

مجلة بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١.٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الرابع والعشرون - يوليو / سبتمبر ٢٠١٩م

أولاً: بحوث باللغة العربية

- تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على الإدارة الحكومية الأردنية
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة العين) ... ص ٩
- واقع برامج إدارة العلاقات العامة في بعض البنوك السعودية المحلية والدولية: دراسة ميدانية على موظفي بنك الراجحي والبنك السعودي الفرنسي
أ.م.د. عزة جلال عبدالله حسين (جامعة أم القرى) ... ص ٢٣
وعد حسن علي مغربي (جامعة أم القرى)
- دور المواقع الإلكترونية لشركات السياحة والطيران في التسويق السياحي دراسة تطبيقية علي الجماهير المستفيدة من الخدمات
أ.م.د. رشا عبد الرحيم عبد العظيم مزروع (جامعة أم القرى) ... ص ٦٩
رزان سراج علي عالم (جامعة أم القرى)
- العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المؤسسات
د. معصم بلال جمعة المعصم (جامعة القاهرة) ... ص ١١٥
- إشكاليات الترجمة الآلية والترجمة المحوسبة: دراسة تطبيقية مقارنة بين ترجمة جوجل Google وترجمة ميمو كيو Memo Q
أ.م.د. مريم بن لقدر (جامعة الجزائر ٢) ... ص ١٦٩
محمد شجاع الصالحي الحربي (جامعة الجزائر ٢)

ثانياً: ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية

- استخدام تويتر من قبل ممارسي العلاقات العامة في حملات شركات الاتصالات السعودية: دراسة تحليلية لبعض تدوينات شركات الاتصالات
عمر يحيى حمزي (جامعة جازان) ... ص ١٩٥

ثالثاً: ندوات ومؤتمرات

- الصالون الثقافي: " الاعلام والتنمية: رؤى مصر والسعودية ٢٠٣٠م " (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ١٩٩

(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 ٢٠١٩ @ 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

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

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

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. سهام عادل حاسم

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب
الجامعة المستنصرية - (العراق)

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان (الإمارات)

د. فؤاد علي سعدان

الأستاذ المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة اليرموك (الأردن)

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية
رئيس اللجنة الثقافية بـ EPRA

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

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. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

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

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

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

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

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

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

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

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

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

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

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

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



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، سواء 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: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

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

APRA Publications

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

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

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

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

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

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

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

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (٣) 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 ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها ثلاثة وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا 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 — تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤، ومعدل ١.٤٨ في عام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية - بنك المعرفة المصري).

وفي العدد الرابع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مقدمًا من جامعة العين من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، من الأردن، والذي قدم بحثًا عن: "تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على الإدارة الحكومية الأردنية".

وقدم كل من: أ.م.د. عزة جلال عبد الله حسين، من مصر، وعد حسن علي مغربي، من السعودية، جامعة أم القرى، بحثًا عن: "واقع برامج إدارة العلاقات العامة في بعض البنوك السعودية المحلية والدولية: دراسة ميدانية على موظفي بنك الراجحي والبنك السعودي الفرنسي".

ومن نفس الجامعة - أم القرى - قدم كل من أ.م.د. رشا عبد الرحيم عبد العظيم مزروع، من مصر، رزان سراج علي عالم من السعودية، بحثًا بعنوان: "دور المواقع الإلكترونية لشركات السياحة والطيران في التسويق السياحي دراسة تطبيقية علي الجماهير المستفيدة من الخدمات".

ومن الإمارات العربية المتحدة قَدَّم: د. معصم بلال جمعة المعصم، جامعة القاهرة، دراسة بعنوان: "العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المؤسسات".

أما أ.م.د. مريم بن لقدر، من الجزائر، جامعة الجزائر ٢، فقد قَدَّمت دراسة مشتركة مع محمد شجاع الصالحي الحربي من السعودية، والتي تشرف على رسالته لنيل درجة الدكتوراه من جامعة الجزائر ٢ بعنوان: "إشكاليات الترجمة الآلية والترجمة المحوسبة: دراسة تطبيقية مقارنة بين ترجمة جوجل Google وترجمة ميمو كيو Memo Q".

ومن السعودية قَدَّم عمر يحيى حمزي، جامعة جازان، دراسة تحليلية باللغة الإنجليزية عن: "استخدام تويتر من قبل ممارسي العلاقات العامة في حملات شركات الاتصالات السعودية: دراسة تحليلية لبعض تدوينات شركات الاتصالات".

وأخيراً تضمن العدد ملخص أعمال الملتقى الثقافي الأول في العام ٢٠١٩م: "الإعلام والتنمية: رؤى مصر والسعودية ٢٠٣٠م"، الذي تم تنظيمه من قِبَل الجمعية المصرية للعلاقات العامة بالتعاون مع الوكالة العربية للعلاقات العامة ومجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط.

