

تصدر عن جمعية الاجتماعيين في الشارقة
مجلة فصلية علمية محكمة تعنى بالعلوم الإنسانية والاجتماعية
حصلت على معايير اعتماد معامل التأثير والاستشهاد العربي «Arcif»
رقم وتاريخ الاعتماد if 0134-L18 تاريخ 27/12/2018

الإشراف العام

د. جاسم خليل ميرزا (رئيس الجمعية)

رئيس التحرير

د. أحمد علي الحداد الحازمي

سكرتير التحرير

أحمد نشأت الجابي

الهيئة الاستشارية

- | | |
|-----------------------------|--|
| أ.د. فارس البياتي | رئيس جامعة العلوم الإبداعية - الإمارات |
| أ.د. سلطان أبوعرابي العدوان | رئيس جامعة اليرموك - سابقاً - الأردن |
| أ.د. يعقوب يوسف الكندري | جامعة الكويت |
| أ.د. عبد الوهاب جودة الحايس | جامعة عين شمس - مصر |
| أ.د. فاكر الغرايبة | جامعة الشارقة - الإمارات |
| أ.د. هيثم السامرائي | جامعة أم القيوين - الإمارات |
| د. علي أحمد الغفلي | جامعة الإمارات العربية المتحدة |
| د. إنعام يوسف محمد | جامعة عجمان - الإمارات |
| د. ليليا أحمد بن صويلح | جامعة 8 ماي 1945 - الجزائر |

هيئة التحرير التنفيذية

- | | |
|-----------------------|---|
| د. عبدالله جمعة الحاج | سفير الإمارات، أستاذ العلوم السياسية بجامعة الإمارات - سابقاً |
| د. سعاد زايد العريمي | جامعة الإمارات العربية المتحدة |
| د. يوسف محمد شراب | مركز استشراف المستقبل ودعم اتخاذ القرار - سابقاً |
| أ. حسين سعيد الشيخ | مستشار في وزارة تنمية المجتمع |
| أ. هبة محمد عبدالرحمن | أمين السر العام - جمعية الاجتماعيين |

طبع بمركز الكتاب للنشر - جمهورية مصر العربية

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي الكاتب
ترتيب الأسماء والبحوث في المجلة أبجدياً

بحوث ودراسات

1. تنشر المجلة البحوث والدراسات ذات الصلة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية والتي تهدف إلى إضافة ما هو جديد في هذه المجالات وتخدم مجتمع الإمارات بخاصة والمجتمع العربي بعامة، باللغة العربية وباللغة الإنجليزية. على أن يكون البحث أصلاً باللغة التي يُنشر بها البحث.
 2. يكون البحث المقدم للنشر في حدود 30 صفحة مطبوعة من الحجم العادي (13000) كلمة بما في ذلك الحواشي اللازمة وقائمة المراجع والمصادر.
 3. يُعد البحث قابلاً للنشر إذا توافرت فيه النقاط الآتية:
 - أ) اعتماد الأصول العلمية في إعداد وكتابة البحث من توثيق وهوامش ومصادر ومراجع.
 - ب) ألا يكون قد سبق نشره أو قُدِّم للنشر في مجلة أخرى.
 - ج) يكتب الباحث اسمه وجهة عمله على ورقة مستقلة ويرفق نسخة عن سيرته العلمية إذا كان يتعامل مع المجلة للمرة الأولى، ويذكر ما إذا كان البحث قد قُدِّم إلى مؤتمر لكنه لم ينشر ضمن أعمال المؤتمر.
 - د) يوضح الباحث إن كان بحثه ملكاً لجهة بحثية معينة وفي هذه الحالة فإنه لا بد من الحصول على موافقة تلك الجهة .
 - هـ) يرفق بالبحث ملخص في حدود (150) كلمة باللغة الإنجليزية وآخر بالعربية يتضمن أهداف البحث ونتائجه.
 4. يبلغ الباحث باستلام البحث خلال أسبوعين من تاريخ الاستلام على أن يبلغ بقرار صلاحية البحث للنشر أو عدمه خلال مدة أقصاها ثلاثة أشهر.
 5. يراعى في أولوية النشر ما يلي:
 - أ) تاريخ استلام البحث وأسبقية البحوث للنشر إن كان طلب إجراء تعديلات عليها.
 - ب) تنوع الأبحاث والباحثين لتحقيق التوازن بحيث تنشر المجلة لأكثر عدد من الكتاب وأكبر عدد ممكن من الأقطار في العدد الواحد وبأوسع مدى من التنوع.
 - ج) المواضيع المختصة بدولة الإمارات العربية المتحدة وذلك لما تعانيه المكتبة العربية من نقص واضح فيها.
 6. أ) البحث المنشور في المجلة يصبح ملكاً لها ويؤول إليها حق نشره.
 - ب) يحق للباحث إعادة نشر بحثه في كتاب وفي هذه الحالة لا بد أن يشير إلى المصدر الأصلي للنشر.
- عروض الكتب**
- تنشر المجلة عروض الكتب التي لا يتجاوز تاريخ إصدارها ثلاثة أعوام بحيث لا يزيد حجم العرض عن عشر صفحات وأن يتناول إيجابيات وسلبيات الكتاب ويستهل العرض بالمعلومات الآتية:
- | | | |
|---|----------------------------|-----------------|
| (أ) الاسم الكامل للمؤلف | (ب) العنوان الكامل للكاتب | (ج) مكان النشر |
| (د) الاسم الكامل للناسخ | (هـ) تاريخ النشر | (و) عدد الصفحات |
| (ز) تكتب المعلومات السابقة بلغة الكتاب إذا كان محرراً بلغة أجنبية | (ح) اسم وعنوان عارض الكتاب | |
- الآراء والأفكار**
- تنشر المجلة آراءً وأفكاراً حرة تعالج قضايا مهمة ومعاصرة تهتم المجتمع والفكر الإنساني والاجتماعي على ألا يزيد عدد الصفحات عن 10 صفحات.
- ملخصات الرسائل العلمية**
- تنشر المجلة ملخصات رسائل جامعية تمت مناقشتها وإجازتها في ميادين العلوم الإنسانية.
- تقارير وندوات ومؤتمرات**
- تنشر المجلة تقارير المؤتمرات والندوات على ألا يتجاوز حجم التقرير 10 صفحات.

ترسل البحوث والدراسات بعنوان رئيس تحرير مجلة شؤون اجتماعية

جمعية الاجتماعيين. دولة الإمارات العربية المتحدة . الشارقة. ص.ب: 3745

E-mail: social@emirates.net.ae

للأفراد

الإمارات	40 درهماً
الوطن العربي	15 دولاراً
البلاد الأخرى	20 دولاراً

للمؤسسات

الإمارات	100 درهم
البلاد الأخرى	40 دولاراً

الأسعار

الإمارات	10 دراهم
البحرين	دينار واحد
الكويت	دينار واحد
السعودية	10 ريالاً
عمان	ريال واحد
اليمن	100 ريال
مصر	50 جنيهه
لبنان	2000 ليرة
سورية	35 ليرة
السودان	100 جنيهه
ليبيا	600 درهم
الجزائر	10 دينار
تونس	ديناران
المغرب	7 درهم
الأردن	ديناران
العراق	1000 دينار

شؤون اجتماعية

العدد 150، صيف 2021 - السنة 38

6

الافتتاحية

بحوث ودراسات:

الأثار الاجتماعية والنفسية لجائحة كوفيد 19 في دول مجلس التعاون الخليجي.

9

أ. هبة محمد عبد الرحمن

استخدام تقنية الاتصال الرقمي في العلاقات العامة الحكومية

«دراسة تحليلية للقيادة العامة لشرطة الشارقة إنموذجاً».

49

د. شعبان حسن حمادة الناصري

دور العمل التطوعي في تعزيز رأس المال الاجتماعي في المملكة العربية السعودية:

«دراسة ميدانية بمدينة الرياض».

89

د. سعود بن سهل القوس

تمويل التعليم العالي في المملكة العربية السعودية: التحديات والحلول «جامعة شقراء أنموذجاً».

129

د. لؤلؤة بنت صالح إبراهيم الفراج

معايير القبول في الجامعات وقدرتها التنبؤية بالتحصيل الدراسي للطلاب والطالبات
«جامعة الملك سعود نموذجاً».

159

أ. نهى بنت عبد الرحمن بن عبد الله الخراشي

كبار السن في المملكة العربية السعودية: الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والصحية..

189

أ. نجلاء مطلق السهلي

تحليل مضمون تفاعل الشباب العُماني في وسائل التواصل الاجتماعي «تويتر أنموذجاً».

215

أ. بسمة بنت سالم بن مرهون النصيبية

آراء وأفكار:

نظام الحماية الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة (دراسة حالة على إمارتي دبي والشارقة) ..

255

غنيمة البحري، ربيعة الكتبي، مها الكتبي، وأحمد الكتبي

دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تنمية ثقافة التسامح وقبول الآخر لدى الطفل.

283

د. محمد محمود العطار

الافتتاحية

في السادس من إبريل 2021م تحتفل الدولة بيوبييلها الذهبي ويمرور خمسين عاماً على تأسيس دولتنا العزيزة التي شهدت سجلاً حافلاً من الإنجازات والمبادرات في شتى المناحي ومختلف المجالات، إنجازات رسمت دولة عصرية يشار إليها بالبنان وضعتنا في مقدمة الدول على خارطة العالم، في هذا العام نحتفل بشعار جديد يطوي 50 عاماً من هذه الإنجازات ونستقبل من خلاله 50 عاماً أخرى من العمل الدؤوب والجداد لخدمة الوطن وتحدي الإنجازات الجديدة.

الاستعداد للخمسين عاماً القادمة أمر ليس بالسهل ولكن ليس كذلك بالمستحيل لأننا نثق بقدرتنا حكومتنا وفرق عملنا وشبابنا على التحدي في المضي نحو استشراف المستقبل ورسم خارطة الطريق لنجاح مسيرتنا المباركة نحو إسعاد الوطن والمواطنين.

الإمارات قادرة بأبنائها في كل المواقع على تحقيق حلم القيادة خلال الـ 50 عاماً القادمة في الريادة والتنافسية العالمية والحفاظ على مستوى ما تم إنجازه في العام المنصرم والعزم على بدء التحدي والعمل الجاد للسنوات الـ 50 القادمة وتحقيق نقلة نوعية في مختلف ميادين العمل وفي مختلف القطاعات بقفزات سريعة ومؤشرات تنافسية عالمية.

وتتمحور الأنشطة المتعلقة بعام الـ 50 حول أربع ركائز رئيسية أهمها إطلاق عام الخمسين بروح احتفالية تشمل كل من يعتبر دولة الإمارات وطناً له ودعوة أبناء الوطن للتأمل في قيم وإنجازات الماضي تكريماً لأبائنا المؤسسين وإلهام الشباب لوضع تصوّراتهم حول طموحات الخمسين عاماً القادمة ودعمهم بالأدوات اللازمة لخلق المستقبل ودعم المبادرات طويلة المدى والسياسات المؤثرة لتمكين أبناء الدولة والمقيمين من القيام بدورهم.

وهنا لا بد أن نشير إلى أن عام الخمسين يشكل لحظة تاريخية في الرحلة التي بدأت منذ الإعلان عن قيام دولة الإمارات في عام 1971، فهو احتفاء بالإرادة العظيمة والعزيمة القوية اللتين تحلى بهما الآباء المؤسسون في بناء الدولة والجهود التي بذلها أبناء الوطن حتى أصبحت دولتنا ولله الحمد إحدى أكبر وأكثر الدول نمواً وتطوراً في العالم وهذه الإنجازات لم تكن لتتحقق لولا قيادة المغفور له بإذن الله تعالى، الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، رحمه الله، وأخيه الشيخ راشد بن سعيد آل مكتوم وحكام الإمارات - رحمهم الله - التي كانت فترة حكمهم من أزهى وأنضر ما شهدته الأمة العربية عبر تاريخها الطويل، ورؤيتهم المستقبلية

للتقدم والرفاه. حيث كان الإنسان محط اهتمام زايد الذي قدم الاستثمار فيه على الاستثمار في العمران؛ مع أنه لم يدخر جهداً في الاستثمار فيهما معاً. إن ما أنجزه زايد والحكام لشعبهم في كافة المجالات العلمية والثقافية والاجتماعية والسياسية والرياضية لهو فخر لكل مواطن ومقيم على هذه الأرض الطيبة لكي ينعم الكل بحياة كريمة واستقرار في وطن عزيز.

وبهذه المناسبة وبصدور العدد 150 من مجلة شؤون اجتماعية لا يسعنا إلا أن نهنيء دولة الإمارات حكومة وشعباً احتفاءً بهذه الذكرى متمنين مزيداً من دوام الازدهار والتقدم والرقي وإلى تعزيز سمعتها ومكانتها المتقدمة على كافة المؤشرات التنافسية العالمية الدولية والإقليمية والمحلية.

