

مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal of
PR
Middle East
research

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام 2022/2021 = 1,569 معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = 7
معامل التأثير "أرسيف" لعام 2022 = 0,5833

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد السادس والأربعون - يوليو / سبتمبر 2023م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- الخطاب المناهض للمسلمين ودور وسائل الإعلام الأمريكية في قرار أمريكا حظر المسلمين
د. بندر جابر يحيى الدوشي (جامعة جازان) ... ص 9

بحوث باللغة العربية:

- اتجاهات النخبة العربية نحو دور المواقع الإلكترونية في توعية الجمهور بالتغيرات المناخية
أ.م.د. منى طه محمد (جامعة المنصورة) ... ص 13
- التدخل التركي في ليبيا كما يعكسه الخطاب الصحفي السعودي: دراسة تحليلية على مواد الرأي في صحيفة الشرق الأوسط
أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي (جامعة المنوفية)
أ.م.د. محمد بسيوني عوض جبريل (جامعة جازان) ... ص 51
- اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والاسكان منصة (بلدي) أنموذجاً: دراسة مسحية على جمهور محافظة الاحساء
أ.م.د. زكية النور يوسف مكي (جامعة الملك فيصل)
شيخة بنت عبد اللطيف الملحم (جامعة الملك فيصل) ... ص 85
- أساليب أنسنة الإعلانات التلفزيونية الرمضانية: دراسة كيفية تقييمية
أ.م.د. شيماء عز الدين زكي جمعة (جامعة عين شمس) ... ص 139
- الإعلانات التلفزيونية على الفضائيات المصرية في رمضان 2023م وتأثيرها على الهوية الثقافية للمجتمع المصري: دراسة ميدانية
د. شيماء أحمد محمد رفعت (جامعة الأزهر) ... ص 185
- دور وسائل الإعلام في إدارة الصراع العالمي
اللواء. محمد أحمد علاء الدين مهابة (جامعة القاهرة) ... ص 245

(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 2022 @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.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.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

موفقا للغة العربية

أحمد علي بدر

موفقا للغة الإنجليزية

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 والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

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

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (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 الأسبق 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 متقاعد تخصص 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 وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (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 بدار الكتب المصرية: ٢٠١٩ / ٢٤٢٨٠

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

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

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

فاكس : 048-231-00-73 (+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 بتحكييمها من قِبل 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 محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- 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.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل 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 قِبل 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 فبينط (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، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره 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 ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) 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 قبل 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 على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ 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 جنيه للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم 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 جنيه 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 صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.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 خمسة وأربعون عددًا بانتظام، 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 نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٢م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثاني على التوالي، بمعامل تأثير = ٠.٥٨٣٣، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت 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 هذا العدد - السادس والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين، كما يضم للباحثين أبحاثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد لديهم من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية من جامعة جازان تحت عنوان: "الخطاب المناهض للمسلمين ودور وسائل الإعلام الأمريكية في قرار أمريكا حظر المسلمين"، وهو مقدّم من: د. بندر جابر الدوشي، من السعودية.

أما أ.م.د. منى طه محمد - من مصر - من جامعة المنصورة، فقدّمت دراسة بعنوان: "اتجاهات النخبة العربية نحو دور المواقع الإلكترونية في توعية الجمهور بالتغيرات المناخية".

وقدّم كل من: أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي، من مصر، من جامعة المنوفية، أ.م.د. محمد بسيوني عوض جبريل، من مصر، من جامعة جازان، دراسة تحليلية مشتركة بعنوان: "التدخل التركي في ليبيا كما يعكسه الخطاب الصحفي السعودي: دراسة تحليلية على مواد الرأي في صحيفة الشرق الأوسط". ومن جامعة الملك فيصل قدّمت كل من: أ.م.د. زكية النور يوسف مكي - من السودان، شيخة بنت عبد اللطيف الملحم، من السعودية، بحثًا مشتركًا بعنوان: "اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان منصة (بلدي) أمودجًا: دراسة مسحية على جمهور محافظة الأحساء".

ومن جامعة عين شمس قدّمت أ.م.د. شيماء عزالدين زكي جمعة - من مصر - دراسة بعنوان: "أساليب أنسنة الإعلانات التلفزيونية الرمضانية: دراسة كيفية تقييمية".

أما د. شيماء أحمد محمد رفعت من جامعة الأزهر - من مصر - قدّمت دراسة ميدانية بعنوان: "الإعلانات التلفزيونية على الفضائيات المصرية في رمضان ٢٠٢٣م وتأثيرها على الهوية الثقافية للمجتمع المصري".

وأخيرًا من جامعة القاهرة، قدّم الباحث اللواء محمد أحمد علاء الدين مهابة - من مصر - بحثًا بعنوان: "دور وسائل الإعلام في إدارة الصراع العالمي"، وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه. وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا 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. وأخيرًا وليس آخرًا 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

**اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة
الشؤون البلدية والقروية والإسكان منصة (بلدي) أنموذجاً:
دراسة مسحية على جمهور محافظة الأحساء^(*)**

إعداد

أ.م.د. زكية النور يوسف مكي (**)

شيخة بنت عبد اللطيف الملحم (***)

(*) تم استلام البحث في ٣٠ أبريل ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ٠١ يونيو ٢٠٢٣م.

(**) أستاذ مشارك في الإعلام، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب - جامعة الملك فيصل.

(***) باحثة ماجستير في الاتصال الاستراتيجي، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب - جامعة الملك فيصل.

اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان منصة (بلدي) أنموذجًا: دراسة مسحية على جمهور محافظة الأحساء

أ.م.د. زكية النور يوسف مكي
Zmaki@kfu.edu.sa
جامعة الملك فيصل
شيخة بنت عبد اللطيف الملحم
Shaikhaalmulhim@gmail.com
جامعة الملك فيصل

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان باستخدام منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة المسحية على أداة الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من مستخدمي منصة بلدي من جمهور محافظة الأحساء، ووظفت الدراسة نظرية الاتجاه ونموذج الخدمات الحكومية لتحقيق أهدافها.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: يستخدم الجمهور السعودي منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بدرجة متوسطة، حيث جاء استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي بالوزارة مرة واحدة شهريًا في الترتيب الأول، وتعتبر اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصة بلدي إيجابية بدرجة عالية، وكان المتوسط في الجانب المعرفي أعلى من الجانب الوجداني والسلوكي، كما تبين من خلال الدراسة وجود علاقة طردية قوية بين الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور السعودي بمحافظة الأحساء نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية، ومن أهم التوصيات التي تقدمت بها هذه الدراسة هي: ضرورة التعريف بأهمية منصة بلدي والخدمات الإلكترونية المتاحة وذلك بإعداد الحملات الترويجية للتطبيق عبر وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي، وحث المواطنين والمقيمين على استخدامه، كما أوصت بضرورة تحسين واجهة المستخدم الخاصة بمنصة بلدي، بحيث يتم تبويب الخدمات للوصول إليها بيسر وسهولة، ويكون تصميمها جذابًا للمستخدمين.

الكلمات المفتاحية: الجمهور السعودي، منصات الاتصال الحكومي، وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، منصات بلدي، جمهور محافظة الأحساء، نظرية الاتجاه، نموذج الخدمات الحكومية.

مقدمة:

يشهدُ العصر الحالي تطورات تقنية هائلة، حيث أضحت تكنولوجيا الاتصال نقلة نوعية في عالم الخدمات والمعلومات، كما أن تداعيات أزمة جائحة كورونا أدت إلى التحول نحو الرقمنة سريعاً، إذ إن الرقمنة بالماضي كانت خياراً متاحاً أما الآن فقد أصبحت هناك ضرورة ملحةً لتنفيذها والاستثمار بالتقنيات المتواجدة في الوقت الحاضر.

وقد انعكست التقنية عالمياً على المؤسسات الحكومية والخاصة من خلال إيجاد بيئة اتصالية رقمية للجمهور وتطويرها لالتماس حاجاتهم وتدعيم تطبيقات العلاقات العامة الرقمية لتبني رسالتها القائمة على مصلحة المواطنين والمقيمين من خلال تلك الوسائل الاتصالية وذلك بالاستفادة من الثورة الرقمية في مجال الاتصال.

بالإضافة إلى أن البيئة الرقمية سهّلت لمستخدميها سرعة الحصول على الخدمات الحكومية الإلكترونية دون الحاجة للذهاب لمقرات العمل وإهدار الكثير من الوقت، فضلاً عن تعاضم دورها في كسر الحواجز الجغرافية والزمانية، وتوظيف التطبيقات لتسهيل التواصل بين الإدارة العليا والوسطى وعملائها ومتابعتهم بصورة مستمرة لتحسين الأداء الاتصالي لها، وانتقالها لآفاق جديدة لفهم المنظمة والردّ على جميع تساؤلاتهم ومعالجة طلباتهم وشكاويهم، حيث أن ذلك يساعد في بناء وتدعيم صورتها الذهنية أمام جماهيرها.

وقد قدّمت المملكة نموذجاً يعدُّ واحداً من أفضل النماذج في توظيف التحول الرقمي للقطاع المؤسسي الحكومي والقطاع البلدي على وجه الخصوص، مؤكدة بذلك أهمية تمكين التكنولوجيا لخدمة المواطنين، حيث حققت المملكة لقب الدولة الأكثر تقدماً من بين مصاف دول العشرين في التنافسية الرقمية ضمن تقرير التنافسية العالمية الصادر من المركز الأوروبي للتنافسية الرقمية (Digital Riser Report, 2021)، وذلك لما تمتلكه من أسس ومتانة في البنية التحتية، مواكبة في ذلك أهم الاستراتيجيات الاتصالية نحو تطوير ما يسمى بـ"الحكومة الرقمية"، حيث توفر برامج خدمية رقمية للمواطنين والمقيمين وتُتيح من خلالها الوصول إلى الخدمات بيسرٍ وسهولة لتحقيق وتسهيل الوصول إلى مستهدفات رؤية المملكة 2030.

وتهتمُّ كافة القطاعات داخل المملكة بتسليط الضوء على تطوير قدراتها في خدماتها الإلكترونية، والتي منها القطاع البلدي المتمثل بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، والذي يُشكّل أهمية كبرى في الحفاظ على نظافة وصحة البيئة وجمالية المدن والطرق، حيث تقوم الوزارة بتمكين المواطنين من الوصول إلى العديد من الخدمات رقمياً تحت منصة واحدة من منصات الاتصال الحكومي.

ومن هنا هدفت الدراسة إلى دراسة اتجاهات الجمهور السعودي نحو تلك التطبيقات الاتصالية الحكومية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان والوقوف على اتجاهاتهم نحوها.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطورات التقنية المتلاحقة في مجال تقنيات الاتصال الرقمي وحاجة المواطنين في الحصول على الخدمات الإلكترونية وأخبار المؤسسات الحكومية وأبرز أنشطتها، اهتمت المملكة العربية السعودية بالتحول الرقمي في القطاع الحكومي وواكبت تطوراتها، وأتاحت الخدمات الحكومية عبر تلك المنصات الرقمية بما فيها من متصفح للويب وتطبيقات الهاتف المحمول كوسيلة اتصالية بين الوزارة والأفراد والمؤسسات، واتجهت نحو تطوير كافة الخدمات والتعاملات بشكل يحقق رضا المواطن والمقيم ويضمن لهم تجربة مثالية ترتقي لتوقعاتهم.

حيث تبلورت مشكلة الدراسة في محاولة معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها مما يلي:

الأهمية النظرية:

١. تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية موضوع التحول الرقمي، وما نتج عنه من منصات وتقنيات اتصالية وظفتها معظم الحكومات في دول العالم للتواصل مع الجمهور، كما قامت المملكة بإتاحة المنصات الحكومية للتواصل مع المواطنين والمقيمين وتيسير الخدمات لهم، حيث تقوم التطبيقات الذكية بدور فعال للاتصال الحكومي باعتبارها شريكاً رئيساً لها.
٢. تعتبر هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تتناول اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي.
٣. تعتبر الدراسة الأولى التي تناولت منصة (بلدي) وهي منصة خدمية تُمكن المواطن والمقيم من جميع أنحاء المملكة من التواصل مع الوزارة والاستفادة من الخدمات المقدمة.
٤. حاجة المجتمع السعودي إلى تكثيف الدراسات والبحوث التي تُعنى بتوظيف منصات الاتصال في كافة القطاعات لخدمة المواطن والمقيم.
٥. إثراء المكتبة السعودية والإعلامية بدراسة حديثة في مجال منصات الاتصال الحكومي.

الأهمية التطبيقية:

١. قد تسهم هذه الدراسة بالكشف عن عدة نتائج تهدف لإصلاح الجوانب السلبية وتعزيز الجوانب الإيجابية في منصات الاتصال الحكومي الخاصة بالوزارة.

٢. استفادة القائمين على المنصات الحكومية من معرفة آراء واتجاهات الجمهور نحوها، مما يؤدي إلى تحسين جودة هذه المنصات وتنظيمها وتصميمها وفقاً لاحتياجات الجمهور ورغباته حسب ما تُسفر عنه نتائج الدراسة.
٣. تحفيز المواطنين على استخدام المنصات الحكومية لإتمام معاملاتهم والحصول على المعلومات والتواصل مع الوزارة.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على معدّل استخدام جمهور محافظة الإحساء لمنصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.
٢. رصد اتجاهات جمهور محافظة الإحساء نحو منصات الاتصال الحكومي الرقمي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان؟
٣. تحديد دوافع وأهداف استخدام الجمهور لمنصات الوزارة ومدى احتياج الجمهور له.
٤. الكشف عن طبيعة الخصائص الديموغرافية للجمهور الذي يستخدم منصات الوزارة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدّل استخدام جمهور محافظة الإحساء لتطبيقات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان؟
٢. ما اتجاهات جمهور محافظة الإحساء نحو تطبيقات الاتصال الحكومي الرقمي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.
٣. ما دوافع وأهداف استخدام الجمهور لتطبيق بلدي ومدى احتياجهم له؟
٤. ما طبيعة الخصائص الديموغرافية للجمهور الذي يستخدم تطبيقات الوزارة؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء نحو تطبيقات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع-العمر-المستوى التعليمي- مستوى الدخل).
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء لتطبيقات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء لتطبيقات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء نحو تطبيقات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية.

