

Using Facebook for Promoting the E-Government Project: Public Relations Strategies at the Palestinian Ministry of Communications and Information Technology

Farid Abdel Fattah Abudheir^{1*}, Farah Ahmad Abedadayem²

¹ Department of Communication and Digital Media, Faculty of Business and Communication, An-Najah National University, Nablus, Palestine

² Department of Contemporary Public Relations, Faculty of Business and Communication, An-Najah National University, Nablus, Palestine

Received: 16/12/2023
Revised: 29/2/2024
Accepted: 15/5/2024
Published online: 10/3/2025

* Corresponding author:
abudheirfarid@gmail.com

Citation: Abudheir, F. A. F., & Abedadayem, F. A. (2025). Using Facebook for Promoting the E-Government Project: Public Relations Strategies at the Palestinian Ministry of Communications and Information Technology. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(4), 6375.
<https://doi.org/10.35516/hum.v52i4.6375>

Abstract

Objectives: This study aims to investigate the utilization of the Facebook page by the Public Relations (PR) Department at the Palestinian Ministry of Communications and Information Technology (MCIT) to promote the e-government project.

Methods: The study uses a descriptive analytical approach based on a questionnaire administrated to participants selected through non-probability sampling. The study sample consists of (384) individuals, representing a mixture of convenient and voluntary participants who are followers of the MCIT's Facebook page. The analytical framework is based on social marketing theory.

Results: The study's findings reveal several key insights. First, respondents believe that the PR Department at the MCIT actively utilizes their Facebook account to promote the e-government project, with a notable majority agreement of (69.4%). Second, followers of the ministry's Facebook page demonstrate a high level of familiarity with the PR activities that are related to the e-government project, with a percentage of (69.2%). Additionally, the level of interaction of respondents with e-government-related posts on the page is assessed as moderate. Notably, the study indicates no statistically significant differences at the significance level of ($\alpha=0.05$) in the responses of the sample members due to variables of gender, place of residence, and educational background.

Conclusion: The findings show that the MCIT level of posting on social media platforms to introduce the e-government project, along with the level of audience engagement, is moderate. Furthermore, the study reveals no significant differences in audience engagement based on gender, place of residence, or educational qualification.

Keywords: Public relations, Palestinian Ministry of Communications and Information Technology, e-government, Facebook.

توظيف العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية صفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية

فريد عبد الفتاح أبوضهير^{1*}، فرح أحمد عبد الدايم²

¹ قسم الاتصال والإعلام الرقمي، كلية الأعمال والاتصال، جامعة النجاح الوطنية – نابلس / فلسطين
² قسم العلاقات العامة المعاصرة، كلية الأعمال والاتصال، جامعة النجاح الوطنية – نابلس / فلسطين

ملخص

الأهداف: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية صفحة فيسبوك، للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية.

المنهجية: استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على الاستبانة، حيث تم توزيعها على عينة غير احتمالية، تمثل مزيجاً من العينة المتاحة والعينة التطوعية من متابعي صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على موقع فيسبوك، حيث بلغت العينة (384) مفردة، واعتمد الإطار التحليلي نظرية التسويق الاجتماعي.

النتائج: توصل الباحثان إلى عدة نتائج، أهمها أن العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، تسعى إلى توظيف صفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية، من خلال المنشورات التعريفية من وجهة نظر المبحوثين، بنسبة مئوية بلغت (69.4%)، وأن متابعي صفحة الوزارة على دراية بأنشطة العلاقات العامة المتعلقة بمشروع الحكومة الإلكترونية بنسبة مئوية بلغت (69.2%). كما أظهرت النتائج أن تفاعل المبحوثين مع منشورات الحكومة الإلكترونية على الصفحة كان متوسطاً، بالإضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد العينة تعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي، ومكان السكن، والمؤهل العلمي.

الخلاصة: أظهرت النتائج أن هناك مستوى نشر وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالحكومة الإلكترونية، وكذلك مستوى المتابعة كان متوسطاً، وأنه لا يوجد فروق في ذلك تبعاً لمتغيرات النوع الاجتماعي ومكان السكن والمؤهل العلمي.

الكلمات الدالة: العلاقات العامة، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، الحكومة الإلكترونية، فيسبوك



© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

مقدمة

شهد العالم انفجاراً في ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مطلع القرن العشرين، وانعكس ذلك بشكل كبير على جميع مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وأدى هذا الأمر إلى ربط تنمية الدول بقدرتها على مواكبة التقدم والإفادة من إمكانياتها (لبد، 2016). ويشير المبيضين (2020) إلى أن هذا التطور الهائل والمتسارع الذي تشهده القطاعات المختلفة، ومن ضمنها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، بات يلعب دوراً مهماً وحيوياً في شتى مناحي الحياة، من خلال استخدام تطبيقاتها في الجوانب الإدارية وكذلك الخدماتية، الأمر الذي دفع الحكومات حول العالم للإفادة من كل هذه الإمكانيات في تطوير أدائها الحكومي على أكثر من صعيد (ص. 13).

وتنبثق أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في الأعمال الحكومية، مما يصحب ذلك من تطوير الأنشطة والإجراءات والمعاملات الحكومية كافة، والانتقال من الطريقة اليدوية التقليدية إلى الطريقة الإلكترونية الحديثة، من خلال الاستغلال الأفضل لثورة التكنولوجيا الحديثة وشبكات الاتصال والتواصل والربط الإلكتروني، من أجل تحقيق الكفاءة في العمل الإداري، وبالتالي رفع جودة أداء المؤسسات الحكومية بهدف إنجاز المعاملات إلكترونياً، وتوفير الوقت والجهد والمال على الجمهور المستفيد، الأمر الذي يؤدي إلى تقليل عناء الانتقال بين الإدارات الحكومية (بريك، 2020).

وقد أسهمت التطورات المختلفة التي صاحبت الانفجار المعرفي العظيم، والثورات المتتالية التي رافقت العولمة، في تطور مجالات عمل العلاقات العامة، بالإضافة إلى ذلك، أدت إلى ظهور العديد من المصطلحات والمفاهيم الجديدة ذات الدلالات المختلفة، وعلى رأسها الحكومة الإلكترونية، التي تقوم على مبدأ تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، والتطورات التي شهدتها في سبيل تقديم خدمات أفضل، من خلال تطوير الخدمات والوظائف التي تمارسها المؤسسات في القطاع الحكومي.

وتعد الحكومة الإلكترونية إعادة تدوير للأعمال والإجراءات الحكومية بواسطة طرق حديثة، ودمج المعلومات وتكاملها وتبويبها، وبالتالي إمكانية الوصول إليها بكل سهولة، من خلال تقنيات وتطبيقات إلكترونية (الهوش، 2006: 25).

وترى البيص (2017) أن مشروع الحكومة الإلكترونية في المؤسسات والدوائر الرسمية الحكومية، يمثل جزءاً أساسياً من السعي للحاق بركب التطور الهائل في عالم المعلومات والاتصالات الحديثة، والدخول إلى ذلك العالم من أوسع الأبواب، من خلال التفاعل مع متغيرات القرن الواحد والعشرين وخصائصه الذي تواجه فيه المؤسسات، على اختلاف أنواعها وأحجامها، تحديات هائلة في مجالات التنمية الإدارية والاقتصادية والتقنية (ص3).

ولا يمكن للمجتمعات النامية تقبل المفاهيم والتغيرات المختلفة دون اتباع الطرق والوسائل المناسبة بطبيعة الحال، حيث يتمثل دور الإقناع وتسهيل الولوج إلى المستخدمين في البيئة الخارجية، ضمن مهام ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العاملة في مختلف القطاعات في الدولة، وبخاصة القطاعات الحكومية.

وأوضحت العلاقات العامة من المجالات المهمة في المجتمعات الإنسانية، كالمجالات الحكومية والتجارية والصناعية والعسكرية والسياسية، إلا أن جميع هذه المجالات تجمعها فلسفة ومبادئ عامة واحدة، وتطبق قواعد العلاقات العامة، مع مراعاة الظروف والمجال الذي تتواجد فيه، وكذلك تقف على اتجاهات جمهورها الداخلي والخارجي، وطرق التعامل معهما وكسب ثقته وولائه.

وتقوم العلاقات العامة بدور مهم في تدعيم العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، والترويج لمنتجاتها، والخدمات التي تقدمها لهم عن طريق وسائل الاتصال المختلفة، من خلال نشر التقارير والمعلومات في هذه الوسائل. وقد برزت خلال الفترة الأخيرة منصات التواصل الاجتماعي، وعُدّت من أكثر الوسائل الاتصالية التي يتفاعل معها الجمهور، حيث إنها تنسم بوصولها إلى الجماهير بصورة سريعة، متجاوزة الحدود والمسافات، أو ما يمكن وضعه من عوائق أمام الوسائل الاتصالية الأخرى، لذلك فإن التأثير الذي ترغب المؤسسات في الحصول عليه، يصبح أوسع وأعم.

