (٦٥٪)، كما تبين ارتفاع نسبة الرضا لدى عينة الدراسة عن المحتوى التدريبي المقدم بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي بنسبة (٦٥٪)، وكما أشارت الدراسة أن غالبية المبحوثين استفادوا بدرجة كبيرة من الدورات المقدمة بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي وذلك يعكس مدى فهمهم وإدراكهم لفائدة استخدام تلك التقنية في عرض المادة التدريبية، وأوصت الدراسة بإجراء المزيد من الأبحاث العربية التي تبين أهمية وفائدة استخدام تقنية الموشن جرافيك في مجال التدريب وغيره من المجالات، واهتمام المؤسسات التدريبية بتقديم بعض دوراتهم باستخدام تقنية الموشن جرافيك لأهميتها في تبسيط فهم المعلومات بشكل كبير.

الكلمات المفتاحية: الموشن جرافيك-العلاقات العامة- المنصات الإلكترونية-التدريب.

مقدمة:

يشهد عالمنا اليوم تطورًا كبيرًا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأصبح أماننا كم هائل من المعلومات والبيانات وتلك المؤشرات تشير إلى وجوب الاعتماد على وسائل جديدة لاستيعاب هذه المعلومات والاستفادة منها، وهذا التطور الكبير ترك أثرًا فعالاً وواضحًا على كل النشاطات الإدارية ومنها مهنة العلاقات العامة؛ حيث أصبح من الضروري التأكيد على الأهمية التي تلعبها التكنولوجيات الحديثة في هذه المهنة ورصد الإنترنت الكثير من التغيرات خاصة فيما يتعلق بممارسة مهنة العلاقات العامة،

ويقتضي العمل في أقسام العلاقات العامة امتلاك موظفيها المهارات اللازمة لهذه المهنة، وبسبب التطور التكنولوجي الكبير ظهرت المنصات التدريبية الإلكترونية التي تساهم بشكل كبير في امتلاك الموظف لمهارات عديدة وتطويرها وبطرق ميسرة له، ولا يحتاج إلى الالتزام بوقت محدد لأنها تتميز بوجود التدريب غير المتزامن، وتعددت تلك المنصات باختلاف محتواها التدريبي أو طرق عرضها للبيانات والمعلومات ولأن عالمنا اليوم يعيش ثورة علمية شاملة فقد ظهرت تقنية حديثة تسمى الموشن جرافيك وهو أحد أنواع الإنفو جرافيك وهو عبارة عن مصطلحين في آن واحد حيث أن الجرافيك عبارة عن رسومات أو تصاميم معينة والموشن عبارة عن تحركات معينة ليتكون مصطلح الموشن جرافيك ويحتوي على تصميمات متنوعة لإضفاء شكل مرئي جديد مدعوماً بالمؤثرات الصوتية والتعليق الصوتي وخلفيات موسيقية لعرض المعلومات في قالب جذاب بعيداً عن الطرق التقليدية، وتعد تقنية الموشن جرافيك مهمة جداً لأنها تعمل على تغيير أسلوب التفكير تجاه المعلومات المعقدة، وتساهم هذه التقنية في تبسيط وفهم المعلومات، وتعتبر إحدى الوسائل المهمة والفعالة وأكثرها جاذبية لعرض المعلومات لأنها تدمج بين السهولة والسرعة والتسلية في عرض المعلومة وتوصيلها إلى المتلقي، حيث قامت تقنية الموشن جرافيك باستخدام تصاميم الفيديو المتحركة التي اعتمدت على الرسوم والرموز والصور والأشكال والتعبير والأصوات.

ومن هذا المنطلق بات من الضروري دراسة التأثير الذي من الممكن أن يحدثه الموشن جرافيك في تنمية مهارات الموظفين وخاصة موظفي العلاقات العامة بالقطاعات المختلفة.

مشكلة الدراسة:

بعد الاطلاع على عدد من المنصات التدريبية وجد أن معظمها لا يزال يستخدم طرقاً تقليدية وغير جذابة وأن منصة إثنائي من منصات التدريب الحديثة التي اعتمدت في عرض مادتها العلمية على تقنية الموشن جرافيك لإدراك المعلومات وفهمها بشكل أسرع، وتعد جامعة أم القرى من الجامعات التي بادرت باستخدام هذه المنصة ووظفتها في تدريب مسؤولي العلاقات بإداراتها المختلفة. وانطلاقاً من ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على أثر استخدام منصة إثنائي لتقنية الموشن جرافيك في تنمية مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى، من خلال الإجابة على تساؤل رئيسي مفاده: ما أهمية توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى؟.

أهمية الدراسة:

- تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات في المملكة العربية السعودية على حد علم الباحثين التي تناولت أهمية تقنية الموشن جرافيك في تبسيط المعلومات وبالتحديد استخدامها في منصة التدريب إثنائي.

- ندرة الدراسات العربية التي تناولت استخدام التكنولوجيا الحديثة في صقل مهارات موظفي العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية لاسيما في الجامعات الحكومية.
- ترجع أهمية هذه الدراسة في ربطها وتحليلها لمدى استفادة موظفي العلاقات العامة للتقنيات الحديثة (ممثلة في الموشن جرافيك) عن طريق منصة إثنائي وعلاقتها بتطوير مهاراتهم.

أهداف الدراسة:

- تتعلق الدراسة من الهدف الرئيسي في التعرف على مدى توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية، ودورها في تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة في القطاع الحكومي وينطلق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية وهي:
- التعرف على تقنية الموشن جرافيك.
 - التعرف على دور تقنية الموشن جرافيك في صقل مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة.
 - قياس معدل استخدام موظفي إدارة العلاقات العامة لمنصة إثنائي.
 - معرفة مدى استفادة موظفي إدارة العلاقات العامة من التدريب عبر منصة إثنائي.
 - الكشف عن مزايا استخدام تقنية الموشن جرافيك في منصة إثنائي من وجهة نظر موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى.
 - قياس أثر التدريب المقدم في منصة إثنائي على تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة من وجهة نظرهم.
 - معرفة أهم الموضوعات التدريبية المقدمة عبر هذه المنصة ويحتاجها موظفو إدارة العلاقات العامة.

الدراسات السابقة:

ستعرض الدراسات السابقة في المحورين التالية:

المحور الأول: دراسات تتناول مهارات موظفي العلاقات العامة.

المحور الثاني: دراسات متعلقة بتكنولوجيا الاتصال والتقنيات الحديثة والعلاقات العامة.

أولاً: الدراسات التي تناولت مهارات موظفي العلاقات العامة.

دراسة إينجين (Engin ,2020) بعنوان: فاعلية عملية الاتصال لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العامة.

اهتمت الدراسة بمعرفة الاستراتيجيات الفعالة لتحسين جودة اتصال العلاقات العامة في المؤسسات العامة التي تؤدي لتأثير فعال على مواقف ومعتقدات وسلوكيات الفئات المستهدفة من خلال استراتيجيات اتصال فعالة، وقد أظهرت أهم نتائج الدراسة أن مهارات الاتصال المبنية على الرؤى المستقبلية والتخطيط المنهج من قبل المؤسسات العامة له آثار إيجابية على الجمهور من خلال (الثقة، الالتزام، الرضا) والتركيز على الرضا بشكل أساسي، وتم العثور على علاقة ضعيفة بين عملية التواصل والسيطرة التبادلية وتشير هذه النتيجة الى أن ادارة العلاقات العامة ليست فعالة في عملية صنع القرار في المؤسسات العامة وبناء على ذلك تم اقتراح طرق لتحسين نتائج العلاقات بين المؤسسات العامة والفئات المستهدفة.

دراسة (عبد الهادي، ٢٠١٨م) بعنوان: المهارات الاتصالية عند ممارسي العلاقات العامة وأثرها في تفعيل الأنشطة الجامعية، العراق.

سعت الدراسة لمعرفة مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة بجامعة بغداد للمهارات الاتصالية في تسويق الرسائل الإعلامية ومعرفة أكثر تلك الوسائل استخداماً وأثرها في تفعيل الأنشطة الجامعية، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها أن امتلاك العاملين بقسم العلاقات العامة للمهارات الاتصالية يعزز من تفعيل الأنشطة الطلابية وخاصة عند تنوع تلك المهارات مثل إصدار الكتيبات والمطبوعات واستخدام المحادثات واللقاءات والتنظيم وإدارة المواقف، وتعتبر الصحف والتلفزيون من أبرز وسائل الاتصال مع الجمهور، كما بينت أن نسبة عالية من الباحثين العاملين بقسم الإعلام والعلاقات العامة لم يشتركوا في أي دورة تدريبية في مجال عملهم لتطوير مهاراتهم إذ شكلوا نسبة ٦٠ بالمئة من مجموع الباحثين، فيما جاءت فئة المشاركين في دورات تدريبية بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٠ بالمئة وهي دورات في الإعلام الجديد والسياسات العامة والدستور العراقي.

دراسة (عاطف، ٢٠١٥م) ورقة بحثية بعنوان: ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية، مصر.

هدفت الدراسة للتعرف على أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية على ممارسة العلاقات العامة بالجامعات الحكومية، والتعرف على طبيعة النماذج الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة وأنواع التواصل الرقمي بين الإدارات مع العملاء سواء على مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الإنترنت وأشكال التواصل مع الجماهير، وخرجت أهم نتائج الدراسة مؤكدة على أن هناك تعددًا في استخدام

تكنولوجيا الاتصالات لدى ممارسي العلاقات العامة، وأكدت على الأثر الإيجابي لتدريب العاملين على الورش والعمل عن بُعد عن طريق الإنترنت وانعكاسه على أدائهم الوظيفي.

دراسة (الزهري، ٢٠١٢م) بعنوان: تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة بالمصالح الحكومية، المملكة العربية السعودية.

سعت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد مراسلي الإعلام على رجل العلاقات العامة في الحصول على المعلومات، وفهم العلاقة بينهما، بالإضافة لمعرفة أهم المهارات الوظيفية الواجب توفرها في رجل العلاقات العامة ومعوقات البيئة الإدارية التي يواجهها، كما هدفت الدراسة لمعرفة أسلوب الاتصال الأكثر استخدامًا للعلاقات العامة في تواصلها مع الجمهور ومعايير كفاءة الأداء المهني. وخرجت الدراسة بعدة نتائج من أهمها ضرورة إمام رجل العلاقات العامة بكل تقنيات الاتصال الحديثة، واهتمام المؤسسات الحكومية برجل العلاقات العامة، وإتاحة فرص التدريب له ومنحه الصلاحيات الوظيفية، وأن مراسلي الإعلام يعتمدون على رجل العلاقات العامة وهناك استفادة واضحة من ذلك، كون العلاقة تعاونية بينهم رغم وجود بعض المعوقات المتمثلة في عدم تشجيع الإدارة واهتمامها وقصورها المهني في عمل رجل العلاقات العامة، كما أظهرت الدراسة الاهتمام والرؤيا المستقبلية للمملكة العربية السعودية للعلاقات العامة للطفرة الاقتصادية وتوسع أنشطة العلاقات العامة وزيادة عدد ممارسيها ومختصيها.

دراسة (العلاطي، ٢٠١١م) بعنوان: المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، الكويت.

توصلت الدراسة إلى التعرف على مستوى تأهيل وتدريب العاملين في العلاقات العامة للمهارات الاتصالية، ومعرفة مدى رضاهم وقياس خبراتهم وتقييم مستواهم في استخدام مهارات الاتصال في عملهم، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها إن أغلب أفراد العينة من الإناث وذوات مؤهلات جامعية متقدمة، ولكن أغلبهن ذوات تخصصات غير إعلامية، كما بينت الدراسة أن التدريب يؤثر بشكل إيجابي على ممارسي العلاقات العامة في التنوع من استخدام وسائل الاتصالات واستخدام التكنولوجيا الحديثة للتعامل مع الجمهور الخارجي، وأن إجراء البحوث ومتابعة الأخبار والاتصال المباشر من شأنه تحسين مستوى الأداء، كما إن القصور في التدريب والتخطيط ونقص الدورات يؤثر سلبًا على دور العلاقات العامة في أداء مهارات الاتصال المطلوبة.