يتضمن هذا العدد سبعة موضوعات مختلفة ومتنوعة بالإضافة إلى موضوعين في باب آراء وأفكار حيث أجرت أ. هبة محمد عبد الرحمن أمين السر العام بجمعية الاجتماعيين بالإمارات دراسة حول (الآثار الاجتماعية والنفسية لجائحة كوفيد 19 في دول مجلس التعاون الخليجي).

كما قدم د. شعبان حسن حمادة الناصري من جامعة القاسمية بدولة الإمارات دراسة عن (استخدام تقنية الاتصال الرقمي في العلاقات العامة الحكومية «دراسة تحليلية للقيادة العامة لشرطة الشارقة إنموذجاً»).

وتضمن العدد بحثاً للدكتور. سعود سهل القوس من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمملكة العربية السعودية بعنوان (دور العمل التطوعي في تعزيز رأس المال الاجتماعي في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية بمدينة الرياض).

وتضمن العدد دراسة بعنوان (تمويل التعليم العالي في المملكة العربية السعودية: التحديات والحلول (جامعة شقراء أنموذجاً)) للدكتورة. لؤلؤة الفراج من جامعة شقراء بالمملكة العربية السعودية.

وجاء البحث الخامس وعنوانه: معايير القبول في الجامعات وقدرتها التنبؤية بالتحصيل الدراسي للطلاب والطالبات - جامعة الملك سعود نموذجاً للأستاذة نهى بنت عبد الرحمن ابن عبد الله الخراشي من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمملكة العربية السعودية.

وتناولت الأستاذة. نجلاء السهلي من جامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية. في بحثها المعنون (كبار السن في المملكة العربية السعودية: الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والصحية).
فيما جاء البحث الأخير في هذا العدد للأستاذة. بسمة بنت سالم بن مرهون النصيبية من سلطنة عمان بعنوان (تحليل مضمون تفاعل الشباب العماني في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر أنموذجاً).

شؤون اجتماعية



استخدام تقنية الاتصال الرقمي في العلاقات العامة الحكومية

«دراسة تحليلية للقيادة العامة لشرطة الشارقة إنموذجاً»

د. شعبان حسن حمادة الناصري •

DOI: 10.12816/0058602

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة ومعايير إدارتها نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام في قيادة شرطة الشارقة وانعكاسها على أفضل الخدمات المقدمة إلى المتعاملين من الجمهور، من خلال تتبع العوامل المؤثرة على استخدام هذه التكنولوجيا في مجال العلاقات العامة التي تمثلت في العوامل الداخلية والعوامل الفنية والتقنية، والعوامل التنظيمية العاملة في إطار إدارة العلاقات العامة والإعلام، وكذلك توضيح التأثيرات المرتبطة باستخدام هذه التقنية الحديثة في مجال عملها، وكذا التعرف على اتجاهات إدارة العلاقات العامة نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال عملهم كتقنية اتصالية حديثة.

كما يهدف بمضمونه إلى التعريف بالعلاقة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها المهم

● أستاذ مساعد بكلية الاتصال في الجامعة القاسمية - الإمارات العربية المتحدة.

في مجال العلاقات العامة بشكل عام من خلال وظائفها وأنشطتها، التي تناولتها محاور البحث الأربعة والتي توضح مفهوم التكنولوجيا والعلاقات العامة وماهيتها.

واستند الباحث في منهجية إعداد هذا البحث إلى منظور متكامل يوضح واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام، والعوامل المؤثرة على هذا الاستخدام في إحدى المؤسسات الحكومية لإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة (نموذجاً جهاز العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة) بما يسهم في إثراء هذا المجال آنياً ومستقبلياً.

وكشفت مضامين ونتائج البحث عن أهم العوامل لدى المتعاملين (الجمهور)، مع الخدمات التكنولوجية الاتصالية الحديثة المقدمة من قبل الموقع الإلكتروني للعلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة الخاصة بحياتهم اليومية أن نسبة 99% منهم (الجمهور) يشعرون بالأمان في إمارة الشارقة مقابل هذه الخدمات المختلفة.

كما كشفت مضامين البحث من خلال معلوماته ونتائجه أن نسبة 95% من المتعاملين (من الجمهور) مع خدمات الموقع الإلكتروني للعلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة يشعرون بالسعادة مقابل هذه الخدمات الاتصالية التكنولوجية الحديثة المقدمة لهم.

المقدمة :

أفرزت التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي يشهدها العالم يوماً بعد يوم بيئة اتصالية جديدة عملت على إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية وأعطت مفهوماً جديداً للمكان تجاوز المحلية في فضاء اجتماعي لا متناهٍ ولا يحده حدود.

وتؤكد الشواهد الحالية على التأثيرات السريعة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، التي غزت العالم بتقنياتها المتطورة بشكل كبير على حياة وأداء الإنسان، وأصبحت مقياساً لتقدم الأمم بل أصبح كلُّ منا لا يستطيع أن يستغني عن استخدام هذه التكنولوجيا بجميع أشكالها، وأنواعها وأنماطها المختلفة سواء في حياته العلمية أو العملية.

واعتبرت ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم المنجزات الحضارية وأكثرها استخداماً اليوم، حيث سهلت استخداماتها للإنسان من خلال وسائل الإعلام المختلفة والهواتف الذكية والحواسيب وشبكة الإنترنت... إلخ التقارب بينه وبين أبناء جنسه من البشر، وألغت الحدود

المصطنعة بين البلدان، وقدمت حلولاً كثيرة لمشكلات عديدة واختصرت المسافات الطويلة، ومكنت أيضاً الإنسان من إنجاز الكثير من المشاريع التي كانت فيما مضى مستحيلة، وأرشدته إلى الكثير من الاختراعات والمعارف والعلوم، كما أنها سمحت له باستغلال الوقت وتقليل التكاليف، وإنجاز الأعمال والمهام بسرعة فائقة، والحصول على المعرفة والمعلومات في أوقات قياسية، فضلاً عن زيادة قدراته المعرفية والإبداعية.

ويُعد استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة اليوم سلوكاً جمعياً يشبه في كثير من الأحيان استخدام التلفزيون والصحافة، ويرتبط هذا السلوك الجمعي بمفاهيم مثل حجم الجمهور Audience Size والزيادة المطردة Audience duplication، وهذا الحجم الهائل من الجمهور يعتبر المؤشر على احتمالية إحداث تأثيرات حقيقية، أما الزيادة المطردة فهي نمط من السلوك المتنامي والمتراكم، التي يحدد تكرارات التعرض لتدفق الجمهور وولائه⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتبحث في عدة محاور (استخدام تقنية الاتصال الرقمي في العلاقات العامة الحكومية - دراسة تحليلية للقيادة العامة لشرطة الشارقة نموذجاً) ونموها وازديادها، وأهمية ومكانة هذه التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات الأفضل للمتعاملين في مختلف حياتهم اليومية، إذ تمثل العلاقات العامة أداة معرفية ووظيفية اتصالية ذات طابع مهم في مختلف مدركات الحياة اليومية، فهي المرآة العاكسة لأشكال التعامل الإنساني الصحيح، مثلما هي العين الثاقبة والنافذة للوصول إلى مرتكزات الحقيقة وإيضاح مراميها، لذا فإن الاختيار الصحيح لأدواتها الاتصالية يؤدي بالنتيجة إلى تعزيز الثقة بمن يتعامل معها سواء أكان جمهوراً داخلياً أم خارجياً.

ولا ننسى أن شبكة الإنترنت كانت وما زالت العمود الفقري الأساسي المهم لانتشار تطبيقات الاتصال والمعلومات التي أطلق عليها توفّر الموجة الثالثة، وأصبحت بشكل خاص ضرورة حيوية وملحة لإدارات العلاقات العامة في المنظمات والشركات الخاصة على اختلاف أنواعها، فالتطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى التأثير في مهام العلاقات العامة وأداء إدارتها، وعزز من ذلك أن الإنترنت مكن إدارات العلاقات العامة من تحقيق رصد آراء ومدخلات فئات الجمهور والعملاء ومتابعة المعلومات والأخبار الخاصة بالمؤسسة والتواصل والتفاعل مع الجمهور والعملاء⁽²⁾.

وقد تزايد اهتمام المؤسسات بالعلاقات العامة خلال السنوات الأخيرة ولم يعد من الممكن إغفالها في الهيكل الإداري لأية منظمة رغم اختلاف درجة الاهتمام بها وإدراك مفهومها الحقيقي بين منظمة وأخرى، وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في المنظمات والتي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة لاسيما وأن العلاقات العامة اليوم تمد يد المساعدة للمؤسسات في المجتمعات المعاصرة حيث تمثل العلاقات العامة أهمية بالغة للمنظمات الحكومية والشركات الخاصة فهي تستهدف تحقيق التوافق والتكيف اللذين يوفران للمنظمات مناخاً سليماً ومستقراً أكثر ملاءمة لتطورها بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة على نحو أفضل⁽³⁾. وفي ظل التغيرات العالمية الجديدة استفادت المنظمات كثيراً من تكنولوجيا الاتصال الحديثة وآلياتها في تحسين أدائها وإنتاجيتها مما جعلها تنتهج عدة أساليب واستراتيجيات الابتكار والإبداع إضافة إلى الدور الكبير لتكنولوجيا الاتصال في إدارة هذه العملية.

وساهم التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال في تطوير عمل إدارات العلاقات العامة وتميزت بالسرعة وسعة الانتشار، ومن أمثلة تطبيق خدمات العلاقات العامة للتكنولوجيا ما نشهده من استخدام تطبيقات الإنترنت بسرعة فائقة وبروز قدرة هائلة للحواسيب المستخدمة على تخزين وتشغيل وإنتاج ونقل المعلومات والتي يمكن أن تعكس إيجابياً على توظيف الإنترنت في عمل إدارات العلاقات العامة في المنظمات وتفاعلها مع المؤسسات الإعلامية وصناعة الرسائل الإعلامية وطبيعة هذه الرسائل ومحتواها، وقد تستخدم المنظمات الإنترنت للبحث عن عملاء جدد لها أو في الحصول على نتائج أبحاث خاصة بالرأي العام⁽⁴⁾.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث:

1 - مشكلة البحث:

أجرى الباحث محاولات عديدة للتعرف على واقع أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة إحدى المؤسسات الحكومية المتميزة في هذا المجال، من خلال رصد العوامل المؤثرة على هذا الاستخدام الذي تعمل في ظله العلاقات العامة والإعلام في هذه المؤسسة، إضافة إلى دراسة التأثيرات المرتبطة واتجاهات ممارستها باستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام.

2 - أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أنه تطرق إلى موضوع الساعة وهو إبراز وظيفة العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية، التي تعتمد على وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملها، إذ أنها تقوم بتسهيل الاتصال والارتباط المتبادل بين المنظمات والجمهور، وهو موضوع قلما اتجهت إليه الدراسات العربية في الوطن العربي عموماً، ونادراً ما تناولته الدراسات الإعلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة خاصةً، ويوضح البحث أيضاً أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجتمع، وما هي آثارها السلبية والإيجابية عليه.

3 - أهداف البحث:

أ - التعرف على وظائف العلاقات العامة والإعلام وأنشطتها في المؤسسات الحكومية (القيادة العامة لشرطة الشارقة).

ب- بيان العلاقة المهمة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعلاقات العامة والإعلام من حيث الأداء والوظيفة والأنشطة في القيادة العامة لشرطة الشارقة.

ت- معرفة مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمل الإعلامي بشكل عام والعلاقات العامة بشكل خاص.

ث- رصد العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة.

ج- تحليل وتقويم الاستخدامات الحالية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية (القيادة العامة لشرطة الشارقة نموذجاً).

4 - تساؤلات البحث:

يجيب البحث على التساؤلات الآتية:

أ - ما الملامح العامة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في المؤسسات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة.

ب- ما طبيعة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟.

ت- ما أهم أهداف استخدام تكنولوجيا الاتصال كتقنية حديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة؟.

- ث- هل هناك عوامل تنظيمية إدارية تؤثر على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة؟
- ج- ما العوامل الفنية والتقنية المؤثرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة بالقيادة العامة لشرطة الشارقة؟
- ح- ما العوامل الاقتصادية المؤثرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة بالقيادة العامة لشرطة الشارقة؟
- خ- هل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة يواكب العصر ويحقق رضا الجمهور وسعادتهم عن إدارة العلاقات العامة والإعلام في قيادة شرطة الشارقة؟

5 - مناهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف توصيف مشكلة البحث والظاهرة أو مجموعة الظواهر المتعلقة بها، وقد استخدم الباحث المنهج التحليلي لتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة الميدانية، بهدف الوصول إلى نتائج واستنتاجات مهمة لواقع العلاقات العامة لقيادة شرطة الشارقة، سيما وأن هذه النتائج تساعدنا على فهم الواقع الراهن لأهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كالقيادة العامة لشرطة الشارقة.

6 - أدوات جمع المعلومات:

- استخدم الباحث صحيفة الاستبانة الموجهة إلى عينة قصدية قوامها (20) مفردة من العاملين في قسم العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة.
- الكتب المحكمة ومصادر المعلومات التي لها علاقة بوحدة الموضوع.
- مواقع شبكة الإنترنت.