مشكلة الدراسة

باتت مواقع التواصل الاجتماعي (مثل موقع فيس بوك) في السنوات الماضية جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثير من الناس. فقد أظهر تقرير (ايبوك، 2021) لعام (2021) أن غالبية الفلسطينيين يفضلون استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" مقارنة بغيره، حيث بلغت نسبة استخدام فيس بوك من إجمالي مستخدمي الإنترنت في فلسطين (90%). ولعب دوراً مهماً في التواصل والتفاعل بين الأفراد، خاصةً أنه يمتاز بسهولة الاستخدام والوصول إليه. وأسهم هذا الدور في إغراء الحكومات في جميع أنحاء العالم بالانضمام إلى هذه المواقع للإفادة من الطريقة الجديدة للاتصال والتفاعل التي توفرها، في محاولة من الحكومات لتقليص المسافة بينها وبين المواطنين، وزيادة مستوى مشاركتهم في العملية السياسية.

ومن هنا تبلورت مشكلة البحث التي يمكن تلخيصها في السؤال الرئيس الآتي: إلى أي مدى توظف العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية صفحة الفيس بوك في الترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية؟

أهمية الدراسة

تكمّن الأهمية العلمية للدراسة في أنه من خلال الاطلاع على الكثير من الدراسات والأبحاث، التي تطرقت لموضوع الحكومة الإلكترونية وجدت الباحثة ندرة في الأبحاث على الصعيد العربي والفلسطيني، التي تولي اهتماماً لربط وظيفة العلاقات العامة والحكومة الإلكترونية، وكانت أغلب الدراسات تعنى بالإطار المفاهيمي للحكومة الإلكترونية، حيث إن هذه الدراسة هي من أوائل الدراسات على المستوى الفلسطيني في حدود علم الباحثة. وتأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة إضافة جديدة إلى دراسات العلاقات العامة التي تتسم بسعة مجالاتها وتنوعها وتطورها. ومن الناحية العملية، تكمن أهمية الموضوع الذي تبحرته هذه الدراسة بحدائته، حيث يعدّ مجال الحكومة الإلكترونية وتطبيقها في الوزارات الحكومية الفلسطينية من الأمور المستحدثة، ويمثل نقلة نوعية للقطاع الحكومي العام، بسبب صعوبة إيصاله للمستفيدين في فلسطين كافة، نتيجة اتساع الرقعة الجغرافية، بالإضافة إلى ممارسات الاحتلال الغاشم التي تفصل المدن والمحافظات الفلسطينية عن بعضها البعض، ولذلك فقد فرضت فكرة الحكومة الإلكترونية عدم الاكتفاء بالشكل التقليدي للخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية، وهي خدمات ذات تفاعل أحادي الجانب باتجاه المواطن فقط، بل تعمل الحكومة الإلكترونية على إنشاء بيئة تفاعلية رقمية تهدف إلى تطوير مستوى المعيشة للأفراد، كما أن هذا البحث يقدم لممارسي العلاقات العامة نقاط القوة والضعف خلال عملهم الترويجية للمشروع.

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس: إلى أي مدى توظف العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية صفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية؟

1. ما مدى إدراك متابعي صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لأنشطة العلاقات العامة على صفحتها على فيسبوك؟
2. ما مدى فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين؟
3. ما مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية في صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؟

فرضية الدراسة:

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مدى توظيف العلاقات العامة صفحة فيسبوك، للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في إجابات المبحوثين، تعزى إلى متغيرات النوع الاجتماعي وسنوات الخبرة والمؤهل العلمي.

مصطلحات الدراسة

الحكومة الإلكترونية: الأنشطة الحكومية التي تتم عبر الاتصالات الإلكترونية بين جميع مستويات الحكومة مع المواطنين والشركات والمجتمع، بما في ذلك الحصول على المنتجات والخدمات وتقديمها، وتقديم الطلبات واستلامها، وتوفير المعلومات والحصول عليها، وإتمام المعاملات المالية (Fang, 2002: 3).

إجرائياً: نظام حكومي يتم استخدام التكنولوجيا الرقمية فيه، من أجل تقديم الخدمات الحكومية وتشجيع التفاعل بين الحكومة والمواطنين، مما يسهل الوصول إلى المعلومات والخدمات وتعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية.

الترويج: هو عملية تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية استخدامه، وأماكن وجوده بالسوق وأسعاره، بالإضافة لمحاولة التأثير على المستهلك وحثه وإقناعه بشراء المنتج أو الخدمة (عبد الحليم، 2000: 9).

إجرائياً: جهد مبذول للتعريف بمنتج أو خدمة معينة من خلال جهود ترويجية تهدف إلى تحفيز الطلب على المنتج أو الخدمة، من خلال الإعلانات التلفزيونية والإعلانات الإلكترونية والعروض الترويجية، وغيرها من الأساليب ووسائل التسويق.

العلاقات العامة: هي وظيفة إدارية مستمرة ومخطط لها، تحاول المنظمات من خلالها كسب ثقة جمهورها والمحافظة على هذه الثقة، والحصول على تأييده، من خلال تقييم الرأي العام المتعلق بها، وتكييف سياساتها مع اتجاهات هذا الجمهور، من أجل تكوين تفاعل معه، وتحقيق جميع المصالح المشتركة (رحال، 2015، صفحة 23).

إجرائياً: عملية استراتيجية وإدارية تهدف إلى بناء العلاقات الإيجابية وتعزيزها بين المؤسسة وجمهورها، للوصول إلى التفاهم المشترك بينهم، وتحقيق أهداف المنظمة بشكل فاعل.

الفيس بوك: موقع تواصل اجتماعي، يسمح للأشخاص بالمشاركة عليه، تأسس عام 2004م وهو أشهر المواقع الإلكترونية المجانية على الإنترنت. يتيح المجال لمستخدميه بالتواصل مع الآخرين والاطلاع على إنجازاتهم ومنشوراتهم، والتفاعل معهم، ونشر الأحداث والتعليقات، وإضافة الأصدقاء

وإرسال الرسائل والصور لهم (فيصل، 2014، صفحة 69)

إجرائياً: موقع اجتماعي عبر الإنترنت يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية والتواصل مع الأصدقاء، ومشاركة المحتوى: مثل الصور والفيديوهات والمقالات.

وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: هي الوزارة المسؤولة عن تنظيم قطاع الاتصالات والرقابة عليه، وتقويم أداء الجهات ذات الاختصاص بالموضوع، ومراقبة الأسعار، وجودة الخدمات التي تقدمها. كما تنظم عمل البريد الفلسطيني، والترخيص للمشغلين الجدد للاتصالات، وتنظيم خدمات الإنترنت، وغيرها من الأمور المتعلقة بالاتصالات في فلسطين (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، 2022)

الدراسات السابقة

جاءت دراسة قتلو (2022) للتعرف على واقع الحكومة الإلكترونية في فلسطين، وعلاقتها برضا المواطنين في محكمتي دورا والخليل، ومعرفة واقع الحكومة الإلكترونية من ناحية أمن المعلومات، والبنية التحتية التكنولوجية والخصوصية من وجهة نظر الموظفين، اعتمدت الباحثة موظفي محكمتي دورا والخليل، ومتلقي الخدمة الإلكترونية في المحكمة مجتمعاً للدراسة، حيث تم توزيع أداة الاستبانة على (50) موظف و (50) مواطن متلقي للخدمة، كما اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الارتباطي، توصلت الدراسة إلى أن واقع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين كان متوسطاً، وأن واقع الحكومة الإلكترونية من جانب أمن المعلومات والبنية التحتية التكنولوجية والخصوصية كان بنسبة كبيرة، كما أشارت إلى وجود علاقة عكسية بين متغير أمن المعلومات والأمان في الحكومة الإلكترونية ورضا المواطنين عن (توافر الخدمة، والوصول للخدمة).

في حين كشف دراسة المجالي (2022) عن دور الحكومة الإلكترونية في تعزيز الأداء المؤسسي للبلديات في الأردن، كما أظهرت الدراسة مفهوم الحكومة الإلكترونية والمرتكزات التي تستند عليها، وكذلك دور الحكومات في تحديث البلديات لتقديم الخدمات الأفضل والأسرع وبطرق آمنة، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى أن الأردن كان من أسرع الدول العربية تطبيقاً لمفهوم الحكومة الإلكترونية في المجالات الخدماتية كافة، كما أن خدمات الحكومة الإلكترونية قد أسهمت في التسهيلات والتكاليف وتخفيف الأزمات المرورية من خلال القيام بالخدمة إلكترونياً.