دراسة لوفستروم (LOFSTROM , 2010) بعنوان: التدريب الفني والاتصال الإعلامي لممارسي العلاقات العامة.

تناولت الدراسة تدريب العاملين في المجال الصحي على إجراء مقابلات مع وسائل الإعلام ومساعدتهم في تحديد النقاط الرئيسية لمناقشتها وبيان طريقة تقديم المعلومات للمراسل، وخرجت الدراسة بعدة نتائج من أهمها: إن وسائل الاعلام التقليدية المتداولة لا تعطي النتيجة المرجوه دائماً كونه من المستحيل قياس تأثير الخبر على قارئ الصحف أو المجالات وكافة وسائل الاتصال الورقية، وإنه من

الضروري تدريب الموظفين على استخدام وسائل الاتصال الحديثة كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي لقياس مدى تفاعل الجمهور الخارجي والاطلاع على الردود ومناقشتها، ومن المهم لممارسي العلاقات العامة أن يتفاعلوا مع الجمهور الخارجي لتصحيح الأخبار المغلوطة وتحسين صورة المنظمة بشكل جيد.

دراسة يان جين (yan jin , 2010) بعنوان: القيادة العاطفية كإحدى الأبعاد الرئيسية لقيادة العلاقات العامة، جامعة فرجينيا كومولث.

سعت هذه الدراسة إلى فحص السمات والمهارات العاطفية الأساسية لقيادة العلاقات العامة الفعالة وهدفت إلى تقديم صورة عامة لكيفية إدراك قادة العلاقات العامة في الولايات المتحدة لأسلوب قيادتهم واستخدامهم للتعاطف في تعزيز فعالية الاتصال مع الموظفين والإدارة العليا وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إنه يجب على قادة العلاقات العامة تعزيز مهاراتهم في التفاوض والتأثير ويجب أن يتمتع قادة العلاقات العامة بخبرة كبيرة في تحفيز الموظفين وخلق التفاعل والحماس بينهم وتوصي الدراسة بتدريب ممارسي العلاقات العامة على مهارات القيادة الفعالة والتواصل بشكل أكثر فعالية أثناء النزاعات.

دراسة ليلياس ودان (Ilias & Dan , 1999) بعنوان: العلاقة بين التنشئة الاجتماعية والمهنية وممارسة مهام العلاقات العامة، جامعة ايوا.

تهدف الدراسة إلى توضيح العلاقة بين التنشئة المجتمعية لممارس العلاقات العامة وأدائه لمهامه في مكان العمل، وركزت على دورين رئيسيين هما مدير الاتصالات وفني الاتصالات، وأظهرت الدراسة عددًا من النتائج أهمها: إن التعلم يلعب دورًا مهمًا في توجيه ممارسي العلاقات العامة لأداء مهامهم بينما تؤثر التنشئة المجتمعية سلبًا على الأداء، وأن الصحفي لديه دراية واضحة عن دور الصحافة الأخلاقي في المجتمع، بينما ممارسي العلاقات العامة لا يعرفون الدور الذي تؤثر فيه آراء الجمهور على المنظمة وأن التنشئة المجتمعية تخلق لدى الممارسين آراء متباينة في علاقاتهم مع الجمهور وهذا التباين قد يؤثر سلبًا على سمعة المنظمة.

ثانيًا: الدراسات التي استعرضت تكنولوجيا الاتصال والعلاقات العامة والتقنيات الحديثة.

دراسة نك ورشا (Nik & Rasha, 2019) بعنوان: مفهوم إدارة العلاقات العامة عبر الإنترنت لدى ممارسي العلاقات العامة، ماليزيا.

توصلت الدراسة إلى معرفة أثر الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وبيان مفهوم العلاقات العامة عبر الإنترنت لدى ممارسي العلاقات العامة وتحديد العوامل التي تؤدي إلى تقبلهم أو رفضهم لها، وجاءت أهم نتائج الدراسة موضحة بأن ممارسي العلاقات العامة ليسوا واضحين بشأن مفهوم العلاقات العامة عبر الإنترنت، وإن عدم تقبلهم لمفهوم العلاقات العامة عبر الإنترنت يرجع بعضها إلى

الاستراتيجيات والسياسات التي تتبعها الشركات وبرامج التدريب وإعادة التأهيل لهم، بالإضافة إلى قلة معرفة الممارسين ونقص مهاراتهم، وبينت الدراسة أن الممارسون القدامى أكثر المتأثرين سلبًا وذلك نتيجة لنقص الفهم وسوء الاستخدام الذي يؤدي إلى مشكلات أخلاقية، وبينت الدراسة أن القليل من الممارسين يفهمون أو يدركون مفهوم العلاقات العامة عبر الإنترنت، كما أن الصحفيين أكثر الممارسين استخدامًا للإنترنت، وأن بعض الممارسين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل صحيح بسبب فهمهم للاستخدام الصحيح.

دراسة جورج (George,2019) بعنوان: أثار العلاقات العامة في مجال التكنولوجيا والصناعة.

هدفت الدراسة إلى توضيح أهمية دور ممارسي العلاقات العامة في تقليل المخاطر وحماية صورة المنظمة، وأوضحت أهم نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة تطبق في جميع نواحي الحياة اليومية بدءًا بالتكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، والأخبار العالمية جميعها فيها جانب من جوانب العلاقات العامة، وأن دمج العلاقات العامة والتسويق تعمل على تخفيف جميع المخاطر المستقبلية، كما إن المنظمات الكبرى بحاجة إلى وجود فريق لإدارة الأزمات في حالات الطوارئ، وإنه من الضروري جدًا أن يكون ممارسو العلاقات العامة أكثر استعدادًا لأي خطر غير متوقع وأن يكونوا قادرين على القيام بعمليات اتصال لتقليل مخاطر المؤسسة والحفاظ على الصورة النمطية السليمة لها أمام الجمهور الخارجي.

دراسة (منصور، ٢٠١٨م) بعنوان: تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على الإدارات الحكومية الأردنية، الأردن.

كشفت هذه الدراسة عن أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها على إدارات العلاقات العامة من وجهة نظر ممارسيها بالإدارة الحكومية الأردنية، وتوصلت إلى أن هناك استخدامًا كبيرًا لها بتلك الإدارات، وتبين أن هناك تأثيرًا لاستخدام هذه التكنولوجيا على كفاءة وإنتاجية العمل، مثلما كان التأثير على تطوير الموارد البشرية.

دراسة (القاضي، ٢٠١٨م) بعنوان: آفاق استخدام تكنولوجيا الاتصالات في نشاط العلاقات العامة.

سعت الدراسة إلى معرفة أبرز أدوات التكنولوجيات الحديثة المناسبة مع عمل العلاقات العامة ومعرفة الاتجاهات المستقبلية للتكنولوجيات وتطبيقاتها والممارسة المهنية لدور العلاقات العامة، كما هدفت لتعريف المجتمعات الأكاديمية عن التكنولوجيات المتقدمة والذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية وتطبيقها في العلاقات العامة لتطوير عملها. وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: إن مستقبل الإعلام الرقمي وأدوار العلاقات العامة الرقمية سيكون لها مفهوم مختلف في بنيتها التحتية التكنولوجية وفي اتصالاتها المستقبلية.

دراسة (أحمد، ٢٠١٨م) بعنوان: تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة العلاقات العامة، دراسة حالة شركة أرامكو السعودية.

تناولت هذه الدراسة التعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال في العلاقات العامة بشركة أرامكو وذلك من خلال التعرف على فوائد استخدام وسائل الاتصال للموظفين والكشف عن تأثير التكنولوجيا والتقنيات المساعدة في مهام العلاقات العامة ومعرفة دور العلاقات العامة في زيادة مهارات موظفي شركة أرامكو ورصد الوظيفة التدريبية لاستخدام التكنولوجيا في العلاقات العامة، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها: إن شركة أرامكو تستخدم جميع وسائل التكنولوجيا والاتصال لتحقيق اهداف العلاقات العامة وأن غالبية موظفي الشركة لديهم الخبرة في استخدام التكنولوجيا وأثبتت الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من العاملين بشركة أرامكو يتقنون مهارات العلاقات العامة.

دراسة (بودهان ومخولفي، ٢٠١٧م) بعنوان: التطبيقات الجديدة في مجال العلاقات العامة، ودورها في ترقية الأداء الاتصالي للمؤسسة، Manager RP نموذجاً.

استعرضت الدراسة معرفة أهم التطبيقات والأساليب الحديثة المستخدمة في وسائل اتصال العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي، وبيان دور تلك التطبيقات والوسائل على تحسين أداء ممثلي العلاقات العامة وتوصيل رسالة المنظمة، وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام التقنيات الحديثة من شأنه جعل المؤسسة أكثر تفاعلاً مع الجمهور الخارجي.

دراسة (البجباح، ٢٠١٧م) بعنوان: تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا.

هدفت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة توظيف تكنولوجيا الاتصال في شركات الطيران في ليبيا، وذلك عن طريق استخدام العلاقات العامة للمواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك الرسمية لهذه الشركات وكيفية تأثير تلك الوسائل في الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، والتعرف على المعايير التي يركز عليها ممارسو العلاقات العامة لاختيار هذه الوسائل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: إن أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في أنشطتهم اليومية في شركات الطيران في الإنترنت والفيس بوك والموقع الإلكتروني، وأيضاً بينت الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة لديهم استعداد لتبني تكنولوجيا الاتصال وأيضاً أشارت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين أقروا بأنهم لم يتحصلوا على دورات تدريبية لتنمية مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا بينما أقر البعض بأنهم تحصلوا على دورات في العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال، ورصدت الدراسة وجود تأثير إيجابي للتكنولوجيا والاتصالات على أداء ممارسي العلاقات العامة في شركات الطيران.

دراسة إيمي وآخرون (2015, AME & Et el) بعنوان: استخدام الإنترنت من قبل عشر منظمات غير حكومية في جنوب إفريقيا من وجهة نظر العلاقات العامة.

توضح الدراسة طبيعة تفاعل إدارة العلاقات العامة لعشرة منظمات غير حكومية في استخدامها للإنترنت من خلال تطبيق نموذج ثنائي الاتجاه، وقد وضحت أهم النتائج أن إدارة مواقع الإنترنت الناجحة تتطلب العديد من الخبرات غير التقنية كالإدراك الجيد لعمل المنظمة وفهم نشاطها وممارساتها، وأن هناك تبايناً للنماذج المعتمدة في إدارة مواقع الإنترنت تختلف باختلاف منهج إدارة العلاقات العامة والسياق التاريخي للمنظمة والغرض منها تدريب المتخصصين في الاتصالات، وأوضحت الدراسة أن المهارات التقنية للويب تجعل من الممكن تطبيق النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه على ممارسة العلاقات العامة عبر الويب.

دراسة لين (2015, Leanne) بعنوان: إعادة صياغة مفهوم استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز في تدريس العلاقات العامة.