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

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

وأخيراً وليس آخر 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

**تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة
دراسة تطبيقية على الإدارة الحكومية الأردنية**

إعداد

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (*)

(*) أستاذ العلاقات العامة في كلية الاتصال والإعلام بجامعة العين.

تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة دراسة تطبيقية على الإدارة الحكومية الأردنية

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

tahseen.mansour@aau.ac.ae

جامعة العين

ملخص:

كشفت هذه الدراسة عن أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها على إدارات العلاقات العامة من وجهة نظر ممارسيها بالإدارة الحكومية الأردنية، وتبين أن هناك استخداماً كبيراً لها بتلك الإدارات؛ حيث وفرت الإدارة لها الحواسيب والبرامج، وشبكات الإنترنت، والأنظمة اللازمة لممارسة العمل مع الجماهير المختلفة.

وتبين أن هناك تأثيراً لاستخدام هذه التكنولوجيا على كفاءة وإنتاجية العمل، مثلما كان التأثير على تطوير الموارد البشرية، وبناء قاعدة بيانات للعلاقات العامة، كما أشار تحليل الانحدار البسيط.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاتصال، العلاقات العامة، الإدارة الحكومية الأردنية.

مقدمة:

شهد العالم قفزات كبيرة في ميدان تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وأجهزتها، وأصبح عصرنا يعرف بـ(عصر المعلومات) مما ترك أثراً فعالاً وواضحاً في كل الأنشطة الإدارية، ومنها العلاقات العامة، فجاءت سرعة تجهيز المعلومات، وإعداد النشرات، وإمكانية إجراء المسح، وتقديم النشرات الإخبارية، وطباعة الكراسات والكتب والأدلة، وتقديم الدراسات المتعلقة بالمؤسسة، عملية سهلة بشكل لا يقارن بما يسبقه.

ولمّا كان العالم يعيش حالياً مرحلة متقدمة من مراحل المعرفة والنقد العلمي السريع في جميع المجالات، ونتيجة للتغير السريع الذي حدث في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، فقد ظهر كثير من المفاهيم الجديدة التي بدأت تدخل إلى الخدمة، والتي أصبح لها تأثير كبير على طريقة عمل العلاقات العامة. ومن هذه المفاهيم: الحاسب الآلي، الإنترنت، البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المدونات، التسويق الإلكتروني وغيرها من المفاهيم.

ولقد أتى الحاسوب الإلكتروني لتحقيق الثورة الاتصالية الثالثة لكل وسائل الاتصال وتكنولوجياتها؛ حيث يتم آلياً من خلال الإلكترونيات الدقيقة والدوائر المتكاملة السيطرة على عمليات جمع البيانات والمعلومات وتوثيقها وتخزينها ومعالجتها وبنها إلى الجماهير عبر الوسائل المطبوعة أو المسموعة أو المرئية، وقد دخل الحاسوب الإلكتروني في مجال الاتصال والعلاقات العامة كضرورة

بعد أن تزايدت معدلات دخول المعلومات ومعدلات خروجها وتغيرها بشكل يفوق مقدرات الإنسان (علم الدين، ١٩٩٨م: ١٧).

فالحاسوب يقدم للعلاقات العامة خدمات متنوعة ؛ كتخزين كميات كبيرة من المعلومات على الأقراص المدمجة، وتحديث المعلومات بسهولة، وتحميلها على أداة ثانية، ومعاينتها وتوفيرها باستخدام الشبكة، بالإضافة إلى توصيل المعلومات بسرعة، كما أن تكلفة إدارتها ونسخها قليلة، واستحداث طرائق متعددة في معاينة المعلومات حسب فئة الجمهور، والجمع بين الصورة والنص والصوت على حامل واحد(فلحي، ٢٠٠٦م: ٩٤).

وتعد شبكة الإنترنت العمود الفقري الأساسي المهم لانتشار تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأصبحت بشكل خاص ضرورة حيوية وملحة لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات على اختلاف أنواعها . فالتطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى التأثير في أعمال العلاقات العامة وأداء ممارستها، وكذلك في عملية تعليم العلاقات العامة، وعزز من ذلك أن الإنترنت تمكن إدارات العلاقات العامة من تحقيق رصد آراء ومدخلات فئات الجمهور والعملاء ومتابعة المعلومات والأخبار الخاصة بالمنظمة، والتواصل والتفاعل مع الجمهور والعملاء (رضوان، ٢٠١٢م: ١٧٥).