بينما دراسة يونس (2020) هدفت إلى معرفة أهمية تطبيق الحكومة الإلكترونية في العالم بشكل عام، والدول العربية بشكل خاص، وتحديد مقومات نجاح تطبيقها ومعرفة العوائق التي تؤثر في تطبيقها، اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على مجموعة من المعايير التي استخلصها من خلال استعراض بعض التجارب الدولية والعربية في مجال الحكومة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن الحكومة الإلكترونية الناجحة تقوم بإفادة المواطن بشكل كبير، كما أنها تفيد المواطنين من خلال توفير الوقت والجهد عليهم والاستغناء عن تكاليف الذهاب إلى المؤسسات الحكومية.

في حين قيمت دراسة العايد والجمودي (2019) تطبيق الخدمات الحكومية الإلكترونية بأبعادها المختلفة (الظهور، والتفاعل، والتبادل المالي، والتكامل) في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين منها، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بتقييم تطبيق ومناقشة أهم العوامل المرتبطة بالحكومة الإلكترونية، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة عشوائية عنقودية بلغ حجمها (386) توصلت النتائج إلى أن تقييم تطبيق الحكومة الإلكترونية وفقاً لإجابات أفراد عينة الدراسة جاء بمستوى مرتفع، وأيضاً فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تقييم تطبيق الخدمات الحكومية الإلكترونية تعزى إلى متغير الجنس على جميع الأبعاد، وهي: الظهور، والتفاعل، والتبادل المالي، والتكامل.

في حين أن دراسة علاونة (2019) هدفت إلى معرفة مدى جودة الخدمات المقدمة، في المؤسسات الحكومية في مدينة سلفيت في فلسطين، من وجهة نظر المستفيدين من الخدمة، اعتمد الباحث المنهج الوصفي والاستبانة أداة للدراسة، حيث تم توزيع الاستبانة على جميع المراجعين للمؤسسات الحكومية، والذين يتلقون الخدمات من خمسة عشر وزارة، ومن ضمنها: (وزارة الداخلية، ووزارة النقل والمواصلات، ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات) ومن ست مؤسسات غير وزارية ومن ضمنها (سلطة النقد، والتسوية، والارتباط المدني) تم اختيار هذه المؤسسات بطريقة العينة القصدية، تكون مجتمع البحث من (1200) مواطن، تم حصرهم خلال الفترة ما بين 2019/3/3 حتى 2019/3/28، تكونت عينة الدراسة من (291) مواطناً، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، توصلت الدراسة إلى أن الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المقدمة من المؤسسات الحكومية في مدينة سلفيت، من وجهة نظر متلقي الخدمة كانت مرتفعة، بمتوسط حسابي كلي (3.76) الأمر الذي يؤكد إسهام الخدمات الحكومية المقدمة في مدينة سلفيت على رفع مستوى رضا المواطن الفلسطيني عن أداء المؤسسات الحكومية.

أما دراسة (Eko, Pujani & Lukito, 2022) فقد هدفت إلى تحديد العوامل التي تؤثر على تطبيق الحكومة الإلكترونية في حكومة مقاطعة سومطرة الغربية، وكذلك تأثير الموارد البشرية والبنية التحتية، والقيادة والاتصال على تنفيذ الحكومة الإلكترونية. اعتمد الباحثون في دراستهم المنهج الوصفي الكمي، حيث بلغت العينة 100 مفردة. توصلت الدراسة إلى أن الموارد البشرية والاتصالات لها تأثير إيجابي ومهم على تنفيذ الحكومة الإلكترونية، فيما لا يوجد تأثير كبير للبنية التحتية والقيادة على تنفيذ الحكومة الإلكترونية في حكومة مقاطعة سومطرة الغربية.

وهدف دراسة (Chandio, 2019) إلى معرفة توقعات المواطنين حول مستوى الخدمات الإلكترونية المقدمة في باكستان، ومدى الرضا عن الخدمات التي تم الحصول عليها من خلال الحكومة الإلكترونية، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة أداة للدراسة على عينة بلغت (133) مفردة تم اختيارهم من خلال العينة العشوائية، توصلت الدراسة إلى أن مستوى الحكومة الإلكترونية ما زال دون المستوى المتوسط، والعديد من المواطنين غير مهتمين باستخدام الخدمات الإلكترونية، كما أشارت إلى أن وضع الحكومة الإلكترونية في باكستان بحاجة للحصول على تفاصيل كثيرة من خلال الدراسات والبحث والتطوير.

التعقيب على الدراسات السابقة

تشابهت دراسة قتلو (2022) ودراسة علاونة (2019) ودراسة (Chandio, 2019) واقع جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية من وجهة نظر المستفيدين والجمهور الخارجي، وتشابهت كل من دراسة يونس (2020) ودراسة العايد والحمودي (2019) في معرفة أهمية تطبيق الحكومة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية، أما بالنسبة للمنهج، فقد استخدم في غالبية الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقيس العلاقة بين المتغيرات ويصفها وصفاً دقيقاً بالنظر إلى طبيعة العوامل المؤثرة، وهو المنهج ذاته الذي اتبعه الباحثان في دراستهما الحالية. وفيما يتعلق بعينة الدراسة والأداة المستخدمة، نجد أن هناك تشابهاً بين العديد من الدراسات السابقة والأداة التي اعتمدها الباحثان في البحث الحالي، والتي تمثلت في الاستبانة. في حين اختلفت عينة الدراسة مع الدراسات السابقة في مكان العينة وحجمها.

الإطار النظري

نظرية التسويق الاجتماعي

وضع ستانلي وندس في عام 1995 النقاط الرئيسة لنظرية التسويق الاجتماعي، والتي تتلخص في كيفية ترويج الأفكار التي تمتلكها النخبة في المجتمعات، لتصبح لها قيمة اجتماعية للاعتراف بها. ويقوم مبدأ النظرية على استخدام أدوات اتصالية مختلفة: حملات إعلامية، اتصالات شخصية، علاقات عامة، أحداث مفتعلة، من أجل ترويج أفكار اجتماعية، لتحقيق أكبر قدر ممكن من الانتشار للموضوع، والتأثير على الجمهور لتبني سلوك يتفق والفكرة المطروحة (الشهري، 2009، صفحة 53).

وقد برزت نظرية التسويق الاجتماعي من بين نظريات الاتصال المعاصرة، لأنها تجمع بين نظريات بحوث الإقناع، وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها. فقد تناولت كيفية ترويج الأفكار التي يتبناها ويؤمن بها مصادر الصفوة من أجل أن يصبح لها قيمة اجتماعية معترف بها (الراوي، 2010).

وقد حدد الشهري (2009) مجموعة من الخطوات التي تتم مبادئ نظرية التسويق الاجتماعي من خلالها، وهي كما يأتي:

1. إثارة وعي الجمهور نحو الموضوع: من خلال الحملات الإعلامية التي تهدف إلى زيادة المعرفة المطلوبة، حول القضية أو الأمر المستهدف. وبذلك يتم تعديل السلوك من خلال زيادة المعلومات المقصودة عنها.
2. تدعيم الرسائل الإعلامية بالاتصالات الشخصية: للتأثير في القطاعات المستهدفة خلال التواصل المباشر مع الجماهير، مع الاستمرار في عرض الرسائل الاتصالية والإقناعية في وسائل الاتصال.
3. ربط الموضوع بمصالح الجمهور وتكوين صورة ذهنية جيدة عنه: وذلك من خلال إثارة اهتمام الجمهور بالأفكار الجديدة عبر رسم صورة ذهنية جيدة من خلال المعلومات التي يتم بثها، والمؤدية إلى ربط الفكرة بمصالح الجمهور سواء كانت فكرية أو اقتصادية أو اجتماعية.
4. افتعال أحداث معينة من أجل ضمان استمرار اهتمام الجمهور بالموضوع: ويتم ذلك من خلال تدعيم هذه الأحداث بالتغطيات الإعلامية الواسعة، وما تسمح به من مشاركة جماهيرية في فعاليات.
5. التركيز على الفكرة عن طريق تنشيط التبني للأفكار: وذلك بالبحث المباشر للجمهور على اتخاذ فعل محدد معبر عن الفكر الذي يتم تسويقه، بعد التأكد من تحقيق الخطوات السابقة لأهدافها.