استعرضت الدراسة إعادة صياغة فكرة استخدام تكنولوجيا التعليم المعزز في تدريس العلاقات العامة وذلك للوصول لمنهج تدريس فاعل وبيان أثر ذلك على مهام ممارسي العلاقات العامة، وأوضحت أهم نتائج الدراسة بأن بيئات الجامعات المبنية على أساس التعلم المعزز للتكنولوجيا لها تأثير إيجابي على كل من نتائج التعلم والممارسة المهنية المستقبلية للخريجين، وأن طلاب الاتصالات والعلاقات العامة يواجهون اختلافاً كبيراً بين استخدامهم للتكنولوجيا في الدراسة والممارسة الفعلية التي يواجهونها في مقر العمل.

دراسة فالديفيسو (2015, Valdivieso) بعنوان: التدريس باستخدام الموشن جرافيك، أسبانيا.
هدفت الدراسة إلى التعرف على الأدوات التكنولوجية التي تحسن جودة التدريس بالإضافة إلى ذلك توجد منهجيات تدريس جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الطلاب ولكن خلقت هذه المنهجيات الحاجة إلى مواد سمعية بصرية عالية الجودة لتتكيف مع احتياجات كل معلم ومن هذا المنطلق تم اقتراح استخدام تقنية الموشن جرافيك من خلال دورة (الخطوات الأولى في الموشن جرافيك) وخرجت الدراسة بعدة نتائج من أهمها: إن استخدام الموشن جرافيك يساعد بشكل كبير على فهم المعلومات واستيعاب المفاهيم، وأنه من خلال الموشن جرافيك يمكن كشف الأفكار المعقدة وتسهيلها وتحويلها إلى شيء جذاب وممتع.
دراسة (أبو عبا، ٢٠١٥م) بعنوان: توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية، المملكة العربية السعودية.

اهتمت الدراسة في التعرف إلى واقع عمل تطبيقات التقنية في مجال العلاقات العامة ومدى قدرة إدارة العلاقات العامة على التعامل مع التقنية وتوظيفها في الأنشطة الاتصالية المختلفة وسعت الدراسة إلى التعرف على العوائق التي تواجه الإدارة من نواحي التقنيات المستخدمة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ضرورة تكثيف الدورات التدريبية التخصصية في مجال استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات

العامة والتأكيد على أهمية قيام كليات الإعلام والاتصال بتخصيص مواد تدرس الإنترنت والتقنيات الحديثة ضمن خططها الدراسية وأيضًا التركيز على تعزيز دور مدراء العلاقات العامة والإعلام ورفع قدراتهم في مجال التقنيات الحديثة من أجل نقل أثر التدريب الخاص بهم إلى موظفي العلاقات العامة والمنسقين الإعلاميين.

دراسة (منصور، منصور، ٢٠١٤م) أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، الأردن.

استعرضت الدراسة أثر تطبيقات البحوث والتخطيط والاتصال والتقييم لتكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة، وانتهت الدراسة بعدة نتائج من أهمها: إن إدارة العلاقات العامة تستخدم تكنولوجيا الاتصال لكل من التخطيط والاتصال والبحوث والتقييم في وظائفها، وإن هناك أثرًا بسيطًا لهذه التكنولوجيا على تغييرات وظائف العلاقات العامة، وأن الاستخدام لتكنولوجيا الاتصال يزداد بارتفاع الدرجة العلمية طبقًا للمسمى الوظيفي.

دراسة (مصطفى، ٢٠٠٩م) بعنوان: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الممارسة المهنية للعلاقات العامة، مصر.

اهتمت الدراسة بالتعرف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الممارسة المهنية للعلاقات العامة، والتعرف على وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في الممارسة المهنية للعلاقات العامة، والعوائق التي تحول دون استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة والتعرف على الأنشطة الحديثة التي فرضتها التكنولوجيا الاتصالية على ممارسة العلاقات العامة، وقد جاءت أهم نتائج الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة منجذبون لوسائل الاتصالات الحديثة؛ لذا فمن المهم تدريبهم على استخدام الإيميل وتصفح المواقع الإلكترونية، إلى جانب الوسائل التقليدية واستخدام الهاتف المحمول، وأن تفعيل تكنولوجيا الاتصالات الحديثة من شأنه رفع جودة أداء ممارسي العلاقات العامة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- جميع الدراسات السابقة اتفقت على أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة.
- ركزت الدراسات السابقة على أهمية تدريب موظفي العلاقات العامة على المهارات الضرورية لأداء عملهم.
- أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على المنهج الوصفي وهو ما سيتم اعتماده في هذه الدراسة.
- معظم الدراسات السابقة اعتمدت على أداة جمع البيانات (الإستبانة).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة وصياغتها وبلورتها بطريقة علمية.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري.
- استكشفت الباحثتان من الدراسات السابقة الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة في تطوير مهارات الموظفين.
- ساعدت الدراسات السابقة في اختيار المنهج المناسب للدراسة وتحديد الأهداف والأهمية.

مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية:

الموشن جرافيك:

هو عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل حيث يتطلب الكثير من الابداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجها بطريقة شيقة وممتعة وكذلك يكون لها سيناريو كامل للإخراج النهائي (شلتوت، فن الأنفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعلم، ٢٠١٦م)

<http://emag.mans.edu.eg/index.php?page=news&task=show&id=422>

وتعرفه الباحثتان إجرائيًا بأنه فن وتقنية حديثة تعتمد بشكل أساسي على اللغة البصرية والرسوم المتحركة مستخدمة طرق جذابة وشيقة وتقوم بعرض المعلومات والبيانات بأبسط الصور ليسهل فهمها.

التدريب الإلكتروني:

هو العملية التي يتم فيها تهيئة بيئة تفاعلية على تقنية الحاسب الآلي وشبكاتة ووسائطه المتعددة التي تمكن المتدرب من بلوغ أهداف العملية التدريبية من خلال تفاعله مع مصادرها وذلك في أقصر وقت ممكن وبأقل جهد مبدول وبأعلى مستويات الجودة من دون تقييد بحدود المكان والزمان (حسن، التدريب الإلكتروني وتنمية الموارد البشرية، ٢٠١٦م)

<http://emag.mans.edu.eg/index.php?page=news&task=show&id=140>

وتعرفه الباحثتان إجرائيًا بأنه التدريب الذي يتم من خلال الإنترنت ويحتاج إلى استخدام الحاسوب وتقنياته المتنوعة ووسائطه المتعددة.

منصة إثرائي:

منصة عربية الكترونية لمبادرة البرنامج الوطني للتدريب عن بعد إحدى مبادرات معهد الإدارة العامة ضمن برنامج التحول الوطني ٢٠٢٠ وتهدف المبادرة إلى رفع كفاءة رأس المال البشري من خلال تمكينهم من تطوير مهاراتهم وزيادة معارفهم عبر بيئة الكترونية تفاعلية بكل يسر وسهولة.

العلاقات العامة:

عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها "وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياساتها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها (المزاهرة، ٢٠١٥م، ص ٢٩).

تساؤلات الدراسة:

- ما هي تقنية الموشن جرافيك؟
- ما هي مزايا استخدام تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية من وجهة نظر موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى؟
- ما مدى استخدام موظفي إدارة العلاقات العامة لمنصة إثرائي؟
- ما دور تقنية الموشن جرافيك في تبسيط المادة العلمية المقدمة في منصة إثرائي من وجهة نظر موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى؟
- ما مدى إسهام التدريب المقدم في منصة إثرائي على تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى؟
- ما هي مقترحات عينة الدراسة من المبحوثين لتطوير منصة إثرائي؟

فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك عبر منصة إثرائي وبين تطوير مهارات، ورفع كفاءة موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استفادة واستيعاب موظفي إدارة العلاقات العامة للمادة التدريبية التي تم عرضها بتقنية الموشن جرافيك، وفقاً للسمات الديموغرافية لموظفي إدارة العلاقات العامة (النوع، السن، المستوى التعليمي).

نوع ومنهج الدراسة:

- أ - نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء (الحيزان، ٢٠٠٤، ص ٢٤).
- ب - منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج المسحي بالاعتماد على أسلوب المسح الشامل لموظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى.

مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لجميع موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى بمنطقة مكة المكرمة وعددهم (٢٣) موظفاً وموظفة.

حدود الدراسة:

- حدود زمنية: يتم تطبيق الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني لعام ١٤٤٢ هـ.
- حدود بشرية: تمثلت في موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى.
- حدود مكانية: يتم تطبيق الدراسة في جامعة أم القرى بمنطقة مكة المكرمة.
- حدود موضوعية: اقتصرت الدراسة على توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي.

أداة جمع بيانات الدراسة:

يتم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات واختبار فرضيات الدراسة.

اختبارات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

أ- اختبار الصدق:

للتحقق من صدق استمارة الاستبيان ومدى ملاءمة محاورها، تم القيام بعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلام، وفي ضوء آراء المحكمين أجريت بعض التعديلات حتى أصبحت الاستمارة في شكلها النهائي.

ب- اختبار الثبات:

المقصود بالثبات هو قياس مدى استقلالية المعلومات وعدد أدوات القياس ذاتها، أي: مع توافر الظروف نفسها والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية والحصول على النتائج نفسها (عامر، ٢٠١٢، ص ١١٨). وللتحقق من درجة ثبات استمارة الاستبيان، قامت الباحثتان بإعادة تطبيق الاستمارة على نسبة ٢٠٪ من اجمالي مفردات العينة، وذلك للتحقق من مدى الاتساق في الإجابة عن أسئلة الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach s Alpha لقياس الدرجة الكلية للثبات في التطبيق الأول والثاني حيث بلغ الثبات (٠,٩٠) ويمكن الاعتماد على هذه النسبة للوصول إلى أهداف الدراسة.

الأساليب الإحصائية:

قامت الباحثتان بإجراء التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وقد استخدمت الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل ألفا كرونباخ Cronbach s Alpha.
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار (ت) T.Test للفروق في مدى الاستفادة من الدورات التدريبية بمنصة إثنائي وفقاً لمتغير الجنس.
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لقياس دلالة العلاقة بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي ودرجة تطوير مهارات مسؤولي العلاقات العامة.
- اختبار Anova one way لدراسة الفروق بين المبحوثين بالنسبة للعوامل الديموغرافية التالية: (السن - المؤهل التعليمي).

نتائج الدراسة الميدانية:**أولاً: خصائص المبحوثين:****جدول (١)**

يوضح خصائص عينة الدراسة (المرحلة العمرية، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة-التخصص الأكاديمي-المسمى الوظيفي)

النوع	ك	الجنس	%
أنثى	٦		٢٦.١٪
ذكر	١٧		٧٣.٩٪
الإجمالي	٢٣		١٠٠٪

العمر		
الفئة العمرية	ك	%
من ٢٥ الى ٤٠ سنة	١٤	٦٠.٩%
من ٤١ الى ٥٠ سنة	٨	٣٤.٨%
أكثر من ٥١	١	٤.٣%
الإجمالي	٢٣	١٠٠%
المستوى التعليمي		
الفئة	ك	%
دبلوم.	٣	١٣%
ثانوي.	٢	٨.٧%
جامعي.	١٦	٦٩.٦%
دراسات عليا.	٢	٨.٧%
الإجمالي	٢٣	١٠٠%
سنوات الخبرة		
الفئة	ك	%
أقل من ٣ سنوات	٣	١٣%
من ٣ سنوات الى ٥ سنوات	٧	٣٠%
من ٦ سنوات الى ١٠ سنوات	٧	٣٠%
أكثر من ١٠ سنوات	٦	٢٦.١%
التخصص الأكاديمي		
الفئة	ك	%
العلاقات العامة	٨	٣٨.١%
إدارة الأعمال	٤	١٩%
الإدارة العامة	٦	٢٨.٦%
دراسات إسلامية	١	٤.٨%
علوم الحاسب الآلي	١	٤.٨%
إدارة وتخطيط	١	٤.٨%
الإجمالي	٢٣	١٠٠%
المسمى الوظيفي/ الوحدة التي ينتمي إليها		
الفئة	ك	%
مكتب المشرف	١	٤.٣%
نائبة المشرف بشطر الطالبات	١	٤.٣%
مدير إدارة العلاقات العامة	١	٤.٣%
مساعد مدير الإدارة	٢	٨.٧%

مساعدة مدير الإدارة بشطر الطالبات	١	٤.٣%
سكرتارية الإدارة	٣	١٣%
وحدة المناسبات والفاعليات	٥	٢١.٧%
وحدة الاستقبال والمراسم	٤	١٧.٤%
وحدة الاتصال والتنسيق	٢	٨.٧%
وحدة التطور والاتصال	٢	٨.٧%
وحدة تنسيق شؤون المعالي	١	٤.٣%
الإجمالي	٢٣	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة من الذكور فقد بلغت نسبتهم ٧٣,٩ % بينما بلغت نسبة الإناث ٢٦,١ % من إجمالي العينة ويمكن تفسير هذه النتيجة بسبب زيادة عدد الموظفين الذكور عن الإناث في إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى حيث كان عدد الذكور ١٧ موظفا وعدد الإناث ٦ موظفات فقط وربما يكون هناك أسباب تبرر ذلك.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (عبد الهادي، ٢٠١٨م) ودراسة (أحمد، ٢٠١٨م) بأن نسبة العاملين من الذكور أعلى من نسبة العاملين من الإناث، ولكنها اختلفت مع دراسة (العلاطي، ٢٠١١م) في أن نسبة العاملين من الإناث أعلى من نسبة العاملين من الذكور.

