

(استراتيجيات العلاقات العامة فى المؤسسات الحكومية من منظور تنموى)

دراسة تطبيقية على عينة من محافظات مصر

رشا عبد المحسن سعد أحمد (*)

مقدمة :

تطورت العلاقات العامة واكتسبت اهميتها بتطور المجتمعات وظهور المؤسسات ، فأصبحت تتفاعل مع الرأى العام ؛ باستخدام الوسائل الاتصالية ، والرسائل الإقناعية ، وصياغة الاستراتيجيات والخطط التى تتلائم ومستهدفاتها المرجوة .

وتستطيع العلاقات العامة الفعّالة أن تدعم المؤسسة ، من خلال صياغة الاستراتيجيات والخطط الملائمة ، وحشد جميع الأدوات التكنولوجية والوسائل الاتصالية المباشرة وغير المباشرة ، وجمع المعلومات التى تمكنها من تحقيق أهدافها سواء العامة أو التنموية ، كما ان العلاقات العامة تستطيع من خلال صياغة الاستراتيجيات الملائمة الحفاظ على سمعة المؤسسة لدى جمهورها ما يعنى تحقيق أهدافها بشكل اسرع .

أولاً: مشكلة الدراسة

ينبع الاهتمام بالعلاقات العامة كونها الكيان الاعتبارى لأى مؤسسة ، والسبب المُساعد فى بقائها ، لأن جهاز العلاقات العامة بأى مؤسسة هو المسئول الأول عن بناء وتحسين سمعتها وتحقيق اهدافها، وينبع اختيار موضوع هذه الدراسة من اهتمام الدولة فى الوقت الحالى بالتنمية التى تسعى إلى جودة حياة المواطن المصرى ، وما يقع على عاتق العلاقات العامة من مسئوليات بالمؤسسات المنوطة بإدارة البرامج التنموية ، والاستراتيجيات التى يجب ان تصوغها لتحقيق ذلك .

ثانياً: أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى كونها محاولة لرصد هل توجد استراتيجيات تصوغها العلاقات العامة فى المؤسسات الحكومية التى تتبنى البرامج التنموية، كما تتضح الأهمية التطبيقية للدراسة فيما توفره هذه الدراسة من نتائج واستخلاصات قد يتضح منها أوجه القصور فى صياغة هذه الاستراتيجيات ، فى محاولة للوصول إلى مجموعة من التوصيات كمحاولة لتطوير أداء العلاقات

(*) هذا البحث مسئل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهى بعنوان: [استراتيجيات العلاقات العامة فى دعم برامج التنمية المستدامة (دراسة تطبيقية على وزارة التنمية المحلية وعينة من محافظات مصر)]، تحت إشراف أ.د. فوزي عبد الغنى خلاف - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.د. حمدي أحمد عمر - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.م.د. فؤادة عبد المنعم البكري - كلية الآداب - جامعة حلوان.

العامة في ظل التطور الذى تشهده الدولة فى المجال التنموى ، واتباع استراتيجيات فعّالة فى عملها لدعم برامج التنمية .

ثالثاً: أهداف الدراسة

ترتكز هذه الدراسة على هدف رئيس وهو الكشف عن وجود استراتيجيات للعلاقات العامة فى هذه المؤسسات ، و ينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية ، علي النحو التالي:

- ١- الكشف عن وجود استراتيجيات تتبناها العلاقات العامة لدعم برامج التنمية ، ومدى تطبيق فكر التخطيط الاستراتيجى .
- ٢- الكشف عن المعوقات التى تحول دون أداء جهاز العلاقات العامة لدوره بشكل فعّال ، وبالأخص فى دعم البرامج التنموية.
- ٣- محاولة لتحديد الخطط والاستراتيجيات الملائمة للعلاقات العامة لتفعيل دورها فى دعم تنفيذ برامج التنمية المستدامة.
- ٤- الكشف عن الدور الحالى الذى يقوم به جهاز العلاقات العامة فى المؤسسات محل الدراسة تجاه برامج التنمية .
- ٥- الخروج بتوصيات قد تصلح لتطبيقها علمياً وعملياً ، ويمكن تعميمها على أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بمصر.