الدراسات السابقة:

قسّمت الباحثتان الدراسات السابقة إلى محورين، المحور الأول: دراسات تناولت الأداء الاتصالي للمؤسسات الحكومية، والمحور الثاني: دراسات تناولت تطبيقات الاتصال الرقمية في المؤسسات، وهي كالتالي:

المحور الأول: دراسات تناولت اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاتصالي للمؤسسات الحكومية دراسة المحروقية والمحرزي (٢٠٢٣م) بعنوان جودة تقديم الخدمات الحكومية في ظل جائحة كورونا (كوفيد-١٩) كما يراها مقدمو الخدمة والمستفيدون منها بسلطنة عمان

هدفت الدراسة إلى الكشف عن رأي مستخدمي الخدمات ومقدميها في مستوى جودة خدمات المؤسسات الحكومية بسلطنة عمان، حيث طبقت الدراسة أداة الاستبانة وذلك بتوزيع استبانتي إلكترونيين على عيّنتين ضمّتا (١٥٥) مفردة من المستفيدين و(١٥٠) مفردة من مقدمي الخدمة في بعض المؤسسات الحكومية. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى جودة تقديم الخدمات كان متوسطاً من وجهة نظر مقدمي الخدمة، في حين كانت منخفضة حسب وجهة نظر المستفيدين.

دراسة العتيبي (٢٠٢٢م) بعنوان اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان-دراسة مسحية.

سعت الدراسة للتعرف على اتجاهات المواطنين السعوديين نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، اعتمدت الدراسة المسحية على الاستبيان، واتخذ الباحث أسلوب العينة المتاحة بـ٣٣٧ مفردة، مستخدماً نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاتجاهات. أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر البرامج التي أسهمت الوزارة بتقديمها هو برنامج القيمة المضافة، كذلك عدم رضا العينة عن الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

دراسة حامد (٢٠٢١م) بعنوان اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي للعلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية خلال جائحة كورونا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التوعية ومعرفة مدى تفاعل الجمهور مع الأنشطة الاتصالية الخاصة بإدارة العلاقات العامة والوسائل الإعلامية، واعتمد

الباحث على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة، وشملت عينة الدراسة (٤٠٧) مفردة مشاركين بطريقة العينة المتاحة.

أظهرت نتائج الدراسة أن المواقع الرسمية لوزارة الصحة في مواقع التواصل الاجتماعي حصلت على معدل تعرّض عالي من قبل الجمهور السعودي، واعتمد الجمهور على النشرات والبيانات الصادرة من وزارة الصحة في صفحتها الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة العزام (٢٠١٩م) بعنوان اتجاهات الأطباء في المستشفيات الجامعية الأردنية نحو الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة دراسة مسحية.

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الأطباء نحو الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المستشفيات الجامعية بالأردن (مستشفى الجامعة الأردنية، مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي)، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي وذلك باستخدام الاستبانة، واحتوت عينة الدراسة على (٣١٣) طبيباً وطبيبة من كادر الأطباء في المستشفيات الجامعية بالأردن وتم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية البسيطة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أنه جاءت نسبة تعرّض الأطباء للأنشطة الاتصالية التي تمارسها العلاقات العامة متدنية في مستشفى جامعة الأردن، وعالية إلى متوسطة في مستشفى الملك عبد الله الجامعي.

دراسة علي (٢٠١٩م) بعنوان اتجاهات الجمهور إزاء دور العلاقات العامة لوزارة الداخلية في مواجهة الماكنة الإعلامية لتنظيم داعش الإرهابي للمدة من ١٠/٦/٢٠١٤م ولغاية ٩/١٢/٢٠١٧م.

سعت الدراسة لتعرّف على اتجاهات الجمهور وطبيعتها نحو دور العلاقات العامة في مواجهة الماكنة الإعلامية لتنظيم داعش الإرهابي، وفهم دور مديرية العلاقات العامة والإعلام بوزارة الداخلية في الجمهورية العراقية، واستخدم الباحث المنهج المسحي معتمداً على أداة الاستبانة، وتكوّنت عينة الدراسة من (٣٠٠) مفردة من العينة المتاحة غير العشوائية في محافظة بغداد.

أظهرت نتائج الدراسة أن ٦٥٪ من العينة ترى نجاح العلاقات العامة في مواجهة شائعات تنظيم داعش الإرهابي، وأكد ٤٤٪ منهم عدم نجاحها في توفير المعلومات التي تفند ادعاءات داعش.

دراسة ابن لبدة (٢٠١٧م) بعنوان اتجاهات الجمهور السعودي نحو أداء إدارات العلاقات العامة بالهيئات الحكومية السعودية: بالتطبيق على وزارة العمل نموذجاً.

سعت الدراسة إلى تحديد التأثير الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي نحو أهدافها وخدماتها التي تقدمها عبر كافة وسائل الاتصال، استندت الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباع، واعتمدت على منهج المسح، وطُبِّقت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الجمهور السعودي.

أوضحت نتائج الدراسة اهتمام الجمهور السعودي بالمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على الأنشطة المُقدّمة من قبل إدارة العلاقات العامة بوزارة العمل.

المحور الثاني: دراسات تناولت تطبيقات الاتصال الرقمية في المؤسسات:

دراسة المطيري (Almutairi, 2023) بعنوان أثر نظام ناجز على الخدمات التي تقدمها وزارة

العدل في المملكة العربية السعودية:

هدفت الدراسة إلى تقييم مدى فعالية نظام ناجز والخدمات المقدمة للمواطنين من خلال تجربتهم له، واستخدمت الدراسة منهجاً بحثياً يستخدم كلاً من أساليب البحث النوعية والكمية، واعتمدت على الاستبانة كأداة للدراسة، حيث تكونت عينة الدراسة من (٢٣٠) مفردة من مستخدمي نظام ناجز بما فيهم من مواطنين ومحامين وقضاة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن أكثر الخدمات التي يتم استخدامها في نظام ناجز هي الخدمات المرتبطة بالقضايا، كما أشارت النتائج وفقاً للمبجوثين بأن نظام ناجز نجح في تحقيق مستوى عالٍ من الرضا.

دراسة الدعيج وآخرين (Alduaij et al., 2023) بعنوان دور التطبيقات الإلكترونية في

انتقال وتطوير أداء الخدمات الرقمية: تطبيق توكلنا Covid-19 في المملكة العربية السعودية:

سعت الدراسة إلى الكشف عن تجارب المواطنين السعوديين مع تطبيق توكلنا الذي يضم عدة خدمات، باستخدام أداة تحليل المضمون حيث تم تحليل عينة عشوائية مكونة من (٧٦٦) تغريدة في هاشتاغ توكلنا في منصة تويتر، واعتمد الباحثون على النظرية البنائية الاجتماعية ونظرية الموجة الإلكترونية ونموذج نجاح أنظمة المعلومات. وأظهرت نتائج الدراسة دور الحكومة والمؤسسات الكبير في إقناع المواطنين بتبني استخدام التطبيق، كما أظهر التحليل إيجابية المواطنين بشأن الخدمات المقدمة.

دراسة توفيق (٢٠٢٢م) بعنوان استخدام التطبيقات الإلكترونية كقنوات اتصال رقمية في ضوء

رؤية مصر ٢٠٣٠م.

هدفت الدراسة إلى تقييم الآليات المستخدمة في تطبيق صحة مصر لمواكبة التنمية الصحية المستدامة، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، من خلال تحليل مضمون تطبيق صحة مصر، واعتمدت كذلك على المنهج المسحي وطُبِّقت الدراسة على عينة قوامها (٣٢٥) مفردة لمستخدمي التطبيق. أكدت النتائج أن نسبة ٩٤٪ من أفراد العينة مُلمِّين بـمميزات صحة مصر، كما أوضحت غالبية أفراد العينة دور التطبيقات الذكية في معرفة المعلومات المهمة المتعلقة بالوقاية ومكافحة كورونا.

دراسة الرواشدة (٢٠٢١م) بعنوان أثر تطبيقات الحكومة الإلكترونية على جودة الخدمات

الحكومية من وجهة نظر العاملين في وزارة العدل:

سعت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيقات الحكومة الإلكترونية من خلال نموذج جودة الخدمات الإلكترونية (تصميم التطبيق، الأمن والخصوصية، التوافق، الكفاءة، إمكانية الوصول للخدمة) من وجهة نظر العاملين في وزارة العدل في مملكة الأردن، استخدمت الدراسة منهج المسح، وتكوّنت عينة الدراسة من (٤٠٢) من العاملين في وزارة العدل بالأردن.

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثرًا إيجابيًا ذا دلالة إحصائية حول تطبيقات الحكومة الإلكترونية على جودة الخدمات الإلكترونية المتمثلة في (تصميم التطبيق، الأمن والخصوصية، التوافق، الكفاءة، إمكانية الوصول للخدمة).

دراسة المعاينة (٢٠٢١م) بعنوان أثر استخدام تطبيقات الحكومة الإلكترونية على القدرات الإبداعية لموظفي المؤسسات الحكومية في الأردن.

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل استخدام تطبيقات الحكومة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية الأردنية وأثرها على القدرات الإبداعية للموظفين، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ووزعت الاستبانة على عينة بلغت (٤١٢) موظفًا.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن هناك أثرًا إيجابيًا ذا دلالة إحصائية بين استخدام تطبيقات الحكومة الإلكترونية بأبعادها على القدرات الإبداعية بأبعادها في المؤسسات الحكومية الأردنية.

دراسة عمر والخطاط (٢٠٢٠م) بعنوان استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في دعم ممارسات الاتصال الحكومي بدولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة حالة على الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى فاعلية استخدام المؤسسات الحكومية لتطبيقات الهواتف الذكية في إدارة اتصالات الطوارئ والأزمات والكوارث، واعتمدت الدراسة على أسلوب الحالة بالتطبيق على الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث بدولة الإمارات العربية المتحدة.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن التطبيق جاء كدليل إرشادي وتوعوي لمعظم الطوارئ والأزمات والكوارث المحتملة بدولة الإمارات، كما أن التطبيق لم يوفّر خدمات الإغاثة.

دراسة العايد والحمودي (٢٠١٩م) بعنوان تقييم تطبيق الخدمات الحكومية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين منها:

سعت الدراسة إلى تقييم تطبيق خدمات الحكومة الإلكترونية في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين منها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بعرض أهم الأدبيات المتعلقة بتقييم تطبيقات الخدمات الحكومية الإلكترونية، ومناقشة أهم العوامل المرتبطة بالحكومة الإلكترونية، كما أجرت الباحثان دراسة ميدانية بتوزيع استبانة على عينة عشوائية عنقودية بلغت (٣٨٦) مستفيدًا من الخدمات الحكومية الإلكترونية.

أظهرت الدراسة عدة نتائج من أبرزها: أن تقييم تطبيق الحكومة الإلكترونية جاء بمستوى مرتفع وفقًا لعينة الدراسة.

دراسة عبد الجواد (٢٠١٨م) بعنوان استخدامات الجمهور في الإمارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية:

سعت الدراسة للتعرف على مدى استخدام الجمهور في الإمارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية، وعلى أهم التطبيقات المستخدمة من قبل الجمهور، وتعدُّ الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي باستخدام صحيفة الاستقصاء، وقد بلغت عينة الدراسة (٢٠١) مفردة من الأفراد الذين يترددون على المؤسسات الحكومية في إمارة دبي، واستخدمت الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباع مدخلاً نظرياً لها.

كما أوضحت نتائج الدراسة أهمية تطبيق هيئة المياه والكهرباء الذي تُقدِّمه لخدمة المواطنين والمقيمين بالدولة، كما أكدت الدراسة على أن هناك علاقة بين استخدام التطبيقات وعدم التوجه إلى المؤسسات الحكومية لإنجاز المصالح المختلفة.

دراسة رضوان (٢٠١٧م) بعنوان إدراك الجمهور الإماراتي لجودة الاتصال الحكومي عبر الإنترنت:

هدفت الدراسة إلى التعرف على إدراك وتقييم مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة للخدمات المُقدَّمة عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية، استخدمت الدراسة نموذج جودة الخدمات الإلكترونية ونموذج الثقة في الموقع الإلكتروني، ويتحدد مجتمع الدراسة في مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك بتطبيق الاستبيان على عينة بلغت (٣٠٠) مفردة من المواطنين. وتوصلت الدراسة إلى أن مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة يُقيِّمون الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية للمنظمات الحكومية بشكل إيجابي.

دراسة حسن وآخرين (٢٠١٦م) بعنوان أثر جودة خدمات الحكومة الإلكترونية على رضا العميل: بالتطبيق على عملاء مصلحة الأحوال المدنية بمحافظة الدقهلية:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر جودة خدمات الحكومة الإلكترونية على رضا العميل، واستخدم الباحثون صحيفة الاستقصاء للوصول إلى النتائج وبلغ حجم عينة الدراسة (٣٨٤) مفردة من عملاء مصلحة الأحوال المدنية بمحافظة الدقهلية.

أظهرت الدراسة العديد من النتائج منها: أنه يوجد تأثير معنوي لأبعاد جودة خدمات الحكومة الإلكترونية مجتمعة على رضا العملاء.

دراسة الحملي (٢٠١٥م) بعنوان دور تطبيق برنامج أبشر في تحسين مستوى أداء العاملين بجوازات محافظة الأحساء:

سعت الدراسة للتعرف على دور تطبيق برنامج أبشر في تحسين أداء العاملين بجوازات محافظة الأحساء، واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتكوّن مجتمع

الدراسة من العاملين بإدارة الجوازات بمحافظة الإحساء وبلغ حجم العينة (١٣٢) مفردة من الضباط والأفراد والمدنيين.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أنه جاءت إسهامات تطبيق برنامج أبشر في تحسين مستوى أداء العاملين بجوازات محافظة الإحساء بدرجة عالية جداً ومن أهمها: القدرة على إنجاز المعاملات بشكل أسرع وترشيد الوقت المُهدر بالمعاملات الورقية.

