



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
معهد العلمين للدراسات العليا
قسم الإعلام

دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الإلكتروني

رسالة تقدم بها الطالب
عبد الحميد ميثم نعمة الخطيب

إلى مجلس معهد العلمين للدراسات العليا
وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

بإشراف
أ.د. محمد عبد حسن العامري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَكَذَلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ يَتَّبِعُونَ مِنْهَا
حَيْثُ يَشَاءُ نُصِيبُ بِرَحْمَتِنَا مَنْ نَشَاءُ وَلَا
نُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ

صدق الله العظيم

سورة يوسف، الآية: ٥٦

اقرار المشرف

أشهد أن إعداد الرسالة الموسومة بـ (دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الالكتروني) المقدمة من الطالب (عبد الحميد ميثم نعمة الخطيب) قد جرت بإشرافي في قسم الإعلام، معهد العلمين للدراسات العليا وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام وأوصي بمناقشتها

أ.د. محمد عبد حسن العامري

المشرف

التاريخ / / ٢٠٢٦

بناء التوصيات المتوافرة أرشح هذه الرسالة للمناقشة .

أ. د. احمد عبدالمجيد

رئيس قسم الإعلام

التاريخ / / ٢٠٢٦

اقرار المقوم الغوي

إشارة الى كتابكم ذي العدد (أ.ح. ٤٥١) بتاريخ (٢٠٢٦/٥/٢٠) نودّ إعلامكم أنّه تمّ تقويم رسالة الماجستير للطالب (عبد الحميد ميثم نعمة) الموسومة: ((دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الالكتروني)) لغوياً، وقد ثبتت التصويبات على الرسالة، وأخذ الباحث بها؛ لذا أرسحها للمناقشة.

 الامضاء:

اللقب العلمي: أستاذ دكتور

الاسم: حيدر كريم كاظم الجمالي

العنوان: جامعة الكوفة – كلية التربية الاساسية

التاريخ: ٢٠٢٦ / ٥ / ٢٤

إقرار الخبير العلمي الأول

أشهد ان هذه الرسالة الموسومة بـ (دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الالكتروني) لطالب الماجستير (عبد الحميد ميثم نعمة الخطيب) قد جرى تقييمها علمياً وأصبحت مؤهلة للمناقشة ولأجله وقعت.

الاسم واللقب العلمي :

التاريخ / / ٢٠٢٦

إقرار الخبير العلمي الثاني

أشهد ان هذه الرسالة الموسومة بـ (دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الالكتروني) لطالب الماجستير (عبد الحميد ميثم نعمة الخطيب) قد جرى تقييمها علمياً وأصبحت مؤهلة للمناقشة ولأجله وقعت

الاسم واللقب العلمي :

التاريخ / / ٢٠٢٦

إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن رئيس وأعضاء لجنة المناقشة بعد ان اطلعنا على رسالة الماجستير للطالب
(عبد الحميد ميثم نعمة) الموسومة (دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء
إجراءات الدفع الالكتروني) وقد ناقشنا الطالب في محتوياتها وفيما له علاقة بها ونجد
إنها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في الاعلام
وبتقدير () .



التوقيع . أ. د

اللقب العلمي : أ. د

الاسم : ايثار طارق خليل

التاريخ: / / ٢٠٢٦

عضوا

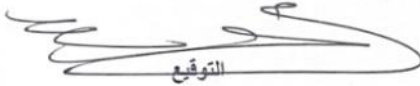


اللقب العلمي: أ. د

الاسم : سعد كاظم حسن

التاريخ / / ٢٠٢٦

عضوا

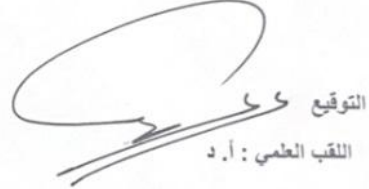


اللقب العلمي : أ. د

الاسم: عبد المحسن سلمان خضير

التاريخ ٢٠٢٦ / ٧ /

رئيسا



اللقب العلمي : أ. د

الاسم : محمد عبد حسن

التاريخ : / / ٢٠٢٦

عضواً ومشرفاً

صادق مجلس معهد العلمين للدراسات العليا على قرار لجنة مناقشة الرسالة بجلسته المرقمة () المفتوحة
بتاريخ / / ٢٠٢٦