رابعاً: تساؤلات الدراسة

قامت هذه الدراسة على العديد من التساؤلات والتي تعد الإجابة عليها تحقيقاً لأهداف الدراسة ، وهى كمايلى :

- ١- ما مدى معرفة مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال بمفهوم الاستراتيجية ، وهل توجد استراتيجيات لدعم برامج التنمية المستدامة بالأخص؟
- ٢- ما المعوقات التى تحول دون أداء جهاز العلاقات العامة لدوره بشكل فعّال ، وبالأخص فى دعم البرامج التنموية ؟
- ٣- ما الدور الحالى الذى يقوم به جهاز العلاقات العامة فى المؤسسات محل الدراسة تجاه برامج التنمية ؟
- ٤- ما مدى اهتمام القيادة العليا فى المؤسسة بجهاز العلاقات العامة ، ومدى قناعتها بأهمية دوره فى دعم البرامج التنموية ؟
- ٥- هل تقوم العلاقات العامة فى المؤسسات بصياغة الاستراتيجيات ؟

خامساً: نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد عن طريق جمع

الحقائق و تحليلها و تفسيرها لإستخلاص دلالتها و تصل عن طريق ذلك إلي إصدار تعميمات بشأن الظاهرة أو الموقف(١).
أي أنها تعني بدراسة الحقائق الراهنة لطبيعة الظاهرة المدروسة، وتسعي الباحثة من خلال هذه الدراسة إلي وصف الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة ، ووصف المشكلات التي تعانيها العلاقات العامة وتحول دون ممارستها لهذا الدور بشكل سليم .

سادساً: منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي والذي يُعرّف على أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوظف ظاهرة أو مشكلة محددة ، وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عنها ، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها، وطرق الحصول عليها " ، والتعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي يمكن اتباعها لمواجهة هذه الظاهرة (٢).

سابعاً: أدوات جمع البيانات

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة إستمارة الاستبيان (الاستقصاء) : "من خلال المقابلة المباشرة المقننة لجمع البيانات من عينة الدراسة " نظراً لما يتميز به هذا الأسلوب من جمع بيانات أكثر صدقاً و دقة" (٣) ، " و يعتبر الإستقصاء من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً في منهج المسح، وهو أسلوب يستهدف إستثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة"(٤).

هذا وقد راعت الباحثة في تصميم الإستمارة تغطية كافة أهداف الدراسة بالإضافة إلي خصائص العينة ، وتم استخدام استمارتين ، إحدهما لمسئولي العلاقات العامة ، والأخرى للمواطنين المستفيدين .

ثامناً: مجالات الدراسة

المجال البشري: تم تحديد مجتمع البحث في هذه الدراسة بمسئولي العلاقات العامة بالمحافظتين محل الدراسة.

(١) محمد منير حجاب ، " اساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية" ، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ٩٧-١١٥.

(٢) إبتسام صاحب الزويني ، " مناهج البحث التربوي " ، (بغداد : الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ط١، ٢٠١٨) ، ص ١٥

(٣) عبد الباسط محمد حسن " أصول البحث الإجتماعي " ، (القاهرة: مكتبة وهبة، ط٧، ١٩٨٠)، ص٣٢٦.

(٤) محمد عبد الحميد، " البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " ، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص٣٥.

المجال الزمنى للدراسة : ركزت هذه الدراسة فى تطبيقها على الفترة من ايناير ٢٠٢١ وحتى ٣٠ ابريل ٢٠٢٢ اى أثناء تنفيذ برامج التنمية المستدامة بالمحافظات محل الدراسة .

تاسعاً: مجتمع الدراسة

تم تطبيقها فى وزارة التنمية المحلية باعتبارها الوزارة المسؤولة عن إدارة ومتابعة برامج التنمية المستدامة ، على مسؤولى العلاقات فى ديوان عام محافظة سوهاج وديوان عام محافظة .

عاشراً: عينة الدراسة

تُعتبر العينة عمدية فيما يخص التطبيق على مسؤولى العلاقات العامة والقائمين بالإتصال ، حيث اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الشامل وهو عبارة عن حصر شامل لجميع الأفراد الذين يمثلون مجتمع الدراسة وقوامهم ؛ فى محافظة سوهاج عدد (٢٥) قائم بالاتصال ، وفى محافظة البحيرة عدد (٢٣) قائم بالاتصال ، وفى وزارة التنمية المحلية عدد (١١) قائم بالاتصال .

حادى عشر: المعالجة الإحصائية

إستخدمت الباحثة فى هذه الدراسة معاملات الإحصاء الوصفي Descriptive، حيث يتم معالجة بيانات الدراسة من خلال برنامج SPSS ، والذي يعد من أكثر البرامج الإحصائية إستخداماً فى العلوم الإجتماعية، والقائم على توظيف معاملات الأسلوب التكرارى البسيط والنسبة .