دراسة رضوان (٢٠١٥م) بعنوان تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة للخدمات المُقدمة من قبل المواقع الإلكترونية للمنظمات الحكومية وتطبيقاتها، كما هدفت إلى التعرف على تقييم الجمهور لعناصر جودة الخدمات الإلكترونية المُقدمة عبر الهيئات الحكومية ومدى ثقتهم بها عبر التطبيقات، كما تمثل مجتمع الدراسة في مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك بتطبيق الدراسة على عينة من مستخدمي الخدمات الحكومية من المواطنين، وبلغت العينة ٣٠٠ مفردة غير تطبيق الاستبانة وذلك باستخدام نموذج جودة الخدمات الإلكترونية ونموذج قبول التكنولوجيا.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن المواطنين قَيّموا الخدمات الإلكترونية للمنظمات الحكومية بصورة إيجابية من خلال الفوائد المتحققة منها وجودتها والثقة فيها.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكننا ملاحظة التالي:

١. نلاحظ قلة في الدراسات التي تناولت المنصات الرقمية في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية وقلة في الدراسات التي تناولت الأداء الاتصالي للمؤسسات الحكومية، باستثناء دراسة الحملي (٢٠١٥م) ودراسة المطيري (Almutairi, 2023) ودراسة الدعيج وآخرين (Alduaij et al., 2023) والتي هدفت إلى إبراز دور التطبيقات الإلكترونية في تحسين الخدمات الحكومية، مما يدعم اختيار موضوع الدراسة حول اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي في المملكة العربية السعودية.

٢. أكدت معظم الدراسات السابقة على أنه يوجد اهتمام من قبل المؤسسات الحكومية باستخدام وتفعيل تطبيقاتها، كما جاء في دراسة المعاينة (٢٠٢١م) ودراسة حامد (٢٠٢١م) التي أوضحت ارتفاع مُعدل تعرض الجمهور للمواقع الرسمية لوزارة الصحة، مما يشير إلى أهمية وجود منصات الاتصال الحكومي التي تُعنى بخدمة المواطنين والمقيمين، مما يتوافق مع هدف الدراسة الحالية في معرفة مستوى استخدام الجمهور لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

٣. أوضحت معظم الدراسات السابقة التي تناولت منصات الاتصال الحكومي أن تقييم تطبيقات الاتصال الحكومي جاء بصورة إيجابية، كما في دراسة المطيري (٢٠٢٣م) ودراسة الدعيج وآخرين (Alduaij et al., 2023) ودراسة العايد والحمودي (٢٠١٩م) ودراسة رضوان (٢٠١٧م) ودراسة رضوان (٢٠١٥م)، مما يدعم الحاجة لمعرفة مستوى رضا الجمهور عن منصات الاتصال الحكومي في المملكة العربية السعودية لدى وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

٤. اعتمدت معظم الدراسات على أداة الاستبانة في رصد وتحليل اتجاهات المستفيدين والعاملين لتلك المنصات الحكومية، مما يتشابه مع الأداة المختارة للدراسة الحالية.

٥. كما استفرد الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة التي تناولت المنصات الحكومية بأنها ستعكس اتجاهات ووجهات نظر المواطنين السعوديين حول منصات الاتصال الحكومي في وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

رغم اختلاف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية، إلا أن الدراسات السابقة مكّنت الباحثين من رصد الجوانب التي قد تسد نقصاً؛ انطلاقاً من أن البحث العلمي تكاملي مع بعضه، كما أن الباحثين استفادوا من الدراسات السابقة فيما يلي:

١. ساعدت الدراسات السابقة في الكشف عن الثغرات وتحديد المشكلة البحثية بشكل دقيق، حيث لم يتم التطرق مسبقاً لمشكلة الدراسة الحالية والتي تُمثل محور اهتمام لدى الباحثين.
٢. تمت الاستفادة من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، واختيار النظرية الأنسب لاختيار فروض الدراسة.
٣. ساهمت الدراسات السابقة في تحديد نوع الدراسة ومنهجها وعينتها المناسبة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.
٤. تعرفت الباحثان من خلال الدراسات السابقة على أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
٥. الاستفادة منها في تصميم وتحديد محاور الاستبيان.

مصطلحات الدراسة:

الاتصال الحكومي:

تعريفه اصطلاحاً: يمكن تعريف الاتصال الحكومي بأنه الجهود التي تبذلها المؤسسات والهيئات الحكومية في الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها، والتي تستهدف نشر ومشاركة المعلومات وذلك باستخدام كافة أنواع

وسائل الاتصال للوصول إلى الجمهور، من أجل التأثير في سلوك أفراد المجتمع بما يحقق أهداف الحكومة وطموحاتها، والتعرف على آراء المواطنين واحتياجاتهم بغرض توظيفها في وضع أهداف وسياسة الحكومة (المركز الدولي للاتصال الحكومي، ٢٠٢٠م).

تعريفه إجرائياً: تتجه القطاعات الحكومية نحو توظيف منصات الحكومة لتقديم الدعم والخدمات للجمهور من أفراد ومؤسسات، والتفاعل مع الجمهور من خلال الرد على استفساراتهم واستقبال آرائهم.

المؤسسات الحكومية:

تعريفها اصطلاحاً: وهي كافة المنشآت في القطاع العام من وزارات وهيئات وشركات تابعة للدولة.

تعريفها إجرائياً: هي الجهات التي تنشئها الدولة لتنفيذ المهمات التي تُحقق أهدافها ورؤيتها، وتُقدّم الباحثان في هذه الدراسة "وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان" منصات المؤسسات الحكومية: وهي تلك المنصات التي تُقدّم الخدمات الحكومية عبر التقنية، وتساعد في إجراء معاملات المواطنين، وتوفر للمستخدمين تجربة رقمية للاستفادة من تلك الخدمات، كما تُمكن للمستفيد

تصفح المعلومات والأخبار المنشورة عبر متصفح الويب الخاص بالمؤسسة وتطبيق الهاتف المحمول (المنصة الوطنية الموحدة، د.ت.).

منصة بلدي: وهي المنصة الرسمية الذي تُقدّم خدمات القطاع البلدي على مستوى المملكة، حيث تُقدّم وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان منصة (بلدي) التي تُمكن المواطن والمقيم من خلالها من إتمام العديد من المعاملات والخدمات وتقديم البلاغات ومعالجتها رقمياً (منصة المدينة الرقمية، د.ت.).

الاتجاه: هو إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، ولها فعل توجيه على استجابات الأفراد نحو الأشياء والمواقف المختلفة (Allport, 1954, p.45) ويتمحور مفهوم الاتجاهات في هذه الدراسة حول الجمهور السعودي وبيان وجهات نظرهم وآرائهم حول أداء منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

الإطار النظري

أولاً: نظرية الاتجاهات:

تعريف الاتجاهات:

هناك العديد من التعريفات التي وضعها الباحثون والتي تؤكد أن الأفراد يحملون في دواخلهم عدة اتجاهات نحو الأشياء والأفراد، كما ذكر "بنينجتون" وآخرون (Pennington et al., 1999) بأننا نسعى دائماً في جميع جوانب حياتنا للتعرف على اتجاهات الآخرين والمحاولة لتغيير وجهات نظرهم بما يتناسب مع الاتجاه الذي نتبعه (العتيبي، ٢٠٢٢م، ص ٢٨٢)، كما يرى (خليفة، ١٩٩٦م، ص ١٩٤) أن الاتجاه عبارة عن حالة وجدانية أو انفعالية تتكون لدى الفرد بناءً على ما يُوجد لديه من معارف ومعتقدات وخبرات نحو

موضوع ما، والتي قد تدفعه نحو القيام ببعض الاستجابات أو الأفعال في موقف معين ويتحدد من خلال هذه الاستجابات درجة رفض أو قبول الفرد لموضوع الاتجاه.

أهمية الاتجاهات:

تحتل الاتجاهات مكانة بارزة في الحقول العلمية، وتكمن أهميتها في أن التعرف على الاتجاهات يساعد على تحقيق الأهداف في تلك الحقول، من جانب آخر، أصبحت دراسة الاتجاهات ضرورة علمية لتفسير التصرفات الحالية والمستقبلية، ويُمكن من هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو أداء منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، لأن مثل هذه الاتجاهات تؤثر في سلوكهم واستخدامهم للمنصات والتطبيقات للحصول على الخدمات.

مكونات الاتجاه:

ذكر بعض العلماء بأن الاتجاه يتكوّن من عدة مكونات؛ مكوّن معرفي، مكوّن وجداني، ومكوّن سلوكي، وستعمد هذه الدراسة للتعريف بالمكوّن المعرفي والوجداني والسلوكي مع التركيز على المكوّن المعرفي للسعي في تحقيق أهداف الدراسة الحالية.

أ. المكوّن المعرفي: يُعدّ المكوّن المعرفي المرحلة الأولى في تشكيل الاتجاه، حيث يتكوّن من معارف الأفراد ومعتقداتهم فيما يتعلق بموضوع الاتجاه، ويتشكل هذا الاتجاه نتيجة لدرجة معرفته، وثقافته، وتعليمه، والبيئة المحيطة به (عمر، ١٩٩٩م، ص١٦٧).

ب. المكوّن الوجداني: وهو يتمثل بمشاعر الفرد الموجهة نحو موضوع الاتجاه وتكون مرتبطة بتكوينه العاطفي والمؤثرة بتقبله أو رفضه لموضوع الاتجاه (عبد الجليل، ٢٠١٦م، ص٣٤٩).

ج. المكوّن السلوكي: وهو الذي يعكس قيم الأفراد واتجاهاتهم، وتوقعات الآخرين، كما أنها مرتبطة بسلوك الإنسان وردّة فعله تجاه موقف معين، مما يدل على قبوله أو رفضه له معتمداً على خلفية نمطية نحوه وإحساسه الوجداني تجاهه.

ويظهر الاتجاه نتيجة التفاعل بين هذه المكونات، والتي غالباً ما تكون متسقة فيما بينها، رغم وجود بعض الحالات التي قد لا تتسق فيها المكونات مع بعضها البعض، إلا أنها حالات نادرة، حيث يسعى الفرد حينها لتعديلها والتخلص من شعوره بالقلق وعدم الراحة الناتج عن عدم الاتساق بين هذه المكونات (عبد الجليل، ٢٠١٦م، ص٣٤٩).

قياس الاتجاهات:

تعد عملية قياس الاتجاهات عملية معقدة جداً، نظراً لتعدد أفكار الأفراد ومشاعرهم نحو موقف معين، وقد تكون اتجاهاتهم في تغير دائم، مما يتوجب علينا أولاً تبسيط هذا التعقيد مبدئياً، فعند التوجّه لتحليل الاتجاه من المحتمل أن يزداد التعقيد الذي يواجهنا، مما يتطلب علينا الإلمام بشكل مباشر بما نرغب بقياسه، لأن الخاصية التقديرية للاتجاه تتجلى في مدى شعور الفرد، هل هو شعور إيجابي أم سلبي، معه أم ضده، مؤيد أو معارض (العتيبي، ٢٠٢٢م، ص٢٨٧).

كما أن هناك عدة مقاييس للاتجاهات، وستعتمد الباحثان في دراسة اتجاهات الجمهور على مقياس ليكرت الخماسي، وهو من أكثر المقاييس استخدامًا في قياس الاتجاهات، ويشتمل على عدد من العبارات التي توضح علاقة اتجاهات الجمهور السعودي نحو أداء منصات الاتصال الحكومي، بحيث يكون لديهم عدة عبارات لكل عبارة تتراوح بين موافق بشدة، وموافق، ومحايد، وغير موافق، وغير موافق بشدة.

مدى استفادة الدراسة الحالية من نظرية الاتجاه:

بناءً على ما سبق ترى الباحثان أن نظرية الاتجاه هي النظرية الأنسب، والأكثر ملامسة لمحاور الدراسة، وتم اختيار هذه النظرية بناءً على عدة أسباب؛ من أهمها: أنها مناسبة لدراسة اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي، وتظهر الاتجاهات جليًا مع مدى استخدام تلك المنصات والاعتماد عليها.

نموذج جودة الخدمات الحكومية:

حظي نموذج جودة الخدمات باهتمام كبير من عدة زوايا، الخدمات الإلكترونية ومواقع الإنترنت والخدمات الحكومية أيضًا، ويُقدّم هذا النموذج فرصة لتحسين كفاءة الحكومة الإلكترونية وفعاليتها بحيث تخلق فوائد كبيرة للمواطنين وأصحاب المصلحة الآخرين المتمثلين بالحكومة (Alnidawi et al., 2018, p.1262).

هذا النموذج وضعه كل من "زيثامل" و"براسورمان" و"مالهوترا" Zeithaml, Parasuraman, Malhotra عام ٢٠٠٢م، ويوضّح النموذج عدة عوامل تم وضعها كمحددات لجودة الخدمة، كما أن الدراسات التي تناولت النموذج اختلفت وتنوّعت في تناولها لمعايير وأبعاد الجودة بشكل عام، فدراسة "زيثامل" وآخرين (Zeithaml et al., 2002, p.365) تناولت سبعة أبعاد وهي (الكفاءة، الإنجاز، الدقة، الخصوصية والأمان، والاستجابة، والتعويض، والاتصال)، بينما دراسة "بابادوميتشيلكي" و"مينتراس" (Papadomichelaki & Mentzas, 2009, p.172) تناولت الحكومة الإلكترونية كنموذج تم تطويره لقياس جودة الخدمات الحكومية وتناولت الأبعاد التالية: (المصداقية، الكفاءة، الثقة، دعم المواطن (التفاعل)، واقترحت دراسة العنزي وآخرين (Alanezi et al., 2010, p.12) أبعادًا أخرى بناءً على الدراسات السابقة ذات الصلة، وقاموا بتعديلات طفيفة من خلال إعادة صياغة أبعاد جودة الخدمة الخمسة وإضافة بُعدين آخرين وهم (المعلومات، وسهولة الاستخدام) وذلك لعلاقتهم بالحكومة الإلكترونية، وجاءت الأبعاد المقترحة منهم كالتالي: (تصميم الموقع، الدقة، الاستجابة، الخصوصية، الطابع الشخصي، المعلومات، سهولة الاستخدام)، كما جاءت آخر دراسة للنداوي وآخرين (Alnidawi et al., 2018, p.1261) بتناول عشرة أبعاد وهي كالتالي: (توافر النظام، الخصوصية والأمن، الكفاءة، الإنجاز، الموثوقية، المعلومات، سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، التفاعل، الاستجابة).