أ.د. زيد عدنان محسن العكيلي

عميد معهد العلمين للدراسات العليا

/ / ٢٠٢٦ م

إهداء

قال رسول الله محمد (ﷺ):

" إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ: إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ "

إلى الأرواح الطاهرة التي غادرتنا . .

- غيبهم الموت عن ناظري، ولم يغيبوا عن قلبي . .

إلى روح عمي الحاج إياد نعمة الخطيب، وروح جدتي العزيزة

أهديكم ثمرة جهدي الأكاديمي في هذه الرسالة، وفاءً
لذكراكم، سائلًا الله أن يجعل هذا الجهد وما يُنتفع به من
علمٍ في ميزان حسناتكم



الباحث

شكر و امتنان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبفضله وتوفيقه تذلل الصعاب، فله الحمد أولاً وآخراً
على تيسيره لي إتمام هذا الجهد المتواضع، وما توفيقه إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب، والصلاة
والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

أتقدم بوافر الشكر و الامتنان والتقدير

إلى مشرفي الفاضل الأستاذ الدكتور محمد عبد حسن العامري، الذي زادني بفيض علمه وسعة
صدره، وثقته بي وكان لي نعم الموجه والسند طيلة مراحل الدراسة، فجزاه الله خير الجزاء
إلى عائلتي الكريمة، إلى منبع العطاء والدعاء الصادق، الذين كانوا لي الدافع المستمر لتجاوز كل
عقبة

إلى أصدقائي الأوفياء، الذين شاركوني عناء هذا الطريق وساندوني بكلماتهم الصادقة
إلى أساتذتي الأفاضل، الذين اكتسبت من علمهم وخبراتهم
إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة المحترمون لتفضلهم بقبول تقويم هذه الرسالة، سائلين المولى عز
وجل أن يجعل هذا العمل نافعاً ومنازاً في ميدان البحث العلمي.

الباحث

المستخلص

دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الإلكتروني

رسالة ماجستير/ معهد العلمين للدراسات العليا، قسم الإعلام ٢٠٢٦م

الطالب: عبد الحميد ميثم نعمة الخطيب

المشرف: أ.د. محمد عبد حسن العامري

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور بإزاء إجراءات الدفع الإلكتروني، من خلال قياس تأثير الأنشطة الاتصالية والتوعوية في رفع مستوى الوعي والثقة لدى الجمهور. اعتمد البحث على المنهج الوصفي بأسلوب المسح، لما يوفره من إمكانية وصف الظاهرة وتحليلها بصورة علمية، حيث تم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان، تكون مجتمع البحث من جمهور مدينة بغداد (الكرخ، الرصافة، الصدر الأولى، الكاظمية) ممن تبلغ أعمارهم ١٨ سنة فأكثر، وتم اختيار عينة متعددة المراحل (العنقودية) بالاستناد إلى بيانات وزارة التخطيط لعام ٢٠٢٤، إذ بلغ حجم العينة (٤٥٢) استمارة، خضعت منها (٤٤٠) استمارة للتحليل الإحصائي بعد استبعاد غير الصالح منها، أظهرت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة تسهم في تعزيز إدراك الجمهور لأمان وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع النقدي، كما تبين أن العوامل العملية مثل السهولة والسرعة والأمان هي الأكثر تأثيراً في تبني هذه الوسائل، في حين تؤدي الحملات التوعوية دوراً داعماً، ويؤكد البحث أهمية تكامل الجهود الاتصالية مع تحسين تجربة الاستخدام لتعزيز انتشار الدفع الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الاتجاه، الدفع الإلكتروني

المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	إقرار المشرف
ج	إقرار الخبير اللغوي
د	إقرار الخبير العلمي الأول
هـ	إقرار الخبير العلمي الثاني
و	إقرار لجنة المناقشة
ز	الإهداء
ح	شكر وامتنان
ط	المستخلص
ي-ن	المحتويات
٢-١	مقدمة
٣٨-٣	الفصل الأول الاطار المنهجي للبحث
٣	أولاً: مشكلة البحث
٤	ثانياً: أهمية البحث
٥	ثالثاً: أهداف البحث
٥	رابعاً: فرضيات البحث
٦	خامساً: نوع البحث ومنهجه
٧	سادساً: مجتمع البحث وعينته
١١	سابعاً: أدوات البحث
١٣	ثامناً: الصدق والثبات

١٦	تاسعاً: مجالات البحث
١٧	عاشراً: تحديد مفاهيم ومصطلحات البحث
١٩	الحادي عشر: النظرية الموجهة للبحث
٢٢	الثاني عشر: دراسات سابقة
٨١-٣٩	الفصل الثاني العلاقات العامة والتحول الرقمي
٦٠-٤٠	المبحث الأول: الاتصال والعلاقات العامة - الجذور النظرية والتحول الرقمي
٦٩-٦١	المبحث الثاني: الإعلان - المفاهيم والتأثيرات المستخدمة في عمل العلاقات العامة
٨١-٧٠	المبحث الثالث: الجمهور - محددات تشكيله والياته
١١٤-٨٢	الفصل الثالث إجراءات الدفع الإلكتروني في العراق
١٠٠-٨٤	المبحث الأول: الاطار المفاهيمي والتقني للتحول الرقمي وتطبيقاته في التجارة والدفع الإلكتروني
١١٤-١٠١	المبحث الثاني: واقع إجراءات الدفع الإلكتروني في العراق
١١٥-١٥٨	الفصل الرابع اتجاهات الجمهور بإزاء إجراءات الدفع الإلكتروني في العراق (الدراسة الميدانية)
١١٥	أولاً: تحليل جداول الدراسة الميدانية
١٣٩	ثانياً: فرضيات البحث
١٥٠	ثالثاً: نتائج البحث
١٥٥	رابعاً: الاستنتاجات
١٥٧	خامساً: المقترحات
١٧٣-١٥٩	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول	ت
١٢	محاور الاستبيان	١
١٤	الصدق الظاهري للخبراء لاستمارة الاستبيان	٢
١٥	قيم معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس دور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور إزاء إجراءات الدفع الإلكتروني	٣
١١١	مزودي خدمات الدفع الإلكتروني المرخصين من البنك المركزي العراقي	٤
١١٥	توزيع المبحوثين حسب الجنس	٥
١١٥	توزيع المبحوثين حسب العمر	٦
١١٦	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	٧
١١٧	توزيع المبحوثين حسب المهنة	٨
١١٨	مدى امتلاك أو استخدام المبحوثين لأحد وسائل الدفع الإلكتروني (مستر كارد / فيزا / محفظة إلكترونية "الدفع عبر الهاتف" / تحويل بنكي)	٩
١١٩	أسباب عدم امتلاك أو استخدام أحد وسائل الدفع الإلكتروني (مستر كارد / فيزا / محفظة إلكترونية "الدفع عبر الهاتف" / تحويل بنكي)	١٠
١٢٠	مدى معرفة المبحوثين بإجراءات الدفع الإلكتروني	١١
١٢١	مدى تعامل المبحوثين في عملية الدفع الإلكتروني	١٢
١٢٢	وسائل الدفع الإلكتروني التي يستخدمها المبحوثين غالباً	١٣
١٢٤	رؤية المبحوثين أن المعلومات التي تقدمها المؤسسات عبر العلاقات العامة تساعدك على فهم خدمات الدفع الإلكتروني	١٤
١٢٥	تقييم المبحوثين لدور الحملات الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في تعريفك بإجراءات الدفع الإلكتروني	١٥
١٢٦	نوع أساليب العلاقات العامة التي تراها أكثر تأثيراً في تعزيز اتجاهاتك نحو الدفع الإلكتروني	١٦
١٢٨	مدى شعور المبحوثين بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في ضوء ما تقدمه أنشطة العلاقات العامة من توعية وتواصل	١٧
١٢٩	مدى اسهام أنشطة العلاقات العامة في تعزيز إدراك المبحوثين لأمان وسائل الدفع	١٨