ثانى عشر: إجراءات الصدق والثبات

الصدق: المقصود بالصدق صلاحية الإستمارة فى تحقيق الهدف الذي صُممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه)(١) ، حيث تم عرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين فى علوم الإعلام والعلاقات العامة والتنمية ومناهج البحث ، وقد قاموا بدورهم فى مراجعة صحيفة الاستبيان و إضافة بعض التعديلات ، وبذلك تحقق صدق الدراسة .(٢)

الثبات: والمقصود به هو إمكانية الوصول إلى نفس النتائج عندما يقوم باحث آخر بإتباع نفس إجراءات البحث(٣) ، وعليه قامت الباحثة بعمل إختبار قبلى للإستمارة على عينة تجريبية ممثلة للعينة الأصلية وقوامها ١٠% ، وبناءا عليه تم تعديل بعض المصطلحات غير الواضحة ، وتوضيح بعض التساؤلات ، وتجنب

(١) سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام- دراسات فى مناهج البحث العلمى" ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥)، ص١٢٦.

(٢) الأساتذة محكمى الإستمارات : أ.د / حنان فاروق جنيد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان ، وعميد كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

أ.د / ثريا أحمد البدوى ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
(٣) محمد عبد الحميد، " مرجع سابق "، ص٣٦.

تكرار بعضها ثم أعيد تجربتها على نفس العينة مرة أخرى حتى تأكدت الباحثة من ثبات تطبيق الصحيفة بنسبة جيدة لم تقل عن ٩٧%.

الدراسات السابقة :

(١) دراسة أمنية عبدالرحمن توفيق الديب (٢٠٢١) بعنوان "تقييم كفاءة الإستراتيجيات الإتصالية للحكومة المصرية مع الجمهور أثناء التحولات الإقتصادية والسياسية"^(١)

صاغت الباحثة مشكلة الدراسة فى تقييم كفاءة الإستراتيجيات الإتصالية للحكومة المصرية مع الجمهور فى أثناء التحولات الإقتصادية والسياسية ، وذلك من خلال قياس وعى الجمهور بالقرارات الحكومية وآلياتها ، ومدى تقبله لها ، وتأثير ذلك على بناء ودعم وتطوير العلاقات بين الحكومة والجمهور أثناء هذه التحولات الناتجة عن الأحداث التى كانت محركاً للتغيير المجتمعى فى المجالات الإقتصادية والسياسية فى الفترة من يناير ٢٠١٥ إلى ديسمبر ٢٠٢٠ ، وكان أبرزها قرار تحرير سعر الصرف ، وأزمة جائحة فيروس كورونا "كوفيد ٢٠١٩".

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة فى كفاءة إدارة علاقة الحكومة المصرية مع الجماهير أثناء التحولات السياسية والإقتصادية ، والكشف عن الإستراتيجيات والأساليب الإتصالية التى استخدمتها الحكومة المصرية فى إدارة العلاقات مع الجمهور ، من خلال البيانات الرسمية ، وموقعها الألكترونى ، والوسائل التفاعلية الخاصة بها ، والتعرف على مدى وجود اتصال مستمر بين الحكومة والجمهور اثناء التحولات ، وإلى أى مدى نجحت الحكومة المصرية فى بناء العلاقة الحوارية بينها وبين الجمهور ، وتحديد مدى كفاءة ادارة العلاقة بين الحكومة المصرية والجماهير وأنماطها واستراتيجياتها، وتحديد تأثيرات استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى المنظمات الحكومية المصرية على علاقاتها مع جماهيرها الخارجية .

وقد تم استخدام العينة العمدية كعينة تحليلية للدراسة ، بوصفها نوعاً من العينات غير الاحتمالية ، اذ تم اختيار المواقع الألكترونية ومواقع التواصل الإجتماعى ، وتم اختيار ٤٠٠ مفردة كعينة عشوائية بسيطة ممن يتابعون ما ينشر من بيانات واخبار من قبل الأجهزة الحكومية ، واعتمدت الباحثة على استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون ، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج على النحو التالى :

(١) أمنية عبدالرحمن توفيق الديب، "تقييم كفاءة الإستراتيجيات الإتصالية للحكومة المصرية مع الجمهور أثناء التحولات الإقتصادية والسياسية" ، (رسالة دكتوراه ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ٢٠٢١.