7 - حدود (أو مجال) البحث:

- أ - الحدود المكانية: طبق الباحث الحدود المكانية للبحث بقسم العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة في إمارة الشارقة التي تقع بين إمارتي دبي وعجمان.
- ب- الحدود الزمانية: حدد الباحث الإطار الزمني لبحثه في جانبه العملي خلال الفترة الزمنية من الأول من مارس 2020 حتى نهاية مايو 2020.

ت- المجال البشري: اقتصرت هذه الدراسة على عينة قصدية بسيطة شملت العاملين في قسم العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة على مختلف مستوياتهم وتخصصاتهم الفنية.

ثانياً: الإطار النظري للبحث:

تضمن البحث شقين؛ أحدهما نظري يستهدف تقديم مفهوم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وتعريفاتها، وكذا تقديم معرفة نظرية حول السمات العامة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية، والثاني تطبيقي يستهدف رصد استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في (قسم العلاقات العامة لقيادة شرطة الشارقة الحكومية)، بحيث يحقق أهداف البحث، إضافة إلى اتصال التساؤلات بمدى أهمية الاستخدامات لهذه التكنولوجيا وأهدافها أو عدم الاستخدام، والمزايا والفائدة التي يحققها لبناء سمعة المنظمة، ومدى امتلاكها لمواقع لها على شبكة الإنترنت العنكبوتية، وكذا مدى استخدام (إدارة العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة) لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملها، وتأثيرات هذا الاستخدام على أدائها لوظائفها.

1 - الدراسات السابقة:

تتبع أهمية الدراسات السابقة من أنها تعمل على الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء ثوابت مستخلصة من النتائج التي توصل إليها الآخرون واستكمال الجوانب الناقصة، لذا استعان الباحث بعدد من الدراسات السابقة تمثلت أهمها في الآتي:

أ - دراسة د. هيثم عبدالرحمن السامرائي 2019 بعنوان (العوامل المؤثرة في استخدام الإنترنت كإحدى أدوات العلاقات العامة في الاتصال الرئيسي) دراسة ميدانية على (دائرة التنمية الاقتصادية ودائرة الخدمات والأشغال الحكومية، وشركة الخليج للصناعات الدوائية (جلفار، وشركة سيراميك رأس الخيمة الخاصة)، توصل الباحث إلى نتائج كان من بينها: أهمية استخدامات الإنترنت في مجال العلاقات العامة كتقنية حديثة، وأن هناك عوامل شخصية وعوامل تنظيمية إدارية وفنية تقنية واقتصادية مؤثرة على استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة في المنظمات الحكومية والخاصة.

كما توصل إلى أن هناك أوجهاً عديدة لاستخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة

في المنظمات الحكومية والخاصة، وكذلك توصل البحث إلى أن هناك تأثيرات مرتبطة باستخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة في المنظمات الحكومية والخاصة⁽⁵⁾.

ب - دراسة د. مي الخاجة عام 2002 بعنوان (استخدام شبكات الإنترنت في مجال العلاقات العامة): دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإماراتية، وقد توصلت الباحثة إلى نتائج كان من أهمها: أن قيمة الإنفاق الإعلاني باستخدام الإنترنت ازداد بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وأن استخدام بعض الشركات للإنترنت في التسويق، وأنها كوسيلة إعلانية تمنح العديد من المزايا الكبرى للمعلن بالمقارنة بطرق الإعلان التقليدية حيث تضيف قيمة لصورة المؤسسة، وتواكب آخر التطورات التكنولوجية، وتحقق التفاعل من خلال الإعلان على الإنترنت بسهولة، وأثبتت أهمية الإنترنت كوسيلة ترويجية، وأن 87% من مؤسسات دولة الإمارات تمتلك من مؤسساتها مواقع لها على الإنترنت⁽⁶⁾.

ت - دراسة جون داوونغ عام 2005 بعنوان (دراسة ثقافية على شبكة الإنترنت العالمية والعلاقات العامة وشركات الاتصال)، توصل الباحث في هذه الدراسة التي أجريت على ستين شركة عالمية، منها الأمريكية ومنها الكورية الجنوبية، إلى معرفة كيفية استخدام هذه الشركات العالمية الصفحات الرئيسية للمواقع الإلكترونية في ممارسة العلاقات العامة، وقد توصل إلى عدة نتائج أبرزها وجود تباينات أساسية في مواقع شركات الدولتين نظراً لاختلاف أساليب الإدارة، واختلاف البيئات الثقافية والسياسية والاقتصادية فيهما، وأن غالبية الشركات الكورية تستخدم العلاقات العامة الحرفية التي تجمع بين نموذجي الوكالة الصحفية والإعلام العام، وأن عدداً كبيراً من الشركات الأمريكية تستخدم مواقعها الإلكترونية لممارسة نموذج الإعلام العام، وأن شركات الدولتين تستخدم المواقع الإلكترونية لممارسة الاتصال المتوازن في اتجاهين، وإلى أنه لا يوجد ما يشير إلى أن ممارسي العلاقات العامة في الدولتين يستخدمون المواقع الإلكترونية لمنظمتهم لزيادة تفاعل شركاتهم مع جماهيرها، وأغلب هذه الشركات تستخدم الإنترنت لبناء صورة ذهنية إيجابية عن شركاتهم⁽⁷⁾.

ث - دراسة سبرنكستون 2001 بعنوان: (العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال الجديدة - تأثير الإنترنت)، أجريت هذه الدراسة على عينة من إدارات العلاقات العامة وعددهم (750) فرداً حول استخدامهم للإنترنت في العلاقات العامة، وقد وافق غالبيتهم على أن الإنترنت يتضمن

أبرز مقومات التواصل مع الجمهور، وتبين أن استخدام البريد الإلكتروني وتصفح مواقع الويب من قبل إدارات العلاقات العامة أصبح أمراً شائعاً، كما تبين أن الوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية للإنترنت قد استخدمت كما ينبغي من قبل إدارات العلاقات العامة⁽⁸⁾.

2 - النظرية المستخدمة في البحث:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية (انتشار الأفكار المستحدثة لروجرز) الذي يرى فيها أن تبني الأفراد للجديد من التكنولوجيا يأتي في ضوء مجموعة من العوامل أهمها: العوامل الديموغرافية وتشمل تأثير: السن، والتعليم، والنوع، والمستوى الاقتصادي، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث، وتشمل التكلفة الاقتصادية للمستحدث وسماته من حيث البساطة والتعقيد وقابلية المستحدث للتجريب.

التعريف بنظرية انتشار الأفكار المستحدثة:

ترتبط نظرية انتشار الأفكار المستحدثة بنتائج دراسات عام 1964 حيث توصل (روجرز) إلى أن الابتكارات التكنولوجية تمر عبر سلسلة من المراحل قبل أن يتم تبنيها على نطاق واسع⁽⁹⁾.

57

والابتكار هو: أي فكرة جديدة أو أسلوب أو تكنولوجيا جديدة تنتشر عبر المجتمع في نموذج يمكن التنبؤ به، حيث تتبنى جماعة صغيرة جداً من المبتكرين أو المتبنين الأوائل، ويبدأ بعدها قادة الرأي التعرف على الابتكار وتجربته ويقومون بتشجيع أصدقائهم من التابعين في الرأي، وبعد أن يتبنى معظم الناس الابتكار يصنع المتأخرون أو المتبنون الأواخر التغيير، أما الانتشار فيوصف بأنه العملية التي يتم خلالها نقل الابتكار عبر قنوات محددة على مدى الزمن بين أعضاء نظام اجتماعي⁽¹⁰⁾.

أما مراحل اتخاذ القرار حول الأفكار المستحدثة فيرى الباحثان (روجرز Rogers وشوميكر shoemaker) أهمية عنصر الوقت كعامل ضروري لانتشار المبتكرات ويقدمان نموذجاً لعلمية اتخاذ القرار حول الابتكار يشمل أربع مراحل هي:

- 1- التعرف على نوعية الابتكار والحصول على معلومات حول وظائفه.
- 2- الإقناع: يحدد الفرد موقفاً مؤيداً أو غير مؤيد للابتكار.
- 3- القرار: يمارس الفرد أنشطة تدفعه إما إلى تبني الابتكار أو رفضه.
- 4- التدعيم أو التعزيز: يسعى الفرد إلى تدعيم قراره حول الابتكار ولكنه قد يتخلى عن

قراره السابق إذا تعرض لرسائل جديدة، ويكون عامل الوقت عاملاً مهماً في كل مرحلة من المراحل السابقة⁽¹¹⁾. وقد صنف الباحثان المتبنين إلى خمس فئات على أساس الوقت الذي يتم فيه تبنيهم للفكرة أو التكنولوجيا المستحدثة وكما يلي⁽¹²⁾:

■ **المبتكرون:** وهم الأفراد المغامرون المولعون بتجربة الأفكار الجديدة، وعلى استعداد لتحمل المخاطر أصغر في العمر من باقي المتبنين، من طبقة اجتماعية عالية لديهم سيولة مالية كبيرة، اجتماعيون جداً ويعدون الأقرب بالاتصال بالمصادر العلمية والتفاعل مع المبدعين الآخرين.

■ **المتبنون الأوائل:** هؤلاء الأفراد لديهم أعلى درجات قيادة الرأي بين فئات المتبنين، يتسمون بالمحلية، يرجع إليهم المتبنون المحتملون بهدف الحصول على النصيحة والمعلومات حول الابتكار، يلقبون الاحترام من نظرائهم.

■ **الغالبية المتقدمة:** تتبنى الغالبية المتقدمة الأفكار الجديدة قبل الفرد العادي في النظام الاجتماعي، يتسمون بالتروى ويطيرون التفكير قبل تبني الفكرة الجديدة، تتفاعل الغالبية المتقدمة مع نظرائهم ولكنهم نادراً ما يمثلون قادة الرأي.

■ **الغالبية المتأخرة:** أو كما يطلق عليهم المتشككون، فهم يقومون بتبني الأفكار المستحدثة بعد الانفراج العادي في النظام الاجتماعي، ويكون التبني إما لضرورة اقتصادية أو استجابة لضغوط اجتماعية متزايدة.

■ **المتلكئون:** هم آخر من يتبنى الابتكار، ولا يمتلكون أي قيادة للرأي، ويميلون للتمسك بالتقاليد، فيمثل الماضي نقطة المرجعية الأساسية لديهم، وغالباً ما تكون هذه الفئة متقدمة في السن ومن المحتمل أن يكون الوضع الاجتماعي عندهم أقل من المتبنين الآخرين وبالتالي أقل سيولة مالية، يميل المتلكئون للشك في الابتكارات والمبتكرين، وعندما يتبنى المتلكئون في النهاية الابتكار تكون فكرة حديثة أخرى قد حلت محله لدى المبتكرون.

مراحل عملية تبني الأفكار والتكنولوجيا المستحدثة:

● **مرحلة الوعي بالفكرة:** في هذه المرحلة يسمع الفرد بالفكرة الجديدة لأول مرة ولا يستطيع أحد الجزم إذا كان هذا الوعي يأتي عفويةً أو مقصوداً، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل الآتية في عملية التبني⁽¹³⁾.

- مرحلة الاهتمام: في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة، والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار، لذلك يصبح سلوكه هادفاً بشكل قاطع.
- مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة، وينتهي الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي⁽¹⁴⁾.
- مرحلة التجريب: يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقتها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بفائدتها فإنه يقرر رفضها.
- مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، والفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بفوائدها.

3 - المفاهيم والمصطلحات الإجرائية:

أ - العلاقات العامة: عرفها د. محمد الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية، بأنها مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة، سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وعسكرية، للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي أو الخارجي، وذلك بالأخبار الصادقة والأداء الناجح في جميع مجالات العمل، وفقاً للتخطيط العملي السليم، حتى يصبح عملها مرشداً وهدفاً ومনিيراً في بناء الوطن ورسمه وسياسته في إطار ميثاقنا الوطني العظيم⁽¹⁵⁾.

ب - تكنولوجيا الاتصال الحديثة: عرفها وحددها الباحث د. عبد الباسط عبد الصمد بأنها «تلك الأدوات أو المعدات أو الأجهزة التي تختص بجمع وتخزين واسترجاع وإرسال وعرض المعلومات والبيانات سواء كانت مرئية أم مصورة أم بيانية أم مكتوبة أم مرسومة، ليستفيد منها الفرد أو المجتمع، وذلك في اختياره مما تتضمنه من معلومات وبيانات يحتاج إليها وتسهل عليه ذلك الاختيار».

وتتمثل تلك التكنولوجيا الاتصالية الحديثة فيما تقدمه هذه التقنيات من خدمات فيما يلي: أقمار الاتصال الصناعية - الحاسبات الشخصية - أجهزة التلفزيون - الفيديو تكس - التليتكست - الكابلات المحورية - الألياف الضوئية - أقراص الفيديو بأنواعها - البريد الإلكتروني - شبكات الإنترنت - عقد المؤتمرات عن بعد⁽¹⁶⁾.

