

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم أنشطة العلاقات العامة

في المنظمات العامة: دراسة ميدانية

إعداد

شهد محمد عبدالرحمن توكل

إشراف

الدكتور / شارع بن مزيد البقمي

المستخلص: بعد ثورة تقنية المعلومات، وانتشارها أصبحت الحاجة إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة ملحة في مختلف الإدارات؛ فلم يعد بالإمكان التغافل عن انعكاساتها التي أدت إلى تغيير مفاهيم عدة، واستحداث نشاطات جديدة، وقد أثرت على إدارات العلاقات العامة، وأضافت لها أبعاداً مختلفة.

لذا سعت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم أنشطة العلاقات العامة في المنظمات السعودية العامة، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق الدراسة في مدينة مكة المكرمة على عينة من إدارات العلاقات العامة في المنظمات العامة، بلغ عددها (١٢) منظمة، بعدد (٨٥) موظفَ علاقاتٍ عامةٍ، تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة هي: (تويتر - فيس بوك - يوتيوب)، وأن أهم أنشطة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: التغطيات الإعلامية لمناسبات المنظمة، والمشاركة في الأنشطة الثقافية، والاجتماعية العامة مثل: اليوم الوطني، والأعياد، واليوم العالمي (للمرأة - للصحة - للمرور...)، وإحاطة الجمهور بخدمات المنظمة، وكيفية الانتفاع بها، وأشارت إلى وجود فروق دالة إحصائية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمستوى العمر لصالح الفئات الأقل عمراً، بينما لا توجد فروق في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ترجع إلى سنوات الخبرة، أو التعليم، أو النوع.

**The Role of Social Media Networks to Support
Public Relation Activities in Public
Organizations: A Field Study**

Preparation

Shahad Mohammed Tawakkul

Supervisor

DR: Sharai Mazid Albogami

Abstract: After the revolution of information technology and its spread all over the world, the need of using social media become necessity in various departments. It is no longer possible to ignore its reflexion that lead to the change of several concepts and the development of new activities, and undoubtedly influenced the public relations departments and added different dimensions.

The study sought to identify the role of social media in supporting public relations activities in the Saudi public organizations, In order to achieve these objectives, the study based on the descriptive approach and the survey questionnaire used to collect data. The study applied in the Mecca city on a sample of public relations departments in public organizations (12) organizations with (85) public relations employees were selected in a simple random way.

The study reached a number of results the most important of it were: The most prominent social media used were: (Twitter - Facebook - YouTube) - One of the most important using social media were Media coverage of organized events - Participation in public cultural and social activities such as: National Day - International Day (Women - Health - Traffic...) - Public outreach and use of the services of the Organization. There were statistically significant differences in the intensity of the use of social networking sites according to the age level of the younger age groups, while there were no differences in the intensity of the use of social networking sites due to years of experience, education or gender.