وبناءً على ما سبق يمكننا أن نستنتج أنه لا يوجد مقياس عالمي موحد حتى الآن لجودة الخدمات الحكومية؛ نظرًا لوجود أبعاد مختلفة طرحتها الدراسات السابقة لقياس جودة الخدمة إما من منظور مزوّد

الخدمة أو من منظور العميل، كما يعتمد المقياس على تصوّر المواطنين للخدمات الحكومية، وبناءً على أبعاد الدراسات السابقة المقترحة، اقترحت الباحثتان أبعادًا منها تقيس جودة الخدمات الحكومية والعناصر المتعلقة بها، وهي كما ذكرها "زيثمال" و"براسورمان" و"مالهوترا" (Zeithaml et al., 2002, p.365) كالتالي:

١. **الكفاءة: Efficiency** وترتبط بقدرة العميل على الوصول السريع للخدمة عبر التطبيق والمنصات الرقمية والحصول على المعلومات والخدمات اللازمة بكفاءة عالية.
٢. **الإنجاز: Fulfillment** وهي ترتبط بالجودة التي تقدم بها الخدمة إلكترونيًا.
٣. **الدقة: Reliability** وهي ترتبط بجودة الموقع من الناحية التقنية والفنية الشكلية.
٤. **الاستجابة: Responsiveness** تشير الاستجابة إلى سرعة الرد على مستخدمي التطبيق من المواطنين والمقيمين دون تأخير، بحيث يتم الرد على جميع استفساراتهم وحل شكاويهم بسرعة وفعالية وبشكل مفيد.
٥. **التعويض: Compensation** وهي ترتبط بقدرة القائمين على التطبيق في تعويض العميل عن أي خسائر مادية قد تلحق به.

٦. **الاتصال: Contact** وتعني توفير وسائل الاتصال لتسهيل التواصل مع القائمين على التطبيق.

بينما أضاف العنزي وآخرون (Alanezi et al., 2010, p.12) أبعادًا أخرى وهي كالتالي:

١. **سهولة الاستخدام: Ease of use** وهو يعنى بدرجة سهولة استخدام موقع الويب وإمكانية الوصول للخدمات، حيث تُعدّ سهولة الاستخدام أحد أهم الأبعاد التي تؤثر في رضا العملاء.
٢. **الخصوصية والأمان: Privacy/ Security** يلعب كُلاً من الخصوصية والأمان دورًا مهمًا في زيادة ثقة العميل في المؤسسة، حيث يُمثّل عامل الأمان والخصوصية حماية المعلومات والبيانات الشخصية للمواطن التي توفرها التطبيقات.
٣. **المعلومات: Information** وهو يتعلق بتوافر المحتوى والمعلومات المطلوبة للعملاء وزوّار التطبيق، وأن تكون المعلومات المتاحة دقيقة ومُحدّثة وسهلة الفهم.
٤. **تصميم الموقع: Web site design** تعد جودة واجهة التطبيق مهمة لمستخدمي التطبيق، حيث يجب الأخذ بالاعتبار حول واجهة التطبيق وتصميم الموقع كأبعاد لجذب العملاء.
٥. **الطابع الشخصي: Personalization** وهو يتعلق بالدرجة التي يوفّر بها التطبيق الخدمات والاحتياجات لإقناع الأفراد باستخدام التطبيق.

مدى استفادة الدراسة الحالية من نموذج الخدمات الإلكترونية:

تم اختيار نموذج جودة الخدمات الحكومية لقياس محددات جودة الخدمات الإلكترونية المتمثلة في أحد عشر معيارًا وهي (سهولة الاستخدام، الخصوصية والأمان، الكفاءة، الإنجاز، الدقة، المعلومات،

تصميم الموقع، الاستجابة، الطابع الشخصي، التعويض، الاتصال) في اتجاهات الجمهور نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

الإطار المعرفي:

الحكومة الإلكترونية:

يُشار إلى مفهوم الحكومة الإلكترونية بعدد من المصطلحات منها: الحكومة الرقمية والحكومة عبر الإنترنت والحكومة المتنقلة والحكومية (Manoharan & Ingrams, 2018, p.2). وتُعرّف الحكومة الإلكترونية كما يرى "بورناريس" (Bournaris, 2020, p.1) أنها توفير الخدمات العامة والمعلومات عبر الإنترنت، ٢٤ ساعة ولمدة ٧ أيام في الأسبوع، ويؤكد ذلك "مولنار" (Molnar, 2020, p.176) بأن الحكومة الإلكترونية في أبسط أشكالها تشير إلى استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطبيقات لتقديم خدمات أفضل للمواطنين والشركات، وتوسع مفهوم الحكومة الإلكترونية ليشمل نطاقاً أكثر تنوعاً للتطبيقات.

منصات الاتصال الحكومي عبر الإنترنت:

يهدف الاتصال الحكومي إلى تقديم المعلومات الموثوقة والواضحة والحقيقية إلى الجمهور عن سياسة الحكومة وأنشطتها وخدماتها، وذلك من خلال الاتصال المباشر والفعال بالجمهور عبر كافة وسائل الاتصال والإعلام، خاصة مع تطور تكنولوجيا الاتصال تماشياً مع نمو تطلعات ورغبات الجمهور، وتحدد مبادئ الاتصال الحكومي في الانفتاح على المجتمع والتواصل معه بجدية، المباشرة والوضوح في نقل المعلومات، التواصل المستمر مع الجمهور وإشراكه في عمليات اتخاذ القرار والتعرف على آرائه، التقديم الإيجابي لسياسات الحكومة وإنجازاتها، واستخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة، ويهدف التخطيط الاستراتيجي لبرامج الاتصال الحكومي إلى وضع أهداف يساهم تحقيقها في تحقيق رؤية ورسالة المنظمة وأهدافها الاستراتيجية (رضوان، ٢٠١٧م، ص ١٨٧).

وظائف الاتصال الحكومي:

يقوم الاتصال الحكومي بعدة وظائف من أهمها:

- التأثير في آراء واتجاهات وسلوكيات الجمهور، بما يخدم قضايا الدولة في كافة المجالات.
- دعم برامج التطوير والإصلاح التي تقوم بها الحكومة على كافة المستويات والمجالات.
- تبني توجهات الحكومة من أجل تطوير الدولة وتنميتها.
- تقديم المعلومات اللازمة للمواطنين حول الموضوعات والقضايا ذات الأولوية في المجتمع.
- توضيح سير الأعمال الحكومية.
- التغطية الإعلامية لمشروعات الحكومة وأخبارها وإنجازاتها.

- رصد اتجاهات الرأي العام، وآراء واحتياجات واستفسارات المواطنين والاستجابة لها (عايش وآخرون، ٢٠٢٠م، ص ١٧).

أهمية منصات الاتصال الحكومي في القطاع البلدي:

تبرز أهمية منصات الاتصال الحكومي في تقديم كافة الخدمات للمواطنين والمقيمين وذلك بضمان حصولهم على الخدمة السريعة؛ وهو ما يساعد في توفير الوقت اللازم لإنجاز المعاملات وتحقيق الاتصال الفعال والتقليل من التعقيدات الإدارية. كما تهدف منصات الاتصال الحكومي إلى تحسين مستوى الخدمة المقدّمة للمواطنين والمؤسسات وذلك بتفادي الأخطاء المتوقعة من استخدام النظام اليدوي والتأخير الناتج عنها، وتبسيط الإجراءات وتقليل الوقت المُستهلك والتكلفة. كما أن من أهم متطلبات تطبيق الحكومة الإلكترونية في القطاع البلدي توفير المتطلبات والبنى التحتية للاستفادة من خدمات الحكومة الإلكترونية، وتتمثل فيما يلي:

- المتطلبات الإدارية: وذلك بوجود قيادات مواكبة التطوير للتعامل بكفاءة مع التكنولوجيا الحديثة.
- المتطلبات البشرية: من خلال توفير كوادر بشرية لديها مهارات عدة لتستطيع التعامل مع الأنظمة الخاصة بالحكومة الإلكترونية.
- المتطلبات التقنية: ويُعنى بتوفير منصات وتطبيقات الحكومة الإلكترونية الخاصة بالقطاع البلدي، ولتحقيق الأهداف المرجوة لابد من توفير وتأهيل البنية التحتية الإلكترونية والتقنيات اللازمة للاستفادة من تلك الخدمات، منها: أجهزة الحاسب الآلي، والهواتف الذكية والشبكات وغيرها، لتحقيق الاستفادة القصوى في القطاع البلدي.
- المتطلبات المالية: تشمل المتطلبات المالية توفير كل من البنى التحتية والأدوات اللازمة والأجهزة، وكذلك إعداد البرامج التدريبية والتأهيلية لكافة الكوادر البشرية، وتوفير التمويل الكافي وتخصيص الميزانية اللازمة لها (أحمد، ٢٠٢٣م، ص ٣٣).

مميزات منصات الاتصال الحكومي في القطاع البلدي:

- لمنصات الاتصال الحكومي الخدمية الإلكترونية فوائد كثيرة، حيث أنها تُمكن المستفيدين من الوصول إلى جميع الخدمات والمعلومات الحكومية على مدار الساعة، حيث تعمل هذه المنصات على تبسيط الإجراءات وتقليل التكاليف، ويمكن توضيح مزايا منصات الاتصال الحكومي الإلكترونية، كالتالي:
- تُمكن المُستفيدين من الحصول على الخدمات على مدار الساعة في أي مكان وزمان.
- تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدّمة للمواطنين والمؤسسات وتحقيق رضاهم على الخدمات المقدّمة من قبل وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.
- يُمكن المُستفيدين من الحصول على الخدمات بطريقة عادلة.
- تساعد في تخفيف الضغط على الموظّفين، وتبسيط إجراءات عملهم.

- التقليل من التزاحم وعدد مرات التردد على البلديات للحصول على الخدمة وذلك بتوفير الخدمات الإلكترونية عن بعد وإحلال التعامل الورقي.
- تسهم في تأدية البلدية لمعاملاتها ومهامها بصورة أكثر فعالية ومصادقية مما يساعد ذلك في زيادة الثقة نحو التعاملات الإلكترونية مع البلدية من قبل متلقي الخدمة (عكروش، ٢٠٢٢م، ص ٤٣٤).
- تُعزز من فاعلية الأداء الحكومي وذلك بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Al-Khoury, 2021, p.140).

معوقات تطبيق تقنيات الاتصال الحكومي في القطاع البلدي:

- هناك العديد من المعوقات لتطبيق تقنيات الاتصال الحكومي الإلكترونية في البلديات ومن أهمها:
- كما ويمكن تلخيص المعوقات التي تحول دون تطبيق الحكومة الإلكترونية في البلديات بما يلي:
- المعوقات الإدارية والتنظيمية: تتمثل في مقاومة التغيير من قبل القادة والمسؤولين والأفراد، وضعف الإلمام بالخدمات المقدمة من قبل الحكومة وتطبيقاتها.
 - المعوقات البشرية: مثل عدم وثوق بعض المستخدمين بالتعاملات الإلكترونية وضعف الوعي الاجتماعي عموماً بأهمية التحوّل نحو استخدام الحكومة الإلكترونية، ونقص عدد الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع برمجيات الحاسب والتقنية.
 - المعوقات التقنية: مثل ضعف البنية التحتية اللازمة لتقديم الخدمات الحكومية عبر التطبيقات، عدم جاهزية البلديات للاستفادة من خدمات الحكومة الإلكترونية، وضعف القدرة التكنولوجية لشبكات الاتصالات في بعض البلديات.
 - المعوقات المالية: مثل قلة الموارد المالية المخصصة للحكومة الإلكترونية، وعدم وجود ميزانية مخصصة لتحديث الأجهزة والتطبيقات في القطاع البلدي، نظراً لاستمرارية تطور التقنيات (أحمد، ٢٠٢٣م، ص ٣٤).

منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:

- حققت وزارة الشؤون البلدية والقروية تطوراً ملحوظاً في التحوّل نحو رقمنة كافة المجالات المتعلقة بها، تعزيزاً لعملية التحوّل الرقمي وتحقيقاً لمستهدفات رؤية ٢٠٣٠م بما يحقق مجتمعاً حيويّاً، حيث وفّرت عدة منصات لتحقيق الأهداف الاستراتيجية الخاصة بالوزارة وللارتقاء بخدمات رائدة وذلك بتوفير الخدمات لتحسين كفاءة المنظومة الرقمية ورحلة العملاء ورفع مستوى رضاهم عن الوزارة.
- مبادرات رؤية ٢٠٣٠م لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:

أطلق برنامج التحوّل الوطني العديد من المبادرات التي تهدف إلى تطوير البنية التحتية اللازمة وتهيئة القطاع العام والخاص وغير الربحي لتحقيق رؤية ٢٠٣٠م، كما احتوت رؤية ٢٠٣٠م على عدة مبادرات منها مبادرة التحوّل الرقمي في القطاع البلدي، حيث تهدف هذه المبادرة إلى تجهيز وتشغيل وتوفير

القدرات الرقمية في القطاع البلدي، وترشيد المكونات التقنية المكررة من التطبيقات، وذلك بتوحيد الإجراءات والخدمات على مستوى القطاع البلدي من أجل الحفاظ على الموارد والخدمات وتوفير الوقت والمجهود والتكاليف بأفضل الطرق، ومبادرة تسهيل إجراءات الخدمات البلدية التي هدفت إلى رفع الكفاءة من خلال التغلب على التحدي القائم المتمثل في تعدد الإجراءات والنماذج التشغيلية في الجهات الداعمة لتقديم الخدمات ذات العلاقة، وذلك بتوفير منصة موحدة من موقع إلكتروني وتطبيق يشمل كافة خدمات القطاع البلدي (رؤية ٢٠٣٠، ٢٠١٦م).