ج - الإعلام الرقمي: هو الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل: مواقع الويب، الفيديو والصوت والنصوص، التي تقوم بنقل المعلومات والصور والصوت كافة رقمياً⁽¹⁷⁾.

ت- الألياف الضوئية: هي مجموعة كبيرة من الألياف التي تم صنعها من الزجاج النقي الخالي من الشوائب، فهي غير سميكة، رفيعة جداً فسمكها لا يتجاوز الشعرة الواحدة، يتم جمع هذه الألياف بكميات كبيرة ربما تتجاوز المئات بل والآلاف من الألياف البصرية، يتم تجميعها في حزمة لتكون حبل ضوئية الذي يحمله غطاء على سطحه أي خارجي، فيتم استخدام الألياف الضوئية في نقل الإشارات لمسافات بعيدة المدى قد تصل إلى الآلاف من الكيلومترات، ويكثر استخدامها في مجال الاتصالات فهي ألياف مميزة جداً ومتطورة بالتكنولوجيا الحديثة، فتعتبر إحدى العوامل المستخدمة لظاهرة الانعكاس الكلي⁽¹⁸⁾.

تكنولوجيا الاتصال الحديثة (مفهومها وتعريفاتها - وظائفها - خصائصها - مزاياها - عيوبها - أسباب انتشارها - آثارها):

1 - نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال:

مرت وسائل الاتصال هي الأخرى بتطورات معينة، هذه التطورات قسمت إلى خمس ثورات، الثورة الأولى: (الكتابة الصورية في الحياة البدائية) كان الإنسان يرسم على الأرض والكهوف والأحجار ما كان يريد الإفصاح عنه.

أما الثورة الثانية فهي: مرحلة الكتابة المسمارية عندما تمكن السومريون من تحويل الصور إلى رموز تشبه المسامير عوضاً عن الصور وسميت بالكتابة المسمارية.

الثورة الثالثة: هي مرحلة الخط الهجائي البسيط التي ظهرت بين 7000 - 300 قبل الميلاد عند الآراميين والكنعانيين، وانتشرت بلهجات مختلفة في الحضارات الآشورية والكلدانية والبابلية، وكانت أكثر تطوراً من المراحل السابقة بعد أن وثقت إنجازات أهم الحضارات التاريخية.

بعدها ظهرت الثورة الصناعية، حيث شهدت الصناعة والتجارة ونظم التصنيع تطوراً كبيراً، مما استدعى احتياجاً كبيراً لنظم الاتصال أكثر فعالية لتبادل المعلومات، فتم اكتشاف التلفراف عام 1837، ثم بعده اكتشاف «جراهاميل» الهاتف مستخدماً نفس تكنولوجيا التلفراف مستفيداً بذلك من قوة وسرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية، وعرفت هذه المرحلة بالثورة الرابعة، التي مرت بعدة تطورات في مجال الاتصال أهمها جهاز الفونوغراف

والقرص المسطح «T.Edison» عن طريق «T.Edison» بفضل العالم الألماني «إميل برلنجر Berliners» واكتشاف «ماركوني Marconi» اللاسلكي 1886، وهي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبياً بدون استخدام الأسلاك.

بعد اختراع تقنيات الاتصال في مطلع القرن العشرين بدأت الثورة الخامسة حيث كان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة عام 1919، ثم الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920، ثم بعد ذلك بدأت هذه الأخيرة في بث خدمات التلفزيون التجاري سنة 1941 حتى يومنا هذا، حيث عرفت من أشكال التكنولوجيا ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر التكنولوجيا فيها ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرة تفجر المعلومات وقوة الاتصال، هذه الثورة تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر دول القارات بطريقة فورية، أضف إلى ذلك بناء شبكات الألياف الصوتية التي تصل سرعة تدفق البيانات عبرها إلى بليون نبضة في الثانية، وهي سرعة تتيح نقل مائة ألف صفحة لدائرة معارف مثلاً - في ثانية واحدة، والأهم من ذلك أنها تتيح ضخ سلع ثقافية من إعلان مرئي وأفلام وأغاني وموسيقى.

إن الفكرة الذهبية وراء تطور شق الاتصالات تكمن في استخدام التدفق الضوئي النقي ذي السعة العالية بدلاً من التيار الكهربائي محدود السعة المعرض للتشويش والضوضاء والتلصت مع المعدل الهائل في تبادل المعلومات، الذي وفره الوسيط الضوئي لم تعد المشكلة هي شح المعلومات كما كان عليه الحال في الماضي بل النقيض منها، ويقصد به إفراط المعلومات، وهي مشكلة لا تقل إن لم تزد عن سابقتها⁽¹⁹⁾.

2 - مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة Statement Technology:

أطلق مصطلح الاتصال على الوسائل التعليمية قبل تبني مصطلح تكنولوجيا التعليم، وذلك لأن تلك الوسائل تخلق حالة من التفاهم والتواصل بين أطراف العملية التعليمية، وينظر إليها على أنها وسائل لتحقيق الاتصال، وأن العملية التعليمية تهدف إلى تحقيق التفاهم بين أطراف عملية الاتصال، واعتماداً على نظرية الاتصال Communication Theory تم تعريف الوسيلة التعليمية بأنها قناة يتم بها نقل الرسالة بين المرسل والمستقبل، وتأسيساً على ذلك سميت الوسائل التعليمية ووسائل الاتصال Means of Communication.

وعند ظهور منحى النظم في العملية التعليمية، كان ينظر إليها على أنها نظام متكامل متداخل العناصر يجب النظر إليها في إطار كلية النظام، أصبح ينظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية منهجية نظامية تتكون من المرسل والرسالة والقناة الموصلة والمستقبل، والتغذية الراجعة، والعوامل الداخلية أو المصاحبة، التي يمكن أن تؤثر في عملية الاتصال في مجال الاتصال، فأطلق على العملية الاتصالية برمتها تكنولوجيا الاتصال. وتشدد تكنولوجيا الاتصال على التواصل بين المعلم والمتعلم وجميع العناصر التي تسهم في ذلك التواصل، وتجعله إيجابياً بقصد تحقيق أهداف العملية الاتصالية.

ويدخل ضمن مفهوم تكنولوجيا الاتصال تكنولوجيا الاتصال الجماهيري بما فيها تقنيات الإذاعة، والتلفاز، والانترنت، والصحافة، والكتب، والمجلات، والملصقات، والصور، والأفلام، الثابتة والمتحركة، والرسوم والمخططات، والخرائط والبيانات، ووسائل الاتصال غير اللفظي، وكل ما يحقق نقل فكرة أو شيء من طرف إلى طرف آخر وجعله مشاعاً بينهما⁽²⁰⁾.

3 - تعريفات تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

من أهم تعريفات تكنولوجيا الاتصال تعريف (روبن) حيث عرفها بأنها: (أي آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو توزيع، أو استقبال أو عرض المعلومات⁽²¹⁾). ومنهم من يعرفها بأنها: مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل، أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها، لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري، أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الوسيط، التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية، (من خلال الحاسبات الإلكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية، أو الرسائل أو المضامين المسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها.

وقد تكون تلك التقنيات آلية أو إلكترونية أو كهربائية، حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور⁽²²⁾.

وعرفها باحث آخر بأنها هي: «التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها، وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر»⁽²³⁾.

ويحددها كاتب آخر أيضاً بأنها: «تلك المعدات أو الأجهزة التي تختص بجمع وتخزين واسترجاع وإرسال وعرض البيانات والمعلومات، سواء كانت مرئية أم مصورة أم بيانية أم مكتوبة، أم مسموعة أم مرسومة، يستفيد منها الفرد أو المجتمع، وذلك في اختياره، مما تتضمنه من معلومات وبيانات يحتاج إليها وتسهل عليه ذلك الاختبار. وتتمثل تلك التكنولوجيا الاتصالية الحديثة فيما تقدمه هذه التقنيات من خدمات كما يلي⁽²⁴⁾:

- أقمار الاتصال الصناعية.
- أجهزة التلفزيون.
- الفيديو تكس.
- التليتكست.
- الكابلات المحورية.
- الألياف الضوئية.
- أقراص الفيديو بأنواعها.
- البريد الإلكتروني.
- شبكة الإنترنت.
- عقد المؤتمرات عن بعد.

4 - وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ - التحول من الصوتي إلى الرقمي: بعد استخدام شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر كانت تلك الخدمات رديئة ولكن مع انتشار تطبيقات المعلوماتية تضاعفت الحاجة لتبادل البيانات وأصبحت الشبكات تصمم أصلاً لنقل البيانات، في حين اعتبرت المكالمات الهاتفية عملاً ثانوياً، وأدى نقل البيانات رقمياً إلى تحسن مستوى الخدمات، والحد من التشويش وتقليص حجم معدات الاتصال والتخفيف من وزنها.

ب- التحول نحو الرخيص المتاح دوماً: عندما استخدم التكنيك الرقمي في الأجهزة الإلكترونية فإن ذلك أدى إلى تصغير المعدات وبالتالي إلى رخصها.

ج - التحول من الإلكتروني إلى الفوتون: ظلت الإشارة الهاتفية تنقل عبر الأسلاك النحاسية كتيار كهربائي ضعيف (فيبقى من الإلكترونات) إلى أن حدثت النقلة النوعية

لاختراع الألياف الضوئية، وهكذا حل تيار الفوتون (جسيمات الضوء) النقي الواسع محل تيار الإلكترون المعرض للتشويش والضوضاء.

د - التحول من الخاص إلى العام ومن التنوع إلى التكامل: بدلاً من احتكار الشخص لخط تلفوني واحد استحدثت أسلوب تحويل حزم الوسائل Switching Packet بدلاً عن تحويل الدوائر، وفي ظل هذا الأسلوب تختزن الرسائل على هيئة وقفات معلوماتية متتالية يتم توجيهها بواسطة مركز تحويل الرسائل Message Switching إلى غايتها، يتم ذلك عبر أي مسار Route متاح يربط بين نقطة الأصل Origin ونقطة الهدف Destination دون الالتزام بمبدأ النقل عن طريق أقصر مسار بينهما، وهذا النظام المتكامل لا يفرق بين البيانات والتي ينقلها سواء كانت عبارة عن مكالمات هاتفية أو رسائل فاكس أو بيانات كمبيوتر فكلها بالنسبة له سلسلة من البيانات الرقمية يتم توجيهها عبر مسارات الشبكة في هيئة تدفقات إلى أن تصل إلى غايتها.

هـ- العمل على التحول من السلبي (أحادي الاتجاه) إلى التجاوبي (ثنائي الاتجاه): معظم نظم بث المعلومات تعمل على أساس الطور السلبي حيث تنتقل المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، وظهرت أخيراً مرافق المعلومات التي تعمل على أساس الطور التجاوبي Interactive Mode فظهرت شبكات الفيديو تكست ثنائية الاتجاه، يمكن للمشارك في هذه النظم تبادل الرسائل مع مراكز المعلومات.

و - التحول من الثابت إلى النقال: لكي ينتقل الإنسان لما يحتاجه من مصادر معلوماتية ومراجع وبيانات كثيرة ما عليه إلا اقتناء كمبيوتر نقال وهاتف نقال، الأول يحمل له ملفاته وبرامجه، والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان، محققاً بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية والمعلوماتية⁽²⁵⁾.

5 - خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ - التفاعلية: هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية. فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلاً من المصادر، ومثال ذلك: التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة.

فقد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل وذلك مثل التليفون والتلفزيون التفاعلي، والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال، وكذلك البريد الإلكتروني والفيديو تيكست، وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل.

ونتح عن هذا التفاعل انحسار «تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولاً ومسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه وذلك وفق اتجاهاته وإمكانياته وقدرته الإدراكية وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعات معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً أن درجة تحكمه في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها». وهناك دلائل عديدة تشير إلى مفهوم «القرية العالمية»، التي زعم «مارشال ماكلوهان» تحقيقها بسبب تطور وسائل الاتصال الجماهيري في الستينيات، فقد تحول إلى مئات الآلاف من المقاطعات الصغيرة المنعزلة بسبب التوجه الفردي لوسائل الاتصال، وميلها إلى تقنيات الجماهير الضخمة إلى شظايا، ويعلق بعض الباحثين على هذا الاتجاه بأن وسائل الإعلام لم تعد «جماهيرية»، وإنما أصبحت «وسائل الجماهير الصغيرة» (26).

ب- اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

ت- قابلية التحرك أو الحركية: فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء حركته مثل التليفون النقال، تليفون السيارة أو الطائرة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة لتصوير المستندات، وجهاز فيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

ث- قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو بالعكس، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية وقد ظهرت مقدماته في نظام (مينيتيل

الفرنسي) «فالحدود أو الفروق أو السماعات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض، قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقة إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما وعلى شاشة التلفزيون، وعلى أشرطة الفيديو كاسيت، وعلى الاسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافهما في الشكل.