كما يشير الجدول إلى أن الأفراد من الفئة العمرية ما بين ٢٥ إلى ٤٠ سنة يشكلون معظم عينة الدراسة وذلك بنسبة ٦٠,٩ % ثم يليهم الفئة العمرية ما بين ٤١ إلى ٥٠ بنسبه ٣٤,٨ %، ثم الفئة العمرية من ٥١ سنة فأكثر بنسبة ٤,٣ %، وتبين النتائج أن أعلى نسبة كانت للفئة العمرية من ٢٥ إلى ٤٠ ولعل ذلك يرجع الى حرص إدارة العلاقات العامة على توظيف فئة الشباب في هذه المهنة ولأن أكثر مرحلة يكون فيها الإنسان أكثر عطاء هي مرحلة الشباب.

ويظهر أن معظم عينة الدراسة ممن يحملون المؤهل الجامعي وذلك بنسبة ٦٩,٦ %، ويليه ممن يحملون الشهادات الثانوية بنسبة ٥٨,٧ %، ثم يليهم ممن يحملون مؤهل الدبلوم بنسبة ١٣ %، وفي المرتبة الأخيرة ممن يحملون مؤهل للدراسات العليا بنسبة ٨,٧ % وتدل هذه النتائج على تنوع التحصيل الدراسي للمبحوثين وأن النسبة العالية كانت لحملة الشهادات الجامعية (بكالوريوس) وذلك يؤكد أن فئة الجامعيين هي الأكثر استخداماً في تحقيق أهداف العلاقات العامة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (أحمد، ٢٠١٨م) ودراسة (العلاطي، ٢٠١١م) في أن النسبة الأعلى كانت من المؤهل الجامعي لممارسي العلاقات العامة.

إن الأفراد من ذوي الخبرة الذين تتراوح ما بين ٣ سنوات إلى ٥ سنوات وما بين ٦ سنوات إلى ١٠ سنوات كانت متساوية في عينة الدراسة وذلك بنسبة ٣٠ % لكل منهما، ثم يليهم ذوي الخبرة أكثر من ١٠ سنوات بنسبة ٢٦,١ %، وفي المرتبة الأخيرة ذوي الخبرة أقل من ٣ سنوات بنسبة ١٣ %.

واتضح أن أغلب عينة الدراسة من الذين تخصصهم الأكاديمي العلاقات العامة بنسبة ٣٨,١٪، ثم يليهم الذين تخصصهم الإدارة العامة بنسبة ٢٨,٦٪، ثم الذين تخصصهم إدارة أعمال بنسبة ١٩٪، وتحتوي نسبة بسيطة من عينة الدراسة على أفراد من تخصصات مختلفة (الدراسات الإسلامية - علوم الحاسب الآلي - إدارة وتخطيط) بنسبة ٤,٨٪. لكل منهم، وهذه النتيجة تؤكد على أن مهنة العلاقات العامة هي أكثر ارتباطاً بتخصص الإعلام والعلاقات العامة من غيرها.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (عبد الهادي، ٢٠١٨م) حيث حصلت فئة التخصص الأكاديمي الإعلام والعلاقات العامة على النسبة الأعلى.

إن أعلى نسبة ٢١,٧٪ كانت لموظفي وحدة المناسبات والفعاليات، وجاء بعدها موظفي وحدة الاستقبال والمراسم بنسبة ١٧,٤٪، ويليهما موظفي سكرتارية الإدارة وذلك بنسبة ١٣٪ فيما جاءت المسميات والوحدات التالية: (مساعد مدير الإدارة - وحدة الاتصال والتنسيق - وحدة التطوير والاتصال) بنسبة ٨,٧٪ لكل منهم، وأيضاً جاءت باقي المسميات والوحدات (مكتب المشرف - نائبة المشرف بشرط الطالبات - مدير إدارة العلاقات العامة - مساعدة مدير الإدارة بشرط الطالبات - وحدة تنسيق شؤون المعالي) بنسبة ٤,٣٪. لكل منهم ويرجع ذلك إلى إسناد هذه الوحدات إلى شخص واحد كمدير أو رئيس للوحدة أو الإدارة. وهذا يدل على أن إدارة العلاقات العامة تحظى بكوادر فاعلة في العملية الإدارية بمستوى وظيفي متقدم ولديها هيكل إداري تتوزع فيه المهام بصورة جيدة تضمن تحقيق الأهداف.

المحور الأول: مدى المشاركة في الدورات التدريبية من خلال منصة إثنائي

جدول رقم (٢)

يوضح مدى مشاركة الباحثين عينة الدراسة في الدورات التدريبية الخاصة بمنصة إثنائي

الفئة	ك	%
دائماً	٩	٣٩.٢%
أحياناً	١١	٤٧.٨%
لم أشارك أبداً	٣	١٣%
المجموع	٢٣	١٠٠%

يشير الجدول السابق أن عينة الدراسة ممن يشاركون أحياناً في الدورات التدريبية من خلال منصة إثنائي بلغت نسبتهم ٤٧,٨٪؛ وذلك قد يدل على ارتفاع نسبة احتمالية مشاركة عدد أكبر من الموظفين بشكل دائم للدورات بمنصة إثنائي، وجاء بعد ذلك بنسبة ٣٩,٢٪ ممن يشاركون بشكل دائم، ويمكن إرجاع ذلك إلى جذب انتباههم لدورات منصة إثنائي بسبب استخدامها لتقنية الموشن جرافيك، ثم يليهم

ممن لم يشاركوا أبدًا بنسبة ١٣٪ لعل ذلك يرجع إلى عدم معرفتهم بمنصة إثنائي مما يتطلب تعريفهم بهذه المنصات التدريبية.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (العلاطي، ٢٠١١م) حيث أشارت الدراسة أن المركز الأول كان للفئة أحيانًا أي التي تلقت تدريبًا في بعض الأحيان من وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول رقم (٣)

كون المشاركة في التدريب بمنصة إثنائي متطلب وظيفي للعاملين في إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى

الفئة	ك	%
نعم	١٧	٧٣.٩%
لا	٦	٢٦.١%
المجموع	٢٣	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن معظم أفراد العينة يرون أن المشاركة في التدريب بمنصة إثنائي متطلب وظيفي وجاء ذلك بنسبة ٧٣,٩٪ من إجمالي العينة، وقد تكون هذه النتيجة دلالة على اعتماد الدورات المقدمة بمنصة إثنائي كمتطلب أساسي لموظفي إدارة العلاقات العامة، ثم يليه نسبة ٢٦,١٪ ممن يرون أنه ليس متطلبًا وظيفي.

جدول (٤)

يوضح عدد الدورات التي حصل عليها المبحوثون عبر منصة إثنائي

الفئة	ك	%
٢-٤ دورات	٨	٣٤.٨%
٥-٧ دورات	٣	١٣.٠%
٨ دورات فأكثر	٩	٣٩.١%
لم يلتحق بأي دورات	٣	١٣.٠%
المجموع	٢٣	١٠٠%

يظهر من الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة ممن حصلوا على ٨ دورات فأكثر بنسبة ٣٩,١٪، وجاء بعد ذلك ممن حصلوا على ٢ إلى ٤ دورات بنسبة تصل إلى ٣٤,٨٪، ويليه ممن حصلوا على ٥ إلى ٧ دورات بنسبة ١٣٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت نسبة من لم يلتحقوا بأي دورات ١٣٪ فقط، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اهتمام موظفي العلاقات العامة بالمشاركة بالدورات ووعيهم بأهمية صقل مهاراتهم. **واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (عبد الهادي، ٢٠١٨م)** حيث أشارت بأن نسبة عالية من المبحوثين بقسم الإعلام والعلاقات العامة لم يشتركوا في أية دورة تدريبية في مجال عملهم لتطوير مهاراتهم.

جدول (٥)

يوضح أبرز البرامج التدريبية التي حصل عليها المبحوثون من خلال منصة إيثرائي

الفئة	ك	%
الاتصال المؤسسي والإعلام	١٦	%٨٠
المهارات السلوكية	١٦	%٨٠
القيادة والإدارة	١٥	%٧٥
الإدارة المكتبية	١١	%٥٥
المجموع	٢٠ (يشير هذا الرقم إلى عدد المبحوثين من الذين التحقوا بدورات بمنصة إيثرائي)	

تُظهر نتائج الجدول السابق أن كلاً من برنامج الاتصال المؤسسي والإعلام وبرنامج المهارات السلوكية حصلوا على أعلى نسبة وهي ٨٠٪ لكل منهم، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى بيان أهمية وفائدة واحتياج عينة الدراسة لتلك البرامج أكثر من غيرها في ممارستهم لمهنة العلاقات العامة، ويليهما برنامج القيادة والإدارة بنسبة ٧٥٪، وجاء في المركز الأخير برنامج الإدارة المكتبية وذلك بنسبة ٥٥٪، وقد تدل هذه النسب على أن منصة إيثرائي تقدم العديد من البرامج التدريبية التي تقيد كثيراً من المجالات ومن ضمنها مجال العلاقات العامة.

جدول رقم (٦)

أسباب مشاركة المبحوثين في الدورات التدريبية بمنصة إيثرائي

الفئة	ك	%
إمكانية الرجوع إليها في أي وقت	١٥	%٧٥
تقديمها لمعلومات موثوقة	٩	%٤٥
المرونة والسهولة في اكتساب المعلومات	١٥	%٧٥
استخدامها لتقنية الموشن جرافيك الجذابة	١٣	%٦٥
قلة تكلفتها مقارنة بالدورات الأخرى	١٣	%٦٥
تزيد من معلوماتي وثقافتي	١٠	%٥٠
تكسبني خبرات ومهارات جديدة	١١	%٥٥
المجموع	٢٠	

بيّنت نتائج الجدول السابق أن كلاً من الفقرتين (إمكانية الرجوع إليها في أي وقت) و(المرونة والسهولة في اكتساب المعلومات) حصلت على نسبة ٧٥٪ لكل منهما، وحصلت كل من الفقرتين (استخدامها لتقنية الموشن جرافيك الجذابة) و(قلة تكلفتها مقارنة بالدورات الأخرى) على نسبة ٦٥٪ لكل منهما، بينما حصلت الفقرة (تكسبني خبرات ومهارات جديدة) على نسبة ٥٥٪، ثم يليها فقرة (تزيد من

معلوماتي وثقافتي) بنسبة ٥٠٪، وحصلت الفقرة (تقديمها لمعلومات موثوقة) على أقل نسبة وهي ٤٥٪، وتدل هذه النتائج الإحصائية على تنوع أسباب المشاركة في الدورات التدريبية بالمنصة إلا أن (إمكانية الرجوع إليها في أي وقت) (والمرونة والسهولة في اكتساب المعلومات) من الأسباب التي حصلت على أعلى نسبة أكثر من غيرها.