- حرصت المواقع الأربعة الخاصة بالمؤسسات محل الدراسة على توظيف العناصر التي تحقق سهولة استخدام الموقع للحصول على المعلومات التي تلبى إحتياجاته.
- أساليب إدارة العلاقات بالجمهور كانت ضعيفة فيما يتعلق بقضية قرار تحرير سعر الصرف على المواقع الثلاثة ، وفيما يتعلق بأزمة كورونا فقد كانت الأساليب جيدة على موقعى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ورئاسة مجلس الوزراء وكانت ضعيفة على موقع وزارة الصحة والسكان .
- تباين استخدام المواقع محل الدراسة لإستراتيجيات إدارة العلاقات بالجمهور ، اذ استخدمت المواقع الأربعة استراتيجية الانفتاح بدرجة كبيرة ، فى حين استخدمت إستراتيجية الوصول وإستراتيجية الإيجابية بدرجة متوسطة ، كما تفوق مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار فى استخدام استراتيجية تأكيد الشرعية بدرجة كبيرة ، وتفوق فى استخدام إستراتيجيات بناء الشبكات الإجتماعية بدرجة متوسطة ، واتفقت المواقع الأربعة فى عدم استخدام استراتيجية المشاركة فى المهام .

(٢) دراسة حاتم على حيدر مقبل الصالحى (٢٠٢١) بعنوان " تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة " .(١)

تمثلت قضية هذه الدراسة فى رصد وتقييم مؤشرات إدارة العلاقات فى الجامعات الأهلية اليمنية المتمثلة فى أنماط العلاقة وأبعاد جودتها والإستراتيجيات المستخدمة فى تنمية وإدارة العلاقة ، والكشف عن تأثير إستراتيجيات إدارة العلاقة فى بناء سمعة الجامعات لدى الطلاب .

وهدفت الدراسة إلى رصد وتقييم عملية إدارة العلاقة فى الجامعتين " عينة الدراسة " من خلال رصد وقياس مكونات إدارة العلاقة (إستراتيجيات إدارة العلاقة ، وأنماط العلاقة ، وأبعاد جودة العلاقة) من وجهة نظر طرفى العلاقة (مسؤولى الجامعتين ، والطلاب)، ومعرفة فاعلية استراتيجية ادارة العلاقة فى بناء سمعة الجامعتين " عينة الدراسة " لدى الطلاب .

تم اختيار الجامعات الأهلية لتطبيق الدراسة ، واستبعاد الجامعات الحكومية ؛ نظرا لأن الجامعات الحكومية فى اليمن شهدت خلال الفترة الأخيرة الكثير من التغيرات ، وتم اختيار حالتين للدراسة ، وتم استخدام العينة العشوائية متعددة المراحل ، ٤٨٠ مفردة ، واستخدم الباحث فى جمع البيانات اسلوب المقابلات المتعمقة .

(١) حاتم على حيدر مقبل الصالحى ، " تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة " ، (رسالة دكتوراه ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ٢٠٢١ .

ومن اهم النتائج التي توصل اليها : تصدر الاتصال الشخصي المراتب الأولى في قائمة مصادر معرفة الطلاب بالجامعة ، وهذه النتيجة تفسر ان المعرفة حول المنظمات هي التي تشكل المدركات والنطباعات لدى جماهيرها الأساسية ، ثم جاءت وسائل الإعلام التكنولوجي في المرتبة الثانية متقدمة على وسائل الاعلام التقليدية ، وفيما يخص النتائج المتعلقة بالاستراتيجيات توصل الباحث الى ان الجامعة لا تتجاوب مع انتقادات الطلاب " من استراتيجية الايجابية " ، ولا تشترك الجامعة مع الطلاب في حل القضايا المرتبطة بالطرفين "من استراتيجية مشاركة المهام " ، لا يستفيد الطلاب من الأنشطة التي تشاركها الجامعة مع المؤسسات الأخرى" من استراتيجيات بناء الشبكات " .

(٣) دراسة معين فتحى الكوع وحليمة إيهاب أبو صالحية (٢٠٢٠) ، بعنوان " مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية: دراسة مقارنة بين جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" (١)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") محل الدراسة في الإدارة الاستراتيجية لكلتا الجامعتين ، ومدى تمكينها في الإدارة العليا ، وما هي الصلاحيات الموكلة لهم ، وما مدى تطبيق الإدارة العليا لمبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية ، كما تهدف إلى دراسة واقع العلاقات العامة في المؤسسات وفقاً لنظرية التميز ، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال الاستبانة كأداة رئيسة، والتي تم تطبيقها على جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في الجامعتين المذكورتين، والبالغ عددهم ٣٠ من مدراء وموظفين، موزعين كالتالي (١٩) موظفاً وموظفة في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، و(١١) في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" المقر الرئيس في محافظة طولكرم. تم اختيار المسح الشامل لضمان تمثيل جميع الجمهور نظراً لصغره ، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ؛ أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") كانت كبيرة ، بينما علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا كانت كبيرة في جامعة النجاح الوطنية ومتوسطة في جامعة فلسطين التقنية ، وأن طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة جميعها تتم بالاتصال المباشر، وأن موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة أسفل الإدارة العليا مباشرة، وهذا يبين مدى تمكين