وفي هذا المجال يشير الباحثون إلى أن الإنترنت قد أضحت وسيلة اتصال مهمة للعلاقات العامة في تواصلها مع الجمهور، وبشرط تجديد المعلومات المتاحة على موقع المنظمة بصورة مستمرة ، وتدعيم ذلك الموقع بأدوات البحث، وتعريف الجمهور باسم الموقع من خلال الإشارة إليه في مطبوعات وإصدارات المنظمة، وربطه بمواقع أخرى في نفس مجال العمل، أو اهتمام المنظمة إلى جانب وجود مركز إعلامي فعال على الموقع، يضم البيانات والمعلومات والصور وإجابات الأسئلة الشائعة (Hurme, 2001:71-75).

وفي مجال إدارة المنظمة اللازمة للتخطيط، أتاح وجود الإنترنت مجالاً اتصالياً فعالاً للمنظمة؛ فمن خلالها تتمكن المنظمة من تحليل الموقف، وجمع المعلومات، ومتابعة تأثير الأزمة على القطاعات والفئات المختلفة.

كما أتاحت الفرصة للتفاعل مع الجمهور، والوصول إليه بسرعة، وإمداده بالمعلومات المطلوبة أو التي يحتاجها، كما أن الجمهور نفسه قد أصبح أقوى تأثيراً؛ من خلال استخدامه للإنترنت وقدرته على تكوين المجموعات وشبكات التواصل ونقل الأخبار بحرية(Herero and Smith,2009:97-104). ولهذا سنحاول في هذه الدراسة، دراسة الواقع الفعلي لاستخدام وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء العلاقات العامة في الإدارة الحكومية الأردنية، لا سيما مع غياب معرفة طبيعة التغيرات التي حدثت في أداء العلاقات العامة بفعل استخدام وسائل تقنية حديثة في عملها.

مشكلة الدراسة وفرضياتها:

تسعى هذه الدراسة للتعرف إلى تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء إدارات العلاقات العامة في الإدارة الحكومية الأردنية من وجهة نظر ممارسيها، وتحاول اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على كفاءة العلاقات العامة (الأداء بطريقة صحيحة).

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة (المخرجات).

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على تطوير الموارد البشرية في العلاقات العامة (التأهيل والتدريب).

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على بناء قاعدة بيانات ومعلومات للعلاقات العامة (تخزين المعلومات واسترجاعها).

متغيرات الدراسة:

تشمل هذه الدراسة على المتغيرين التاليين:

- ١- المتغير المستقل: وهو استخدام تكنولوجيا الاتصال.
- ٢- المتغير التابع: وهو التأثير الحاصل في وظائف العلاقات العامة جراء استخدام تكنولوجيا الاتصال.

المداخل النظرية للدراسة:

لقد تمت دراسة تقنيات الاتصال والمعلومات وانتشارها بشكل موسع في عدة تخصصات علمية، وظهر العديد من النظريات التي تحاول تفسير كيف تنجح البرامج والتقنيات الجديدة في الانتشار وتحقق التنبؤ والتقبل من قبل المستخدم النهائي؟

فهناك نظريات إدارة التغيير Change Management، ومقاومة التغيير Change Resistance في علم الإدارة.

وأشهر النظريات المقبولة والمستخدمه في العديد من البحوث والدراسات في العديد من التخصصات العلمية نظرية انتشار المبتكرات Diffusion of innovation لايفرت روجز، وهي تقدم تفسير كيف تنجح المخترعات الجديدة في الانتشار؟ وكيف تفشل؟ (عبد الحميد، ٢٠٠٠م: ٦٠).

وعند الحديث عن سلوك المستخدمين في استخدام برامج أو تقنيات جديدة، فلا بد من تفسير علماء النفس والاجتماع.

وأكثر النظريات قبولاً هي نظرية الفعل المبرر، وهي تنص بشكل مبسط على أن سلوك الإنسان نحو أمر ما، يمكن تنبؤه من خلال فهم نظام المعتقدات Believes والأعراف Norms التي يؤمن بها، والتي من خلالها يكون اتجاهاته حول قبول أمر ما، أو اتخاذ قرار نحو أمر معين (أمانة

ولخضر، ٢٠١٧م : ١٥-١٧). وكون نظرية العمل المبرر Theory of Reasoned Action نظرية عامة لدراسة أي سلوك ، فقد قام ديفس (Davis,1989:319) بتطوير نظرية مبنية عليها تحاول تفسير كيف يتم تقبل التقنيات الجديدة؟ وأسماها نظرية قبول التقنية (Technology Acceptance Model) ، وهي بشكلها المبسط تزعم أن الاستخدام أو التقبل لنظام أو تقنية جديدة يمكن تفسيره من خلال قياس أو معرفة عاملين مهمين هما: سهولة الاستخدام المتوقعة لهذه التقنية أو النظام (Perceived Ease of Use) ، والعامل الثاني هو إدراك المستخدمين لما تقدمه هذه التقنية من فائدة أو منفعة (Perceived Usefulness)، واللذان دورهما تكون توجهات الأشخاص (Attitudes) نحو تقبل واستخدام التقنية، أو النظام الجديد المراد دراسته.