ج - قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

ح - الشبوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع لا ليكون حكراً على الأثرياء فقط وإنما يشمل كل فئات وطبقات المجتمع، يأتي ذلك بدعم الأثرياء لتلك النظم الجديدة لكي تشمل القادرين على استخدامها وغير القادرين. فقد انقضى عصر الانعزال، ومن لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم على نفسه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة.

خ - الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، كتعدد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية ذهاباً وإياباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في جزء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

والنمط الإنتاجي في السابق لتكنولوجيا الاتصال هو ظهور مركز توزيع إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمنية ولا مكانية، بينما النمط الحالي لتكنولوجيا الاتصال الراهنة يتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة محدودة جغرافياً من خلال مراكز إقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف⁽²⁶⁾.

وهذا يعني زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة بدلاً من الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير الغفيرة»، أما أكثر السمات بروزاً في تطور تقنيات الاتصال فهي بدون شك حركة اندماج ميادين الاتصال المختلفة والاختفاء التدريجي للحدود التي كانت تفصلها من قبل.⁽²⁷⁾

6 - مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ - العمل على نحو الأمية بما يقدمه عبرها من وسائل لرفع المستوى التعليمي لدى المتلقين.

- ب - العمل على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لها لما توفره لهم من وقت وجهد ومال.
ت - أنها جمعت بين مجال الاتصال عن بُعد والكمبيوتر.
ث - قدمت لمستخدميها أبعاداً ثلاثة هي:

■ **البُعد الزمني:** حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات، إلى حد إلغاء الفرق بين الزمن الإعلامي والزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

■ **البُعد المكاني:** حيث وفرت كماً هائلاً من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات أو لنقلها كما أنها تكاد تحيد عنصر المسافة مهما بعدت.

■ **البُعد الخاص بعلاقة المتلقي بالوسيلة الإعلامية:** حيث أتاحت «ثورة الاتصال» للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع الوسائل الإعلامية خاصة التلفزيون، الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمشاهد بالتدخل في اختيار البرامج⁽²⁸⁾.

ج - **الحد من استهلاك الورق:** «حيث أن العصر الإلكتروني الحالي سوف يؤدي على المدى البعيد إلى وفر هائل في كم استهلاك الورق، وذلك لأن هذا العصر ينبئ بظهور الصحيفة اللاورقية أو ما يسمى بالصحيفة الالكترونية والتي يتم استقبال مادتها وصورها على شاشة الكمبيوتر لتحريرها وإخراجها وإعدادها ليستقبلها المشتركون فيها على شاشات حاسباتهم الشخصية»⁽²⁹⁾.

ح - **صناعة الدوائر المتكاملة عام 1960م:** أتاح تصميم رقائق الدوائر المتكاملة باللغة الفخامة التي تمتاز بأنها منخفضة التكاليف، ولها قدرة عالية على التحمل وقليلة التعرض للخلل، كذلك تمتاز بصغر حجمها مع توفيرها للطاقة اللازمة لعناصر الدوائر التي يتم تركيبها على رقيقة السليكون، مما يوفر استهلاك الطاقة بوجه عام، وكذلك تمتاز هذه الدوائر بتغيير نمط تخزين المعلومات، فبدلاً من التخزين في الكتب يتم التخزين على رقائق السليكون أو شرائح ممغنطة مما يسهل ذلك للمستخدم ويجعله يفضلها على غيرها من الوسائل التقليدية القديمة⁽³⁰⁾.

خ - تقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات، وتتيح فرصاً كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية والطب الاتصالي⁽³¹⁾.

د - السرعة الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات: فهي تتيح سرعة «بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة»⁽³²⁾.

ذ - زيادة المعرفة والتعليم بواسطة التكنولوجيا الجديدة: ويمكن بالاتصال توصيل خدمات التعليم (للمناطق النائية) والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم الرسمي، علاوة على أن عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي إنسان هذا العصر⁽³³⁾.

ر - ساهمت أيضا إلى جانب دورها في تسهيل العملية الإنتاجية وتسريعها، في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية عالية. فأنظمة الإنتاج التلفزيوني وكذلك نظم الإرسال والاستقبال قد جعلت الصورة أكثر وضوحا ونقاء⁽³⁴⁾.

7 - عيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

كما لا يخلو أي عمل من مزايا وعيوب وسلبيات وإيجابيات، فكذلك تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا تخلو أيضا من العيوب أهمها ما يلي:

أ - رغم ما قدمته التكنولوجيا من خبرة عالية في مجال حرية التعبير من خلال بعض وسائلها كالإنترنت مثلا والقنوات الخاصة وغير ذلك، إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية، فليس هناك ضمان بان تكنولوجيا الاتصال الجديدة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير، فهناك العديد من المؤشرات تشير إلى طريق عكسي، وما تم في حرب الخليج الثانية خير دليل على ذلك حيث تعرضت وسائل الإعلام الأمريكية ذاتها إلى العديد من القيود⁽³⁵⁾.

ب- بعض وسائل التكنولوجيا الإعلامية الحديثة أقل اجتماعية وعاطفية وحميمية⁽³⁶⁾.

ت- ذكرنا من مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة تفتيت الاتصال أو «اللا جماهيرية» ولكن لهذه الميزة عيب وهو «انقسام الجمهور الواحد العريض إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تقليص أرباح المنتجين والناشرين نتيجة قلة عدد الأفراد الذين يخاطبونهم، كما يؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع»⁽³⁷⁾.

ث- وسائل التكنولوجيا الحديثة التي نجحت في غزو منازلنا بأشكال لا حصر لها من المعلومات والترفيه، تستطيع أيضا أن تنتهك خصوصيتنا وتتخصص على ما يحدث داخل منازلنا.

ج - ازدياد الفجوة بين من لديهم الأموال والوسائل الكفيلة للحصول على التكنولوجيا الجديدة ومن لا يملكون هذه التكنولوجيا، وبالتالي يمكن تقسيم المجتمع إلى فئتين متميزتين، فئة الثراء المعرفي لمن يملكون تلك الوسائل، وفئة الفقر المعرفي لمن لا يملكونها.. وهكذا فبالرغم من تفجر المعلومات إلا أن الناس أصبحوا يشعرون بالعزلة بقدر أكبر⁽³⁸⁾.

ح - عدم استطاعتها حماية المستخدم لها.

خ - وجود فجوة عالية بين القادرين على اقتنائها في الدول المتقدمة بشكل عام وبين الدول التي لا تستطيع امتلاك تلك التقنيات الحديثة ولا تستطيع تشغيلها وصيانتها حتى وإن كان لها القدرة على توفيرها وامتلاكها.

8 - أسباب انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ - لازدياد حركة العمال وتعقدتها تمت الحاجة إلى سرعة تبادل المعلومات بين مواقع العمل المختلفة داخل المؤسسة والمؤسسات بعضها مع بعض.

ب- الاتجاه لتفتيت الإعلام الجماهيري Demassification ليصبح أكثر تصويبا (مثاله التقليدي تليفزيون الكابل)، وذلك من أجل تنوع الخدمة الإعلامية والإعلانية وبثها لفئات الجماهير المستهدفة، بدلا من أسلوب البث المشاع الذي تلتقطه كافة الجماهير.

ت- الاتجاه المتزايد لمؤسسات الأعمال حاليا نحو تقليل حركة الأفراد والاستعانة بالاتصالات الهاتفية والفاكس وعقد المؤتمرات عن بعد، وذلك بهدف توفير الطاقة وتخفيض كلفة الإقامة والوقت الضائع في سفر الأفراد لأغراض العمل.

ث- انتشار نظم الأتمتة Automation وما يترتب عليها من ضرورة اتصال مواقع الإنتاج المختلفة بعضها مع بعض، وربط هذه المواقع بمركز معلومات السيطرة التابع للإدارة المركزية عادة، وتسعى بعض مؤسسات الأعمال حاليا نحو مزيد من الأتمتة من خلال ربط مواقع الإنتاج بشبكة توزيع ضمانا لسرعة تجاوب الإنتاج مع تقلبات السوق وتوجهاته.

ج - الاتجاه المتزايد نحو المشاركة في موارد المعلومات، مثل اشتراك المكتبات الجامعية في كاتالوج موحد Union Catalogue يجمع كل المراجع وموارد المعلومات الأخرى التي تضمها شبكة الجامعات المشتركة في النظام الموحد⁽³⁹⁾.

9 - آثار ونتائج تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

إن من أهم الآثار الإيجابية الناتجة عن التكنولوجيا هي:

أ - ظهور شبكات إخبارية عالمية تحت مسميات مختلفة حيث لم تكن هناك شبكات أو قنوات تليفزيونية عالمية للأخبار حتى مطلع الثمانينيات. «كذلك في عملية التغطية الإخبارية»⁽⁴⁰⁾.

ب- توفير وسائل الإعلام لدى شرائح عريضة من المجتمع، وتطور الاتصال الحواري و بروز الاتصال الأفقي⁽⁴¹⁾.

ت- تعدد قنوات الاتصال التي يتعرض لها الفرد أو يمكن أن يتعرض لها، سواء كانت خدمات إذاعية دولية أم وطنية أم محلية، أو صحفا مطبوعة، وقنوات تليفزيونية خارجية أو قومية أو إقليمية أو محلية.

ث- أنها متعددة ومتنوعة ومتاحة لكل فرد وباستطاعته أن يستقبل المئات من الرسائل الإعلامية وأن يرسل منها أيضا.

ج - ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التليفزيونية مثل خدمات التلفزيون التفاعلي عن طريق الكابل، الذي يتيح خدمات عديدة مثل التعامل مع البنوك⁽⁴²⁾.

ح - قدمت التكنولوجيا الحديثة زيادة نسبة الطول إلى العرض في الشاشة التليفزيونية التقليدية من 3:4 إلى 5:3، مع تكبير حجم الشاشة إلى خمسة أضعاف الحجم العادي تقريبا إضافة إلى جودة الصورة المقدمة⁽⁴³⁾.

خ - تنمية الوعي لدى الجمهور وخاصة الوعي الصحي سواء للمدن أو المناطق الريفية النائية.

10 - تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجمهور:

أ - تعدد قنوات الاتصال والبرامج المسموعة والمرئية أمام الفرد، حيث أصبح بالإمكان المشاهدة والاستماع الى مئات القنوات دون تكلفة وعناء، فمن المتوقع وفقا لرؤية المدير السابق لمحطة استرا الفضائية الأوروبية أن يبلغ عدد القنوات الفضائية الأوروبية حوالي 3500 قناة خلال السنوات العشر القادمة⁽⁴⁴⁾.

ب- اتسام هذه التكنولوجيا الاتصالية الجديدة بالتفاعل بين المستقبل والمرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية، مما يعطي المستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال، وبالتالي سيساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها من حيث الكم

والكيف من خلال الانتقاء والاختيار، ونتيجة لتلك الانتقائية، فإنه من المتوقع أن يؤدي على المدى البعيد إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير متفقة مع إدراكهم أو ميولهم ورغباتهم وبالعكس⁽⁴⁵⁾.

ت- التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال كان لها الأثر على عادات واستخدام الجمهور لوسائل الاتصال الحديثة.

ث- تحرر الإنسان بفضل تكنولوجيا الاتصال من قيود حجمه وإيقاع زمنه، حيث أصبح يوسع الحاسبات الإلكترونية مخاطبة كل حواس الإنسان، وهي ما يطلق عليها الحقيقة الوهمية⁽⁴⁶⁾.

ج - تأثير تكنولوجيا الاتصال على المضمون: رغم استيراد الدول النامية للتقنيات الحديثة، التي قد تتفق أو لا تتفق مع إمكانياتها وحاجاتها ولكنها تقف عائق آخر وهو جلب برامج ومواد لتملأ خارطة إرسالها مما يعود أثر ذلك سلباً على الجماهير المستقبلية لتلك المواد الأجنبية، التي تختلف اختلافاً تاماً مع عادات وقيم وثقافات تلك الدول مما يهدد هويتها الثقافية⁽⁴⁷⁾.

ح - تأثير تكنولوجيا الاتصال على التقنيات التقليدية: من المعروف إن للتقنيات الحديثة أثراً ملموساً، وبناء على التقنيات الإعلامية القديمة، التي عملت على تطويرها ولم تعمل على إلغائها، مما غير ذلك التأثير في سرعة وجوده وانتشار ونقاء بعض التقنيات، كالراديو والتلفزيون والفيلم السينمائي، وكذلك الحال بالنسبة لتكنولوجيا الكمبيوتر والاتصال، فلا شك أن هناك علاقة بينهما يسودها طابع المنافع، ففي الحين الذي تدين منه تكنولوجيا الاتصال للكمبيوتر والإلكترونيات الدقيقة بارتقائها التكنولوجي، يدين الكمبيوتر لتكنولوجيا الاتصال بدوره الخطير الذي يلعبه حالياً على مستوى العالم، والذي تشير كل الدلائل على تعاضمه في المستقبل⁽⁴⁸⁾.