تعدّ نظرية التسويق الإلكتروني امتداداً لنظريات الإقناع ونظرية انتشار المعلومات، ولها عدة مداخل، حيث تقوم بعكس الطرق والأساليب التي تهدف إلى التأثير. ومن هذه الوسائل: إغراء المتلقين لإدراك مواضيع الترويج والحملات، سواء عن الأفراد أو المنظمات. وبالإضافة إلى ذلك، غرس الصورة الذهنية، وإثارة المتلقين وإغرائهم من أجل البحث عن المعلومات. وتعتمد هذه النماذج استراتيجيات الإقناع التي تستخدمها وسائل الإعلام وتعمل أيضاً على موضوعات الاهتمامات العامة (عبد الحميد، 2010).

في ضوء نظرية التسويق الاجتماعي، يتم البحث حول كيفية ترويج الأفكار والخدمات عبر الفضاء الإلكتروني لتصبح لها قيمة اجتماعية بين الجمهور من أجل تبني الفكرة وتقبلها. وهذه الدراسة تبحث في ترويج العلاقات العامة لمشروع الحكومة الإلكترونية (وهو موضوع حديث نسبياً) على صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وعليه يمكن أن تشكل هذه النظرية منطلقاً للعمل في دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

إن المتتبع لتاريخ العلاقات العامة يلاحظ صعوبة وضع تعريف واحد متفق عليه، لذا، نجد أن هناك العديد من التعريفات الخاصة بها تختلف باختلاف التخصصات والاهتمامات العلمية والمجال الوظيفي لمن وضع التعريف (هتيبي، 2015) وهذا ما أكدته العدوي (2011). فقد عرف جرادات والشامي (2009) العلاقات العامة بأنها "التوسل بالمعلومات من خلال الإقناع والمواءمة ما بين سياسات المؤسسة وتوجهات الجمهور من أجل الحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها".

في حين أورد الدليبي (2011) تعريفها حسب قاموس أكسفورد بأنها: "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي من أجل تحقيق أهدافها، مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية، والقوانين والأخلاق العامة في المجتمع" (ص56). ويرى الباحثان أن العلاقات العامة هي الجهود المخططة والمنظمة التي تبدأ بالتخطيط، وتنتهي بالتقييم، والتي تُبذل من أجل إقامة علاقات جيدة مع الجمهورين الداخلي والخارجي للمؤسسات، وبناء صورتها الذهنية الجيدة.

وتقوم العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بتحسين العلاقة مع جماهيرها من خلال الأنشطة التي تقوم بها، وبالتالي بناء قاعدة جماهيرية إيجابية ومتعاونة مع الحكومات (العدوي، 2011: 30)، وتلعب دوراً مهماً في توطيد العلاقة بين المؤسسة الحكومية والجماهير من خلال اطلاعها على خطط المؤسسة وسياساتها وخدماتها، وتنوير الرأي العام بالجهود التي تقوم بها المؤسسات الحكومية في سبيل خدمة المواطنين، وتقديم المعلومات المبنية على الصدق والصراحة والعمل على مواكبة أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تتبعه الدولة (البكري، 2019: 29). كما تختلف أهداف العلاقات العامة من وزارة إلى أخرى، تبعاً لاختلاف الهدف والوظيفة التي تمارسها كل وزارة. وبالرغم من وجود الاختلافات، فإن هدف العلاقات العامة، من حيث المبدأ والجوهر يتطلب تحقيق التعاون الوثيق المثمر بين الوزارات والمؤسسات العامة من جهة، وبين الجماهير الخارجية من جهة أخرى، حيث يتوقف نجاح المؤسسات العامة الخدمية على مدى توافر الثقة والتعاون بين الأجهزة الحكومية والمواطنين (مطوع، 2020: 19).

الحكومة الإلكترونية

عرف عبده (2018) الحكومة الإلكترونية بأنها إنجاز الأعمال من خلال الوسائل الإلكترونية والقيام بالوظائف الإدارية من تخطيط وتنظيم ورقابة واتخاذ القرارات بوساطة أنظمة تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسات، بالإضافة إلى ربط هذه المؤسسات مع الموردين والعلماء والمشتريين والمنافسين وأجهزة الحكومة وهيئاتها الأخرى بهدف تطوير علاقة المؤسسات مع بيئتها.

وتهدف الحكومة الإلكترونية إلى تسهيل تقديم الخدمات للمواطنين بسرعة وبدقة عالية. كما تهدف إلى تقليل التكاليف المتعلقة بالدوائر الحكومية من مصاريف معاملات ورقية وإيجار مباني، واستهلاك الماء والكهرباء والاتصالات، بالإضافة إلى زيادة كفاءة العمل الحكومي وشفافيته. ويتمثل الهدف الأساسي والاستراتيجي للحكومة الإلكترونية في تبسيط الإجراءات الحكومية على جميع الأطراف المستفيدة، سواء كانت الحكومة أو المواطنون أو منشآت الأعمال، حيث يُسهم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ربط الأطراف الثلاثة، ويدعم الأنشطة وجودة الأعمال التي تقوم بتقديمها (عبده، 2018: 105).

وتتنوع خدمات الحكومة الإلكترونية، حيث يعكس بعضها سيادة الدولة، مثل خدمات الضرائب واستخراج التراخيص، وأخرى تمثل عناصر البنية التحتية الأساسية والاجتماعية، مثل الخدمات التي تقدمها الدولة للمواطنين من أجل إشباع حاجاتهم الأساسية، كالعليم والصحة، والبعض الآخر يقدم لرجال الأعمال والمستثمرين. وقسمت مجالات الحكومة الإلكترونية إلى ثلاثة مجالات (عبده، 2017) هي، أولاً: الحكومة إلى الحكومة. وتُمثل المعاملات التي تكون من جهة حكومية إلى جهة حكومية أخرى على شكل تعامل إلكتروني داخلي بين أجهزة الدولة وإداراتها. ويشمل تبادل البيانات إلكترونياً بين الجهات الحكومية للحصول على معلومة أو تقديم معلومة أو خدمة عن طريق تكنولوجيا المعلومات. ويرمز لها بالرمز (G2G)، وهي اختصار (government to government) (لبد، 2016: 23). ثانياً: الحكومة إلى المواطنين. حيث تكون العلاقة بين الحكومة والمواطنين. فتسمح الحكومة الإلكترونية للهيئات الحكومية بالتحدث والاستماع والتواصل المستمر مع مواطنيها، الأمر الذي يدعم المساءلة والديمقراطية وتحسين الخدمات العامة. ويسمح نظام "الحكومة إلى المواطنين" للمواطنين بالوصول إلى المعلومات والخدمات الحكومية بشكل فوري ومريح وسريع ومن كل مكان من خلال قنوات متعددة، مثل الكمبيوتر الشخصي، وتلفزيون الويب، والهاتف المحمول، أو جهاز لاسلكي. ويرمز لها بالرمز (G2C)، وهي اختصار (citizen to government) (Ndou, 2004:4).

ثالثاً: الحكومة إلى وحدات الأعمال. وهي المعاملات بين الحكومة وقطاع الأعمال، أي التعاملات بين الحكومة والقطاع التجاري، مثل الاتصال بين الحكومة وإحدى الشركات لتقديم معلومة أو خدمة عن طريق تكنولوجيا المعلومات. ويتم من خلال هذه الفرصة التقليل من الروتين، وتبسيط العمليات التنظيمية، وبالتالي مساعدة الشركات على أن تصبح أكثر قدرة على المنافسة. ويرمز لها بالرمز (G2B) اختصار (government to bussiness) (لبد، 2016: 23).

تجارب الحكومة الإلكترونية في دول أخرى

في عام (1996)، بادرت الحكومة الكندية باستخدام التكنولوجيا المعاصرة والإفادة منها وتوظيف شبكة الانترنت لتحقيق المزيد من التواصل إلكترونياً، الأمر الذي نتج عنه نمو واضح في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية بالتوجه نحو ما يسمى بـ"اقتصاد المعرفة" وتحقيق التفوق في إتاحة المعلومات والخدمات للمواطنين، بالإضافة إلى توفير الوقت والنفقات. وقد حددت الحكومة الكندية عام (2005) لغرض إنجاز الحكومة الإلكترونية فيها، وكانت قد نفذت خططها بنسبة جيدة، وأصبحت تقدم خدمات إلكترونية عديدة، منها، على سبيل المثال، الإقرارات الضريبية للمواطنين، والتسجيل لدى مصلحة الجمارك (قنديلجي، 2015،: 304).