المحور الثاني: محور قياس درجة الاستفادة من الدورات التدريبية عبر منصة إثنائي

جدول (٧)

مدى استفادة الباحثين عينة الدراسة من مضمون الدورات التدريبية في منصة إثنائي

الفئة	ك	%
أستفيد منها بدرجة كبيرة	١٣	٦٥%
أستفيد منها إلى حد ما	٧	٣٥%
لم أستفيد منها على الإطلاق	٠	٠
المجموع	٢٠	١٠٠%

يظهر من نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة استفادت بدرجة كبيرة من الدورات المقدمة في منصة إثنائي بنسبة ٦٥٪ وذلك يعكس مدى فهمهم وإدراكهم، ويؤثر بشكل إيجابي على نتائج الدراسة، وبلغت نسبة الذين استفادوا منها إلى حد ما ٣٥٪.

ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى أهمية هذه المنصات التدريبية في رفع مستوى الاستفادة من هذه الدورات وفقاً لما أشار إليه نسبة ٦٥٪ من عينة الدراسة.

جدول (٨)

مدى الاستفادة من دورات منصة إثنائي في الترقيات الوظيفية

الفئة	ك	%
نعم	١٨	٩٠%
لا	٢	١٠%
المجموع	٢٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة أجابت إنها استفادت من دورات منصة إثنائي في الترقيات الوظيفية بنسبة ٩٠٪ ولعل ذلك يرجع إلى فائدة وأهمية البرامج التدريبية بمنصة إثنائي بالنسبة لتطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة، بينما أجاب عدد قليل جداً من العينة بأنهم لم يستفيدوا منها في الترقيات وجاء ذلك بنسبة ١٠٪ ولعل ذلك يرجع إلى عدم مشاركتهم بدورات في منصة إثنائي قد تتم الاستفادة منها في مهنة العلاقات العامة.

جدول (٩)

مدى مساهمة الدورات التدريبية في منصة إثمائي في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة من المبحوثين عينة الدراسة

انحراف معياري	متوسط حسابي	لم تساهم أبداً		ساهمت إلى حد ما		ساهمت بشكل كبير		الإجابة الفئدة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦٧٧٧.	١.٨٠٠٠	%٢٥	٥	%٤٠	٨	%٣٥	٧	مهارة القيادة
٧١٨١٨.	١.٩٠٠٠	%٢٠	٤	%٣٠	٦	%٥٠	١٠	مهارة التفاوض والإقناع
٦٠٤٨١.	١.٥٥٠٠	%٥	١	%٥٠	١٠	%٤٥	٩	مهارة كتابة التقارير والمراسلات الإدارية
٦٨٠٥٦.	١.٦٠٠٠	%١٠	٢	%٥٠	١٠	%٤٠	٨	تنظيم الفعاليات والمؤتمرات
٦٨٨٢٥.	١.٥٠٠٠	%١٥	٣	%٦٠	١٢	%٢٥	٥	المهارات السلوكية وأخلاقيات العمل
٦٨٠٥٦.	١.٤٠٠٠	%١٠	٢		١٤	%٢٠	٤	مهارات التعامل مع ضغوط العمل
٦٣٨٦٧.	١.٧٥٠٠	%١٠	٢	%٣٥	٧	%٥٥	١١	مهارات الإلقاء الفعال
٤١٠٣٩.	١.٢٠٠٠	-	-		١٦	%٢٠	٤	مهارات التعامل مع الآخرين
٧٨٨٠٧.	١.٩٠٠٠	%٣٥	٧	%٣٠	٦	%٣٥	٧	مهارات اعداد الحملات الإعلامية
٧٣٢٧٠.	١.٧٠٠٠	%١٥	٣	%٤٥	٩	%٤٠	٨	مهارة الاتصال الفعال
٦٠٤٨١.	١.٥٥٠٠	%٥	١	%٥٠	١٠	%٤٥	٩	مهارة اتقان استخدام التكنولوجيا المتطورة
٦٩٥٨٥.	١.٨٠٠٠	%١٥	٣	%٣٥	٧	%٥٠	١٠	مهارات الكتابة
٨٨٧٠٤.	١.٩٥٠٠	%٣٥	٧	%٤٠	٨	%٢٥	٥	مهارات التخطيط
٧٤٥١٦.	١.٦٥٠٠	%١٥	٣	%٥٠	١٠	%٣٥	٧	مهارات إدارة الأزمات
٧٣٢٧٠.	١.٧٠٠٠	%١٥	٣	%٤٥	٩	%٤٠	٨	مهارة الاستماع
٧١٨١٨.	١.٩٠٠٠	%٢٠	٤	%٣٠	٦	%٥٠	١٠	مهارة إدارة الاجتماعات
٦٩٥٨٥.	١.٨٠٠٠	%٢٠	٤	%٣٥	٧	%٤٥	٩	مهارة إدارة الذات
٧٨٦٤٠.	١.٧٥٠٠	%٢٠	٤	%٤٥	٩	%٣٥	٧	مهارة إدارة الوقت
			٢٠					المجموع

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاءت مهارة التخطيط في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ١,٩٥٠٠ و ذلك لأنها قد تكون من أقرب الدورات للعلاقات العامة، ثم تلاها كل من مهارة التفاوض والإقناع ومهارة إعداد الحملات الإعلامية ومهارة إدارة الاجتماعات بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ١,٩٠٠٠ وقد يرجع ذلك لأهمية تلك المهارات لموظف العلاقات العامة، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Yan jin,2010)

حيث أكدت على أهمية تعزيز مهارات موظفي العلاقات العامة في فن التفاوض والتأثير، يليها بالمرتبة الثالثة كل من مهارة القيادة ومهارة الكتابة ومهارة إدارة الذات بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٠٠٠ لكل منهم، ثم جاءت في المرتبة الرابعة كل من مهارة الإلقاء الفعال ومهارة إدارة الوقت بمتوسط حسابي ١,٧٥٠٠، تلاها كل من مهارة الاتصال الفعال ومهارة الاستماع بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٧٠٠٠، ثم يليها بالمرتبة السادسة مهارة إدارة الأزمات بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٥٠٠، وجاءت مهارة تنظيم الفعاليات والمؤتمرات بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٠٠٠، يليها بالمرتبة الثامنة كل من مهارة كتابة التقارير والمراسلات الإدارية ومهارة إتقان استخدام التكنولوجيا المتطورة بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٥٠٠، تلاها بالمرتبة التاسعة المهارات السلوكية وأخلاقيات العمل بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٠٠٠، وجاءت مهارات التعامل مع ضغوط العمل بالمرتبة العاشرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٠٠٠، يليها بالمرتبة الحادية عشرة والأخيرة مهارات التعامل مع الآخرين بمتوسط حسابي بلغ ١,٢٠٠٠، وتدل هذه النتائج أن مهارة التخطيط هي من أكثر المهارات التي تطورت لدى موظف العلاقات العامة بعد المشاركة في دورات منصة إثنائي.

وتتنفق هذه النتائج مع دراسة (أحمد، ٢٠١٨م) حيث أشارت إلى أن إتقان مهارات العلاقات العامة بالنسبة للعاملين بشركة أرامكو كانت بنسبة عالية تصل إلى ٥٠,٤ بالمئة.

جدول (١٠)

مدى تأثير استخدام تقنية الموشن جرافيك على استجابة المبحوثين عينة الدراسة في عرض محتوى المادة التدريبية بالمنصة

الفئة	ك	%
تؤثر بدرجة كبيرة	١٣	٦٥%
تؤثر بدرجة متوسطة	٦	٣٠%
تؤثر بدرجة ضعيفة	١	٥%
المجموع	٢٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة ٦٥٪ ترى أن تقنية الموشن جرافيك تؤثر بدرجة كبيرة في عرض محتوى المادة التدريبية بمنصة إثنائي ويمكن تفسير ذلك في ضوء أهمية وفائدة هذه التقنية الحديثة، وجاءت نسبة ٣٠٪ ممن يرون أنها تؤثر بدرجة متوسطة، بينما يرى ٥٪ فقط بأنها تؤثر بدرجة ضعيفة، ونجد من خلال نتائج الجدول أن نسبة (تؤثر بدرجة كبيرة) هي الأعلى والتي تؤكد أن استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض محتوى الدورات له تأثير على استجابة المبحوثين، وأيضاً هذه النتيجة تؤكد دور وأهمية هذه التقنية في عصرنا الحالي.

جدول (١١)

أوجه تأثير استخدام تقنية الموشن جرافيك على استجابة المبحوثين في عرض محتوى المادة التدريبية بالمنصة

انحراف معياري	متوسط حسابي	لم تؤثر أبداً		إلى حد ما		نعم بدرجة كبيرة		العبارات
		ك	%	ك	%	ك	%	
٤٨٩٣٦.	٢.٦٥٠٠	-	-	٨	٤٠%	١٢	٦٠%	ساهمت في توصيل المعلومة إلى ذهني بشكل أسرع
٦٠٤٨١.	٢.٥٥٠٠	١	٣٥%	٧	٦٠%	١٢	٦٠%	تجذب انتباهي وتثير اهتمامي
٦٠٤٨١.	٢.٤٥٠٠	١	٤٥%	٩	٥٠%	١٠	٥٠%	حفظ المعلومات في ذهني لمدة أطول
٥١٠٤٢.	٢.٥٥٠٠	-	-	٩	٤٥%	١١	٥٥%	الاستماع إلى المعلومات دون ملل
				٢٠				ن

يتضح من نتائج الجدول السابق أن تقنية الموشن جرافيك ساهمت في توصيل المعلومة بشكل أسرع كأحد أهم أوجه التأثير حيث جاءت. بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٦٥٠٠)، وفي المرتبة الثانية جاءت كل من أنها تجذب انتباههم وتثير اهتمامهم والاستماع الى المعلومات دون ملل بمتوسط حسابي (٢.٥٥٠٠) لكلاً منهما، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت أنها تساعد في حفظ المعلومات في ذهنهم لمدة أطول بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٥٠٠).

وتدل هذه النتائج على فائدة اعتماد تقنية الموشن جرافيك على استخدام اللغة البصرية في عرض المحتوى مما ساعد بشكل كبير في تبسيط المعلومات واستيعابها. اتفقت هذه النتائج مع دراسة (valdivieso,2015) بأنها تؤكد أن تقنية الموشن جرافيك تساعد بشكل كبير على فهم المعلومات بشكل أفضل لاستيعاب المفاهيم.