11 - وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة:

يستخدم خبراء العلاقات العامة وسائل اتصال كثيرة ومتنوعة، فهناك وسائل الاتصال المطبوعة وهي الأكثر شيوعاً سواء في مواجهة الجماهير الداخلية أو الخارجية، ونجد فيما يتعلق بالجماهير الداخلية وسائل مطبوعة مثل خطابات الإدارة وصحف ومجلات العاملين والمنشورات

والتقارير المالية السنوية والدورية والكتيبات والنشرات وغيرها، أما فيما يتعلق بال جماهير الخارجية وسائل مطبوعة مثل الإعلانات الإعلامية والتجارية في الصحف والمجلات والتقارير ومجلات المستهلكين وغيرها⁽⁴⁹⁾.

وهناك أيضا وسائل الاتصال المرئية والمسموعة قد أصبحت أهميتها أمرا معترفاً به، حيث توفر التأثير المزدوج على بصر الجماهير وسمعها، وهذه الوسائل تعطي وضوحاً أكبر للرسالة وتقلها بسرعة أكبر وبدقة أكثر ونفقات أقل، كما أنها تشد اهتمام الجماهير لمدة أطول، ولكن تأثيرها يكون أعظم إذا استخدمت كمعاونات لوسائل الاتصال المطبوعة والشفوية، ومن الطبيعي أن يختار ممارس العلاقات العامة من بين هذه الوسائل بحسب طبيعة كل وسيلة منها ونوعية الجمهور وطبيعة البرنامج وهدفه وحجم التكاليف، فقد يجد أن وسيلة اتصال معينة تفي بالغرض، وقد يجد أن التنوع أكثر مناسبة، والمهم هو مدى ما يحققه الاختيار من قوة تأثير تؤدي إلى تحقيق الهدف الذي يسعى إليه. وعملاً بالتقسيم الذي وضعه أستاذنا (د.علي عوجة) فإن وسائل الاتصال التي تستخدم في تكوين الصورة المرغوبة للمنظمات والمؤسسات المختلفة تنقسم إلى قسمين:

القسم الأول: وسائل الاتصال العامة التي تستخدم على مستوى الدولة أو الإقليم أو المدينة إذا كانت للمدينة وسائل خاصة بها.

القسم الثاني: ويضم كل وسائل الاتصال الخاصة بالمنظمة أو المنشأة والتي توجه إلى جماهيرها بصفة أساسية، وتتميز الوسائل الخاصة بتركيزها على أهداف المؤسسة أو أنشطتها ومن ثم فإنها تكون موضع اهتمام الجماهير المعنية، كما أن إدارة العلاقات العامة تستطيع أن تتحكم في استخدامها بالطريقة التي ترى أنها أقرب إلى تحقيق أهداف المنشأة، وإذا ارتفع مستوى هذه الوسائل من حيث المضمون والإخراج فإنها تصبح من العناصر الإيجابية التي تشمل عليها صورة المنشأة⁽⁵⁰⁾.

12 - تكنولوجيا الاتصالات الحديثة والمعلومات وتأثيرهما في عمل العلاقات العامة والإعلام:

شمل تأثر المنظمات بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات العلاقات العامة بوصفها إحدى المهن الاتصالية المهمة في أي منظمة، حيث أسهمت هذه التكنولوجيا في تطوير أساليبها ووسائلها، والتأثير في جماهيرها، ويأتي تبني تقنيات جديدة في العلاقات العامة نتيجة للنمو غير المسبوق

في ستة مجالات متداخلة هي: عدد المنافذ الإعلامية المتوفرة، وسرعة نقل المعلومات، ومقدار المعلومات المتوفرة، وحجم المنظمات التي تستخدم العلاقات العامة، ومنظمات العلاقات العامة ذاتها، وأخيراً مقدار التقنيات الجديدة الصالحة للاستخدام في مجال العلاقات العامة وتنوعها⁽⁵¹⁾.

وشملت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات نشاطات العلاقات العامة، التي كان لها انعكاساتها الإيجابية على وسائل الاتصال التي تستخدمها، فزادت أعدادها، وتم تغيير أولوياتها، ووطورت قدراتها، بحيث أصبحت من العوامل الأساسية المساعدة على تطوير قدرات العلاقات العامة، بدرجة يمكن أن تؤدي إلى أن تلعب دوراً أكثر فاعلية في المنظمات الحالية والمستقبلية⁽⁵²⁾.

وأصبح ممارسو العلاقات العامة حلقة وصل بين المنظمات التي يمثلونها وبين جميع جماهير منظماتهم، فالعلاقات العامة من حيث هي وظيفية إدارية، تتضمن مسؤولية الاستجابة السريعة للمعلومات، بما يحقق النتائج المثلى لتلبية مصالح المنظمة وجماهيرها، ويجب على العلاقات العامة أن تعمل على إيجاد الوسائل التقنية اللازمة لتحقيق التكامل والتواصل بين أهداف المنظمة وما يريده الجمهور من تلك المنظمة، من أجل تحقيق التفاهم والتبادل بين الطرفين، مادامت العلاقات العامة أصبحت فناً وعلماً في عصر تكنولوجيا المعلومات⁽⁵³⁾.

وعكست التطورات التكنولوجية تغيير توجهات ممارسي العلاقات العامة، وسعيهم نحو إيجاد الطرائق المثلى لخدمة الجماهير بواسطة قنواتهم الاتصالية، فممارس العلاقات العامة المهتم بدوره المفترض في المنظمة لا بد من أن يستفيد من الوسائط المتعددة بوصفها أداة إنتاجية، وأداة لجمع المعلومات وتخزينها واستخدامها، فضلاً على أنها أداة تعليمية للمستخدمين، تساعدهم على اكتساب مهارات ومعارف جديدة⁽⁵⁴⁾.

ويستطيع ممارس العلاقات العامة أيضاً، أن يستفيد من سمة التفاعلية التي تتميز بها الوسائط المتعددة، من خلال تبني نظرة مبتكرة ورؤية واضحة عنها، تقومان على الإبداع والأصالة، ومن ثم تحويل لهذه النظرة وتلك الرؤية إلى تطبيق واضح بهدف الترويج للمنظمة⁽⁵⁵⁾.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن عملية التحول من النمط التقليدي إلى النمط الإلكتروني المتمثل بتطبيقات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، لا ينبغي النظر إليها بوصفها مشروعاً تكنولوجياً فحسب، بل بقدر ما هو تغيير ثقافي وتغيير مؤسسي يمسان كيان المجتمع وهيكل عمل الحكومة

وطرائقه، أي أن التكنولوجيا يجب النظر إليها بوصفها أحد عناصر التحول والتغيير اللذين يتكاملان والعنصر البشري الموجود من حيث طريقة تفكيره وثقافته وأهليته لاستخدام التكنولوجيا⁽⁵⁶⁾.

13 - أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في الاتصال الداخلي والخارجي

للمنظمة:

تزايد اهتمام المنظمات والمؤسسات في الاتصال ب (الجمهور الداخلي) بهدف أن يضطلع أفرادها على سياسة المنظمة وطبيعة أعمالها لزيادة ولائهم للمنظمة، وزيادة إنتاجهم واهتمامهم بها، ويُعد الاتصال أحد أهم النشاطات التي تقوم بها الإدارة وأكثرها ضرورة وتشعباً، ويقصد بالاتصال الداخلي تلك الرسائل التي يتم استقبالها داخل النطاق التنظيمي للمنظمة.

والأنواع الرسمية من الاتصال الداخلي تتضمن «بيان السياسة الصادرة من الإدارة العليا، والإخطارات التي تتضمن رسائل بحدوث تغييرات في التعليمات والتوجيهات»⁽⁵⁷⁾.

ويؤكد الباحث أن أهمية العلاقات العامة على نطاق المؤسسات والمنظمات العامة تبرز باهتمامها بتأمين الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والدنيا والعكس، ومن ثم العمل على تشجيعها من خلال التنسيق بين مختلف الإدارات في المنظمة أولاً، وبين هذه الإدارات والجمهور الداخلي لها ثانياً.

والقاعدة الأساسية التي تقوم عليها العلاقات العامة المعاصرة اليوم هي الاهتمام أولاً بالجمهور الداخلي، ثم الجمهور الخارجي ثانياً، إذ أن العلاقات العامة الناجحة للجمهور الخارجي هي نتاج العلاقات العامة الناجحة لجمهورها الداخلي. ومن هنا يجب على ممارس العلاقات العامة أن يشجع الموظفين على الإدلاء بوجهات نظرهم، وتشجيع الإدارة على الاستماع لها، وذلك عن طريق القيام بدراسات، والإشراف على أبحاث استطلاع الرأي.

إن «التغيرات التي حصلت في أنماط العمل أثرت في كيفية اتصال المنظمة بأفرادها، فجميع وسائل التكنولوجيا من أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت، قد ساعدت على زيادة مرونة العمل وتقسيمه. فمن التطورات المهمة في مجال الاتصالات الداخلية شبكة الإنترنت: وهي نظام يجعل المعلومات الخاصة بالمنظمة متاحة لجميع الموظفين فيها عبر الموقع الداخلي لها»⁽⁵⁸⁾.

وفيما يتعلق بأهمية استخدامات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في (الاتصال الخارجي للمنظمة) فإن: المؤسسات والمنظمات أدركت أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجمهور،

وتشكيل صورة إيجابية لأنفسها، وتحسين سمعتها، والتأثير في الرأي العام. وهكذا فإن العلاقات العامة أصبحت تأخذ موقعها في قلب هذه التطورات وهذا يتطلب منها الاعتماد على أدوات اتصالية حديثة ومتطورة، يكون الهدف منها المحافظة على مستوى الثقة بين المنظمة وجمهورها⁽⁵⁹⁾. ومع تعدد الوسائل الاتصالية في مجال العلاقات العامة، شهد العصر الحديث تقدماً ملحوظاً في وسائل اتصالية أخرى أكثر فاعلية وسهولة في الاستخدام أهمها شبكة الإنترنت.

ثالثاً: الإطار الميداني للبحث:

يتكون الإطار الميداني للبحث من المحاور الآتية:

1 - مجتمع البحث:

اختار الباحث في موضوع بحثه إحدى المؤسسات الرائدة كنموذج للمؤسسات الأخرى في مجال تقديم خدماتها الاتصالية المتطورة التي تعتمد على استخدام التكنولوجيا والتقنية الحديثة إلى المتعاملين معها من الجمهور في إمارة الشارقة تمثلت في مؤسسة (إدارة العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة). حيث يعود تأسيس شرطة الشارقة التي ظهرت للمرة الأولى باسم (قوة الشرطة والأمن العام) إلى عام 1967م، حيث أصدر حاكم الشارقة آنذاك صاحب السمو المغفور له بإذن الله الشيخ خالد بن محمد القاسمي مرسوماً أميرياً بتأسيس القوة أعلاه، التي عملت في بداية عهدها كدائرة محلية تتبع مباشرة لحاكم الشارقة تحت إشراف رئيس دوائر الشرطة والأمن العام، وأسند هذا المنصب إلى سمو الشيخ صقر بن محمد القاسمي، بينما أسندت القيادة العامة لشرطة الشارقة للعميد عبد الله جمعة السري، وقد كلف صاحب السمو حاكم الشارقة السيد (بيرنز) من قوة ساحل عمان البريطانية للإشراف على تدريب القوة وإعدادها بمساعدة السيد عبد الله جمعة السري.

وبعد قيام دولة الإمارات العربية المتحدة عام 1971م أنشئت بموجب ذلك وزارة الداخلية في ظل النظام الفيدرالي الجديد، وفي عام 1975م أصدر صاحب السمو حاكم إمارة الشارقة الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي عضو المجلس الأعلى للاتحاد مرسوماً أميرياً بدمج دوائر الشرطة والأمن العام بإمارة الشارقة بأجهزة وزارة الداخلية لتباشر مسؤولياتها في نطاق إمارة الشارقة، تحت إشراف قائد عام الشرطة الذي يباشر مسؤولياته أمام صاحب السمو حاكم الشارقة ومعالي وزير الداخلية، وتتكون القيادة العامة لشرطة الشارقة في الوقت الحاضر من عدد

من الإدارات المتخصصة بمختلف مجالات العمل الشرطي والأمن والأجهزة والوحدات الثابتة لها، بما في ذلك إدارة شرطة المنطقة الشرقية التي تضم مدينة خورفكان على ساحل الإمارة الشرقي والمناطق التابعة لها.

وتأسيساً على ما عرضته شرطة الشارقة اعتمد في عام 1995 قرار مجلس الوزراء رقم (3) لعام 1995 بدرجة إدارة عامة تقوم فيها (9) إدارات نوعية، وبناء عليه تمت في عام 1996 إعادة تنظيم شرطة الشارقة (التي أصبح اسمها الإدارة العامة لشرطة الشارقة) بموجب القرار الوزاري رقم 498 لسنة 1996 م، الذي أدى إلى إحداث نقلة نوعية في تنظيم الشرطة وواجباتها وأساليب عملها، من حيث تحديثها لتواكب عصرها، وتحمل أعباء المرحلة القادمة من المسؤولية الأمنية، وإدامة السكنية والاستقرار الذي تتعم بها الإمارة منذ نشأتها، وتعد إدارة العلاقات العامة والإعلام بقيادة شرطة الشارقة هي المسؤولة عن أنشطة الاتصال في القيادة العامة بحكم تخصصها الوظيفي، فقد وقع عليها الاختيار لتكون عينة الدراسة⁽⁶⁰⁾.