	الإلكتروني مقارنة بالدفع النقدي	
١٣٠	أبرز العوامل التي تسهم، ولا سيما من خلال أنشطة العلاقات العامة والتوعية الإعلامية في تشجيع المبحوثين على زيادة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	١٩
١٣٢	دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور نحو استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	٢٠
١٣٧	تحديات دور العلاقات العامة في تعزيز التعامل بالدفع الإلكتروني	٢١
١٣٩	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين فئات العمر	٢٢
١٤٠	يوضح اختبار LSD للمقارنات الثنائية للفئات الخاصة	٢٣
١٤١	العلاقة بين مدى معرفة المبحوثين بإجراءات الدفع الإلكتروني ومستوى تعاملهم مع وسائل الدفع الإلكتروني.	٢٤
١٤٣	العلاقة بين معرفة المبحوثين بإجراءات الدفع الإلكتروني ورؤيتهم إلى أن المعلومات التي تقدمها المؤسسات عبر العلاقات العامة تساعدهم على فهم خدمات الدفع الإلكتروني	٢٥
١٤٤	العلاقة بين تقييم المبحوثين لدور الحملات الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي ورؤيتهم لدور المعلومات المقدمة عبر العلاقات العامة في فهم خدمات الدفع الإلكتروني	٢٦
١٤٥	العلاقة بين شعور المبحوثين بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وبين مدى مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تعزيز إدراكهم لأمان وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع النقدي	٢٧
١٤٦	العلاقة بين دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور نحو استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ومستوى شعور المبحوثين بالراحة عند استخدام هذه الوسائل	٢٨
١٤٨	العلاقة بين التحديات التي تواجه دور العلاقات العامة في تعزيز التعامل بالدفع الإلكتروني ومدى فعالية أنشطة العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور	٢٩
١٤٩	العلاقة بين دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور نحو استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ومدى تعامل المبحوثين في عملية الدفع الإلكتروني	٣٠

ثبت الاشكال

ت	الشكل	الصفحة
١	النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT)	٢١
٢	عملية الاتصال	٤٣
٣	مكونات العملية الإعلانية	٦٤
٤	مصفوفة كوبل	٨٩
٥	علاقة الاعمال الالكتروني بالمصطلحات المرادفة	٩٠

ثبت الملاحق

ت	الملاحق
١	استمارة الاستبيان
٢	عدد أجهزة الصراف الآلي في العراق
٣	عدد بطاقات الدفع الإلكتروني
٤	عدد أجهزة نقاط البيع
٥	عدد المحافظ الإلكترونية
٦	عدد النمو في الدفع الإلكتروني بواسطة الموبايل



مقدمة

مقدمة

شهدت المنظومة المالية في العالم، تحولات سريعة نحو الرقمنة ومن ضمنها العراق إذ بدأت المؤسسات المصرفية ومزودي خدمات الدفع، وعلى رأسهم الجهة الرقابية المتمثلة بالبنك المركزي العراقي، الى تبني استراتيجيات داعمة للتحويل من الاقتصاد النقدي التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي، لتعزيز الوصول للشمول المالي، وهنا يظهر دور العلاقات العامة كدافع استراتيجي لتقليص الفجوة بين إجراءات الدفع الحديثة وبين الجمهور عبر تعزيز تشكيل اتجاهاته وإدراكه لفهم مسارات التحويل الإلكتروني ولتضمن قبولها واستمراريتها في المجتمع وإظهار ما مدى محدودية الثقة في تبني إجراءات الدفع الإلكتروني لدى الجمهور العراقي، إذ يأتي هذا البحث لبحث في أبعاد إدراك وقبول الجمهور لهذه التقنيات عبر توظيف الباحث للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)