نظرية قبول التقنية تؤكد أن للعوامل الأخرى والتي أسمتها العوامل الخارجية (External Variables) دوراً في مستوى التقبل، ولكن هذه العوامل تأثيرها يكون مباشراً على العاملين الأساسيين: سهولة الاستخدام ومستوى المنفعة.

والنظرية تم إدراج مفاهيمها في العديد من الدراسات وكانت نتائجها تشير إلى دعم فرضياتها (Liaw,2002:13).

وهناك مفهوم مهم وهو ثقة الإنسان في قدراته على التعامل مع التقنية بفاعلية، وصاحب هذه النظرية هو باندورا، ومحور هذه النظرية؛ هو أن مستوى فاعلية الشخص للتعامل مع التقنية والحاسب تتأثر بمستوى ثقته بنفسه للقيام بهذه المهارات، وليس المهارة الحقيقية التي يملكها. وهذا بدوره يؤثر على إقبال الأشخاص على تقبل نظم وتقنيات جديدة (Bandur,1986:191).

وبعد استعراض لهذه المفاهيم كانت نظرية تقبل التقنية (Technology Acceptance Model TAM) الإطار الأساسي، لذا فهي ستركز على دراسة تكنولوجيا الاتصال الحديثة كشكل من أشكال التجديد في المؤسسة، وكمبتكر حديث، وذلك على مستويين: مستوى تبني الفكرة خاصة من خلال الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا واستخدامها أو تطبيقها والذي يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها.

منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى المنهج الفرعي المسح الميداني لاختبار فروض الدراسة، وقد تكون مجتمع البحث من جميع ممارسي العلاقات العامة على مختلف مستوياتهم الوظيفية في الوزارات الأردنية والمؤسسات العامة التي تعتمد في موازنتها على الدولة، ويخضع موظفوها لنظام الخدمة المدنية.

وبلغ عدد ممارسي العلاقات العامة (١٢٥) ممارساً، ونظراً لقلّة عددهم فقد تمت دراستهم جميعاً بالاعتماد على أسلوب الحصر الشامل. والجدول رقم (١) يبين خصائص العينة المدروسة.

وتكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من قسمين: تناول المعلومات الأساسية للمبحوث، كالنوع الاجتماعي والعمر، والمؤهل العلمي، والوظيفة، وسنوات الخبرة.

وتناول القسم الثاني (٢٧) عبارة Item؛ بحيث تقيس مدى استخدام التكنولوجيا وأثرها على أداء العلاقات العامة، ووضعت الفقرات على مقياس رباعي ممثلة بالعلامات (٤) للموافق بشدة، و٣ للموافق، ودرجتان للمعارض، ودرجة للمعارض بشدة).

وقد تم اختبار صدق الاستبانة عن طريق الصدق الظاهري؛ للتأكد من بنائها ومكوناتها وعلاقتها بالفروض من جهة، ومدى صلاحيتها لقياس الأثر المراد قياسه، وذلك بتحكيما من عدد من الزملاء أهل الاختصاص (أنظر الهوامش). أما ثبات أداة الدراسة فقد تم حسابه باستخدام معادلة كرونباخ ألفا لكل مجال على حده، ولكل المجالات مجتمعة وبلغت قيمته ٨٨.٠ وهي قيمة مرتفعة وتشير إلى ثبات النتائج والجدول رقم (٢) يبين ذلك:

ولاختبار الفرضيات تم استخدام الانحدار البسيط Simple Liner Regression.

جدول رقم (١)

خصائص أفراد العينة الديموغرافية والمهنية

النسبة %	العدد	الفئات	الخصائص
٥٨.٤	٧٣	ذكر	النوع الاجتماعي
٤١.٦	٥٢	أنثى	
١٥.٢	١٩	٢٠- أقل من ٢٥	العمر
٢٤.٨	٣١	٢٥ - أقل من ٣٠	
١٢.٠	١٥	٣٠ - أقل من ٣٥	
٣٤.٤	٤٣	٣٥- أقل من ٤٠	
١٣.٦	١٧	٤٠ سنة فأكثر	
٢١.٦	٢٧	ثانوية عامة	المؤهل العلمي
٦٨.٠	٨٤	بكالوريوس	
١٠.٤	١٣	دراسات عليا	الخبرة في العمل
٢٨.٨	٣٦	٥ سنوات فأقل	
٤.٠	٥	١٠ - ٥	
٤١.٦	٥٢	١١ - ١٥	
٢٥.٦	٣٢	١٦ سنة فأكثر	
١٠.٤	١٣	مدير	الوظيفة
١٢.٨	١٦	رئيس قسم	
٥٩.٢	٧٤	موظف	
١٧.٦	٢٢	رئيس شعبة	