وفي عام (2000)، أعلنت الإمارات العربية المتحدة عن مبادرة لإعادة تنظيم الحكومة من أجل ملاحقة النمو الاقتصادي السريع، تضمنت إنشاء حكومة افتراضية تقدم خدمات عالية الجودة لعملائها، مركزة في ذلك على خدمات المواطنين والمقيمين والزوار والأعمال المروجة لتبني خدمات إلكترونية. وتقدم خدمات الحكومة الإلكترونية في دبي بوابة تحتوي على كل المعلومات عن أقسام الحكومة وخدماتها في موقع الكتروني واحد. كما يتلقى هذا الموقع الاستفسارات والتعقيبات من المواطنين حول الحكومة الإلكترونية. وتنفذ هذه الخدمات بجهود فريق مختص بالتواصل مع المجتمع، ويقع على عاتقه مسؤولية التوعية الإلكترونية وتسهيل عملية التحول الإلكتروني (الحكومة الإلكترونية، 1427هـ).

أما في فلسطين، فقد أولت الحكومة، ممثلة بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، اهتماماً بفكرة الحكومة الإلكترونية، حيث تقع مسؤولية تنظيم قطاع الاتصالات ورقابته، وتقويم أداء الجهات ذات الاختصاص بالموضوع، ومراقبة الأسعار، وجودة الخدمات التي تقدمها على عاتق هذه الوزارة. كما تنظم عمل البريد الفلسطيني، والترخيص للمشغلين الجدد للاتصالات، وتنظيم خدمات الإنترنت وغيرها من الأمور المتعلقة بالاتصالات في فلسطين (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، 2022).

ويأتي اهتمام وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية بمشروع الحكومة الإلكترونية لتوفير مقومات نجاحها لما يخدم مصالح الشعب الفلسطيني، وتعزيز الاقتصاد الوطني، وتوفير الخدمات الإلكترونية لطبقات المجتمع كافة.

وفي مطلع عام (2008) قامت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالتعاون مع الدوائر الحكومية كافة بتوفير البيئة الفنية والتقنية، وتأهيل الكوادر البشرية، وإيجاد بيئة مناسبة لهذا المشروع، حيث تم تشكيل لجنة حكومية لمشروع تكامل البيانات الحكومية. ومع بداية عام (2012) شكلت الوزارة لجنة ممثلة من تسع مؤسسات حكومية من أجل دراسة الوضع الحالي، وتحديد الفرص والتحديات، ووضع خطة استراتيجية شاملة للمشروع. كانت رؤية المشروع "السعي نحو تحقيق التميز الإقليمي في تقديم الخدمات الحكومية الكترونياً وبجودة شاملة". وتمت الإشارة إلى أن الحكومة الإلكترونية لا تقتصر على استخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل تقديم الخدمات للمستفيدين، بل تمثل فكراً متطوراً يعيد صياغة المؤسسات بشكل جديد بأبعاده الإدارية والسياسية والاقتصادية. وقد تم إعداد الهيكل التنظيمي للإدارة المنفذة للمشروع "الإدارة العامة للحكومة الإلكترونية"، وتم اعتماده من ضمن هيكلية وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. أما من الناحية القانونية، فقد تم وضع اللائحة التنفيذية لقانون المعاملات الإلكترونية من قبل المجلس التشريعي. كما وفرت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات قاعدة بيانات مركزية للحكومة الإلكترونية، يتم من خلالها تبادل البيانات بين الوزارات الفلسطينية المختلفة. وتم تطوير العديد من التطبيقات والبرامج، منها: برنامج شؤون الموظفين، وبرنامج المراسلات الإدارية، وبرنامج الرسائل الحكومية (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، 2022).

برنامج "حكومي" التابع للحكومة الإلكترونية الفلسطينية

هي بوابة إلكترونية للخدمات الحكومية وخدمات الدفع الإلكتروني، توفر للمواطنين الفلسطينيين إمكانية طلب الخدمات الحكومية ودفع رسومها إلكترونياً بما يوفر الوقت والجهد على المواطنين للحصول على الخدمة.

تقوم هذه البوابة بتقديم (19) خدمة لثمان مؤسسات حكومية، هي: وزارة الداخلية، وزارة الصحة، وزارة الحكم المحلي، مجلس القضاء الأعلى، وزارة المالية، وزارة الاتصالات، وزارة العدل، وزارة النقل والمواصلات، حيث تم اختيار أكثر الخدمات طلباً من هذه المؤسسات، ويتم العمل على أتمتة المزيد من الخدمات للوصول إلى حكومة إلكترونية فلسطينية متكاملة.

تهدف منظومة الخدمات الحكومية الإلكترونية "حكومي" بشكل رئيس لخلق بيئة أفضل للأعمال بين الحكومة والمواطن من خلال الارتقاء بالخدمات الحكومية، وربط الدوائر الحكومية مع بعضها البعض بطريقة تضمن التدفق السلس للمعاملات، وتجهيزها بأفضل الطرق وأسرعها، وتوفير قنوات دفع إلكترونية آمنة بطريقة سلسلة تتماشى والتطور التكنولوجي في العالم، وبما يتيح زيادة مستويات الفعالية والكفاءة في إنجاز المهام المطلوبة من المؤسسات الحكومية. وتعمل، بالإضافة إلى ذلك، على تحسين العمليات والإجراءات وتسريعها وزيادة جودة الخدمات العامة عن طريق خلق التواصل بسلسلة بين المكاتب الحكومية المختلفة، ووضع ضوابط وآليات الرقابة على مستوى الخدمات والتعامل مع المواطنين. كما تسعى الحكومة من خلال هذه المنظومة إلى الإسهام في تعزيز النزاهة في العمل الحكومي، وزيادة إنتاجية الموظفين الحكوميين، والحد من النفقات العامة من خلال ترشيد الاستهلاك في العديد من المجالات، مثل تقليل الطباعة الورقية وتكاليف المواصلات والمصاريف التشغيلية للمؤسسات، والتسهيل على المواطن للوصول

إلى الخدمات الحكومية والحصول عليها، خاصةً في التجمعات السكانية البعيدة، وبما يضمن استخدام المنظومة للأغراض المخصصة لها لخلق بيئة متوازنة من الثقة بين الحكومة والمواطن.

المنهجية والأدوات

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي لأغراض هذه الدراسة، وهو المنهج الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها كمياً وكمياً، ويعمل على جمع الحقائق والمعلومات عنها، ومن ثم تحليلها للوصول إلى النتائج والتوصيات (عبد الحميد، 2009)، وبالتالي فهو المنهج الأنسب لهذه الدراسة، استخدم الباحثان أداة الاستبانة لتحقيق أغراض هذا البحث. وقد عرف سليمان (2010) الاستبانة بأنها استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة، مزودة بإجاباتها أو الآراء المحتملة، ويطلب من المبحوث وضع إشارة أمام الخيار الذي يراه مهماً، أو ما يعتقد أنه الإجابة الصحيحة (ص103). وتم استخدامها لكبر حجم مجتمع البحث، وتوفير حرية أكبر للمبحوث في جمع البيانات، وتساعد الباحث في جمع معلومات في فترة زمنية قصيرة.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع البحث من متابعي الصفحة الرسمية لوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على موقع فيسبوك، حيث يبلغ عددهم (55,428)، بالإضافة إلى موظفين من دائرة العلاقات العامة وخبير في شؤون الحكومة الإلكترونية.

وقد اختار الباحثان وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وصفحتها على موقع فيسبوك كنموذج للدراسة، وذلك بعد دراسة استكشافية لصفحات الوزارات الفلسطينية على موقع فيسبوك، حيث تبين للباحثين أن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هي الوزارة المسؤولة عن تطبيق الحكومة الإلكترونية في فلسطين.

ولتحقيق هدف البحث، اختار الباحثان عينة غير احتمالية، تمثل مزيجاً من العينة المتاحة والعينة التطوعية من جمهور صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ومتابعيها على موقع فيسبوك، حيث قاما باحتساب حجم العينة من جمهور الصفحة. وتوصلاً إلى أن الحجم المناسب للعينة هو (384) شخصاً ضمن مستوى ثقة (95%) وهامش خطأ ($\pm 5\%$) وفق برنامج (calculator.net).