حيث تسعى العلاقات العامة بمختلف أنشطتها للتأثير في الأداء المتوقع لدى الفرد عبر فوائد الدفع الإلكتروني وتعمل على تبسيط هذه الإجراءات لتعزيز الجهد المتوقع والتأثيرات الاجتماعية المتحققة لتحفيز التبني الجماعي والتسهيلات الميسرة، التي توفرها الدولة والمؤسسات المختصة وصولاً لصياغة سلوك الجمهور ليكون عادة يومية حقيقية النية، للاستخدام بشكل طوعي، توزعت فصول البحث على النحو التالي:

الفصل الأول: تناول الإطار المنهجي متضمناً مشكلة البحث، أهمية البحث، الأهداف، فرضيات البحث، منهج البحث، مجتمع البحث وعينته، أداة البحث، الصدق والثبات، مجالات البحث (البشري، الزماني، المكاني)، وتحديد مفاهيم ومصطلحات البحث، ومن ثم النظرية الموجهة البحث وتوظيف فروضها، واستعراض الدراسات السابقة، ثم يتناول البحث الإطار النظري عبر فصلين

الفصل الثاني: تناول الجوانب النظرية عبر ثلاثة مباحث رئيسية

المبحث الأول (الاتصال والعلاقات العامة، النشأة، المفهوم، العناصر، الاتصال المؤسسي) ويبين أهمية وأهداف ووظائف العلاقات العامة، لينتقل البحث بعد ذلك إلى التحويل التقني الذي طرأ، حيث التحويل بأدوات العلاقات العامة إلى الرقمية (عوامل ظهورها والأبعاد المتحققة ثم المبادئ الأساسية وفلسفة العلاقات العامة، التفاعلية في الإعلام الإلكتروني، توظيف

الخدمات الاتصالية الرقمية، دور العلاقات العامة في تعزيز التنمية ضمن البيئة الاتصالية الرقمية)

ثم يتناول المبحث الثاني الإعلان (المفهوم، أنواعه، مكونات العملية الإعلانية، الإعلان الإلكتروني مميزاته، التحول إلى الإعلان الإلكتروني، الإعلان مقابل العلاقات العامة) ثم الانفوجرافيك وأدوات التزييف العميق

بينما يبين المبحث الثالث الجمهور ومحدداته (مفهوم الجمهور، تصنيفاته، تكوين اتجاهاته، سلوكه، أنواع جمهور العلاقات العامة) التعزيز في اتجاهاته ثم حملات العلاقات العامة وأنواعها

الفصل الثالث: يبدأ المبحث الأول منه بتناول مفهوم التحول الرقمي وأهميته (التجارة الإلكترونية، المزايا، التحديات للتجارة الإلكترونية، مفهوم الدفع الإلكتروني، الأهمية، الخصائص، الأنواع)

وينتقل المبحث الثاني بهذا الفصل ليتناول واقع إجراءات الدفع الإلكتروني في العراق بالتحديد لتشمل (الإطار القانوني والتشريعي، مكونات أنظمة الدفع، دور البنك المركزي كمسرف لهذه العمليات، الإحصائيات المبينة، التحديات الواقعة، نماذج المنصات وشركات الدفع في الأسواق العراقية)

الفصل الرابع: يتضمن تحليل جداول الدراسة الميدانية ومن ثم النتائج والاستنتاجات، لتحليل الدراسة الميدانية لدور العلاقات العامة في تعزيز اتجاهات الجمهور بإزاء إجراءات الدفع الإلكتروني، فضلاً عن الإجراءات المنهجية والاحصائية لقياس هذا الدور لدى الجمهور من خلال اداة الاستبيان، ومن ثم التعزيز بمقترحات لهذا البحث..