نبذه عن منصة بلدي:

تُمكن منصة بلدي من الوصول إلى الخدمات البلدية رقمياً ببسرٍ وسهولة، وتقدم للمواطنين والمقيمين والمؤسسات خدمات نوعية تحت منصة واحدة؛ لتمكن المواطنين من الوصول والاستفادة من كافة خدمات المدن التي تركز على تلبية احتياجات المواطن، كما تمكن من خلال المنصة أو التطبيق تصفح أخبار القطاع البلدي، الإجابة على استفسارات المواطنين والمقيمين، وتقديم البلاغات البلدية، ومتابعة حالتها، كما تتيح متابعة الشكاوى والحصول على الخدمات البلدية، وإمكانية التواصل مع الدعم الفني مباشرة عبر المنصة، والعديد من الخدمات (منصة المدينة الرقمية، د.ت.).

الدراسة الميدانية:

نوع ومنهج الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف التعرف على الخصائص الدقيقة للظاهرة من حيث طبيعتها ووصفها والعوامل المؤثرة في موضوع الدراسة (ذو الفقار، ٢٠٠٩م، ص ٨٠)، وهذه الدراسة تسعى إلى وصف ورصد اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي كأحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، حيث تستخدم الدراسة المسح الوصفي، بحيث يقوم المسح الوصفي بوصف الاتجاهات وشرح ما هو قائم بالفعل.

وتهتم هذه الدراسة بمسح اتجاهات الجمهور السعودي المستخدم لمنصات الاتصال الحكومي وذلك بالتطبيق على وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان ووصف مدى تبني الجمهور لاستخدام منصات الوزارة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع مستخدمي منصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان في محافظة الأحساء والبالغ عددهم 1.3 مليون نسمة.

عينة الدراسة:

نظرًا لصعوبة الوصول لكافة أفراد المجتمع لكبر حجمه، تم الاعتماد على أسلوب العينة العمدية المتاحة من الجمهور السعودي في محافظة الأحساء المستخدم لمنصة بلدي وتُمثّل فئات الجمهور السعودي ممن هم فوق ١٨ عامًا، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة من مستخدمي منصة بلدي بلغت ٢٠٠ مفردة من الذكور والإناث.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: طُبقت هذه الدراسة على جمهور محافظة الأحساء.

الحدود الزمانية: من شهر مارس إلى شهر مايو لعام ٢٠٢٢م.

الحدود البشرية: تمثلت بالمواطنين الذين يستخدمون منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ومنصة بلدي لمن هم فوق ١٨ عامًا.

الحدود الموضوعية: تتمثل في قياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ومنصة بلدي خصوصًا.

أداة جمع البيانات:

تمثلت أداة جمع البيانات في استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات على موضوع الدراسة، وتم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي لمعرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وتم تطبيقه على عينة من مستخدمي منصة بلدي من جمهور محافظة الأحساء، حيث تكوّنت استمارة الاستبيان من البيانات الأولية والمحاور الرئيسية التالية:

المحور الأول: الطبيعة الديموغرافية لمستخدمي منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ويضم ٧ تساؤلات.

المحور الثاني: معدل ودوافع استخدام جمهور الأحساء لمنصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ويضم ٣ تساؤلات.

المحور الثالث: اتجاهات جمهور محافظة الأحساء نحو منصة بلدي الخاص بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ويضم تساؤلًا واحدًا ويشمل ١٤ عبارة.

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو تطبيق بلدي من خلال نموذج الخدمات الحكومية، ويضم تساؤلًا واحدًا ويشمل ٢٢ عبارة لمقياس جودة الخدمات الحكومية.

خصائص الجمهور عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (١)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
المهنة	طالبة/ة	٥٣	%٢٦,٥
	عاطلة/ة عن العمل	٢٤	%١٢,٠
	موظف/ة بالقطاع الحكومي	٣٩	%١٩,٥
	موظف/ة بالقطاع الخاص	٤٦	%٢٣,٠
	صاحبة/ة أعمال حرة	٧	%٣,٥
	متقاعدة/ة عن العمل	٣١	%١٥,٥
المجموع		٢٠٠	%١٠٠
التعليم متوسط	ثانوي	٤	٢,٠
	دبلوم	٣٣	%١٦,٥
	جامعي	٢٣	%١١,٥
	فوق جامعي	١١٨	%٥٩,٠
	المجموع	٢٢	%١١,٠
المجموع		٢٠٠	%١٠٠
المستوى الاقتصادي للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ ريال.	٨٠	%٤٠,٠
	من ٥٠٠٠ إلى أقل ١٠٠٠٠ ريال	٤١	%٢٠,٥
	من ١٠٠٠٠ إلى أقل ١٥٠٠٠ ريال	٣٠	%١٥,٠
	من ١٥٠٠٠ إلى أقل ٢٠٠٠٠ ريال	٢١	%١٠,٥
	من ٢٠٠٠٠ ريال فأكثر	٢٨	%١٤,٠

المجموع		٢٠٠	%١٠٠
المرحلة العمرية	من ١٨ إلى ٣٠ سنة	٩٩	%٤٩,٥
	أكبر من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	٣٣	%١٦,٥
	أكبر من ٤٠ إلى ٥٠ سنة	٣٠	%١٥,٠
	أكبر من ٥٠ إلى ٦٠ سنة	٣٠	%١٥,٠
	أكبر من ٦٠ سنة فأكثر	٨	%٤,٠
المجموع		٢٠٠	%١٠٠
النوع	ذكور	٩١	%٤٥,٥
	إناث	١٠٩	%٥٤,٥
النطاق الجغرافي	مدينة.	١٨٤	%٩٢
	قرى.	١٦	%٨
المجموع		٢٠٠	%١٠٠

توصيف ليكرت لمقياس الاتجاهات:

تم تصنيف المقياس، وفقاً لثلاثة محاور على النحو التالي:

جدول (٢)

توصيف ليكرت لمقياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي الرقمية الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

م	المحاور	العبارات	وحدة القياس	ك	%
١	اتجاهات معرفية	٥	معارض (٥ : ١١) = ١	١	%٠,٥
			محايد (١٢ : ١٨) = ٢	٥٢	%٢٦,٠
			موافق (٢٥ : ١٩) = ٣	١٤٧	%٧٣,٥
٢	اتجاهات وجدانية	٥	معارض (٥ : ١١) = ١	٣	%١,٥
			محايد (١٢ : ١٨) = ٢	٥٥	%٢٧,٥

٧١,٠%	١٤٢	موافق (١٩:٢٥) = ٣	٤	اتجاهات سلوكية	٣
٢,٥%	٥	معارض (٩:٤) = ١			
٤٧,٠%	٩٤	محايد (١٥:١٠) = ٢			
٥٠,٥%	١٠١	موافق (١٦:٢٠) = ٣	١٤	اتجاهات الجمهور السعودي	
١,٥%	٣	معارض (١٤:٣٢) = ١			
٣١,٥%	٦٣	محايد (٣٣:٥١) = ٢			
٦٧,٠%	١٣٤	موافق (٧٠:٥٢) = ٣			

خطوات تقنين المقياس:

▪ صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد مقياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي الرقمي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان والدرجة الكلية للمقياس، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للمقياس، ولهدف التحقق من مدى صدق المقياس، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي.

جدول (٣)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للمقياس

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الاتجاهات
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٣٩	معرفية
دالة عند ٠,٠١	٠,٥٧٣	وجدانية
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٢١	سلوكية

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد المقياس تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى

دلالة أقل من ٠,٠١، لذلك يتمتع المقياس بمعامل صدق عالي

▪ ثبات المقياس:

وقد تم حساب معامل الثبات لمقياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومية الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على عينة قوامها (٢٠) مفردة، وذلك بعدة طرق مختلفة،

فبحساب معامل ارتباط البعدين المكونين للمقياس مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس وفقاً لمعامل الارتباط "لجتمان" ومعامل ارتباط ألفا كرومباخ.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات لمقياس دوافع الاستخدام وأبعاده وفقاً لمعاملات الارتباط (جتمان- ألفا كرومباخ)

م	الاتجاهات	معامل ارتباط جتمان	معامل ارتباط ألفا كرومباخ
١	معرفية	٠,٩٥٤	٠,٩٧٦
٢	وجدانية	٠,٨٧٨	٠,٩٣٣
٣	سلوكية	٠,٧٧٧	٠,٨٠٧
	الدوافع مع الدرجة الكلية	٠,٨٩٨	٠,٩٤٤

يتضح من الجدول السابق أن أبعاد مقياس اتجاهات الجمهور نحو منصات الاتصال الحكومي الرقمية الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً.

▪ جمع البيانات وأساليب المعالجة الإحصائية:

تم جمع بيانات تلك الدراسة من خلال التطبيق الإلكتروني، وقد خضعت الاستبيانات لمراجعة مدققة، كما روجعت بعد استيفاء جميع الحالات، وتم إدخال البيانات في الحاسب الآلي وعولجت إحصائياً باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك وفق خطة تتفق والإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض، حيث تضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات الجمهور على جميع أسئلة وبنود الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقيم الكمية التي تعكس استجابات الجمهور على البنود والمقاييس الفرعية التي يضمها الاستبيان.
- اختبار "ت" للمقارنة بين مجموعات العينة مصنفة حسب النوع (ذكور & إناث)، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Analysis of Variance ANOVA بين مجموعات العينة مصنفة حسب المستوى الاقتصادي للأسرة، المستوى التعليمي، والمرحلة العمرية للجمهور، والمهن المختلفة، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان.
- اختبار كا^٢ (Chi-square)، وكذلك معامل التوافق (Contingency Coefficient) لرصد قيمة ومعنوية العلاقة بين متغيرين من المستوى الإسمي.
- مجموع الأوزان المرجحة.

- معامل ارتباط سبيرمان Spearman-Brown Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية:

هدفت الدراسة إلى رصد اتجاهات الجمهور السعودي نحو تطبيقات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان "تطبيق بلدي أنموذجاً"، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان إلكترونياً لعينة قوامها (٢٠٠) مفردة من الجمهور السعودي، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثان أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العينة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجاباتهم التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

(١) مدى استخدام الجمهور السعودي لمنصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:

جدول (٥)

مدى استخدام الجمهور السعودي لمنصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	مدى
%	ك	%	ك	%	ك		
٤٣,٥	٨٧	٣٩,٤	٤٣	٤٨,٤	٤٤	أحياناً	
٣٩,٠	٧٨	٤٥,٠	٤٩	٣١,٩	٢٩	نادرًا	
١٧,٥	٣٥	١٥,٦	١٧	١٩,٨	١٨	دائمًا	
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٩	١٠٠	٩١	الإجمالي	
		معامل التوافق = ٠,١٣٣		درجة الحرية = ٢		قيمة كا ^٢ = ٣,٥٧٧ مستوى الدلالة = غير دالة	

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: يتابع الجمهور السعودي عينة الدراسة منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بمعدل (أحياناً) في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٤٣.٥٪). وفي الترتيب الثاني، جاء الجمهور عينة الدراسة ممن يتابع منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بمعدل (نادرًا)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٣٩٪)، ثم جاء الجمهور عينة الدراسة ممن يتابع المنصات بمعدل (دائمًا)، وذلك بنسبة (١٧.٥٪).

٢) معدل استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان شهرياً:

جدول (٦)

معدل استخدام الجمهور لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان شهرياً

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	معدل
%	ك	%	ك	%	ك		
٧٢,٠	١٤٤	٧٨,٠	٨٥	٦٤,٨	٥٩	مرة واحدة	
٢١,٥	٤٣	١٩,٣	٢١	٢٤,٢	٢٢	مرتين إلى ٣ مرات شهرياً	
٦,٥	١٣	٢,٨	٣	١١,٠	١٠	أسبوعياً	
١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٩	١٠٠	٩١	الإجمالي	
<p>قيمة كا^٢ = ٦,٩٢٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٨٣</p> <p>مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥</p>							

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاء معدل استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان (مرة واحدة) شهرياً، وذلك في الترتيب الأول، بنسبة مئوية بلغت (٧٢٪).

وفي الترتيب الثاني، جاء معدل استخدام الجمهور (مرتين إلى ٣ مرات شهرياً) بنسبة (٢١.٥٪)، تلاه معدل استخدام (أسبوعياً) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (٦.٥٪).

٣) دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:

جدول (٧)
دوافع استخدام الجمهور لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

الوزن المرجح		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاستجابة الدوافع
الوزن المئوي	النقاط	ك	ك	ك	ك	ك	
١٨,٥	٨٣٨	١	٨	٣٢	٧٠	٨٩	تصميمها الجيد يسهل على الوصول إلى ما أريد عمله.
١٨,٢	٨٢٨	١	٥	٣٧	٧٩	٧٨	أقوم من خلالها بتقديم البلاغات ومعالجتها رقمياً
١٨,١	٨٢٥	-	٩	٣١	٨٦	٧٤	تساعدني في إتمام العديد من المعاملات والخدمات.
١٧,٨	٨٠٧	٢	٨	٣٧	٨٧	٦٦	تقدم لي معلومات كافية عن الأمور الخاصة بالشؤون البلدية والقروية والإسكان.
١٧,٤	٧٨٩	٣	١٤	٣٧	٨٣	٦٣	تعودت على استخدامها في إنجاز الخدمات والمصالح والحصول على المعلومات والأخبار بالقطاع البلدي.
٩,٩	٤٥٣	١	١	٢٣	٣٩	٤٥	أشعر بالراحة من خلالها لإتمام العديد من المعاملات دون الحاجة للتحرك.
٤٥٤٠		٢٠٠					مجموع الأوزان

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاء دافع (تصميمها الجيد يسهل علي الوصول إلى ما أريد عمله) في مقدمة دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة الدراسة لتطبيقات الاتصال الحكومي الرقمي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وذلك بوزن مئوي بلغ (١٨.٥%).