جدول (١٢)
مزايا استخدام تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة

العبارات	موافق		محايد		معارض		متوسط حسابي	انحراف معياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
تبسيط الرسالة وجعلها مفهومة ومحددة	١٧	٨٥%	٣	١٥%	-	-	٢.٨٥٠٠	٣٦٦٣٥.
التدريب بشكل أفضل عندما يتم تقديم المعلومات والمفاهيم بالاعتماد على اللغة البصرية	١١	٥٥%	٩	٤٥%	-	-	٢.٨٥٠٠	٣٦٦٣٥.
تصوير مواقف ومشاهد قد يصعب تصويرها في الحقيقة	١٣	٦٥%	٤	٢٠%	٣	١٥%	٢.٥٥٠٠	٥١٠٤٢.
توضيح المعلومات غير المألوفة للمتدرب	١٤	٧٠%	٤	٢٠%	٢	١٠%	٢.٣٥٠٠	٧٤٥١٦.
مناسب لكل المجالات والتخصصات	١٣	٦٥%	٣	١٥%	١	٥%	٢.٦٠٠٠	٦٨٠٥٦.
اختيار ألوان جذابة ومتناسبة مع الفكرة والهدف	١٨	٩٠%	٢	١٠%	-	-	٢.٧٥٠٠	٥٥٠١٢.
تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة إلى صور ورسوم شيقة	١٨	٩٠%	٢	١٠%	-	-	٢.٩٠٠٠	٣٠٧٧٩.
تقنية حديثة ومرغوبة بشكل كبير في الوقت الحالي	١٥	٧٥%	٥	٢٥%	-	-	٢.٥٠٠٠	٨٨٨٥٢.
تقنية مناسبة لجميع الأعمار	١١	٥٥%	٦	٣٠%	٣	١٥%	٢.٤٠٠٠	٧٥٣٩٤.
					٢٠			

يشير الجدول السابق إلى ما يلي:

في الترتيب الأول جاءت فقرة (تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة إلى صور ورسوم شيقة) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٩٠٠٠، ثم جاءت في المرتبة الثانية كل من الفقرتين (تبسيط الرسالة وجعلها مفهومة ومحددة) و(التدريب بشكل أفضل عندما يتم تقديم المعلومات والمفاهيم بالاعتماد على اللغة البصرية) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨٥٠٠ لكل منهما، تليها في المرتبة الثالثة فقرة (اختيار ألوان جذابة ومتناسبة مع الفكرة والهدف) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٥٠٠، ثم يليها في المرتبة الرابعة فقرة (مناسب لكل المجالات والتخصصات) بمتوسط حسابي يبلغ ٢,٦٠٠٠، وجاءت في المرتبة الخامسة فقرة (تصوير مواقف ومشاهد قد يصعب تصويرها في الحقيقة) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥٥٠٠، ثم تليها في المرتبة السادسة فقرة (تقنية حديثة ومرغوبة بشكل كبير في الوقت الحالي) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥٠٠٠.

وجاءت في المرتبة السابعة فقرة (تقنية مناسبة لجميع الأعمار) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٤٠٠٠، ثم جاءت في المرتبة الثامنة والأخيرة فقرة (توضيح المعلومات غير المألوفة للمتدرب) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣٥٠٠.

تتفق هذه النتائج مع دراسة (valdivieso,2015) التي أشارت إلى أنه من خلال تقنية الموشن جرافيك يمكن الكشف عن الأفكار المعقدة بشكل أفضل وتسهيل تعلمها وتحويلها إلى شيء جذاب وممتع.

المحور الرابع: محور تقييم موظفي إدارة العلاقات العامة للدورات التدريبية المقدمة بتقنية الموشن جرافيك في منصة إثنائي

جدول (١٣)

مدى رضى المبحوثين عينة الدراسة عن محتوى الدورات التدريبية المقدمة بتقنية الموشن جرافيك في منصة إثنائي

الفئة	ك	%
راض تمامًا	١٣	٦٥%
راض إلى حد ما	٧	٣٥%
غير راض	٠	٠
المجموع	٢٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن ٦٥٪ من عينة الدراسة أشاروا إلى رضاهم التام بمحتوى الدورات المقدمة بتقنية الموشن جرافيك بالمنصة، وبلغت نسبة من أشاروا برضاهم إلى حد ما ٣٥٪ بينما لم يشر أي فرد من أفراد العينة إلى عدم رضاه وهو ما يؤكد نتائج الجدول رقم ٨ التي تؤكد على استفاضة المبحوثين من التقنية ورضاهم عنها في تلقي الدورات التدريبية.

جدول (١٤)

أسباب رضا المبحوثين عينة الدراسة عن محتوى الدورات التدريبية المقدمة بتقنية الموشن جرافيك في منصة إثنائي

الفئة	ك	%
تحتوي على معلومات موثوقة	١١	٥٥%
سهولة تذكرها لاعتمادها على اللغة البصرية	١١	٥٥%
تجنب التكاليف العالية للدورات مقارنة بالدورات التي تحتاج حضورًا للمقر	١٢	٦٠%
يمكن الرجوع إليها في أي وقت	١٤	٧٠%
استخدامها لتقنية الموشن جرافيك الجذابة المعتمدة على اللغة البصرية	١١	٥٥%
تبسيطها للمعلومات وسهولة فهمها	١٢	٦٠%
اختصارها للمضمون التدريبي المتضمن لاعتمادها على رسومات وعروض الموشن جرافيك	١١	٥٥%
المجموع	٢٠	

يظهر من خلال الجدول السابق أبرز أسباب رضا عينة الدراسة عن محتوى الدورات المقدمة بتقنية الموشن جرافيك في منصة إثنائي فيما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى فقرة (يمكن الرجوع إليها في أي وقت) بنسبة تصل إلى ٧٠٪، أما في المرتبة الثانية جاءت كل من الفقرتان (تجنب التكاليف العالية للدورات مقارنة بالدورات التي تحتاج حضور للمقر) و(تبسيطها للمعلومات وسهولة فهمها) بنسبة ٦٠٪ لكل منهما، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة كل من الفقرات (تحتوي على معلومات موثوقة) و(سهولة تذكرها لاعتمادها على اللغة البصرية) و(استخدامها لتقنية الموشن جرافيك الجذابة المعتمدة على اللغة البصرية) و(اختصارها للمضمون التدريبي المتضمن لاعتمادها على رسومات وعروض الموشن جرافيك) بنسبة ٥٥٪ لكل منهم، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما تقدمه منصة إثنائي من مميزات عديدة ومرنة تناسب الجميع.

جدول (١٥)
مقترحات الباحثين عينة الدراسة لتطوير منصة إثنائي

انحراف معياري	متوسط حسابي	معارض	محايد	مؤيد	الإجابات	العبارات		
		%	ك	%	ك			
٧٦٧٧٧.	٢.٢٠٠٠	%١٥	٣	%٤٥	٩	% ٤٠	٨	زيادة عدد ساعات البرنامج التدريبي
٥٧١٢٤.	٢.٧٠٠٠	%٥	١	%٢٠	٤	%٧٥	١٥	إضافة دورات تدريبية للغة الإنجليزية
٦٤٠٧٢.	١.٩٠٠٠	%٢٠	٤	%٣٠	٦	%٥٠	١٠	تكثيف التدريبات الإلكترونية في كل برنامج تدريبي
٦٨٦٣٣.	٢.٥٥٠٠	%١٠	٢	%٢٥	٥	%٦٥	١٣	الترويج للدورات التدريبية على مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
٣٦٦٣٥.	٢.٨٥٠٠	-	-	%١٥	٣	%٨٥	١٧	منح شهادة شكر وتقدير لمن يتم عددًا معينًا من البرامج التدريبية
٥٥٠١٢.	٢.٧٥٠٠	%٥	١	%١٥	٣	%٨٠	١٦	الاستمرار في عرض المادة التدريبية بتقنية الموشن جرافيك وعدم تغييرها
٤٤٤٢٦.	٢.٧٥٠٠	-	-	%٢٥	٥	%٧٥	١٥	تطوير استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض الدورات
٥٨٧١٤.	٢.٦٥٠٠	%٥	١	%٢٥	٥	%٧٠	١٤	تقديم كافة الدورات بالمنصة عبر تقنية الموشن جرافيك
٦٠٤٨١.	٢.٥٥٠٠	%٥	١	%٣٥	٧	%٦٠	١٢	تمكين المتدرب من حفظ فيديو الموشن جرافيك للبرنامج التدريبي كمرجع له في أي وقت
-	-	-	-	-	-	%٥	١	أخرى (اعتمادها في نقاط الترقيات الإدارية)
			٢٠					ن

يوضح الجدول السابق نتائج مقترحات عينة الدراسة لتطوير منصة إثنائي وكانت كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى فقرة (منح شهادة شكر وتقدير لمن يتم عددًا معينًا من البرامج التدريبية) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨٥٠٠، بينما جاءت في المرتبة الثانية كل من الفقرتين (الاستمرار في عرض المادة التدريبية بتقنية الموشن جرافيك وعدم تغييرها) و (تطوير استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض الدورات) بمتوسط حسابي ٢,٧٥٠٠ لكل منهما، تلاها فقرة (إضافة دورات تدريبية للغة الإنجليزية) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٠٠٠، ثم جاءت في المرتبة الرابعة فقرة (تقديم كافة الدورات بالمنصة عبر تقنية الموشن جرافيك) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٦٥٠٠، يليها في المرتبة الخامسة كل من الفقرتين (الترويج للدورات التدريبية على مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي) و (تمكين المتدرب من حفظ فيديوهات الموشن جرافيك للبرنامج التدريبي كمرجع له في أي وقت) بمتوسط حسابي ٢,٥٥٠٠، تلاها في المرتبة السادسة فقرة (زيادة عدد ساعات البرنامج التدريبي) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٠٠٠، وأخيرا جاءت في المرتبة السابعة فقرة (تكثيف التدريبات الالكترونية في كل برنامج تدريبي) بمتوسط حسابي بلغ ١,٩٠٠٠.

نتائج التحقق من صحة الفروض:

- اختبار صحة الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك عبر منصة إثنائي وبين تطوير مهارات ورفع كفاءة موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى.

جدول (١٦)

يوضح دلالة العلاقة بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك بمنصة اثنائي ودرجة تطوير مهارات مسؤولي العلاقات العامة وفقاً لاختبار بيرسون.

الفئة	الاجابة	قيمة كا ^٢	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
مهارة القيادة	١.٨١٨	٢	٤٠٣.	غير دالة إحصائياً	
مهارة التفاوض والإقناع	١.٨٨٦	٢	٣٩٠	غير دالة إحصائياً	
مهارة كتابة التقارير والمراسلات الإدارية	٩٢٠.	٢	٦٣١.	غير دالة إحصائياً	
تنظيم الفعاليات والمؤتمرات	٢.٧٢٧	٢	٢٥٦.	غير دالة إحصائياً	
المهارات السلوكية وأخلاقيات العمل	٤٧١.	٢	٧٩٠.	غير دالة إحصائياً	
مهارات التعامل مع ضغوط العمل	٣.١١٧	٢	٢١٠.	غير دالة إحصائياً	
مهارات الإلقاء الفعال	٣.٣٩٢	٢	٠.١٨٣	غير دالة إحصائياً	
مهارات التعامل مع الآخرين	٨٠٨.	٢	٣٦٩.	غير دالة إحصائياً	

مهارات إعداد الحملات الإعلامية	١.٧٦٠	٢	٤١٥.	غير دالة إحصائيًا
مهارة الاتصال الفعال	٣.١٦٥	٢	٠.٢٥٠	غير دالة إحصائيًا
مهارة إتقان استخدام التكنولوجيا المتطورة	٤.٠١٨	٢	١٣٤.	غير دالة إحصائيًا
مهارات الكتابة	٦٨٣.	٢	٧١١.	غير دالة إحصائيًا
مهارات التخطيط	١٤٤.	٢	٩٣٠.	غير دالة إحصائيًا
مهارات إدارة الأزمات	٢.٩٧٣	٢	٢٢٦.	غير دالة إحصائيًا
مهارة الاستماع	٢.٩٤١	٢	٢٣٠.	غير دالة إحصائيًا
مهارة إدارة الاجتماعات	٤.٥١٢	٢	١٠٥.	غير دالة إحصائيًا
مهارة إدارة الذات	٦٨٣.	٢	٧١١.	غير دالة إحصائيًا
مهارة إدارة الوقت	٤.٥٢٨	٢	١٠٤.	غير دالة إحصائيًا

ويتضح من الجدول السابق أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي وبين تطور مهارات موظفي العلاقات العامة، حيث جاءت قيمة كاسكا^٢ كما موضح بالجدول عند مستويات دلالة أعلى من مستوى ٠.٠٥ لجميع المهارات. وهو ما يشير إلى عدم قبول صحة الفرض الأول القائل بـ "وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك عبر منصة إثنائي وبين تطوير مهارات ورفع كفاءة موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى.