(١) معين فتحى الكوع وحليمة إيهاب أبو صالحية ، " مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية: دراسة مقارنة بين جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" ، (مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد ٥٥ ، ج ١) ، ٢٠٢٠ م

وظيفة العلاقات العامة في كلتا الجامعتين ، كما أثبتت النتائج أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات في جامعة النجاح كانت ما بين المتوسطة والكبيرة جدا ، بينما كانت ما بين المتوسطة والكبيرة في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" .

وأوصت الدراسة بضرورة إتاحة الفرصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، للمشاركة في الإدارة الاستراتيجية والتخطيط وصنع القرار، وزيادة عدد العاملين في العلاقات العامة من ذوي الخبرة والاختصاص وتأهيلهم مهنيًا، وضرورة زيادة الموازنات المخصصة لدوائر العلاقات العامة .

(٤) دراسة لونيس، كوتسالاس، أنا، وميشيل (Loannis P. Kotsalas, Anna Antoniou and Michael Scoullas 2017 بعنوان "فك تشفير

تقنيات وسائل الإعلام والتعليم من أجل التنمية المستدامة" (1) (1) هدفت هذه الدراسة إلى تطوير أو تعزيز التفكير النقدي للمتعلمين في مراجعة الرسالة وقراءة "ما وراءها" وهو أمر مفيد لا سيما في القضايا المتعلقة بالاستهلاك المستدام ، واختبار ما إذا كان من خلال توظيف بعض تقنيات الإعلان يمكننا زيادة استيعاب المعرفة حول القضايا البيئية الأخرى ؛ و ما إذا كان بإمكاننا تعزيز مواقف الطلاب تجاه البيئة والاستدامة.

وقامت الدراسة بتحليل الكثير من الرسائل الإعلامية من التلفزيون والصحف والملصقات وما إلى ذلك ، وحددت سلسلة من تقنيات الوسائط ، والتي تم تصنيفها في فئتين عريضتين ، كما اتبعت الدراسة نهجًا عمليًا قائمًا على "الفهم المشترك" ، وكانت النتيجة مشجعة للغاية وناجحة مع أكثر من ٨٠ في المائة من الإجابات الصحيحة والتأملات الهادفة من الطلاب.

ومن اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ؛ هي تحول العملية التعليمية من الدعوة والنظرية والتعليم أو حتى المشاركة من خلال التواصل والعمل المجتمعي وما إلى ذلك ، إلى نوع مختلف من العملية التفاعلية من خلالها يصبح الطلاب أبطالاً في اكتشاف آليات التأثير ، من خلال فك التشفير والتعليق والحكم على أنفسهم بشأن المحتوى والشكل والنوايا الكامنة وراء الرسائل الإعلامية ، كما توصلت الدراسة إلى أنه يمكن تطوير هذه المهارات بطريقة بسيطة وسريعة وفعالة نسبيًا تسهل تعزيز التفكير النقدي لدى المتعلمين ، ويمكن استخدام هذا التدخل التربوي بمفرده أو جنبًا إلى جنب مع الأساليب التقليدية الأخرى ودعم تدريسي دورات التعليم من أجل التنمية المستدامة الفردية أو عن طريق إثراء

(1) Loannis P. Kotsalas, Anna Antoniou and Michael Scoullas, "Decoding Mass Media Techniques and Education for Sustainable Development ", Journal of Education for Sustainable Development, Volume 11 , Issue 2Sep ,2017

الدروس الراسخة الأخرى (على سبيل المثال ، العلوم البيئية ، وتعليم المواطنين ، وما إلى ذلك) التي يتم تضمين رسائل التنمية المستدامة فيها، وأوصت الدراسة أن يتم إدخال هذه الطرق في مناهج كفاءة الطاقة والتعليم من أجل التنمية المستدامة والدورات ذات الصلة (حول الاستهلاك والإنتاج والمواطنة العالمية والجنس وما إلى ذلك) ، لجعل نمط حياة مستدام أكثر وعياً ومستنيراً.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media system dependency theory "MSD"

جاءت نظرية الاعتماد كرد فعل على النظرة الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث اهتم كل من Ball Rokeach And Melven Defleur عام ١٩٧٦ بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الإتصال، فقد طرحا أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم ، ومن هنا بدأ النظر إلى إطار أوسع من العلاقات وهو(المجتمع والوسيلة والجمهور) ، وهذه النظرية ذات مرجع نفسى اجتماعى ، وتنتمى إلى النظريات المفسرة للتأثير الإعلامى .