وفي الترتيب الثاني جاء دافع (أقوم من خلالها بتقديم البلاغات ومعالجتها رقمياً) بوزن مئوي بلغ (١٨.٢%)، ثم دافع (تساعدني في إتمام العديد من المعاملات والخدمات) في الترتيب الثالث بوزن مئوي (١٨.١%).

وجاء دافع (تقدم لي معلومات كافية عن الأمور الخاصة بالشؤون البلدية والقروية والإسكان) في الترتيب الرابع، بوزن مئوي بلغ (١٧.٨%)، تلاه دافع (تعودت على استخدامها في إنجاز الخدمات والمصالح والحصول على المعلومات والأخبار بالقطاع البلدي) في الترتيب الخامس بوزن مئوي

(٤.١٧٪)، ثم جاء دافع (أشعر بالراحة من خلالها لإتمام العديد من المعاملات دون الحاجة للتحرك) في الترتيب السادس والأخير بوزن مئوي بلغ (٩.٩٪).

٤) اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات بلدي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:
أ- الاتجاهات المعرفية:

جدول (٨)

الاتجاهات المعرفية للجمهور نحو منصة بلدي الخاص بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	٤,٣٦	٠,٥	١	٢,٠	٤	١٤,٥	٢٩	٢٧,٠	٥٤	٥٦,٠	١١٢	المنصات الرقمية أصبحت جزءاً أساسياً في حياة الأفراد والمجتمعات.
موافق بشدة	٤,٢٣	١,٠	٢	٣,٥	٧	١٤,٥	٢٩	٣٣,٥	٦٧	٤٧,٥	٩٥	منصة بلدي تعبير عن التطور في رؤية المملكة ٢٠٣٠.
موافق بشدة	٤,١٣	٠,٥	١	٢,٥	٥	١٨,٠	٣٦	٤٢,٠	٨٤	٣٧,٠	٧٤	تقدم منصة بلدي العديد من الخدمات.
موافق	٤,٠٩	١,٠	٢	٤,٠	٨	١٧,٠	٣٤	٤١,٥	٨٣	٣٦,٥	٧٣	تقدم منصة بلدي معلومات كافية عن الخدمات والبلاغات.
موافق	٣,٢١	١٤,٥	٢٩	١٨,٠	٣٦	٢١,٠	٤٢	٢٥,٥	٥١	٢١,٠	٤٢	منصة بلدي لم أستفد منها فيما أريده.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (المنصات الرقمية أصبحت جزءاً أساسياً في حياة الأفراد والمجتمعات) في صدارة الاتجاهات المعرفية للجمهور عينة الدراسة نحو منصة بلدي الخاص بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤.٣٦).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (منصة بلدي تعبير عن التطور في رؤية المملكة ٢٠٣٠) بمتوسط حسابي (٤.٢٣)، تلتها عبارة (تقدم منصة بلدي العديد من الخدمات) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٤.١٣).

وجاءت عبارة (تقدم منصة بلدي معلومات كافية عن الخدمات والبلاغات) في الترتيب الرابع، بمتوسط (٤.٠٩)، ثم عبارة (منصة بلدي لم أستفد منه فيما أريده) في الترتيب الخامس والأخير بمتوسط حسابي بلغ (٣.٢١).

٢- الاتجاهات الوجدانية:

جدول (٩)

الاتجاهات الوجدانية للجمهور نحو تطبيق بلدي الخاص بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موافق بشدة	٤,٢٧	١	٠,٥	٣	١,٥	٣٠	١٥,٠	٧٣	٣٦,٥	٩٣	٤٦,٥	منصة بلدي تجعلني أفتخر بالتطور في تنفيذ الخدمات والبلاغات بشكل رقمي.
موافق بشدة	٤,٢١	١	٠,٥	٥	٢,٥	٣١	١٥,٥	٧٧	٣٨,٥	٨٦	٤٣,٠	أحب منصة بلدي لأنها تختصر الكثير من الأمور.
موافق بشدة	٤,١٨	٢	١,٠	٦	٣,٠	٢٦	١٣,٠	٨٦	٤٣,٠	٨٠	٤٠,٠	لدي اتجاه إيجابي نحو منصة بلدي.
موافق	٤,٠٧	٣	١,٥	٨	٤,٠	٣٨	١٩,٠	٧٤	٣٧,٠	٧٧	٣٨,٥	منصة بلدي تحقق الراحة لكل مستخدميها بمحافظة الإحساء.
موافق	٣,١٠	٢٩	١٤,٥	٣٦	١٨,٠	٥٣	٢٦,٥	٥١	٢٥,٢	٣١	١٥,٥	أشعر بالاستياء بسبب فشل المنصة في تحقيق الهدف منها.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (منصة بلدي تجعلني أفتخر بالتطور في تنفيذ الخدمات والبلاغات بشكل رقمي) في صدارة الاتجاهات الوجدانية للجمهور عينة الدراسة نحو منصة بلدي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤.٢٧). وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (أحب منصة بلدي لأنها تختصر الكثير من الأمور) بمتوسط حسابي (٤.٢١)، تلتها عبارة (لدي اتجاه إيجابي نحو منصة بلدي) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٤.١٨). وجاءت عبارة (منصة بلدي تحقق الراحة لكل مستخدميها بمحافظة الإحساء) في الترتيب الرابع، بمتوسط (٤.٠٧)، ثم عبارة (أشعر بالاستياء بسبب فشل المنصة في تحقيق الهدف منها) في الترتيب الخامس والأخير بمتوسط حسابي بلغ (٣.١٠).

٣- الاتجاهات السلوكية:

جدول (١٠)

الاتجاهات السلوكية للجمهور نحو منصة بلدي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	٤,١٦	١,٠	٢	٥,٠	١٠	١٥,٥	٣١	٣٤,٥	٦٩	٤٤,٠	٨٨	أوصي بشدة باستخدام منصة بلدي.
موافق بشدة	٤,١١	٠,٥	١	٤,٠	٨	١٨,٥	٣٧	٣٨,٠	٧٦	٣٩,٠	٧٨	منصة بلدي أصبحت تغنيني في تنفيذ الخدمات والبلاغات.
موافق	٣,٩٤	١,٥	٣	٤,٥	٩	٢٤,٠	٤٨	٣٨,٥	٧٧	٣١,٥	٦٣	أسعى إلى انشاء منصات مماثلة لمنصة بلدي لاستخدامها.
موافق	٢,٩٨	٢٢,٥	٤٥	١٧,٥	٣٥	١٨,٥	٣٧	٢٢,٥	٤٥	١٩,٠	٣٨	أرى أن مثل منصة بلدي استخدامه مضيعة للوقت.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (أوصي بشدة باستخدام منصة بلدي) في صدارة الاتجاهات السلوكية للجمهور عينة الدراسة نحو منصة (بلدي) الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤.١٦).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (منصة (بلدي) أصبحت تغنيني في تنفيذ الخدمات والبلاغات) بمتوسط حسابي (٤.١١)، تلتها عبارة (أسعى إلى انشاء منصات مماثلة لمنصة بلدي لاستخدامها) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٣.٩٤).

وجاءت عبارة (أرى أن مثل منصة (بلدي) استخدامه مضيعة للوقت) في الترتيب الرابع الأخير، بمتوسط حسابي بلغ (٢.٩٨).

ومن خلال ما سبق، يمكن النظر إلى أكثر الاتجاهات تأثيراً على الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو منصة بلدي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ويظهر ذلك من خلال الجدول التالي والذي يتضمن عرضاً لإجمالي الاتجاهات الثلاثة (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) نحو المنصة. تبعاً لاختيارات (موافق - محايد - معارض)، حيث تم جمع استجابات المبحوثين (موافق بشدة ووافق تحت مظلة (موافق)، وكذلك تم جمع استجابات المبحوثين (معارض بشدة ومعارض تحت مظلة (معارض)، وذلك من أجل بيان أكثر الاتجاهات تأثيراً.

جدول (١١)

الاتجاهات الأكثر تأثير على الجمهور السعودي نحو تطبيق بلدي
بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاهات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢,٧٣	٠,٥	١	٢٦,٠	٥٢	٧٣,٥	١٤٧	معرفية
موافق	٢,٦٩	١,٥	٣	٢٧,٥	٥٥	٧١,٠	١٤٢	وجدانية
موافق	٢,٤٨	٢,٥	٥	٤٧,٠	٩٤	٥٠,٥	١٠١	سلوكية

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت (الاتجاهات المعرفية) في مقدمة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو منصة (بلدي) الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٣).

وفي الترتيب الثاني جاءت (الاتجاهات الوجدانية) بمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٩)، بينما حلت (الاتجاهات السلوكية) في الترتيب الثالث والأخير، بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٨).

٥) تصور الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو الخدمات الحكومية (نموذج الخدمات الإلكترونية) في ضوء منصة بلدي التابعة لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:

(١) معيار سهولة الاستخدام:

جدول (١٢)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار سهولة الاستخدام في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	٤,٢٢	-	-	٣,٠	٦	١٤,٥	٢٩	٤٠,٥	٨١	٤٢,٠	٨٤	سهلت لي منصة بلدي إمكانية طلب الخدمات والمعاملات التي أريدها.
موافق	٤,٠٧	١,٥	٣	٤,٠	٨	١٧,٥	٣٥	٤٠,٥	٨١	٣٦,٥	٧٣	تتسم منصة بلدي بسهولة في الاستخدام والوصول إلى ما أريده بشكل سلس.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (سهلت لي منصة بلدي إمكانية طلب الخدمات والمعاملات التي أريدها) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار سهولة الاستخدام في منصة بلدي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٢). وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تتسم المنصة بسهولة في الاستخدام والوصول إلى ما أريده بشكل سلس) بمتوسط حسابي (٤,٠٧).

(٢) معيار الخصوصية والأمان:

جدول (١٣)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الخصوصية والأمان في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	٤,٢٤	-	-	٣,٠	٦	١٥,٥	٣١	٣٦,٠	٧٢	٤٥,٥	٩١	تابعية المنصة لجهة رسمية تجعلني أشعر بالأطمئنان.
موافق بشدة	٤,١٦	٠,٥	١	٣,٠	٦	١٦,٥	٣٣	٤٠,٥	٨١	٣٩,٥	٧٩	توجد آلية واضحة لتسجيل بياناتي الشخصية داخل المنصة.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (تابعية المنصة لجهة رسمية تجعلني أشعر بالأطمئنان) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الخصوصية والأمان في منصة بلدي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٤).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (توجد آلية واضحة لتسجيل بياناتي الشخصية داخل المنصة) بمتوسط حسابي (٤,١٦).

(٣) معيار الكفاءة:

جدول (١٤)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الكفاءة في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٤,٠٩	٢,٠	٤	٣,٠	٦	١٨,٠	٣٦	٣٨,٥	٧٧	٣٨,٥	٧٧	أستطيع الوصول بسرعة للمعلومات والخدمات التي أريدها.
موافق	٤,٠٨	-	-	٤,٠	٨	١٩,٠	٣٨	٤٢,٥	٨٥	٣٤,٥	٦٩	تتسم المنصة بالكفاءة من حيث قدرتها على تلبية ما أريده.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (أستطيع الوصول بسرعة للمعلومات والخدمات التي أريدها) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الكفاءة في منصة بلدي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٩).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تتسم منصة بالكفاءة من حيث قدرتها على تلبية ما أريده) بمتوسط حسابي (٤.٠٨).

(٤) معيار الإنجاز:

جدول (١٥)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الإنجاز في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موافق بشدة	٤,١٧	١	٠,٥	٨	٤,٠	٣٠	١٥,٠	٧٨	٣٩,٠	٤١,٥	٨٣	استخدام المنصة توفر لي الوقت وإتمام معاملاتي بشكل أسرع.
موافق بشدة	٤,١١	-	-	١٢	٦,٠	٣٥	١٧,٥	٧٣	٣٦,٥	٤٠,٠	٨٠	استخدام المنصة تغنيني عن الذهاب للجهة بنفسني.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (استخدام المنصة توفر لي الوقت وإتمام معاملاتي بشكل أسرع) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الإنجاز، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٧).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (استخدام المنصة تغنيني عن الذهاب للجهة بنفسني) بمتوسط حسابي (٤.١١).

(٥) معيار الدقة:

جدول (١٦)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الدقة في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٤,٠٨	١,٠	٢	٥,٥	١١	١٥,٥	٣١	٤١,٠	٨٢	٣٧,٠	٧٤	تعجبني المنصة لجودتها من الناحية الشكلية.
موافق	٤,٠٨	١,٠	٢	٤,٠	٨	١٧,٥	٣٥	٤١,٥	٨٣	٣٦,٠	٧٢	أقسام المنصة مقسمة بشكل جيد وواضحة.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: تقاسمت عباراتي (تعجبني المنصة لجودتها من الناحية الشكلية)، و(أقسام المنصة مقسمة بشكل جيد وواضحة) مقدمة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الدقة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٨) لكل منهما.

(٦) معيار المعلومات:

جدول (١٧)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار المعلومات في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	٤,١٢	٠,٥	١	٣,٠	٦	١٨,٠	٣٦	٤١,٠	٨٢	٣٧,٥	٧٥	المنصة تتوافر بها كافة المعلومات المطلوبة لإتمام خدماتي ومعلوماتي.
موافق	٤,٠٧	١,٠	٢	٣,٥	٧	١٦,٥	٣٣	٤٥,٥	٩١	٣٣,٥	٦٧	تتسم المنصة بالتحديث المستمر للمعلومات أولاً بأول.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (المنصة تتوافر بها كافة المعلومات المطلوبة لإتمام خدماتي ومعلوماتي) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار المعلومات، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٢).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تتسم المنصة بالتحديث المستمر للمعلومات أولاً بأول) بمتوسط حسابي (٤,٠٧).