على الرغم من أهمية استخدام تقنية الموشن جرافيك في تقديم الدورات التدريبية لموظفي العلاقات العامة وفقًا لنتائج الدراسة بالجدول السابقة (جدول ٧،٩) إلا أن تطوير هذه المهارات لا تتأتى من خلال هذه التقنية فقط حيث إن تطوير المهارات يحتاج إلى الكثير من التدريب والتأهيل للتمكن من تطوير هذه المهارات وإتقانها.

- اختبار صحة الفرض الثاني:-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استفادة واستيعاب موظفي إدارة العلاقات العامة للمادة التدريبية التي تم عرضها بتقنية الموشن جرافيك وفقًا للسّمات الديموغرافية لموظفي إدارة العلاقات العامة (النوع، السن، المستوى التعليمي).

جدول (١٧)

يوضح نتائج اختبار (ت) الفروق في مدى الاستفادة من الدورات التدريبية بمنصة إثنائي وفقًا لمتغير الجنس

المحاور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
مدى الاستفادة	نكر	١٤	٢.٧١٤٣	٤٦٨٨١.	٠.٨٩٣	٠.٣٨٤	غير دالة إحصائيًا
	أنثى	٦	٢.٥٠٠٠	٥٤٧٧٢.			

تشير نتائج اختبار (ت) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمدى الاستفادة من الدورات التدريبية بمنصة إثنائي، حيث جاءت قيمة (ت) ٠.٨٩٣، عند مستوى دلالة (٠.٣٨٤) وهو مستوى غير دال إحصائياً وهو ما يدل على أن الجنس لم يؤثر في مستوى استفادة كلا المتدربين من موظفي العلاقات العامة من الجنسين من الدورات التدريبية بمنصة إثنائي.

جدول (١٨)

يوضح نتائج اختبار Anova one way لدراسة الفروق بين المبحوثين بالنسبة للفئات العمرية فيما يتعلق بمدى استفادتهم من الدورات التدريبية بمنصة إثنائي حسب متغيري (السن، المؤهل التعليمي)

المتغير	المصدر	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى دلالة	الدلالة
السن	بين المجموعات	٣٦٨.	٢	١٨٤.	٧٤٨.	٤٨٨.	غير دالة إحصائياً
	خلال المجموعات	٤.١٨٢	١٧	٢٤٦.			
المجموع		٤.٥٥٠	١٩				
المؤهل	بين المجموعات	٤٥٠.	٢	٢٢٥.	٩٣٣.	٤١٣.	غير دالة إحصائياً
	خلال المجموعات	٤.١٠٠	١٧	٢٤١.			
المجموع		٤.٥٥٠	١٩				

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بالنسبة للفئات العمرية والتعليمية فيما يتعلق بمدى الاستفادة من الدورات التدريبية بتقنية الموشن جرافيك عبر منصة إثنائي تبعاً لاختلاف خصائصهم الديموغرافية، حيث بلغت قيمة (ف) (٧٤٨.، ٩٣٣.) على التوالي، عند مستوى معنوية (٤٨٨.، ٤١٣.) وهو مستوى غير دال إحصائياً.

وهو ما يشير إلى أن الخصائص الديموغرافية (السن والمؤهل التعليمي) لا تمثل عاملاً مؤثراً في مدى استفادة الموظفين من الدورات المقدمة لهم عبر منصة إثنائي حيث كانت الاستفادة لجميع الفئات متماثلة.

الخاتمة:

أولاً: النتائج العامة:

تناولت هذه الدراسة موضوع توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي، وسعت لمعرفة تأثيراتها المختلفة على عينة الدراسة، فقد توصلت الدراسة الميدانية إلى ما يلي:

- أشارت الدراسة أن غالبية المبحوثين استفادوا بدرجة كبيرة من الدورات المقدمة بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي وذلك يعكس مدى فهمهم وإدراكهم لفائدة استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض المادة التدريبية.
- توصلت الدراسة إلى أن غالبية افراد العينة يرون أنهم استفادوا من الدورات بمنصة إثنائي في الترقيات الوظيفية وذلك يؤكد أهميتها لموظف العلاقات العامة في جامعة أم القرى.
- اتفق غالبية أفراد العينة على أن الدورات بمنصة إثنائي متطلب وظيفي لموظف إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى وذلك يعد اتجاهاً إيجابياً ومؤشراً قوياً نحو الاهتمام بتلك الدورات.
- تبين أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذكور بنسبة تصل إلى (٧٣,٩%)، وأن معظم أفراد العينة من الفئة العمرية من ٢٥ إلى ٤٠ سنة بنسبة (٦٠,٩%)، والفئة العمرية من ٤١ إلى ٥٠ سنة بنسبة (٣٤,٨%).
- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة من ذوي سنوات الخبرة المتوسطة من ٣ إلى ٥ سنوات ومن ٦ إلى ١٠ سنوات بنسبة تصل إلى (٣٠%) لكل منهما.
- وضحت النتائج أن تقنية الموشن جرافيك تؤثر بدرجة كبيرة على استجابة غالبية أفراد عينة الدراسة في عرض محتوى المادة التدريبية بمنصة إثنائي وجاء ذلك بنسبة (٦٥%).
- بينت النتائج أن هناك اتجاهات إيجابية عالية نحو الإدراك بأهمية التدريب باستخدام التقنيات الحديثة وأن التدريب يؤثر بشكل إيجابي على ممارسي العلاقات العامة، واتفقت هذه النتيجة مع كل من دراسة (العلاطي، ٢٠١١م) و (لوفيستروم، ٢٠١٠م) التي ركزت على أهمية التدريب في تطوير مهارات ممارسي العلاقات العامة.
- كشفت نتائج البحث الميداني ارتفاع نسبة الرضا لدى عينة الدراسة عن المحتوى التدريبي المقدم بتقنية الموشن جرافيك بمنصة إثنائي بنسبة (٦٥%).
- أظهرت الدراسة أن أكثر افراد العينة شاركوا في أكثر من ٨ دورات بنسبة ٣٩,١% حيث جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية ممن حصلوا على ٢ إلى

٤ دورات بنسبة تصل إلى ٣٤,٨٪، وتلاها ممن حصلوا على ٥ إلى ٧ دورات بنسبة ١٣٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت نسبة من لم يلتحقوا بأي دورات ١٣٪ فقط.

• أظهرت نتائج الدراسة أن موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى مهتمون بالمشاركة في البرامج التدريبية بمنصة إثنائي، وكانت كالتالي: جاء كل من برنامج الاتصال المؤسسي والإعلام وبرنامج المهارات السلوكية بنسبة (٨٠٪) لكل منهما، ويليهما برنامج القيادة والإدارة بنسبة (٧٥٪)، وجاء في المركز الأخير برنامج الإدارة المكتبية وذلك بنسبة ٥٥٪.

• جاءت أهم مقترحات تطوير منصة إثنائي كما أوردتها المبحوثون كالتالي: (منح شهادة شكر وتقدير لمن يتم عددًا معينًا من البرامج التدريبية) حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة، بينما جاءت في المرتبة الثانية كل من (الاستمرار في عرض المادة التدريبية بتقنية الموشن جرافيك وعدم تغييرها) و(تطوير استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض الدورات)، تلاها (إضافة دورات تدريبية للغة الإنجليزية) في المرتبة الثالثة، ثم جاءت في المرتبة الرابعة (تقديم كافة الدورات بالمنصة عبر تقنية الموشن جرافيك)، يليها في المرتبة الخامسة كل من (الترويج للدورات التدريبية على مواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي) و(تمكين المتدرب من حفظ فيديوهات الموشن جرافيك للبرنامج التدريبي كمرجع له في أي وقت)، تلاها في المرتبة السادسة (زيادة عدد ساعات البرنامج التدريبي)، وأخيرًا جاءت في المرتبة السابعة (تكثيف التدريبات الإلكترونية في كل برنامج تدريبي).

• كشفت الدراسة عن أبرز أسباب رضى أفراد العينة عن محتوى المادة التدريبية المقدمة بتقنية الموشن جرافيك، حيث جاءت في المرتبة الأولى (يمكن الرجوع إليها في أي وقت) بنسبة تصل إلى ٧٠٪، أما في المرتبة الثانية جاءت كل من (تجنب التكاليف العالية للدورات مقارنة بالدورات التي تحتاج حضور للمقر) و(تبسيطها للمعلومات وسهولة فهمها) بنسبة ٦٠٪ لكل منهما، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة كل من الفقرات (تحتوي على معلومات موثوقة) و(سهولة تذكرها لاعتمادها على اللغة البصرية) و(استخدامها لتقنية الموشن جرافيك الجذابة المعتمدة على اللغة البصرية) و (اختصارها للمضمون التدريبي المتضمن لاعتمادها على رسومات وعروض الموشن جرافيك) بنسبة ٥٥٪ لكل منهم.

• وضحت نتائج الدراسة أوجه تأثير استخدام تقنية الموشن جرافيك على استجابة أفراد العينة في عرض محتوى المادة التدريبية بالمنصة، حيث جاءت في المرتبة الأولى أن استخدام تقنية الموشن جرافيك في عرض محتوى المادة التدريبية ساهم في توصيل المعلومة إلى ذهن أفراد عينة الدراسة بشكل أسرع، وفي المرتبة الثانية جاءت كل من أنها تجذب انتباههم وتثير اهتمامهم والاستماع إلى المعلومات دون ملل، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت أنها تساعد في حفظ المعلومات في ذهنهم لمدة أطول.

- بينت الدراسة مدى مساهمة الدورات التدريبية بمنصة إثنائي على تطوير مهارات موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى، حيث جاءت في المرتبة الأولى مهارة التخطيط، ثم تلاها كل من: مهارة التفاوض والإقناع ومهارة إعداد الحملات الإعلامية ومهارة إدارة الاجتماعات بالمرتبة الثانية، يليها بالمرتبة الثالثة كل من مهارة القيادة ومهارة الكتابة ومهارة إدارة الذات، ثم جاءت في المرتبة الرابعة كل من مهارة الإلقاء الفعال ومهارة إدارة الوقت، يليها كل من مهارة الاتصال الفعال ومهارة الاستماع بالمرتبة الخامسة، ثم جاءت بالمرتبة السادسة مهارة إدارة الأزمات، وجاءت مهارة تنظيم الفعاليات والمؤتمرات بالمرتبة السابعة، يليها بالمرتبة الثامنة كل من مهارة كتابة التقارير والمراسلات الإدارية ومهارة اتقان استخدام التكنولوجيا المتطورة، تلاها بالمرتبة التاسعة المهارات السلوكية وأخلاقيات العمل، وجاءت مهارات التعامل مع ضغوط العمل بالمرتبة العاشرة، يليها بالمرتبة الحادية عشر والأخيرة مهارات التعامل مع الآخرين.
- كشفت الدراسة عن عدة مزايا لاستخدام تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية حيث جاء في الترتيب الأول (تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة الى صور ورسوم شيقة) ثم جاءت في المرتبة الثانية كل من: (تبسيط الرسالة وجعلها مفهومة ومحددة) و(التدريب بشكل أفضل عندما يتم تقديم المعلومات والمفاهيم بالاعتماد على اللغة البصرية)، تلاها في المرتبة الثالثة (اختيار ألوان جذابة ومتناسبة مع الفكرة والهدف) ثم يليها في المرتبة الرابعة (مناسب لكل المجالات والتخصصات)، وفي المرتبة الخامسة (تصوير مواقف ومشاهد قد يصعب تصويرها في الحقيقة)، ثم تليها في المرتبة السادسة (تقنية حديثة ومرغوبة بشكل كبير في الوقت الحالي)، وجاءت في المرتبة السابعة (تقنية مناسبة لجميع الأعمار)، ثم جاءت في المرتبة الثامنة والأخيرة (توضيح المعلومات غير المألوفة للمتدرب).