حيث تقوم الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن استخدام وسائل الإعلام بشكل مكثف يعمل على التأثير فى الجمهور ، سواء كان تأثيراً معرفياً أو سلوكياً أو وجدانياً ، وذلك من خلال الرسائل المميزة والمكثفة التي تقدمها هذه الوسائل للحصول على المعلومات والأخبار .(١)

ويمكن القول أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وترتبط فيه أجزاء من النظم الاجتماعية بروابط وعلاقات، وهي تبحث في كيفية ارتباط هذه الأجزاء ببعضها البعض، والعلاقات بينها، والتي قد تتسم بالتعاون أو الصراع، وقد تكون ثابتة ساكنة، أو ديناميكية متغيرة . (٢)

وهي تعني عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها في وسيلة معينة لاتخاذ قرار بشأن موضوع ما، وتعد من أهم النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير، وتتميز بأنها نظرية متكاملة حيث تتضمن عناصر ومفاهيم من علم الإعلام، وعلم الاجتماع ، وعلم النفس الاجتماعي ، ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندررا بول روكيتش وزملائها عام ١٩٧٤ عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات "

(١) حسنين شفيق ، " نظريات الإعلام وتطبيقاتها فى دراسات الإعلام الجديد ومواقع التوصل

الاجتماعى " ، (القاهرة : دار فكر وفن للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) ، ص ٥٦

(٢) حسن مكوى، عاطف العبد ، " نظريات الإعلام " ، (القاهرة : جامعة القاهرة، ٢٠٠٧)

ص ٤٠١ - ٤٠٢ .

وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى. (١)

فروض النظرية:
وقد أرجعت النظرية اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال إلى ثلاثة فئات هي: (الفهم والتوجيه والتسلية) (الاجتماعية والفردية)، وفي هذه المجالات يستخدم الأفراد وسائل الاتصال لكي يظلوا على علاقة بالمجتمع خاصة في ظل المجتمع الحديث ، وعلى هذا فإن مدخل الاعتماد هو أحد المداخل التكاملية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور، وقد أفادت دراسات الاعتماد في تركيز الضوء على الإطار الاجتماعي الثقافي الذي يتحكم في تأثير الوسيلة. (٢)
وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة فروض رئيسية يمكن إجمالها فيما يلي:-

تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية، والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير.
كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً ، وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها.
ترتبط كثافة علاقات الاعتماد للأفراد ايجابياً بإدراكات التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي ، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار.

يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة في التفسير الصحيح للأحداث.

(١) ملفين د . ديفلير، ساندر بول، روكيتش، ترجمة كمال عبدالرؤف ، " نظريات وسائل الإعلام "، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢)، ص ٤٢٠ .

(٢) جمال عبدالعظيم أحمد ، " العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦ " ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٢٦ ، يناير- مارس ٢٠٠٦ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ص ١٥٥ .

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية (١). وفي اعتقاد الباحثة أن أهم ما يميز هذه النظرية هو أنها تؤكد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي، وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها ، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير، أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

وتحاول الباحثة الاستفادة من فروض هذه النظرية في وصف موضوع الدراسة الحالية ورؤية مستقبل هذه الظاهرة ، وان اختبار مدى صحة فروض النظرية يمكن أن يضع رؤية جديدة لتكون مصدراً لمداخل نظرية جديدة ، فقد افترضت هذه النظرية أنه كلما زادت الوسيلة الإعلامية من كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها ، وهو ما تحاول الدراسة الحالية إثباته عملياً من خلال رصد مدى كفاية المعلومات التي تقدمها العلاقات العامة ، ومدى أهميتها من خلال الوسائل الإعلامية فيما يخص برامج التنمية المستدامة وعلاقة ذلك بمدى اعتماد الجمهور على هذه الوسائل لإستقاء معلوماته ، وهو ما سيتضح في معرفة المواطن وإدراكه لأهمية تنفيذ البرامج التنموية وتأثيرها على جودة حياته ، وفرضية ارتباط كثافة العلاقات الاعتماد للأفراد ايجابياً بإدراكات التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغيير الاجتماعي ، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار، و تحاول الدراسة الحالية أيضاً إثبات صحة هذه الفرضية من خلال تحليل النتائج للوقوف على مدى إدراك المواطنين للتهديدات الاجتماعية والاقتصادية التي ستنازل منهم في حال إستمرت أوضاعه على ما هي عليه ، وعدم تفهمه لأهداف مثل هذه البرامج ، كما ستكشف النتائج عن مدى التزام مسؤولي العلاقات العامة إدراكهم لأهمية تقديم المعلومات الكافية من خلال رسائل مركزة تصل بالمواطن إلى الاعتماد على وسائله بشكل فعلى ، لتحقيق الاهداف المرجوة .