(٧) معيار تصميم المنصة:

جدول (١٨)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار تصميم المنصة في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موافق	٤,٠٩	١	٠,٥	٩	٤,٥	٣٠	١٥,٠	٩٢	٤٦,٠	٦٨	٣٤,٠	تمتلك المنصة واجهة جذابة للمستخدمين.
موافق	٤,٠٧	١	٠,٥	٨	٤,٠	٣٥	١٧,٥	٨٩	٤٤,٥	٦٧	٣٣,٥	يتسم تصميم المنصة بالوضوح وجمال الشكل.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (تمتلك المنصة واجهة جذابة للمستخدمين) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار تصميم التطبيق، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٩).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (يتسم تصميم المنصة بالوضوح وجمال الشكل) بمتوسط حسابي (٤,٠٧).

(٨) معيار الاستجابة:

جدول (١٩)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الاستجابة في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٤,٠٥	٠,٥	١	٤,٥	٩	١٩,٥	٣٩	٤٠,٥	٨١	٣٥,٠	٧٠	تتسم المنصة بسرعة الرد على مستخدميها.
موافق	٣,٤٢	٨,٥	١٧	١٣,٥	٢٧	٢٥,٥	٥١	٣٢,٥	٦٥	٢٠,٠	٤٠	واجهت مشكلة ولم أجد حل لها عبر المنصة.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (تتسم المنصة بسرعة الرد على مستخدميها) في صدارة

اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الاستجابة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٥).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (واجهت مشكلة ولم أجد حل لها عبر المنصة) بمتوسط حسابي

(٣,٤٢).

(٩) الطابع الشخصي:

جدول (٢٠)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الطابع الشخصي في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٤,٠٨	-	-	٥,٥	١١	١٦,٠	٣٢	٤٣,٥	٨٧	٣٥,٠	٧٠	المنصة تلبي كافة احتياجاتي المقدمة من الوزارة.
موافق	٣,٩٥	١,٨	٢	٠,٩	١	٢٦,٦	٢٩	٤١,٣	٤٥	٢٩,٤	٣٢	لا يوجد ترويج كافي للمنصة لإقناع المستخدمين بمميزاتها وخدماتها.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (المنصة تلبى كافة احتياجاتي المقدمة من الوزارة) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الطابع الشخصي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٨).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (لا يوجد ترويج كافي للمنصة لإقناع المستخدمين بمميزاتها وخدماتها) بمتوسط حسابي (٣,٩٥).

(١٠) معيار التعويض:

جدول (٢١)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار التعويض في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٣,٨٠	١,٥	٣	٩,٥	١٩	٢٢,٠	٤٤	٤١,٥	٨٣	٢٥,٥	٥١	المنصة تتيح تعويض المواطنين عن أي مشكلات أو خسائر مادية تتكبدها.
موافق	٣,٧٣	٣,٠	٦	٧,٥	١٥	٢٧,٠	٥٤	٣٨,٥	٧٧	٢٤,٠	٤٨	توجد آلية واضحة للتعويضات داخل المنصة.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (المنصة تتيح تعويض المواطنين عن أي مشكلات أو خسائر مادية تتكبدها) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار التعويض، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٠).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (توجد آلية واضحة للتعويضات داخل المنصة) بمتوسط حسابي (٣,٧٣).

(١١) معيار الاتصال:

جدول (٢٢)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو معيار الاتصال في منصة بلدي

شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٤,٠٩	٠,٥	١	٢,٥	٥	١٨,٠	٣٦	٤٥,٥	٩١	٣٣,٥	٦٧	متاحة بالمنصة أكثر من وسيلة للتواصل بين المنصة والمواطنين.
موافق	٤,٠٤	١,٠	٢	٥,٠	١٠	١٦,٥	٣٣	٤٤,٥	٨٩	٣٣,٠	٦٦	توجد إمكانية تواصل بين التطبيق وجمهور المتعاملين.

تشير نتائج الجدول إلى الآتي: جاءت عبارة (متاح بالمنصة أكثر من وسيلة للتواصل بين المنصة والمواطنين) في صدارة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو معيار الاتصال، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٤.٠٩).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (توجد إمكانية تواصل بين المنصة وجمهور المتعاملين) بمتوسط حسابي (٤.٠٤).

■ اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع - العمر - المستوى التعليمي - مستوى الدخل).

أولاً: وفقاً لمتغير النوع (ذكور - إناث):

جدول (٢٣)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لمتغير النوع

الاتجاهات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
المعرفية	الذكور	٩١	٢,٧٦	٠,٤٣١	٠,٧٩٩	١٩٨	غير دالة
	الإناث	١٠٩	٢,٧١	٠,٤٧٧			
الوجدانية	الذكور	٩١	٢,٧٣	٠,٤٩٦	٠,٧٩٣	١٩٨	غير دالة
	الإناث	١٠٩	٢,٦٧	٠,٤٩٢			
السلوكية	الذكور	٩١	٢,٥١	٠,٥٤٥	٠,٥٩٩	١٩٨	غير دالة
	الإناث	١٠٩	٢,٤٦	٠,٥٥٣			
الأبعاد ككل	الذكور	٩١	٢,٧٦	٠,٤٧٩	١,١٥٤	١٩٨	غير دالة
	الإناث	١٠٩	٢,٦٨	٠,٤٨٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور الذكور ومتوسطات درجات جمهور الإناث في اتجاهاتهم نحو الجانب المعرفي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,٧٩٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور الذكور ومتوسطات درجات جمهور الإناث في اتجاهاتهم نحو الجانب الوجداني لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,٧٩٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

كذلك أشارت نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور الذكور ومتوسطات درجات جمهور الإناث في اتجاهاتهم نحو الجانب السلوكي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,٥٩٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

وبذلك تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات جمهور الذكور ومتوسطات درجات جمهور الإناث في اتجاهاتهم نحو لمنصات

الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة "ت" (١,١٥٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة.

وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعًا لاختلاف النوع.

ثانيًا: وفقًا لمتغير العمر:

جدول (٢٤)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (On-Way ANVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعًا لاختلاف المرحلة العمرية

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
المعرفية	بين المجموعات	٠,٨٠٦	٤	٠,٢٠١	٠,٩٦٧	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٠,٦١٤	١٩٥	٠,٢٠٨		
	المجموع	٤١,٤٢٠	١٩٩	-		
الوجدانية	بين المجموعات	٠,٤٤٠	٤	٠,١١٠	٠,٤٤٨	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٧,٩٥٥	١٩٥	٠,٢٤٦		
	المجموع	٤٨,٣٩٥	١٩٩	-		
السلوكية	بين المجموعات	٠,٥٩٠	٤	٠,٢٩٥	٠,٤٨٥	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٩,٣٣٠	١٩٥	٠,٢٣٤		
	المجموع	٥٩,٩٢٠	١٩٩	-		
الاتجاهات ككل	بين المجموعات	٠,٨٠٥	٤	٠,٢٠١	٠,٧٧٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٠,٣٩٠	١٩٥	٠,٢٥٨		
	المجموع	٥١,١٩٥	١٩٩	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور السعودي الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (من ١٨ إلى ٣٠ سنة - أكبر من ٣٠ إلى ٤٠ سنة - أكبر من ٤٠

إلى ٥٠ سنة- أكبر من ٥٠ إلى ٦٠ سنة- أكبر من ٦٠ سنة ما فوق) في اتجاهاتهم نحو الجانب المعرفي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٩٦٧) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (من ١٨ إلى ٣٠ سنة- أكبر من ٣٠ إلى ٤٠ سنة- أكبر من ٤٠ إلى ٥٠ سنة- أكبر من ٥٠ إلى ٦٠ سنة- أكبر من ٦٠ سنة ما فوق) في اتجاهاتهم نحو الجانب الوجداني لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٤٤٨)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

فيما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (من ١٨ إلى ٣٠ سنة- أكبر من ٣٠ إلى ٤٠ سنة- أكبر من ٤٠ إلى ٥٠ سنة- أكبر من ٥٠ إلى ٦٠ سنة- أكبر من ٦٠ سنة ما فوق) في اتجاهاتهم نحو الجانب السلوكي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٤٨٥)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (من ١٨ إلى ٣٠ سنة- أكبر من ٣٠ إلى ٤٠ سنة- أكبر من ٤٠ إلى ٥٠ سنة- أكبر من ٥٠ إلى ٦٠ سنة- أكبر من ٦٠ سنة ما فوق) في إجمالي اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٧٧٩)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لاختلاف لمتغير العمر.

ثالثاً: وفقاً للمستوى التعليمي:

جدول (٢٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (On-Way ANVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي.

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
المعرفية	بين المجموعات	٠,٧٣٦	٤	٠,١٨٤	٠,٨٨٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٠,٦٨٤	١٩٥	٠,٢٠٩		
	المجموع	٤١,٤٢٠	١٩٩	-		
الوجدانية	بين المجموعات	١,٣٩٧	٤	٠,٣٤٩	١,٤٤٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٦,٩٩٨	١٩٥	٠,٢٤١		
	المجموع	٤٨,٣٩٥	١٩٩	-		
السلوكية	بين المجموعات	٠,٧٠٧	٤	٠,١٧٧	٠,٥٨٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٩,٢١٣	١٩٥	٠,٣٠٤		
	المجموع	٥٩,٩٢٠	١٩٩	-		
الاتجاهات ككل	بين المجموعات	١,٢٦٥	٤	٠,٣١٦	١,٢٣٦	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٩,٩٣٠	١٩٥	٠,٢٦٥		
	المجموع	٥١,١٩٥	١٩٩	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (ابتدائي - متوسط - ثانوي - دبلوم - جامعي - فوق جامعي) في اتجاهاتهم نحو الجانب المعرفي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٨٨٢)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وأشارت نتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (ابتدائي - متوسط - ثانوي - دبلوم - جامعي - فوق جامعي) في اتجاهاتهم نحو الجانب الوجداني لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (١,٤٤٩)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

بينما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (ابتدائي - متوسط - ثانوي - دبلوم - جامعي - فوق جامعي) في اتجاهاتهم نحو الجانب السلوكي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة $F(0,082)$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عن أي مستوى دلالة.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (ابتدائي - متوسط - ثانوي - دبلوم - جامعي - فوق جامعي) في إجمالي اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة $F(1,236)$ ، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وبالتالي، يثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي.

رابعاً: وفقاً لمستوى الدخل:

جدول (٢٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (On-Way ANVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لاختلاف مستوى الدخل

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
المعرفية	بين المجموعات	٠,٩٧٢	٤	٠,٢٤٣	١,١٧١	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٠,٤٤٨	١٩٥	٠,٢٠٧		
	المجموع	٤١,٤٢٠	١٩٩	-		
الوجدانية	بين المجموعات	٢,١٩٦	٤	٠,٥٤٩	٠,٠٥٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٦,٢٠٠	١٩٥	٠,٢٣٧		
	المجموع	٤٨,٣٩٥	١٩٩	-		
السلوكية	بين المجموعات	٠,٣٥٨	٤	٠,٩٠	٠,٢٩٣	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٩,٥٦٢	١٩٥	٠,٣٠٥		
	المجموع	٥٩,٩٢٠	١٩٩	-		
الاتجاهات ككل	بين المجموعات	٠,٧٧٢	٤	٠,١٩٣	٠,٧٤٧	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٠,٤٢٣	١٩٥	٠,٢٥٩		
	المجموع	٥١,١٩٥	١٩٩	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الدخل المختلفة (أقل من ٥٠٠٠ ريال- من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال- من ١٠٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٥٠٠٠ ريال- من ١٥٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠٠ ريال- من ٢٠٠٠٠ ريال فأكثر) في اتجاهاتهم نحو الجانب المعرفي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (١,١٧١)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وأشارت نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الدخل المختلفة (أقل من ٥٠٠٠ ريال- من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال- من ١٠٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٥٠٠٠ ريال- من ١٥٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠٠ ريال- من ٢٠٠٠٠ ريال فأكثر) في اتجاهاتهم نحو الجانب الوجداني لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٠٥٩)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

بينما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات الدخل المختلفة (أقل من ٥٠٠٠ ريال- من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال- من ١٠٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٥٠٠٠ ريال- من ١٥٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠٠ ريال- من ٢٠٠٠٠ ريال فأكثر) في اتجاهاتهم نحو الجانب السلوكي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٢٩٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عن أي مستوى دلالة.

وبذلك تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الذين يمثلون مستويات دخل الجمهور المصري المختلفة (أقل من ٥٠٠٠ ريال- من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ ريال- من ١٠٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٥٠٠٠ ريال- من ١٥٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠٠ ريال- من ٢٠٠٠٠ ريال فأكثر) في إجمالي اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حيث بلغت قيمة ف (٠,٧٤٧)، وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً لاختلاف مستوى الدخل.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

جدول (٢٧)

العلاقة بين كثافة معدل استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين اتجاهاتهم نحوها

معدل استخدام الجمهور لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠,٠١	قوي	طردي	٠,٦٤٨	الاتجاه المعرفي
٠,٠١	قوي	طردي	٠,٤٦٠	الاتجاه الوجداني
٠,٠١	قوي	طردي	٠,٤٨٨	الاتجاه السلوكي

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين معدل استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية نحوها، حيث كانت "R" (٠,٦٤٨ - ٠,٤٦٠ - ٠,٤٨٨) على التوالي، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وبالتالي يثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

جدول (٢٨)

العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان والإسكان وبين اتجاهاتهم نحوها

كثافة تعرض الجمهور لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠,٥٤٠	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه المعرفي
٠,٥٧٠	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه الوجداني
٠,٤٧٠	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه السلوكي

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية نحوها، حيث كانت "R" (٠,٥٤٠ - ٠,٥٧٠ - ٠,٤٧٠) على التوالي، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وبالتالي يثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الإحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية.