ثانياً: نتائج الفرضيات:

- لم يثبت صحة الفرض الأول القائل: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد التدريبية بتقنية الموشن جرافيك عبر منصة إثنائي وبين تطوير مهارات ورفع كفاءة موظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم القرى".
- لم يثبت صحة الفرض الثاني القائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استفادة واستيعاب موظفي إدارة العلاقات العامة للمادة التدريبية التي تم عرضها بتقنية الموشن جرافيك وفقاً للسمات الديموغرافية لموظفي إدارة العلاقات العامة (النوع، السن، المستوى التعليمي).

ثالثاً: التوصيات:**في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها توصي الباحثة بما يلي:**

- إجراء المزيد من الأبحاث العربية التي تبين أهمية وفائدة استخدام تقنية الموشن جرافيك في مجال التدريب وغيره من المجالات.
- اهتمام المؤسسات التدريبية بتقديم بعض دوراتهم باستخدام تقنية الموشن جرافيك لأهميتها في تبسيط فهم المعلومات بشكل كبير.
- العمل على صقل وتطوير مهارات موظف العلاقات العامة بشكل دائم.
- إلزام موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى بشكل خاص وجميع الموظفين بشكل عام بالحصول على دورات بشكل دائم من منصة إثنائي واعتمادها في نقاط الترقيات بجميع الجهات بلا استثناء ويرجع ذلك إلى استخدامها لتقنية الموشن الفعالة وأهميتها ومدى فاعليتها في تقديم المعلومات بشكل جذاب وممتع.
- اقتراح طرق جديدة لاستخدام تقنية الموشن جرافيك في التدريب بما يساعد على تسهيل المعلومات واختصار وقت التدريب وبقاء المعلومات في الذاكرة لمدة طويلة.

المراجع:**أولاً: المراجع العربية:**

- ابن عوف، حسن أحمد. (٢٠١٨م). تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصالات في أداة العلاقات العامة لدى حالة شركة أرامكو السعودية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٢١، ٥٥-٧٧.
- أبو عبا، آرام. (٢٠١٥م). توظيف التقنيات الحديثة في العلاقات العامة دراسة وصفية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٩، ١٩٠-٢٠٥.
- البجاح، سليم. (٢٠١٧م). تأثير تكنولوجيا الاتصالات في تطوير أداء العلاقات العامة دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ١٦، ٣١٣-٣٤٦.
- بودهان، يامين؛ ومخولفي، عبد الوهاب. (٢٠١٧م). التطبيقات الجديدة في العلاقات العامة ودورها في ترقية الأداء الاتصالي للمؤسسة Manager RP نموذجاً. مجلة العلوم الاجتماعية، ٢٤، ٣٥٠-٣٥٩.
- الحيزان، محمد. (٢٠٠٤م). البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها. ط١. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الزهري، محمد محفوظ. (٢٠١٠). تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العام بالمصالح الحكومية. المجلة العربية للإعلام والاتصال. مجلد ٢٠١٢، (٨)، ٨١-١٢٤.
- عاطف، حاتم. (٢٠١٥). ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٦، ١٣١-١٥٤.
- عامر، فتحي. (٢٠١٢). الرأي العام الإلكتروني. ط١. القاهرة: دار النشر الجامعات.
- عبد الهادي، حسن. (٢٠١٨). المهارات الاتصالية عند ممارسي العلاقات العامة وأثرها في تفعيل الأنشطة الجامعية. حوليات آداب عين شمس، ٤٦، ١٦-٣٥.
- العلاطي، محمد. (٢٠١١). المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط: عمان.
- القاضي، بيان. (٢٠١٨). آفاق استخدام تكنولوجيا الاتصالات في نشاط العلاقات العامة. مجلة الدراسات العالمية والاجتماعية للأبحاث التخصصية، ١، ١-٣٥.

- المراهرة، منال. (٢٠١٥). العلاقات العامة الدولية. ط١. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- مصطفى، ولاء. (٢٠٠٩). دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الممارسة المهنية للعلاقات العامة (دراسة ميدانية). رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان: مصر.
- منصور، تحسين. (٢٠١٩). تأثير تكنولوجيا الإتصال على أداء العلاقات العامة دراسة تطبيقية على الإدارة الحكومية الأردنية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٢٤، ١١-٢٢.
- منصور، تحسين؛ ومنصور، هيا. (٢٠١٤). أثر تطبيقات تكنولوجيا الإتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، مجلد ١٤ (٢). ٨٠١-٨٢٠.

ثانياً: المراجع العربية الإلكترونية:

- حسن، شوقي. (٢٠١٦م). التدريب الإلكتروني وتنمية الموارد البشرية. مجلة التعليم الإلكتروني، ١، تم استرجاعه في ٢٣/١١/٢٠٢٠م على الرابط
<http://emag.mans.edu.eg/index.php?page=news&task=show&id=140>
- شلتوت، محمد شوقي (٢٠١٦م). فن الإنفوجرافيك بين التشويق والتحفيز على التعليم. مجلة التعليم الإلكتروني، ١. تم استرجاعه في ١١/٤/٢٠٢٠م على الرابط
<http://emag.mans.edu.eg/index.php?page=news&task=show&id=422>

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- Alyaqoub, R. A., & Abdul Rahman, N. A. B. (2019). Conceptualizing the Management of Online Public Relations among Public Relations Practitioners. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR (ACDMHR)*, 1 (2), 45-49.
- Berkowitz, D., & Hristodoulakis, I. (1999). Practitioner Roles. *Public Relations Education and Professional Socialization: An Exploratory Study. Journal of Public Relations Research*, 11 (1), 91-103.
- Çelebi, E. (2020). Public relations in public institutions: A research on the effectiveness of communication process. *Journal of Human Sciences*, 17 (3), 768-779.
- Glenny, L., & Heaselgrave, F. (2014). Re-framing the Use of Technology Enhanced Learning in Public Relations. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 15 (1), 109-122.
- Iroha, G. (2019). *Technology and Industry Public Relations* (master's thesis, University of the Witwatersrand, 2019).
- Jin, Y. (2010). Emotional leadership as a key dimension of public relations leadership: A national survey of public relations leaders. *Journal of Public Relations Research*, 22 (2), 159-181.
- Lofstrom, J. (2010). A Collaborative Approach for Media Training between Technical Communication and Public Relations Tutorial. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 53 (2), 164-173.
- Naudé, A. M. E., Froneman, J. D., & Atwood, R. A. (2004). The Use of the Internet by Ten South African Non-Governmental Organizations – A Public Relations Perspective. *Public Relations Review*, 30 (1), 1-15.

قائمة بأسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبيان:

الاسم	الدرجة العلمية	مكان العمل
أ.د أسامة غازي المدني	أستاذ بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
أ.د وديع محمد العززي	أستاذ بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. ايمان فتحي عبد المحسن	أستاذ مشارك بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. رشا عبد الرحيم مزروع	أستاذ مشارك بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. فيصل احمد الشميري	أستاذ مساعد بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. فؤاد عبد السميع بوقس	أستاذ مساعد بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. سمير عبد الرحمن توكل	أستاذ مساعد بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. نصر الدين عبد القادر عثمان	أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام	جامعة عجمان
د. هويدا محمد لطفي	أستاذ مساعد بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. عنديب سعدي عدس	أستاذ مساعد بقسم الإعلام	جامعة أم القرى
د. حاتم محمد عاطف	محاضر بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة في كلية الاعلام ورئيس مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والجمعية المصرية للعلاقات العامة	جامعة السويس

Employing Motion Graphic Technology in Training Platforms and its Role in Developing the Public Relations Employees' Skills in the Saudi Government Sector: Field study on management of public relations employees at Umm Al-Qura University users of "Ethraie" platform

Dr. Rasha Mohamed Morsey

rmmorsey@uqu.edu.sa

*Associate Professor of Media,
Mass Communication Department Department
Faculty of Social Sciences,
Umm Al-Qura University*

Rwan Siraj Omar Bakhsh (MA)

rwan-bakhsh@outlook.com

*MA Public Relation Department
Faculty of Social Sciences,
Umm Al-Qura University*

Abstract

This study aimed to identify the importance of employing motion graphic technology in the training platforms and its role in developing the skills of public relations employees, accordingly observe their attitudes and tendencies towards those courses. The researcher adopted the descriptive survey approach by using the comprehensive survey style to find answers related to the study's questions and hypotheses, by applying to the staff of the Public Relations Management, whose number reached (23) employees of both male and female, at Umm Al-Qura University in Makkah Al-Mukarramah. The study reached several results, the most important is that the motion graphic technology greatly affects the majority of the individuals' response to the study sample in presenting the training material content in Ethraie platform and this came at a rate of (65%). As it appears the high percentage of satisfaction in The study sample about the training content provided by motion graphic technology in the Ethraie platform is 65%. Moreover, as the study indicated that the majority of the respondents have benefited greatly from the courses provided with motion graphic technology in the Ethraie platform. So, this reflects the extent of their understanding and cognition to the benefit of using this technology in presenting training content. The study recommended doing more Arabic research that shows the importance and the benefit of using motion graphic technology in the field of training and other fields. Besides, the training institutions' interest to provide some of their courses using motion graphic technology, due to its importance in greatly simplifying the understanding of information.

Keywords: Motion Graphics - Public Relations - Electronic Platforms - Training.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour** - *Yarmouk University*
Maram Mohamed Nagy Managreh (MA) - *Mohammed I University in Morocco*
The Jordanian audience dependency on the Kingdom channel to get information about the Coronavirus 7
- **Associate Prof. Dr. Samah Mohamed Mohammady Saad** - *Cairo University*
Attitudes of Egyptian Tweeters Towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis 8
- **Associate Prof. Dr. Rasha Mohamed Morsey** - *Umm Al-Qura University*
Rwan Siraj Omar Bakhsh (MA) - *Umm Al-Qura University*
Employing Motion Graphic Technology in Training Platforms and its Role in Developing the Public Relations Employees' Skills in the Saudi Government Sector: Field study on management of public relations employees at Umm Al-Qura University users of "Ethraie" platform 10
- **Dr. Mona Taha Mohamed Taha** - *Mansoura University*
The Role of Media Campaigns by the Ministry of Health and Population on its Official page on Facebook to Educate the Egyptian Public about Corona Pandemic: A Field Study 11
- **Dr. Noha Anwar Soliman** - *Menofia University*
The Effectiveness of Communication Strategies of Egyptian Ministries through Social Media in Enhancing Public's Digital Engagement in Public Affairs 12
- **Dr. El Sayed Mohamed Abo Sheashaa** - *Cairo University*
The Role of Social Media in Creating New Opinion Leaders from the Egyptian Youth Perspective 14
- **Dr. Maha Medhat Mohamed Kamal** - *Misr University for Science and Technology*
The Use of Egyptian Youth of Social Media and its Relationship on their knowledge and Attitudes Towards Corona Virus 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019



Copyright 2021@APRA

www.jprr.epra.org.eg