2 - عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث عن طريق المسح الشامل للعاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة وذلك لمحدودية عدد العاملين فيها، فكان لا بد للباحث أن يمسح جميع العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام البالغ عددهم (20) مبحوثاً، وبقياس النسبة والتناسب للعاملين مقارنةً بالمجتمع الكلي، تبين أن نسبة العينة تساوي 100% من المجتمع الكلي، وهو أدعى لصحة النتائج.

3 - الإجراءات الميدانية:

أ - تصميم استبانة البحث: تعد استمارة الاستبانة من أهم طرائق جمع البيانات، وتهدف إلى جمع البيانات من الأفراد (المبحوثين)، خلال فترة زمنية محددة، وهي بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي يهدف الباحث لدراستها⁽⁶¹⁾، وتعتبر شبكات الاتصال الرقمية من الأساليب المستحدثة في جمع البيانات، إذ تم توظيف البريد الإلكتروني في استقصاء البيانات والمعلومات وهذه الأساليب أصبحت بديلاً علمياً ومنهجياً من الأساليب الورقية في جمع البيانات⁽⁶²⁾.

وأعد الباحث استمارة استبانة للأفراد (المبحوثين) من العاملين في العلاقات العامة

والإعلام بقيادة شرطة الشارقة، للتعرف إلى مدى استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الرقمية في تقديم الخدمات للجمهور (المتعاملين) عبر تلك المؤسسة من خلال موقعها على شبكة الإنترنت، ومدى تلبية هذه الخدمات لاحتياجاتهم، والصورة الذهنية المكونة لديهم عن المؤسسة بعد استخدامهم موقعها الإلكتروني، وكذلك مدى تحقيق هذا النمط الاتصالي اتصالاً فعالاً ومتوازناً بين الطرفين وأيضاً تحقيق التغذية العكسية.

ب- **المقابلة الشخصية:** استخدم الباحث أسلوب المقابلات المقننة أو الموجهة، وهي (المقابلات ذات الإجراءات والخطوات والأسئلة المحددة مسبقاً، التي لا يسمح فيها للقائم بالمقابلة بالخروج على الحدود المرسومة، فالأسئلة تحدد مقدماً، وتوجه لكل مباحث بالصيغة نفسها والترتيب الموجود في استمارة المقابلة ذاتها، وعادة ما تستخدم الأسئلة ذات النهايات المغلقة، وإذا ما استخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة فستكون لأغراض الاستيضاح، أو معرفة الأسباب والدوافع، وأهم ما يميز المقابلات المقننة أو الموجهة سهولة حصر المعلومات وتحليلها)⁽⁶³⁾.

77

وأجرى الباحث في زيارته الميدانية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بقيادة شرطة الشارقة مقابلات شخصية مع عدد من مسؤوليهم للتعرف على المزيد من المعلومات حول موقعهم الإلكتروني ومهامهم وآرائهم بخصوص مدى إسهام تكنولوجيا الاتصال الرقمية في مؤسستهم في تقديم الخدمات المتقدمة والمتطورة التي تقدمها لجمهور المتعاملين معهم لتلبية احتياجاتهم الحياتية، وبناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لديهم، ومعرفة الصلاحيات الممنوحة لممارسي العلاقات العامة والإعلام لأداء مهماتهم واتصالهم بالجمهور الخارجي عبر موقع المؤسسة على شبكة الإنترنت.

ت- **اختبار الصدق الظاهري للاستبانة:** تم تطبيق مقياس الصدق على استمارة الاستبانة من خلال مراجعتها مع مسؤولي إدارة العلاقات العامة والإعلام بقيادة شرطة الشارقة، وتم تعديل استمارة الاستبيان وفقاً لإرشاداتهم فضلاً عن الاستعانة ببعض أساتذة الاختصاص في هذا المجال^(*).

(*) الأساتذة الذين تم عرض استمارة الاستبانة عليهم هم:

- أ. م. د. د. عبود داود، كلية الإعلام، جامعة الفجيرة.

ث- اختبار الثبات: يعرف مفهوم الثبات بأنه الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على العينة نفسها وفي المواقف والظروف ذاتها⁽⁶⁴⁾، وللتأكد من صحة استمارة الاستبانة قام الباحث باستخدام أسلوب إعادة الاختبار على العينة نفسها بنسبة 10 % من العينة بعد أسبوع على الاختبار السابق، ومن ثم حساب قيمة الثبات بين نتائج الاختبارين. ويُعد المقياس أو الأداة ثابتين إذا كان اختلاف النتائج بسيطاً أو ارتفع معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين⁽⁶⁵⁾.

ج - تطبيق الاستبانة على العينة: قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة عشوائية من العاملين في قسم العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة بوجه خاص، حيث تم توزيع (20) استمارة على العاملين بمجال العلاقات العامة والإعلام، أي أن نسبة الاستمارات التي تمت الإجابة عليها بلغت 100 % من إجمالي الاستمارات التي تم توزيعها.

واعتمد الباحث على الاستبانة من أجل التعرف على مدى أهمية استخدام جهاز العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة والتقنية المتطورة في تعزيز تقديم الخدمات الإلكترونية المختلفة في مجالات الحياة للمتعاملين معها، إضافة إلى تعزيز الصورة الذهنية عن هذه المؤسسة لدى الجمهور الخارجي والداخلي، وأيضاً العلاقة التطورية بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في مجال العلاقات العامة والإعلام بشكل عام.

4 - الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

● بعد جمع بيانات الدراسة في استمارة الاستبانة تم إدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم تمت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss)^(*)، باللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية:

- أ. م. د. شيماء سالم السيد، كلية الإعلام، جامعة عجمان.
 - د. يوسف محمد شراب، مركز استشراف المستقبل ودعم اتخاذ القرار، شرطة دبي، حكومة دبي.
 - أ. م. د. مصطفى حميد كاظم الطائي، كلية الإعلام، جامعة عجمان.
 - أ. م. د. ماجدة خلف الله، قسم الاجتماع، كلية الإعلام، جامعة العلوم والتقنية في الفجيرة.
- (*) برنامج spss أو (statistical for social sciences) الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية وهو عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها ويستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على =

- الوزن المثوي الذي يحسب من المعادلة التالية:
 - التكرارات البسيطة والنسب المثوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. الوزن المرجح الذي يحسب بضرب بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، وحساب النسب المثوية لبنود السؤال كلها.
- (الوزن المثوي - المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة المرجحة، وحساب النسب المثوية لبنود السؤال كلها. - معامل ارتباط (بيرسن) لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين ومتوسط ما بين (0,30 و 0,70)، وقوية إذا زادت على (0,70)، ونظراً لتضخم صفحات البحث اكتفى الباحث باستخلاص النتائج وتضمينها البحث وعدم تضمين الجداول الميدانية.

8 - نتائج البحث الميدانية:

وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصل إليها البحث الميداني:

- أ - هناك تفوق واضح لمستخدمي التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة من الإناث بنسبة 60% إلى نسبة 40% للذكور.
- ب- إن غالبية العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة من مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الحديثة هم من الحاصلين على درجات علمية جامعية من إجمالي العينة بنسبة 85%.
- ت- أن غالبية ممارسي تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة من الذين أمضوا (سنة إلى أكثر من خمس سنوات) في هذا المجال بلغت نسبتهم 75% من مجموع أفراد العينة.
- ث- أظهرت نتائج البحث أن نسبة 85% من أفراد عينة البحث يعتقدون بأهمية تكنولوجيا

= العديد من البيانات الرقمية، ولا يقتصر على البحوث الاجتماعية فقط بالرغم من أنه أنشئ أصلاً لهذا الغرض، ولكن اشتماله على معظم الاختبارات الإحصائية (تقريباً) وقدرته الفائقة في معالجة البيانات وتوافقه مع معظم البيانات وتوافقه مع معظم البرمجيات المشهورة جعل منه أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية.

- الاتصال الحديثة كتقنية متطورة في مجال العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة، وإنها ضرورة من ضروريات الحياة العصرية.
- ج - بينت النتائج أن من أهم أهداف استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة كتقنية حديثة أنه أدى إلى تحسين آليات الاتصال مع المتعاملين (الجمهور) بنسبة 90%.
- ح - أظهرت النتائج أن نسبة 90% من العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الأنشطة الاتصالية بقيادة شرطة الشارقة.
- خ - أكد غالبية عينة البحث أن هناك مميزات وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة كتقنية في مجال العلاقات والإعلام أهمها أنها تعتبر رصيماً غنياً بالمعلومات سهلت ومكنت من تقديم خدمات سريعة وسهلة وحديثة وقليلة التكلفة للمتعاملين معها من الجمهور.
- ح - أوضحت النتائج الميدانية إن نسبة 88% من عينة البحث يؤكدون على وجود أجهزة متخصصة ومتطورة لإدارة أنشطة العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة.
- د - أكد 85% من المبحوثين في العينة أن الوضع الاقتصادي للقيادة العامة والإعلام لشرطة الشارقة قادر على مواكبة وتوفير خدمة التقنية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وملحقاتها.
- ذ - أشار 90% من المبحوثين أن الأوضاع الاقتصادية المستقرة لدولة الإمارات العربية المتحدة مكنت كل مؤسساته ومنها مؤسسات الشارقة من مواكبة استخدام التكنولوجيا الحديثة المتطورة في تقديم خدماتها للجمهور في المجالات الحياتية كافة.
- ر - أكد 90% من أفراد العينة وجود موقع إلكتروني للقيادة العامة لشرطة الشارقة على شبكة الإنترنت، بهدف توفير قنوات تواصل الكترونية مختلفة مع المتعاملين، وللوقوف على آرائهم ومقترحاتهم، إيماناً منها بأن ذلك يسهم في رفع مستوى رضا المتعاملين وتحسين جودة الخدمات المقدمة لهم لتحقيق سعادتهم.
- س- أظهرت نتائج البحث أن 89% من المبحوثين يعتقدون أن أهم محتويات مواقعها الإلكترونية ركزت على التعريف بالخدمات والأنشطة والمشاريع المتعلقة بالقيادة العامة لشرطة الشارقة وجهازها الإعلامي.

ش- تمكنت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من الوصول إلى قطاعات جديدة من المتعاملين، أكد ذلك 83 % من إجمالي عينة البحث، تليها نقل رسائل وبيانات العلاقات العامة والإعلام إلى الوسائل الإعلامية.

ص- توصل البحث إلى أن 90 % من أفراد عينة البحث يرون أن هناك تأثيرات إيجابية مرتبطة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام.

ض- تبين من نتائج الدراسة أن 81 % من عينة المبحوثين يعتقدون بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة اتسمت بالدقة والسرعة في إنجاز الأعمال والأنشطة الاتصالية المتعلقة بالعلاقات العامة.

ط - أكدت 87 % من عينة البحث ممن هم يعملون في العلاقات العامة والإعلام أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالهم ترك تأثيراً إيجابياً على أدائهم بنسبة 78 %.

ظ - أوضح 89 % من المبحوثين في العينة أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أدت إلى أن يكون جهاز العلاقات العامة والإعلام بقيادة شرطة الشارقة أكثر فعالية وكفاءة من الفترات السابقة.

9 - التوصيات:

في ضوء نتائج البحث الميدانية يرى الباحث ضرورة وضع بعض التوصيات التي يمكن أن تساهم في الاستفادة منها في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة كتقنية متطورة في مجال العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية وخاصة القيادة العامة لشرطة الشارقة أهمها:

- 1- الحرص على رفع المستوى الإداري لإدارات العلاقات العامة والإعلام والاهتمام بوضع العلاقات العامة في مرتبة قريبة جداً من قمة سلم الهرم الوظيفي في المؤسسات.
- 2- الاهتمام بتقنيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسيلة العصر الحديثة والاستفادة من خدماتها في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- 3- توفير بيئة تكنولوجية اتصالية حديثة في عمل المؤسسات من خلال إتاحة كل الإمكانيات التي تملكها لاعتماد استخدامها في مجال العلاقات العامة في مجالات أخرى.
- 4- العمل على إعداد خطط استراتيجية حديثة لمواكبة التطور في التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن أهمها تقنية الإنترنت الحديثة.