جدول (٢٩)

العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية

معايير نموذج الخدمات الحكومية				اتجاهات الجمهور
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠,٥٢٨	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه المعرفي
٠,٤٥٠	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه الوجداني
٠,٦٦٠	طردي	قوي	٠,٠١	الاتجاه السلوكي

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور السعودي بمحافظة الأحساء نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية، حيث كانت "R" (٠,٥٢٨ - ٠,٤٥٠ - ٠,٦٦٠) على التوالي، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وبالتالي يثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية.

النتائج العامة للدراسة:

١. يتابع الجمهور السعودي عينة الدراسة منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بمعدل (أحياناً) في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاء الجمهور عينة الدراسة ممن يتابع منصات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بمعدل (نادراً)، ثم جاء الجمهور عينة الدراسة ممن يتابع التطبيقات بمعدل (دائماً).
٢. جاء معدل استخدام الجمهور السعودي لمنصات الاتصال الحكومي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان (مرة واحدة) شهرياً، وذلك في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاء معدل استخدام الجمهور (مرتين إلى ٣ مرات شهرياً)، تلاه معدل استخدام (أسبوعياً) في الترتيب الثالث والأخير.
٣. جاء دافع (تصميمها الجيد يسهل على الوصول إلى ما أريد عمله) في مقدمة دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة الدراسة لمنصات الاتصال الحكومية الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وفي الترتيب الثاني جاء دافع (أقوم من خلالها بتقديم البلاغات ومعالجتها رقمياً)، ثم دافع (تساعدني في إتمام العديد من المعاملات والخدمات) في الترتيب الثالث.
٤. وجاء دافع (تعودت على استخدامها في إنجاز الخدمات والمصالح والحصول على المعلومات والأخبار بالقطاع البلدي) في الترتيب الخامس، ثم جاء دافع (أشعر بالراحة من خلالها لإتمام العديد من المعاملات دون الحاجة للتحرك) في الترتيب السادس والأخير.
٥. جاءت (الاتجاهات المعرفية) في مقدمة اتجاهات الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو منصة بلدي الخاصة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وفي الترتيب الثاني جاءت (الاتجاهات الوجدانية)، بينما حلت (الاتجاهات السلوكية) في الترتيب الثالث والأخير.
٦. فيما يخص تصور الجمهور السعودي عينة الدراسة نحو الخدمات الحكومية (نموذج الخدمات الإلكترونية) في ضوء منصة (بلدي) التابع لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، حظيت معايير (الخصوصية والأمان - الإنجاز) بأعلى نسبة موافقة، تلتها معايير (المعلومات - سهولة

- (الاستخدام) في الترتيب الثاني، ثم معايير (الكفاءة - الدقة - تصميم التطبيق - الاستجابة - الطابع الشخصي - التعويض - الاتصال) في الترتيب الثالث والأخير.
٧. ثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي في اتجاهاتهم نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع - العمر - المستوى التعليمي - مستوى الدخل)..
٨. ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.
٩. ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي بمحافظة الأحساء لمنصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وطبيعة اتجاهاتهم نحوها.
١٠. ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو منصات الاتصال الحكومي لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان وبين معايير نموذج الخدمات الحكومية.

توصيات الدراسة:

- بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، توصي الباحثان بما يلي:
- لمنصة بلدي ومنصات الاتصال الحكومي بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان:**
- ضرورة التعريف بأهمية المنصة والتطبيق والخدمات الإلكترونية المتاحة، وذلك بإعداد الحملات الترويجية للمنصة عبر وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي، وحث المواطنين والمقيمين على السواء على استخدامها، ومن ثم توسيع دائرة الاستخدام وتطوير المنصة.
 - تحسين واجهة المستخدم الخاصة بمنصة بلدي، بحيث يتم تبويب جميع الخدمات للوصول إليها بيسر وسهولة، ويكون تصميمها جذاباً للمستخدمين.
 - وضع الخطط اللازمة لتأهيل وتدريب موظفي الوزارة بما يتلاءم مع متطلبات منصة بلدي لتحقيق أفضل السبل لرضا العملاء من أجل الارتقاء بالمشهد الحضاري.
 - تحديث المعلومات في منصة بلدي وكافة منصات الوزارة باستمرار من خلال توظيف الوسائط المتعددة بحيث تتلاءم مع كافة الفئات المجتمعية بما فيها ذوي الاحتياجات الخاصة.
 - تحسين مستوى التفاعل والاستجابة في منصة وتطبيق بلدي على مدار الساعة.
 - ضرورة الاهتمام باستطلاع تقييم ورأي مستخدمي منصات الاتصال الحكومي بالوزارة، من أجل تطوير الخدمات وضمان رضا المستخدمين.

للجامعات والمؤسسات الحكومية:

- العمل على قياس ومتابعة الأداء الاتصالي من خلال إجراء دراسات مستقبلية لمستخدمي كافة منصات الاتصال الحكومي بالمملكة العربية السعودية، من أجل النهوض بالدولة وتحقيق الأهداف ومبادرات رؤية ٢٠٣٠م.
- التعاون مع الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي من أجل تطوير منصات وتطبيقات الاتصال الحكومي.

الدراسات المقترحة:

- العمل على إجراء المزيد من الدراسات التي تتعلق بالأداء الاتصالي لمنصات العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسات الحكومية.
- ضرورة التوسع في إجراء الدراسات التي تتناول مساهمة منصات الاتصال الحكومي ودورها في تنمية الدولة وتحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠م.

المراجع:

المراجع العربية:

١. ابن لبده، سلمان. (٢٠١٧م). اتجاهات الجمهور السعودي نحو أداء إدارات العلاقات العامة بالهيئات الحكومية السعودية بالتطبيق على وزارة العمل نموذجًا. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشارقة الأوسط*، (١٧).
<https://search.mandumah.com/Record/867220>
٢. أحمد، مروان. (٢٠٢٣م). أثر تطبيق تقنيات الحكومة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات في البلديات. *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*، ٤ (٣). DOI:10.53796/hnsj434
٣. توفيق، كريمة. (٢٠٢٢م). استخدام التطبيقات الإلكترونية كقنوات اتصال رقمية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (٨٠). DOI:10.21608/ejsc.2022.266458
٤. حامد، عبد الله. (٢٠٢١م). اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي للعلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية خلال جائحة كورونا [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الملك سعود.
٥. حسام، عبد الجليل. (٢٠١٦م). اتجاهات الجمهور المصري نحو أخلاقيات الإعلان في القنوات الفضائية الإسلامية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٤٦ (٤٦).
<https://search.emarefa.net/detail/BIM-941571>
٦. حسن، عبد العزيز وشلبي، منى وجعفر، أميرة. (٢٠١٦م) أثر جودة خدمات الحكومة الإلكترونية على رضا العميل بالتطبيق على عملاء مصلحة الأحوال المدنية بمحافظة الدهلية. *مجلة البحوث التجارية*، ٣٨ (٢). DOI:10.21608/zcom.2016.130313
٧. الحملي، خالد. (٢٠١٥م). دور تطبيق برنامج أبشر في تحسين مستوى أداء العاملين بجوازات محافظة الأحساء [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
٨. خليفة، عبد اللطيف. (١٩٩٦م). الاتجاه نحو الاختلاط بين الجنسين لدى عينة من طلاب جامعة الكويت. *المجلة العربية للتربية*، ١٦ (١٨٨).
<https://search.mandumah.com/Record/21418>
٩. ذو الفقار، شيماء. (٢٠٠٩م). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. الدار المصرية اللبنانية.
١٠. رضوان، أحمد. (٢٠١٥م). تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكاء. *السجل العلمي لملتقيات الجمعية العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان*.
<https://search.mandumah.com/Record/917161/Description>
١١. رضوان، أحمد. (٢٠١٧م). إدراك الجمهور الإماراتي لجودة الاتصال الحكومي عبر الانترنت. *المجلة الجزائرية للاتصال*، ١٦ (٢٦).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81425>

31. [Allport, G. \(1954\). *The nature of prejudice*. Addison Wesley.](#)
32. [Almutairi, A. \(2023\). *The Impact of the Najiz System on the Services Provided by the Ministry of Justice in Saudi Arabia*. *Journal of research parks*, 5\(5\). <https://researchparks.innovativeacademicjournals.com/index.php/IJOT/article/view/5029/5200>](#)
33. Alnidawi, A., Wassiti, S., Maan, M., & Othman, M. (2018). A Review In E-Government Service Quality Measurement. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer*, 10(3). DOI:10.11591/ijeecs.v10.i3.
34. Aronson, B., Fisher, A., Blechman, K., Caudy, M., & Gergen, P. (1997). Groucho-dependent and-independent repression activities of Runt domain proteins. *Molecular and cellular biology*, 17(9). <https://doi.org/10.1128/MCB.17.9.5581>
35. Bournaris, T. (2020). Evaluation of e-Government Web Portals. The Case of Agricultural e-Government Services in Greece. *Agronomy*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/agronomy10070932>
36. Digital Riser Report 2021. (2021). In *European Center for Digital Competitiveness*. <https://digital-competitiveness.eu/digitalriser/>
37. Manoharan, A. & Ingrams, A. (2018). Conceptualizing e-government from local government perspectives. *State and local government review* 50(1). <https://doi.org/10.1177/0160323X18763964>
38. Molnar, P. (2020). Measuring e-government and e-participation. In M. Bodnar (Ed.), *Law and State*. Károli Gáspár Reformed University.
39. Papadomichelaki, X., & Mentzas, G. (2009, Aug31-Sep3). *A Multiple-Item Scale for Assessing E-Government Service Quality* [paper Presentation] . Electronic Government: 8th International Conference, Linz, Austria.
40. Pennington, D., Kate, G., & Pam, H. (1999). *Social Psychology*. Arnold.
41. Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Malhotra., A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4). <https://link.springer.com/article/10.1177/009207002236911>

الملاحق:

قائمة بأسماء المحكمين

الاسم	المرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
١ . د. فلاح عامر الدهمشي	أستاذ مشارك	الإعلام	جامعة الملك فيصل
٢ . د. زامل عباس أبو زنادة	أستاذ مشارك	الإعلام والعلاقات العامة	جامعة الملك عبد العزيز
٣ . د. هديل البيحي	أستاذ مساعد	الإعلام والعلاقات العامة	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٤ . د. مؤمن جبر عبدالشافي	مدرس	الصحافة والإعلام	جامعة عين شمس

Attitudes of the Saudi Public towards Government Communication Platforms at the Ministry of Municipal, Rural Affairs, and Housing

Dr. Zakya Elnour Yousif Maki

zakya7099@gmail.com

Associate Professor of Media,

Department of Communication and Media,

Faculty of Arts,

King Faisal University

Shaikha Abdullatif AlMulhim

Shaikhaalmulhim@gmail.com

Master's Researcher in Strategic Communication,

Media & Communication Department,

Faculty of Arts,

King Faisal University

Abstract

The study aimed to identify the trends of the Saudi Public towards government communication platforms of the Ministry of Municipal, Rural Affairs, and Housing using the media survey curriculum, and the survey study relied on the electronic questionnaire tool as a tool to collect data from an intentional sample consists of (200) individuals from the users of Balady platform from the audience of Al-Ahsa Governorate. and the study employed the theory of trend and the government services model to achieve its goals.

The study reached a number of results, the most important of which are: The Saudi Public uses government communication platforms of the Ministry of Municipal, Rural Affairs and Housing to a moderate degree, as the Saudi Public's usage of government communication platforms in the ministry once a month came in the first place, and the attitudes of the Saudi Public towards the platform of Balady are highly positive, and it was revealed that the average on the cognitive side is higher than the emotional and behavioral side. It was also proved through the study that there is a strong direct relationship between the cognitive, emotional and behavioral trends of the Saudi Public in Al-Ahsa Governorate towards government communication platforms of the Ministry of Municipal and Rural Affairs and Housing, and the standards of the government services model. The most important recommendations made by the study is: the need to publicize the importance of the Balady platform and the available electronic services by preparing promotional campaigns for such application through traditional media and social media, and urging citizens and residents to use it. It also recommended the need to improve the user interface of Baladi Platform, so that services are organized to access them easily, and its design to be attractive to users.

keywords: Saudi Public, Government Communication Platforms, Ministry of Municipal and Rural Affairs and Housing, Balady Platform, Al-Ahsa Governorate audience, Trend Theory, Government Services Model.

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.

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

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:



- 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: 3800 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 1900 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. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % 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, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@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.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- 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.
- 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.

Advisory Board **

JPRRME

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, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic 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 Alsharaf, (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 the 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 and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
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.

Journal



of
P R esearch

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eleventh Year - Forty-Sixth Issue - July / September 2023

IF of the Supreme Council of Universities 2022 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2022 = 0.5833

English Researches:

- **Dr. Bandar Jaber Dawshi - Jazan University**
Anti-Muslim Discourse and the Role of the American Media to Ban Muslims
Entering America 7


Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Mona Taha Mohamed Taha - Mansoura University**
Attitudes of the Arab Elite towards the Role of Websites in Educating the Public
about Climate Changes 29
- **Associate Prof. Dr. Tarek Mohamed Elseedy - Menofia University**
Associate Prof. Dr. Mohammud Basyouny Gebril - Jazan University
Turkish intervention in Libya as Reflected in the Saudi Press Discourse:
An Analytical Study on Opinion Articles in Asharq Al-Awsat Newspaper 30
- **Associate Prof. Dr. Zakya Elnour Yousif Maki - King Faisal University**
Shaikha Abdullatif AlMulhim - King Faisal University
Attitudes of the Saudi Public towards Government Communication Platforms
at the Ministry of Municipal, Rural Affairs, and Housing 31
- **Associate Prof. Dr. Shima Ezz El Din Zaki Gomaa - Ain Shams University**
Humanization Methods in Ramadan TV Advertisements:
An Evaluation Qualitative Study 32
- **Dr. Shima Ahmed Mohamed Refaat - Al-Azhar University**
TV Advertising on Egyptian Satellite Channels in Ramadan 2023 and its Impact
on the Cultural Identity of the Egyptian Society: Survey Study 33
- **Major General. Mohamed Alaa El-Deen - Cairo University**
The Role of the Media in Managing Global Conflict 35

(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 2023@APRA 

www.jprr.epra.org.eg