وقام الباحثان بتوزيع الاستبانة على المتاح من المتابعين لصفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وعلى من يرغب بالتطوع منهم في الإجابة عليها، وبعد عملية جمع الاستبانات تبين أن هناك (109) مفردات لا يعرفون شيئاً عن الحكومة الإلكترونية، بالتالي تم استثنائهم من تحليل الاستبانات لتصبح عينة الدراسة (275) مفردة، وفيما يلي الجدول الذي يبين خصائص العينة:

جدول (1): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها الديمغرافية ومستوى المعرفة بالحكومة الإلكترونية

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	187	48.7%
	أنثى	197	51.3%
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	76	19.8%
	بكالوريوس	219	57.0%
	دراسات عليا	89	23.2%
مكان السكن	مدينة	148	38.5%
	قرية	99	25.8%
	بلدة	86	22.4%
	مخيم	51	13.3%
مدى معرفة المبحوثين بمشروع الحكومة الإلكترونية الذي تقدمه وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية	كبيرة جداً	37	9.6%
	كبيرة	12	3.1%
	متوسطة	110	28.6%
	قليلة	116	30.2%
	لا أعرف مطلقاً	109	28.4%
المجموع		384	100.0%

نتائج الدراسة

فيما يأتي عرض لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث، وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس الذي ينص على: إلى أي مدى توظف العلاقات العامة صفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسب طول المدى وهو (4=1-5)، ثم قسمته على خمس فترات (0.8=5/4). وعليه، فإن طول الفترة هو (0.8)، واعتمد الباحثان التقدير التالي للفصل ما بين الدرجات:

المتوسط الحسابي (21.4 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.

المتوسط الحسابي (41.3-20.4 ويعادل 68.2%-84.0) درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي (61.2-40.3 ويعادل 52.2%-68.0) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (81.1-60.2 ويعادل 36.2%-52.0) درجة قليلة.

المتوسط الحسابي (أقل من 81.1) درجة قليلة جداً.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمدى توظيف العلاقات العامة صفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية نموذجاً مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	رقم المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك	3.58	0.64	71.6	كبيرة
2	1	إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية	3.46	0.70	69.2	كبيرة
3	3	تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية	3.35	0.68	67.0	متوسطة
الدرجة الكلية			3.47	0.59	69.4	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (2) أن مجالات "مدى توظيف العلاقات العامة صفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية" كانت المتوسطات الحسابية بين المتوسط (3.35)، وهو مجال تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية، والكبيرة (3.58)، وهو مجال فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك. وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47)، وهذا يعني أن المجالات المتعلقة بالتقييم كانت عالية، في حين أن المجال المتعلق بالتطبيق والفعل من قبل المبحوثين كان متوسطاً.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول والذي ينص على: ما مدى إدراك متابعي صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بأنشطة العلاقات العامة على صفحاتها على الفيس بوك؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال أداة الدراسة الأول، والجدول (3) يبين ذلك:

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط

الرتبة	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	أتابع صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية.	3.60	1.04	72.0	كبيرة
2	4	أدرك دور وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في تقديم الخدمات بسرعة فائقة دون انتظار	3.54	1.06	70.8	كبيرة
3	2	أمتلك خبرة كافية للتعامل مع صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك لغرض الحصول على الخدمات التي تقدمها الحكومة الإلكترونية	3.49	1.00	69.8	كبيرة
4	5	أتابع صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك من أجل الحصول على أحدث الإعلانات الخاصة بالخدمات المقدمة من مشروع الحكومة الإلكترونية.	3.46	1.116	69.2	كبيرة
5	3	أتواصل عبر رسائل صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس للتعرف على الخدمات المتوفرة من مشروع الحكومة الإلكترونية.	3.34	1.08	66.8	متوسطة
6	6	لدي اطلاع كاف على جميع التطورات في خدمات وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية ومواعيدها.	3.34	1.10	66.8	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.46	0.70	69.2	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية لفقرات مدى إدراك متابعي صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بأنشطة العلاقات العامة على صفحتها على الفيس بوك كانت ما بين المتوسطة (3.34) وهي فقرة "أتواصل عبر رسائل صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس للتعرف على الخدمات المتوفرة من مشروع الحكومة الإلكترونية، وكذلك حصلت الفقرة "لدي اطلاع كاف على جميع التطورات في خدمات وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية ومواعيدها" على نسبة متوسطة (3.34)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكبير (3.60) للفقرة "أتابع صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية". وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.46).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني والذي ينص على: ما مدى فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمجال سؤال الدراسة الثاني والجدول (3) يبين ذلك:

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	تسهل العلاقات العامة في تعريف الجمهور بخطوات التعامل مع جميع مكونات وخدمات الحكومة الإلكترونية من خلال صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك	3.70	0.96	74.0	كبيرة
2	4	تعمل العلاقات العامة على تسهيل تعريف الجمهور بكيفية الحصول على الخدمات الإلكترونية عبر صفحة الفيس بوك.	3.63	0.97	72.6	كبيرة
3	1	توفر العلاقات العامة المعلومات الكافية عن مشروع الحكومة الإلكترونية من خلال نشرها عبر صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك مباشرة.	3.63	1.04	72.6	كبيرة

الرتبة	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
4	5	تسهم العلاقات العامة في تقديم متطلبات تشغيل مشروع الحكومة الإلكترونية لجمهورها عبر صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك	3.59	1.02	71.8	كبيرة
4	8	توفر العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية عبر صفحة الفيس بوك مقاطع فيديو لتعريف الجمهور بكيفية استغلال الخدمات الإلكترونية المقدمة من الوزارة.	3.59	1.05	71.8	كبيرة
5	7	توفر وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية خاصية البحث عن المعلومات المتعلقة بالخدمات المعلن عنها عبر صفحتها على الفيس بوك لتسهيل الحصول عليها	3.49	1.01	69.8	كبيرة
6	2	توفر العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية كل الوسائل لإنجاح مشروع الحكومة الإلكترونية وتعزيز التحول الإلكتروني من خلال صفحتها الفيس بوك	3.48	1.00	69.6	كبيرة
7	6	تقوم دائرة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية عبر الفيس بوك بالرد على التساؤلات والاستفسارات كافة الموجهة بدقة وبسرعة	3.40	0.98	68.0	متوسطة
الدرجة الكلية			3.58	0.64	71.6	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (3) أن المتوسطات الحسابية لفقرات "مدى فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين"، تراوحت بين المتوسطة (3.40) وهي الفقرة: تقوم دائرة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية عبر فيسبوك بالرد على التساؤلات والاستفسارات كافة الموجهة بدقة وبسرعة، أما الدرجة الكبيرة (3.70)، وهي الفقرة تسهم العلاقات العامة في تعريف الجمهور بخطوات التعامل مع جميع مكونات وخدمات الحكومة الإلكترونية من خلال صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على فيسبوك. فكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.58). النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية في صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لمجال أداة الدراسة الثالث "والجدول (4) يبين ذلك:

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	تساعد الإعلانات على صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك التي تستخدم وسائط متعددة (صور، رسوم، فيديو) على الإقناع بمزايا الخدمات لجمهورها من خلال منشورات الحكومة الإلكترونية.	3.71	0.99	74.2	كبيرة
2	2	الإعلانات على صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك تمكن من التفاعل المباشر مع منشورات الحكومة الإلكترونية.	3.54	0.95	70.8	كبيرة
3	4	توفر خاصية البحث عن المعلومات المتعلقة بالخدمات المعلن عنها عبر صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على الفيس بوك لتسهيل الحصول عليها.	3.51	1.07	70.2	كبيرة

رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
4	3	3.46	1.06	69.2	كبيرة
5	5	3.42	1.09	68.4	كبيرة
6	6	3.38	1.10	67.6	متوسطة
7	7	3.21	1.12	64.2	متوسطة
8	10	3.15	1.24	63.0	متوسطة
9	8	3.10	1.18	62.0	متوسطة
10	9	3.04	1.24	60.8	متوسطة
الدرجة الكلية					
		3.35	0.68	67.0	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (4) أن المتوسطات الحسابية لفقرات "مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية في صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات" كانت جميعها بين المتوسطة (3.04)، وهي الفقرة: "أشارك منشورات صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الخاصة بمشروع الحكومة الإلكترونية" والكبيرة (3.71) وهي الفقرة "تساعد الإعلانات على صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على فيسبوك التي تستخدم وسائط متعددة (صور، رسوم، فيديو) على الإقناع بمزايا الخدمات لجمهورها من خلال منشورات الحكومة الإلكترونية"، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.35).

النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة الفرعي الرابع والتي تنص على: لا يوجد فروق في إجابات المبحوثين توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية تعزى إلى متغيرات النوع الاجتماعي، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي. وللإجابة عن هذه الفرضية، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One-Way ANOVA، وكانت النتائج كما في الجداول التالية:

1. النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي

جدول (5): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة

الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي

المجال	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة*
إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية	ذكر	130	3.57	0.67	2.522	*0.012
	أنثى	145	3.36	0.71		
فاعلية العلاقات العامة في وزارة	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة*

المجال	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة*
الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك	ذكر	130	3.62	0.68	0.808	0.420
	أنثى	145	3.55	0.60		
تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية	ذكر	130	3.36	0.75	0.199	0.842
	أنثى	145	3.35	0.62		
الدرجة الكلية	ذكر	130	3.52	0.62	1.385	0.167
	أنثى	145	3.42	0.57		

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.167)، وهي أكبر من (0.05). أي لا يوجد اختلافات بين الذكور والإناث في آرائهم حول توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية. أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المجال الثاني: فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك، والمجال الثالث: تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية، بينما توجد فروق في المجال الأول: إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية لصالح الذكور بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ لمستوى ذكر (3.57) بينما بلغ متوسط مستوى (أنثى) الحسابي (3.36).

ثانياً: النتائج المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دبلوم فأقل	52	3.44	0.49
بكالوريوس	160	3.44	0.60
دراسات عليا	63	3.54	0.65
الكلية	275	3.47	0.59

يتضح من الجدول السابق لتقسيمات الانحراف المعياري لمستويات متغير المؤهل العلمي ما يلي: دبلوم (0.49)، بكالوريوس (0.60)، دراسات عليا (0.65). ولمعرفة ما إذا كانت توجد فروق فردية أم لا، تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما هو في الجدول (11).

جدول (7): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة

الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية	بين المجموعات	2.245	2	1.122	2.268	0.105
	داخل المجموعات	136.579	276	4950.		
	المجموع	138.824	278			

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.577	2	0.289	0.696	0.500
	داخل المجموعات	112.854	276	4150.		
	المجموع	113.431	278			
تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.069	2	0.035	0.073	0.930
	داخل المجموعات	131.828	276	4780.		
	المجموع	131.898	278			
الدرجة الكلية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.460	2	0.230	0.639	0.528
	داخل المجموعات	97.822	276	3600.		
	المجموع	98.282	278			

* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.548)، وهي أكبر من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المجالات: الأول: "إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية"، والثاني: "فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك"، والثالث: "تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية".

ثالثاً: النتائج المتعلقة بمتغير مكان السكن

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير مكان السكن للدرجة الكلية

مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدينة	115	3.51	0.63
قرية	62	3.32	0.58
بلدة	67	3.45	0.50
مخيم	31	3.56	0.65
الكلي	275	3.47	0.59

يتضح من الجدول السابق لتقسيمات الانحراف المعياري لمستويات متغير مكان السكن ما يلي: بلدة (0.50)، قرية (0.58)، مدينة (0.63)، مخيم (0.65). ولمعرفة ما إذا كانت توجد فروق فردية أم لا، تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما هو في الجدول (13).

جدول (9): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة

الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات حسب متغير مكان السكن

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية	بين المجموعات	0.898	3	0.299	0.597	0.618
	داخل المجموعات	137.926	275	5020.		
	المجموع	138.824	278			
فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	2.049	3	0.683	1.662	0.176
	داخل المجموعات	111.382	275	4110.		
	المجموع	113.431	278			
تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	2.976	3	0.992	2.116	0.098
	داخل المجموعات	128.921	275	4690.		
	المجموع	131.898	278			
الدرجة الكلية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.708	3	0.569	1.598	0.190
	داخل المجموعات	96.574	271	3560.		
	المجموع	98.282	274			

* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة الفيس بوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير مكان السكن. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.190)، وهي أكبر من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المجالات: الأول "إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية"، والثاني "فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية في التعريف بمشروع

الحكومة الإلكترونية على صفحة الفيس بوك"، والثالث "تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية".

مناقشة النتائج

بينت نتائج تحليل السؤال الرئيس "مدى توظيف العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية صفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية؟" أن الاستجابة على الدرجة الكلية كانت كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47) ونسبة مئوية بلغت (69.4%). ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تُعزى إلى سعي العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية إلى توظيف صفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية من خلال نشر المنشورات التعريفية بالحكومة الإلكترونية والفوائد المترتبة على هذه النقلة، والميزات التي تحققها الحكومة الإلكترونية من توفير للوقت والجهد، وغيرها من الميزات للأفراد والشركات على حد سواء.

أما نتائج تحليل السؤال الفرعي الأول "ما مدى إدراك متابعي صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بأنشطة العلاقات العامة على صفحتها على فيسبوك؟"، فقد بينت أن الاستجابة على الدرجة الكلية كانت كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.46) ونسبة مئوية بلغت (69.2%). ويرجع هذا الأمر، بحسب الباحثين، إلى إجابات أفراد العينة الإيجابية حول الأسئلة ذات العلاقة بموضوع السؤال، والتي أظهر أفراد عينة الدراسة من خلال متابعتهم لصفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية أنهم على دراية كبيرة بأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

وفيما يتعلق بنتائج تحليل السؤال الفرعي الثاني، "ما مدى فاعلية العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في التعريف بمشروع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين؟" فقد أظهرت أن الاستجابة على الدرجة الكلية كانت كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.58) ونسبة مئوية بلغت (71.6%). ويرجع هذا الأمر، بحسب تفسير الباحثين، إلى التوجه الذي يملكه أفراد العينة البحثية حول إسهام العلاقات العامة في تعريف الجمهور بخطوات التعامل مع جميع مكونات الحكومة الإلكترونية وخدماتها من خلال صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على فيسبوك. إضافة إلى ذلك، فإن عينة الدراسة ترى أن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية توفر خاصية البحث عن المعلومات المتعلقة بالخدمات المعلن عنها عبر صفحتها على فيسبوك لتسهيل الحصول عليها. وعلى الرغم من جهود العلاقات العامة في إثارة وعي المواطنين حول موضوع الحكومة الإلكترونية لزيادة معرفتهم حول المشروع وكيفية استخدامه، وهذا ما يتفق مع مبادئ نظرية التسويق الاجتماعي التي تهدف إلى تكثيف المعرفة من أجل تعديل السلوك من خلال المعلومات المرسلة للجمهور المستهدف، إلا أن رضا المبحوثين حول تواصل الوزارة مع جمهورها كان متوسطاً (أي دون الدرجة الكبيرة). وقد يكون سبب ذلك أن الجهة القائمة على مشروع الحكومة الإلكترونية هي منظمة غير ربحية، تعتمد أسلوب النشر كنشاط اتصالي باتجاه واحد. وينسجم هذا الأسلوب مع أحد نماذج العلاقات العامة الأربعة، وهو نموذج المعلومات العامة، الذي يعد اتصالاً هابطاً من الإدارة العليا إلى المستويات الأدنى، والذي يعتمد نشر المعلومات دون الأخذ بالاعتبار رجوع الصدى الناتج عن العملية الاتصالية من تعليقات الجمهور ورسائلهم وآرائهم تجاه الخدمة المقدمة.

وبينت نتائج تحليل السؤال الفرعي الثالث، "ما مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع منشورات الحكومة الإلكترونية في صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؟" أن الاستجابة على الدرجة الكلية كانت متوسطة، بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.35)، ونسبة مئوية بلغت (67%). ويعزو الباحثان ذلك إلى أنه على الرغم من تمتع الإعلانات على صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية على فيسبوك بالأساليب الإقناعية من وجهة نظر عينة الدراسة المبحوثين، إلا أن تفاعل جمهور صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كان متوسطاً. ويمكن أن نعزو السبب إلى غياب الاتصال الاستراتيجي للحملات الترويجية لمشروع الحكومة الإلكترونية، أو أن أوقات النشر غير مناسبة للمبحوثين أي لا تكون في فترات الذروة، كما أن غياب التمويل المالي للمنشورات في صفحة الوزارة لا يساعد في ظهور المنشورات المتعلقة في الحكومة الإلكترونية لجمهور الصفحة جميعه. وأظهرت نتائج تحليل فرضية الدراسة، أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي. وهذا الأمر يعني أن جميع أفراد العينة، على اختلاف جنسهم، يرون أن هناك توظيفاً من قبل العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، بينما توجد فروق في المجال الأول، وهو إدراك متابعي صفحة الوزارة لأنشطة العلاقات العامة في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، ولصالح الذكور. ولعل هذا الأمر يرجع إلى اهتمام الذكور بالأمور التقنية والتحول الرقمي بشكل أكبر منه لدى النساء، خاصة تحمّل الذكور لمسؤوليات المعاملات الرسمية.