- 5- زيادة عدد ونوعية الدورات التدريبية لإدارات العلاقات العامة والإعلام في استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة والاستفادة من تطبيقاته المختلفة في العمل اليومي.
- 6- مواجهة المشكلات الفنية والتقنية التي تقف أمام إدارات العلاقات العامة أثناء استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- 7- إتاحة استخدام التكنولوجيا الحديثة بحرية تامة في الأنشطة الاتصالية في مجال العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات عامة.
- 8- تطوير المواقع الإلكترونية للمؤسسات بحيث تكون الواجهة الرئيسية لها على الإنترنت تمارس فيه كل الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة والإعلام.
- 9- العمل على وضع معايير محددة لإدارة العلاقات العامة والإعلام في كيفية استثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتخدم الأداء الاتصالي للمؤسسات بما يتوافق ومهام العلاقات العامة ووظائفها.
- 10- كشفت مضامين ونتائج البحث عن أهم العوامل لدى المتعاملين (الجمهور)، مع الخدمات التكنولوجية الاتصالية الحديثة المقدمة من قبل الموقع الإلكتروني للعلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة الخاصة بحياتهم اليومية أن نسبة 99% منهم (الجمهور) يشعرون بالأمان في إمارة الشارقة مقابل هذه الخدمات المختلفة.
- 11- كما كشفت مضامين البحث من خلال معلوماته ونتائجه أن نسبة 95% من المتعاملين (من الجمهور) ممن يتلقون خدمات الموقع الإلكتروني للعلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة يشعرون بالسعادة مقابل هذه الخدمات الاتصالية التكنولوجية الحديثة المقدمة لهم.

الخاتمة :

لاشك أن التطور الحاصل في تقنية المعلومات وأجهزة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة أوجد نمطاً جديداً للتواصل البشري على كافة المستويات، كما أصبحت وسائل التكنولوجيا الحديثة إحدى سمات المجتمعات الحديثة العصرية، لارتباطها ارتباطاً وثيقاً بها، وأصبحت البيانات الإحصائية وحقائق الأرقام الخاصة بالدول المتحضرة والمتقدمة تقاس بمؤشرات توفر واستخدام هذه الوسائل،

ومدى توفر هذه الوسائل لاستخدام الأفراد والمؤسسات كافة. ومن خلال هذه الدراسة اتضح لنا أيضاً أن أجهزة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي دوراً حيوياً في وقتنا الحاضر لدى إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات، ومدى تأثيرها على أساليب وطرق الخدمات المقدمة إلى المتعاملين من الجمهور معها، وبالتالي انعكاسها على حياتهم اليومية بشكل أفضل وأسرع وأسهل. خلاصة القول أن العلاقات العامة والتكنولوجيا الحديثة يمثلان اليوم مجالين مهمين في العمل الإعلامي، لذا ينبغي التعمق في دراستهما، والتعرف على الوسائل الإعلامية والاتصالية المناسبة للتأثير فيهما. وعلى ضوء تلك الظاهرة سعت هذه الدراسة إلى اختيار جهاز العلاقات العامة والإعلام في القيادة العامة لشرطة الشارقة كنموذج للمؤسسات الحكومية الأخرى، ووضعت لها عدة تساؤلات تتعلق بدوافع استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام بالقيادة العامة لشرطة الشارقة، والتأثيرات التي أحدثتها على مستوى الخدمات المتطورة المقدمة للمتعاملين من (الجمهور) من خلال الاستخدامات المتعددة لوسائلها المتنوعة. وتصف واقع هذه التكنولوجيا ووسائلها المستخدمة، وكذلك واقع الاستفادة منها وصفاً دقيقاً وموضوعياً.

المراجع والمصادر العربية والأجنبية :

- 1 - Gyames, Linshu Fang (2002),» the internet audience: Web use as mass Behavior, < Journal of Broadcasting and electronic Media , Marh, Vol. 46, p.1 - 22.
- (2) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الأردن - عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 2011، ص 125.
- (3) عبدالرزاق الدليمي، الصحافة الإلكترونية والثورة الرقمية، الأردن - عمان، دار الثقافة، 2011، ص 78.
- (4) Springston, Jeffrey.2001.public Relations and New Media Technology: The Impact of the Internet, in public Relations Handbook, ed, Robert Heath (Newbury,park, CA: Sage).
- (5) د. هيثم عبد الرحمن السامرائي، مجلة شؤون اجتماعية، جمعية الاجتماعيين، الشارقة - الإمارات العربية المتحدة، العدد 142، السنة 2019، ص 155.
- (6) د. مي الخاجي، استخدام شبكات الإنترنت في مجال العلاقات العامة، مؤتمر ثورة الاتصالات والمجتمع الخليجي - الواقع والطموح، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس - مسقط، سلطنة عُمان، 22 - 24 نيسان/ أبريل 2002.
- (7) Springston, Jeffrey. 2001. Public Relations and New Media Technology: The Impact of the Internet, in public Relations Handbook, ed. Robert Heath (Newbury park, CA:Sage)
- (8) Jo,S. and Jung, J. 2005. A Cross - Cultural Study of the World Wide Web and Public Relation,Corporate Communication: An International Journal,10 (1),24 - 40.

- (9) د. عبد الرزاق الشبخلي، د. فخري جاسم سلمان، فضيلة صادق زلزلة، العلاقات العامة، مصدر سبق ذكره، ص 31.
- (10) د. عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، ص 9 - 10.
- (11) Diane, Stone, 2004 'Transfer Agents and Global Networks the in' Transnationalisation' of policy', Journal of European publicity.
- (12) هبة شاهين، نظريات الاتصال، القاهرة، 2008، ص 67.
- (13) د. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، الأردن - عمان، 2016، ص 147.
- (14) حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، 2007، ص 377.
- (15) د. عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في المجال الدولي، دار اليازوري، الأردن - عمان، 2015، ص 187.
- (16) د. عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات، دار اليازوري، الأردن - عمان، 2015، ص 169.
- (17) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 53.
- (18) <https://www.thaqfya.com/uses-fiber-optics/#lwptoc>
- (19) د. حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، ط 3، القاهرة، 2003، ص 42.
- (20) د. محسن علي عطية، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 25 - 26.
- (21) Bernt D. Ruben. "Communication and Human Behavior", New York: Mac Mill publishing Company, 1984, p.213.
- (22) د. عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، الأفاق المشرقة ناشرون، ط 1، عمان، 2011، ص 22.
- (23) د. محمد محمد الهاري، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 32.
- (24) د. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات في عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 184، إبريل / نيسان 1994، ص 71 - 72.
- (25) د. سعد لبيب مكاوي، مدخل لدراسات الاختراق الإعلامي في المنطقة العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، معهد البحوث والدراسات، ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي، من 23 - 24 نوفمبر 1996، ص 44 - 48.
- (26) محمد تيمور و محمد علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط 1، القاهرة، دار الشروق، 1997، ص 177.

- (27) عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص 56.
- (28) كمال قابيل محمد، المعالجة الصحفية للأحداث الخارجية في الصحافة المصرية والفرنسية، دراسة مقارنة بين الأهرام واللوموند من 1985 - 1992، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص 29 - 30.
- (29) د. شريف درويش اللبان، المخاطر الصحية والبيئية لتكنولوجيا الصحافة، دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية العالمية والمصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن، يناير 198، ص 28.
- (30) توماس ج بيرك و ماكسويل ليمان، تقنيات الاتصالات وتدفق المعلومات السعودية، ترجمة حشمت محمد علي قاسم، الرياض، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، 1993، ص 182 - 185.
- (31) محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية، سلسلة محاضرات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 1997، ص 20.
- (32) د. عبد الملك الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دراسة مسحية لمعرفة استخدامها في مجال الإعلام، ط1، صنعاء، مركز عبادي للدراسات والنشر، 2000، ص 171.
- (33) د نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص 32.
- (34) محمد تيمور و محمد علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، مصدر سابق، ص 204.
- (35) شريف اللبان، أخلاقيات المعلومات في العصر الإلكتروني - رؤية مستقبلية للجوانب الأخلاقية للمعلومات في الوطن العربي، دراسة مقدمة إلى مؤتمر الإعلام العربي ومواجهة متغيرات الأنظمة الثالثة، مصدر البحوث والدراسات العربية، أبريل 2000، ص 605.
- (36) ندى الساعي، استخدام شبكات المعلومات وأثرها على معدلات التعرض للتلفزيون، دراسة تطبيقية على مستخدمي خدمة الشبكة الكونية للمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997، ص 28 - 29.
- (37) د. حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، مصدر سابق، ص 250.
- (38) المصدر نفسه، ص 266 - 267.
- (39) شريف اللبان، أخلاقيات المعلومات في العصر الإلكتروني - رؤية مستقبلية للجوانب الأخلاقية للمعلومات في الوطن العربي، مصدر سابق، ص 1.
- (40) المصدر نفسه، ص 12 - 21 - 24.
- (41) محمد تيمور و محمد علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، مصدر سابق، ص 202.
- (42) جوزيان جوال و سيلفي كوداري، تقنيات الاتصال الحديثة - توجهات وبحوث، ترجمة صالحة العسلي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1993، ص 58.
- (43) د. حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص 47.

- (44) Hariess, James D” Mass Communication An Introductory Survey”. (USA: WM.C. Brown Public - shers, 1985), P.P561.
- (45) محمد تيمور و محمد علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، مصدر سابق، ص 8.
- (46) د. عبد الباسط عبد الوهاب الحطامي، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، مصدر سابق، ص 252.
- (47) محمد تيمور و محمد علم الدين، المصدر السابق، ص 204 - 208.
- (48) ليلي عبد الحميد، السياسات الإعلامية وأثرها في الثقافة والعلوم، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والعلوم، الكويت، العدد الأول والثاني ديسمبر 1994، ص 69.
- (49) د نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص 99.
- (50) مؤنس طيبي، العالم يتحول إلى قرية صغيرة ، الرسالة (بيت بيرل) ، 1997، ص 18.
- (51) د. محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، النبا، ط2، 2012، ص 186 - 187.
- (52) محمد البادي، ثورة تكنولوجيا الاتصالات ومشكلة الجماهير في العلاقات العامة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 66، يناير 1992، القاهرة، ص 62 - 63.
- (53) R.L. Heath , Handbook of public Relations (London , UK: Sage publications , 2001) , p.583.
- (54) د. عبد المجيد عمراني، نحو منظور جديد لتدعيم العلاقات العامة في ظل العولمة، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، مايو 2004، ص 15.
- (55) د. محمد الأمين موسى، مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، مايو 2004، ص 4.
- (56) محمد البادي، ثورة تكنولوجيا الاتصالات ومشكلة الجماهير في العلاقات العامة، مصدر سبق ذكره، ص 64.
- (57) R.L. Heath , Handbook of public Relations (London , UK: Sage publications , 2001) , p.583
- (58) د. عبد المجيد عمراني، نحو منظور جديد لتدعيم العلاقات العامة في ظل العولمة، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، مايو 2004، ص 15.
- (59) د. محمد الأمين موسى، مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، مايو 2004، ص 4.
- (60) محمد البادي، ثورة تكنولوجيا الاتصالات ومشكلة الجماهير في العلاقات العامة، مصدر سبق ذكره، ص 64.
- (61) مواقع القيادة العامة لشرطة الشارقة الإلكتروني على شبكة الإنترنت:
- <https://www.instagram.com/shjpolice/> - <https://www.shjpolice.gov.ae/>

- <https://twitter.com/shjpolice?lang=ar> - <https://ar-ar.facebook.com/ShjPolice/>
- (62) د. سامي طابع، بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص167.
- (63) د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مكتب عالم الكتب، القاهرة، 2005، صص 358 - 359.
- (64) المصدر السابق نفسه، ص397.
- (65) د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000 ص 419.
- 420

The Use of digital Communication Technology in Public Relations Government Institutions

(An analytical study of the Sharjah Police Headquarter as a Model)

DR.SHABAN HASAN HAMADA ALNASIRI •

Abstract

This research aims to identify the trends of public relations practitioners and the standards of their management towards the use of modern communication technology in the field of public relations and information in the leadership of Sharjah Police and its implications for the best services provided to customers from the public, by tracking the factors affecting the use of this technology in the field of public relations, which were represented in the internal factors, technical and technical factors, and organizational factors operating within the framework of public relations and media management, as well as explaining the effects associated with the use of this modern technology in its field of work, as well as identifying the trends of relationship management The public is about using modern communication technology in their field of work as a modern communication technology.

It also aims with its content to introduce the relationship between modern communication technology and its important role in the field of public relations in general through its functions and activities, which were addressed by the four research pillars, which clarify the concept of technology and public relations and what it is.

The author relied on the methodology of preparing this research an integrated perspective that clarifies the reality of the use of modern communication technology in the field of public relations and information, and the factors affecting this use in one of the governmental institutions of the Emirate of Sharjah in the United Arab Emirates (a model of public relations and media in the General Command of Sharjah Police) with what it contributes to Enrich this field, temporarily and in the future.

The contents and results of the research revealed the most important factors among customers (the public), along with modern communication technology services provided by the website of public relations and information in the General Command of Sharjah Police for their daily life that 99 % of them (the public) feel safe in the Emirate of Sharjah in exchange for these services Different.

The contents of the research also revealed, through its information and results, that 95 % of customers (from the public) with the services of the website of public relations and media in the General Command of Sharjah Police feel happy in return for these modern technological communication services provided to them.

- ALqasimia University - College of Communication mass, UAE.