وتعتقد الباحثة من خلال قراءاتها وملاحظاتها ، أن هناك فرضية أخرى يمكن إضافتها وهي :

تزداد درجة الاعتماد على الوسيلة الإعلامية ، عندما يكون هناك تفاعلاً حقيقياً بين المؤسسة والجمهور، يتيح له المشاركة بآرائه واتجاهاته وأفكاره حيال الظاهرة ، وهو ما تحاول الباحثة إثباته في الدراسة الحالية كأحد اهم استراتيجيات العلاقات العامة .

(١) عادل صادق ، " الصحافة وإدارة الأزمات - مدخل نظري تطبيقي " ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ٢٠٠٧) ، ص٦٠.

المفاهيم والتعريفات الخاصة بالدراسة

مفاهيم العلاقات العامة "Public Relations"

في عرض المفاهيم والتعريفات وجب التنويه إلى أن هناك ثلاثة أنواع ؛ تعاريف لغوية " ويقصد بها تحديد المفهوم في اللغة "، وتعاريف اصطلاحية ويقصد بها " تحديد المفهوم حسب المهمة الوظيفية وطبقاً لرأى القائم بالإتصال، والنوع الثالث هو التعريف الإجرائي " والذي يحدد المفهوم باستخدام المتبع في قياسه وملاحظته وتسجيله ، كما أن المفاهيم الإجرائية غير مقيدة بالشروط الخاصة بالمفاهيم العلمية، ولكنها يجب أن تكون واضحة إلى أقصى حد لدى الباحث" ، ونعرض هناك بعضاً من التعاريف الإصطلاحية للعلاقات العامة ، والتعريف الإجرائي له في رأى الباحثة .

عرّفها "علي عجوة " بأنها الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المنظمة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الإتصالات المستمرة ، و السياسات و الأفعال المرغوبة لتلبية إحتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن و مشروع.(١)

وعرّفها " سعاد راغب الخطيب " بأنها عملية نشر المعلومات و الافكار و الحقائق المشروحة مفسرة لجماهير المؤسسة ، وكذلك نقل المعلومات والاراء و الحقائق من الجماهير إلى المؤسسة ، وذلك بغية الوصول إلى الانسجام او التكيف الاجتماعي بين المؤسسة و الجماهير.(٢)

وقد عرّفت "جمعية العلاقات العامة الدولية" العلاقات العامة بأنها "وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى من خلالها المؤسسات والمنظمات الأهلية والخاصة والحكومية لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها ، والاستمرار في حفظ هذا التفاهم والتعاطف والتأييد ، وذلك من خلال معرفة اتجاه الرأى العام ، لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط " (٣)

مفهوم الاستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي "Strategy and strategic planning

تعرف الإستراتيجية باللغة الإنجليزية بمصطلح (Strategy) : (٤)

(١) علي عجوة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، (القاهرة: عالم الكتب، ط٤، ٢٠٠٤)، ص٢٤.

(٢) سعاد راغب الخطيب ، " مبادئ العلاقات العامة " ، (عمان : دار البداية ، ط١، ٢٠٠٩) ، ص ٧ .

(٣) محمود يوسف ، " المدخل في العلاقات العامة "، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٣) ، ص ١٧ .

(٤) " تعريف الاستراتيجية " ، متاح على :

وهي الأفعال، والأساليب التي تسعى إلى تحقيق الأهداف المخطط لها، مع الأخذ بعين الاعتبار كافة العوامل التي تؤثر على إمكانية حدوثها، أو تطبيقها بشكل فعلي، لذلك من المهم الحرص على تعديل الاستراتيجيات المتبعة في حال عدم مناسبتها للأحداث الواقعية المرتبطة بها، وحتى لا تؤثر على مسار تحقيق الأهداف بأسلوب صحيح .