جدول (٢)
قيمة معامل كرونباخ ألفا لمجالات الدراسة

المجالات	قيمة كرونباخ ألفا
استخدام تكنولوجيا الاتصال	٧١.٠
كفاءة عمل العلاقات العامة	٨١.٠
انتاجية عمل العلاقات العامة	٧٣.٠
تطوير الموارد البشرية في العلاقات العامة	٧٢.٠
بناء قاعدة معلومات للعلاقات العامة	٧٠.٠
الأداة ككل	٨٨.٠

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال بإدارات العلاقات العامة:

للتعرف على واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال بالجهاز الحكومي الأردني، أعطيت كل درجة من درجات الاستخدام قيمةً متدرجةً وفقاً لمقياس رباعي، وحددت فئات المتوسط الحسابي لكل درجة باستخدام القانون التالي:

$$\text{عدد مستويات ليكرت} - ١ \div \text{عدد المستويات} = ٤ \div ١ = ٧٥.٠$$

واستناداً إلى قاعدة التقريب الرياضي يمكن التعامل مع متوسطات الدرجات على النحو التالي:

جدول رقم (٣)

درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال بإدارات العلاقات العامة

قيم المتوسط الحسابي	القيم المعطاة لدرجة الاستخدام	درجة الاستخدام
٤.٠٠ - ٣.٢٥	٤	تأثير كبير جداً (موافق بشدة)
٣.٢٥ - ٢.٥٠	٣	تأثير كبير (موافق)
٢.٥٠ - ١.٧٥	٢	تأثير قليل (معارض)
١.٧٥ - ١.٠٠	١	تأثير قليل جداً (معارض بشدة)

وفي ضوء هذا الجدول؛ يمكن تحديد واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها على إدارات العلاقات العامة بالجهاز الحكومي الأردني في كل بعد من أبعاد الاستبانة.

درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها التي تتعلق بأبعاد الاستبانة:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها على العلاقات العامة في كل بُعد من أبعاد الاستبانة، وبشكل عام. والجدول رقم (٤) يبين ذلك:

جدول رقم (٤)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال ومدى تأثيرها

الرقم	مجالات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستخدام / التأثير
١	استخدام تكنولوجيا الاتصال	٣.٠١	٤١.٠	كبيرة
٢	كفاءة عمل العلاقات العامة	٣.٣٧	٤٣.٠	كبيرة جدا
٣	إنتاجية العلاقات العامة	٣.٠٩	٤٢.٠	كبيرة
٤	تطوير الموارد البشرية في العلاقات العامة	٣.١٩	٣٩.٠	كبيرة
٥	بناء قاعدة معلومات للعلاقات العامة	٣.٢٤	٤٤.٠	كبيرة
-	الدرجة الكلية	٣.١٨	٣٧.٠	كبيرة

يلاحظ من النتائج أن المتوسطات الحسابية لدرجة استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى تأثيرها في كل بعد من أبعاد الاستبانة، قد تراوحت بين (٣.٣٧) لبعد كفاءة عمل العلاقات العامة كحد أعلى، وبين (٣.٠٩) لبعد إنتاجية العلاقات العامة كحد أدنى، وبلغت قيمة المتوسط العام لدرجة الاستخدام ومدى التأثير بشكل عام (٣.١٨).

ويمكن تفسير هذه النتيجة؛ إن آراء ممارسي العلاقات العامة بخصوص استخدام ومدى تأثير تكنولوجيا الاتصال على إدارتهم، قد جاءت كبيرة وبمتوسط حسابي (٣.١٨)، مما يعكس إحساساً بأهمية استخدام التكنولوجيا، ويدفعهم إلى استخدامها بهدف زيادة فعاليتها تطبيقاً في وظائف العلاقات العامة.

مناقشة الفرضيات:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على كفاءة أداء العلاقات العامة.

الجدول رقم (٥) يبين نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال على كفاءة العلاقات العامة.

جدول رقم (٥)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على كفاءة أداء العلاقات العامة

قيمة ت	مستوى الدلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	المعامل المعياري BETA	القرار الإحصائي
٩.٧٥٢	٠.٠٠٠٠	٦٨.٠	٤٤٩.٠	٦٨.٠	مقبولة

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة؛ حيث بلغت قيمة " ت " المحسوبة (٩.٧٥٢)، وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٠٠. ومما يعزز هذه النتيجة قيمة معامل الارتباط (٦٨.٠) بين المتغيرين وهي علاقة قوية. وفسر معامل التحديد R^2 ما قيمته ٤٤٩.٠ من التغيرات التي تطرأ على أداء العلاقات العامة. أما النسبة المتبقية فإنها تعزى إلى

متغيرات أخرى لم تدخل في المعادلة الخطية لتحليل الانحدار البسيط. وبلغت قيمة المعامل المعياري BETA ٦٨.٠١ وهذا يعني؛ إن زيادة اهتمام الجهاز الحكومي بمتغير استخدام التكنولوجيا بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة في مستوى تكنولوجيا الاتصال سيؤدي إلى الارتقاء بكفاءة الأداء بمقدار ٦٨%.