كما بينت نتائج تحليل الفرضية لمتغير المؤهل العلمي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير المؤهل العلمي. وهذا الأمر يعني أن جميع أفراد العينة على اختلاف مؤهلاتهم العلمية يقرون بتوظيف العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية. ويرجع هذا الأمر إلى أن طبيعة مشروع الحكومة الإلكترونية

في ظل التطورات التقنية الحالية أصبحت أمراً معروفاً لدى مختلف الفئات في المجتمع الفلسطيني. فقد أسهم انتشار الهواتف الذكية واهتمام الإعلام المحلي والدولي بمثل هذه الأمور في زيادة اطلاع الأفراد على مثل هذه الموضوعات.

وأظهرت نتائج تحليل الفرضية أيضاً لمتغير مكان السكن أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية حسب متغير مكان السكن، وهذا الأمر يعني أن جميع أفراد العينة على اختلاف أماكن سكنهم يقرون بتوظيف العلاقات العامة لصفحة فيسبوك للترويج لمشروع الحكومة الإلكترونية في وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية. ويرجع هذا الأمر، بحسب الباحثين، إلى تدخل الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية الفلسطينية، مثل وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الوقت الحالي، مع مختلف الخدمات الأساسية التي يحتاجها الأفراد في مختلف التجمعات السكانية، الأمر الذي يسهم في انتشارها وتكوين صورة، ولو بسيطة، حول طبيعة هذه التحولات التي تتم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. كما أن الفضول البشري غير محصور في منطقة جغرافية دون أخرى، فيكفي الضغط على أحد المنشورات التي تظهر للأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المستجدات ذات العلاقة.

وبناءً على نتائج الدراسة، يرى الباحثان أنه لم يكن هناك أي مؤشر للتشابه أو الاختلاف عن تلك الناتجة عن الدراسات السابقة، حيث، وكما أشرنا في التعقيب على تلك الدراسات، فإنها تناولت تطبيق الحكومة الإلكترونية، وواقع جودة الخدمات المقدمة في إطارها، والعوامل المؤثرة عليها، إلا أنها لم تتناول الحكومة الإلكترونية من زاوية العلاقات العامة ودورها في الترويج لها بين الجمهور المستفيد من الخدمات الحكومية. وبالتالي، فإنه لم يكن هناك تشابه في نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة. إلا أن الإفادة من تلك الدراسات تتمثل في التعرف على جهود الباحثين في مجال الحكومة الإلكترونية من جهة، وعلى تحديد منهجية الدراسة وأداتها من جهة أخرى.

التوصيات

يوصي الباحثان بضرورة التركيز على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور الخارجي للمؤسسات الحكومية واستطلاع آرائهم حول الخدمات وسبل تطويرها ومضاعفة الاهتمام بإعداد وتقديم المحتوى الرقمي حول الخدمات التي تقدمها وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في ظل برنامج الحكومة الإلكترونية.

كما يوصي الباحثان بعقد لقاءات مفتوحة مع الجمهور من قبل وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات للرد على التساؤلات والاستفسارات كافة. كما أن هناك ضرورة لسرعة رد الوزارة على أسئلة المواطنين واستفساراتهم على منصة فيسبوك. أم بالنسبة لدائرة العلاقات العامة في الوزارة، فيوصي الباحثان بضرورة إجراء تحليلات استراتيجية لمعالجة نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة في توعية المواطنين بأهمية مشروع الحكومة الإلكترونية.

وأخيراً، يوصي الباحثان بأهمية الإسراع في التحول نحو الحكومة الإلكترونية في كل تعاملات الوزارات الأخرى، دون الاقتصار على الوزارات التي تم ذكرها ضمن المشروع.

References

- Abdel Hamid, M. (2009). *Communication and Media on the Internet*. (1st ed.). Egypt: World of Books for Publishing and Distribution.
- Abdel Hamid, M. (2010). *Media Theories and Trends of Influence*. (1st ed.). Egypt: World of Books for Publishing and Distribution.
- Abdo, A. (2018). *The Electronic Safe Environment between Risks and Security & Protection Requirements*. (1st ed.). Egypt: House of Books & Arabic Studies.
- Al-Adawi, M. (2011). *New Concepts in Public Relations*. (2nd edition). Jordan: Dar Osama for Publishing & Distribution.
- Alawneh, A. (2019). *The Reality of the Quality of Services Provided by Government Institutions in the City of Salfit from the Viewpoint of the Service Recipient*. Unpublished MA Thesis, Al-Quds University. Palestine.
- Al-Ayed, S., & Al-Hammoudi, S. (2019). Evaluation of the Application of e-Government Services in the Kingdom of Saudi Arabia from the Perspective of its Beneficiaries. *Arab Journal of Management*, 4(1), 41-63.
- Al-Bakri, F. (2019). *Government Public Relations and Countering Rumours*. (1st ed.). Egypt: World of Books.
- Al-Buhaisi, D. (2017). *The Role of Organizational Structure and Organizational Culture in Implementing e-Government: A*

- Field Study on Palestinian Ministries in Gaza. Unpublished MA Thesis*, Al-Azhar University, Gaza.
- Al-Housh, A. (2006). *e-Government Reality and Prospects*. (2nd ed.). Egypt: Nile Arab Group.
- Al-Mbaideen, S. (2020). *Introduction to e-Government*. (1st ed.). Jordan: Dar Al-Yazouri for Publishing & Distribution.
- Al-Rawi, Kh. (2010). *The History of the Press and Media in Iraq from the Ottoman Era until the Second Gulf War (1810-1991)*. Damascus: Pages for Studies & Publishing.
- Al-Shehri, Y. (2009). *Marketing the Values of Charitable Work in Light of Social Marketing Theory. Ph.D. Dissertation*, Riyadh, Imam Muhammad bin Saud Islamic University.
- Break, Z. (2020). *The Role of e-Government in Improving Job Performance: A Case Study of the National Social Insurance Fund for Salaried Workers (CNAS - Mila Agency)*. Unpublished MA Thesis, Institute of Economic, Commercial and Management Sciences, Algeria.
- Chandio, Abd. (2019). E-Government in Pakistan: Framework of Opportunities and Challenges. *Global Scientific Journals*, (6)12, 490-501.
- Eko, K., Pujani, V., & Lukito, H. (2022). FACTORS AFFECTING IMPLEMENTATION E-GOVERNMENT IN THE GOVERNMENT OF WEST SUMATRA PROVINCE (Study on West Sumatra Provincial Government Employees). *Journal of Business Studies and Management Review*, 6(1), 70-78.
- Hatimi, H. (2015). *Public Relations and Social Media Networks*. (1st ed.). Jordan: Dar Osama for Publishing & Distribution.
- Ipoke. *The Seventh Annual Report for the Year 2022*. (12.2.2022). <https://ipoke.social/article/48>
- Jaradat, A., & Al-Shami, L. (2009). *Basics of Public Relations between Theory and Practice*. Amman: Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution.
- The e-Government*. (1427 AH). (issue 9). Research and Consulting Institute. King Abdulaziz University.
- Kandilji, A. (2015). *e-Government*. (1st ed.). Jordan: Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing.
- Kanungo, S., & Jain, V. (2013). Organizational culture and e-government performance: An empirical study. In *E-Government Services Design, Adoption, and Evaluation* (pp.141-163). IGI Global.
- Katalo, Sh. (2022). *The Reality of e-Government and its Relationship to Citizens' Satisfaction: A Case Study of the Dura and Hebron Courts*. Unpublished MA thesis, Al-Quds University, Palestine.
- Labad, Kh. (2016). *Fundamentals of the Success of Implementing e-Government in Palestine*. Unpublished MA, Al-Azhar University, Gaza.
- Muhammad, F. (2014). *The Role of Public Relations in Promoting the e-Government Project: A Descriptive Analytical Study Applied to the National Information Center in the Period (2010-2014)*. Unpublished MA Thesis, Sudan University of Science and Technology, The Sudan.
- Palestinian Ministry of Communications and Information Technology*. (2022.7.16). Retrieved from <https://www.mtit.gov.ps/>
- Rahal, M. (2015). *Public Relations from a Theoretical and Practical Perspective*. (2nd ed.). Egypt: Cairo University.
- Suleiman, S. (2010). *Data Collection Tools in Psychological and Educational Research*. (1st ed.). Egypt: World of Books for Publishing and Distribution.
- Younis, Kh. (2020). The e-Government. *Journal of Economic, Administrative & Legal Sciences*, 4(2), 125-146.