وبهذه النتيجة فإنه يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة دالة إحصائياً ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على كفاءة أداء العلاقات العامة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شوقي ، ٢٠٠٨م :١٦٣)، الذي وجد في دراسته أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والكبيرة بولاية الجزائر بكثافة يؤدي إلى رفع كفاءة أدائها والإعلاء من شأنها.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة دالة إحصائياً ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة.

الجدول رقم (٦) يبين نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة.

جدول رقم (٦)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة

القرار الإحصائي	المعامل المعياري BETA	معامل التحديد R2	معامل الارتباط R	مستوى الدلالة	قيمة ت
رفض الفرضية الصفرية وقبول البديلة	٣٨٥.٠	٣٦٢.٠	٣٨٥.٠	٠.٠٠٠	٧.٧٠١

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة؛ حيث بلغت قيمة " ت " المحسوبة (٧.٧٠١) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٠٠ وقد بلغت قوة العلاقة بين المتغيرين (٣٨٥.٠) بالاعتماد على قيمة R وفسر معامل التحديد R^2 ما قيمته ٣٦٢.٠ من التغيرات التي تطرأ على إنتاجية العلاقات العامة. أما النسبة المتبقية فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في المعادلة الخطية لتحليل الانحدار البسيط. وبلغت قيمة المعامل المعياري BETA ٣٨٥.٠ وهذا يعني أن زيادة اهتمام الجهاز الحكومي بمتغير استخدام التكنولوجيا بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة في مستوى تكنولوجيا الاتصال سيؤدي إلى الارتقاء بإنتاجية العلاقات العامة بمقدار ٣٨٥.٠% في مجالات البحوث والتخطيط والاتصال والتقييم.

وبهذه النتيجة فإنه يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة دالة إحصائياً ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة.

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع دراسات أخرى، نجد أنها تتفق مع دراسة أجرتها (بولعويديت، ٢٠٠٨م: ١٢٧)، التي أكدت أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في بعض الإدارات والأقسام ساهم في الرفع من مستوى الإنتاجية، وحسن من مستوى الأداء، كما وفر الوقت، وحسن استخدام وتوجيه العقول البشرية، كما وفر جهد الموظفين وحسن من توزيع العمل، مع الراحة الذهنية الناتجة عن التقليل من المعاناة التي عاشها الموظف في الماضي، كما وفرت عدد الموظفين بحوالي أربعة أضعاف العدد الحالي، وهذا يدل على قدرة تكنولوجيا الاتصال الحديثة على توفير عدد كبير للقوى العاملة.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على تطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة.

الجدول رقم (٧) يبين نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال على تطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة.

جدول رقم (٧)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على تطوير الموارد البشرية في العلاقات العامة

القرار الإحصائي	المعامل المعياري BETA	معامل التحديد R2	معامل الارتباط R	مستوى الدلالة	قيمة ت
رفض الفرضية الصفريّة وقبول البديلة	٤١.٠	٣٨٢.٠	٤١.٠	٠.٠٠٠	٧.٧٧١

يتبين من تحليل الانحدار البسيط أن هناك أثراً لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في تطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة، بدلالة قيمة " ت " المحسوبة؛ حيث بلغت (٧.٧٧١) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٠٠. مما يعني رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة. وقد بلغت قوة العلاقة بين المتغيرين (٤١.٠) بالاعتماد على قيمة R وفسر معامل التحديد R^2 ما قيمته ٣٨٢.٠ من التغيرات التي تطرأ على تطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة. أما النسبة المتبقية فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في المعادلة الخطية لتحليل الانحدار البسيط، وبلغت قيمة المعامل المعياري BETA ٤١.٠.

وهذا يعني أن زيادة اهتمام الجهاز الحكومي بمتغير استخدام التكنولوجيا بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة في مستوى تكنولوجيا الاتصال، سيؤدي إلى الارتقاء بالموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة بمقدار ٤١.٠ % في مجالات تطوير مهاراتهم وتدريبهم.

وبهذه النتيجة فإنه يمكن رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على تطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة.

وفي هذا المجال تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الختالين والشيايب ٢٠٠٣م: الملخص)، التي وجدت أن هناك أهمية في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الأفراد العاملين في العلاقات العامة، وإدراك تام لكثير من فوائدها، وأن هناك تأثيراً إيجابياً وذا دلالة إحصائية لمستوى استخدام التكنولوجيا على أداء الموارد البشرية بنسبة بلغت ٧١.٠%.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على بناء قاعدة معلومات للعلاقات العامة.

الجدول رقم (٨) يبين نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال على بناء قاعدة معلومات للعلاقات العامة .

جدول رقم (٧)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على بناء قاعدة معلومات للعلاقات العامة

قيمة ت	مستوى الدلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	المعامل المعياري BETA	القرار الإحصائي
٨.٦٠٣	٠.٠٠٠	٢٥٤.٠	٢٧٢.٠	٢٥٤.٠	رفض الفرضية الصفريية وقبول البديلة

بمطالعة نتائج تحليل الانحدار البسيط نجد أن قيمة (ت) المحسوبة تساوي (٨.٦٠٣) ، وهي دالة على مستوى أقل من ٠.٠٠٠٠ مما يعني وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا الاتصال وبناء قاعدة معلومات وبيانات للعلاقات العامة، بمعنى أنه كلما تم استخدام تكنولوجيا الاتصال بإدارات العاقات العامة، فإنه سيؤدي إلى بناء قاعدة معلومات وبيانات للعلاقات العامة. كما يتضح أن قوة العلاقة بين المتغيرين بلغت ٢٥٤.٠، بالاعتماد على قيمة R. واستطاع هذا المتغير أن يفسر ٢٧٢.٠ من التغير الحاصل في قاعدة البيانات، بالاعتماد على R2 أي معامل التحديد. أما النسبة المتبقية فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في المعادلة الخطية لتحليل الانحدار البسيط، وبلغت قيمة المعامل المعياري BETA ٢٥٤.٠، وهذا يعني أن زيادة اهتمام الجهاز الحكومي بمتغير استخدام التكنولوجيا بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة في مستوى تكنولوجيا الاتصال، سيؤدي إلى الارتقاء بتشكيل قاعدة بيانات ومعلومات للعلاقات العامة بمقدار ٢٥٤.٠%.

وبهذه النتيجة فإنه يمكن رفض الفرضية الصفريية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة دالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على بناء قاعدة معلومات وبيانات للعلاقات العامة. وفي هذا الإطار تشير الدراسات أن بناء قاعدة بيانات بمعلومات مفصلة وموثقة يسهل مهمة رجل العلاقات العامة، ومنها ما يتصل بالإعلام والشعارات، وكتابة الأسماء بدقة، سواء ما يتعلق بالدول أو المنظمات (الطراونة، ٢٠١٤م: موقع الكتروني).

الخاتمة:

أصبحت التكنولوجيا ضرورة اجتماعية ومطلباً استراتيجياً تتطلبه مقتضيات العصر تتسابق دول العالم على اكتسابها؛ لمساهمتها الكبيرة في تحقيق نجاحات عالية المستوى لدى الدول المتقدمة.

ومن هنا يمضي القائمون على قطاعي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الحكومة الأردنية، أو القطاع الخاص، بالعمل لتنفيذ مشاريع ومبادرات وتطوير القطاعين، للدخول في مفهوم "الاقتصاد الرقمي"، وتحويل الأردن إلى مركز إقليمي في المنطقة، رغم التحديات التي تواجه اقتصاد الأردن بسبب محدودية الموارد الطبيعية.

هذه الدراسة كشفت عن أهمية استخدام التكنولوجيا، ومدى تأثيرها على إدارات العلاقات العامة من وجهة نظر ممارسيها بالإدارة الحكومية. وتبين أن هناك استخداماً كبيراً لها بتلك الإدارات؛ حيث وفرت الإدارة لها الحواسيب والبرامج وشبكات الإنترنت والأنظمة اللازمة لممارسة العمل مع الجماهير المختلفة.

وتبين أن هناك تأثيراً لاستخدام هذه التكنولوجيا على كفاءة وإنتاجية العمل، مثلما كان التأثير على تطوير الموارد البشرية وبناء قاعدة بيانات للعلاقات العامة كما أشار تحليل الانحدار البسيط.

المراجع:

- ١- علم الدين، محمود (١٩٩٨) *تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري*، مركز الحضارة العربية للإعلام والنشر والدراسات، القاهرة.
- ٢- فلحي، محمد جاسم (٢٠٠٦) *اتجاهات إعلامية معاصرة*، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- ٣- رضوان، أحمد فاروق (٢٠١٢) استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة " *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثامن.
- 4- Hurme, Pertti (2001). Online PR: Emerging organizational practice, *Corporate comm. An international journal* 6/2 .
- 5- Herrero, Alfonso Gonzalez and Smith Suzanne (2008) Crisis communications management on the web: how internet based technologies and changing the way public relations professionals handle business crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 16
- ٦- عبد الحميد، محمد (٢٠٠٤) *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، الطبعة ٤، القاهرة، عالم الكتب.
- ٧- أمينة، فايد ولخضر، عدوك (٢٠١٧) اختبار نموذج نظرية السلوك المخطط: دراسة ميدانية بجامعة عسكر، *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، المجلد ٤، العدد الأول.
- 8- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 319 - 340.
- 9- Liaw, S(2002) Understanding user perceptions of World-wide web environment. *Journal of Computer Assisted Learning*, 2(18), 13. M
- 10- Bandura, A (1986) *Social foundations of thought and action*. Prentice Hall, Englewood Cliffs,
- ١١- شوقي، شاذلي (٢٠٠٨) أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

- ١٢- بولعويدات، حورية(٢٠٠٨) استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية بمؤسسة سولنغاز) رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري قسنطينة.
- ١٣- الختالين،يزن والشباب،أحمد(٢٠١٣) مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات وأثره على أداء العاملين في الدوائر الحكومية الأردنية بمحافظة إربد من وجهة نظر العاملين. رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة اليرموك.
- ١٤- الطراونة، أحمد(٢٠١٤) العلاقات العامة ، صناعة القرن.
- www.policemc.gov.bh/reports/2009/October/28-10.../633923454733927236.pdf

محكموا الاستبانة هم:

- الأستاذ الدكتور محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة بجامعة القاهرة.
 - الأستاذ الدكتور عادل زيادات أستاذ الصحافة والتكنولوجيا بجامعة اليرموك.
 - الأستاذ الدكتور إبراهيم أبو عرقوب أستاذ الإعلام بالجامعة الأردنية.
 - الدكتور ياسر المنصور أستاذ الإدارة العامة المشارك بجامعة البلقاء التطبيقية.
 - الدكتور غالب شطناوي الأستاذ المساعد بجامعة اليرموك.
- * أقدم بالشكر الجزيل للسيدة وائلة السنتريسي أستاذة اللغة العربية التي قامت بمراجعة البحث لغويًا .

The impact of communication technology on Public Relations performance: (An applied study on the Jordanian government administration)

Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour
tahseen.mansour@aau.ac.ae
Professor of Public Relations
College of Communication and Information,
Al Ain University

Abstract

This study revealed the importance of the use of communication technology and its impact on public relations departments from the perspective of its practitioners in the Jordanian government administration. It found that, there is a great use of it in those departments, where the administration provided them with computers, softwares, Internet networks and systems necessary to work with different audiences. There was also an impact on the use of this technology on the efficiency and productivity of the work, as was the impact on the development of the human resources and the construction of database of public relations as indicated by the analysis of simple regression.

Keywords: Communication Technology, Public Relations, Jordanian Government Administration

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 -2 Ahmed Elzayat St.

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

Web: www.apr.agency, www.jprr.epa.org.eg

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

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

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD 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: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % 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.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 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 Society of Public Relations. Three copies 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.
- Three copies of the journal are 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 Society of Public Relations.
- 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@epa.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

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

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

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

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

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

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

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

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

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

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

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

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

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

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

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

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

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

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

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

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

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

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

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

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

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

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

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

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

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

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

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

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

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

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

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

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

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

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

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

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

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

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

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

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

Journal



of P R e s e a r c h

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Fourth Issue - July / September 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour** - *Al Ain University*
The impact of communication technology on Public Relations performance:
(An applied study on the Jordanian government administration) 7
- **Associate Prof. Dr. Azza galal abdallah Hussein** - *Umm Al-Qura University*
Waad Hasan Ali Maghrabi - *Umm Al-Qura University*
The reality of Public Relations management programs in some local and
international Saudi banks: (Field Study on Al-Rajhi Bank & Banque Saudi Fransi
"BSF" Staffs) 8
- **Associate Prof. Dr. Rasha Abd el-Raheem Mazroa** - *Umm Al-Qura University*
Razan Seraj Ali Alem - *Umm Al-Qura University*
The Role of Websites of the Tourism and Aviation Companies in Tourism
Marketing: (An applied study on the beneficiary audiences of the services) 9
- **Dr. Moasam Bilal Juma Al Muasam** - *Cairo University*
Public Relations and Crises Management in the Organizations 10
- **Associate Prof. Dr. Meriam Benlakdar** - *University of Algeria 2*
Mohammed Shoga'a Al-Harbi - *University of Algeria 2*
Problems of machine and computerized translation
A comparative Field study between Google Translate and M emo Q 11

English Researches:

- **Omar Hamzi** - *Jazan University*
The Usage of Twitter by Public Relations Practitioners in Saudi Telecom
Companies Campaigns: (Analytic study some of telecom companies' tweets) 13

(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 2019@APRA

www.jprr.epra.org.eg