التخطيط الاستراتيجي : (١)

هو تصور الرؤى المستقبلية للمؤسسة ، ورسم رسالتها وتحديد غاياتها على المدى البعيد ، وتحديد أبعاد العلاقات المتوقعة بينها وبين بيئتها بما يسهم في بيان الفرص والمخاطر المحيطة بها ، ونقاط القوة والضعف المميزة لها ، وذلك بهدف اتخاذ القرارات الاستراتيجية المؤثرة على المدى البعيد ومراجعتها وتقويمها .

التخطيط الاستراتيجي : (٢)

هو تحديد الأهداف والغايات الأساسية في مجال معين في المدى البعيد ، ثم اختيار وسائل بعينها من بين خيارات مدروسة ومحسوبة لتحقيق هذه الأهداف ، وهي بذلك تفكير منظم لما يريد أن يفعله الإنسان ، أو ان يكون عليه في المستقبل البعيد ، ويتبع ذلك البحث المتأنى لاختيار أنجح الوسائل لتحقيق الهدف بأقل تكاليف متاحة ، في أقل زمن ممكن ، والخطة الاستراتيجية عادة ما توضع في شكل مراحل موقوتة فتكون هناك أهداف مرحلية هي في الحقيقة اهداف فرعية في ذات الوقت ووسائل لبلوغ الغاية على المدى البعيد ، فتحدد هذه الأهداف المرحلية الموقوتة وتحدد وسائلها في شكل برامج عمل أو بالآخرى في شكل خطة .

مفاهيم التنمية المستدامة "sustainable development"

- التنمية المستدامة (٣)

هي الجهود الرامية إلى الحفاظ على تماسك المجتمع وقدرته على العمل من أجل تحقيق الأهداف المشتركة، من خلال تلبية الاحتياجات الفردية المتعلقة بالصحة والرفاهية والتغذية والمأوى والتعليم.

<https://mawdoo3.com/> retrived in:1/4/2022

(١) إيمان صالح حسن ، " الإدارة الإلكترونية " ، مؤلف مشترك ، ط١ ، (القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠) ، ص ٣٠

(٢) بدرالدين رحمة محمد على ، " التفكير المستقبلي وصناعة التخطيط الاستراتيجي " ، (مجلة دراسات المجتمع ، دورية علمية محكمة ، عدد يونيه ٢٠١٢ ، ٩٤ ، مركز دراسات المجتمع ، السودان) ، ص ١١

(٣) عامر خضير الكبيسي وآخرون ، "دراسات حول مداخل التنمية المستدامة " ، (المملكة العربية السعودية : دار جامعة نايف للنشر ، ٢٠١٩) ، ص ١٥٢

- التنمية المستدامة (١)

هي التنمية التي تقوم اساسا على وضع حوافز تقلل من التلوث ونقل من حجم النفايات والمخلفات وتقلل من حجم الاستهلاك الراهن للطاقة وتضع ضرائب تحد من الاسراف في استهلاك الماء والموارد الحيوية .

الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (١)

يوضح مدى وجود استراتيجيات تتبناها العلاقات العامة لدعم برامج التنمية المستدامة

التكرارات والنسب المئوية	نعم	لا	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الإتجاه السائد
هل يتم صياغة أى إستراتيجيات أوخطط خاصة بعمل الإدارة بشكل عام؟	٣٣	٢٦	٥٩	٥٥٩	٥٠٠٧	٥٥.٩	نعم
النسبة المئوية	٥٥.٩	٤٤.١	١٠٠%				
هل قامت الإدارة بصياغة واتباع أى إستراتيجيات تخص برامج التنمية بمحافظتكم ؟	٤٤	١٥	٥٩	٧٤٦	٤٣٩٢	٧٤.٦	نعم
النسبة المئوية	٧٤.٦	٢٥.٤	١٠٠%				
هل شاركت مع الإدارة العليا فى صياغة الإستراتيجيات التى تخص برامج التنمية بمحافظتكم ؟	٢٢	٣٧	٥٩	٣٧٣	٤٨٧٧	٣٧.٣	لا
النسبة المئوية	٣٧.٣	٦٢.٧	١٠٠%				

(١) مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت ، " التنمية المستدامة مفهوما وأبعادها ومؤشراتها" ، (القاهرة:المجموعة العربية للتدريب والنشر ، ٢٠١٧)، ص١٢

مدى وجود استراتيجيات تبناها العلاقات العامة لدعم برامج التنمية المستدامة

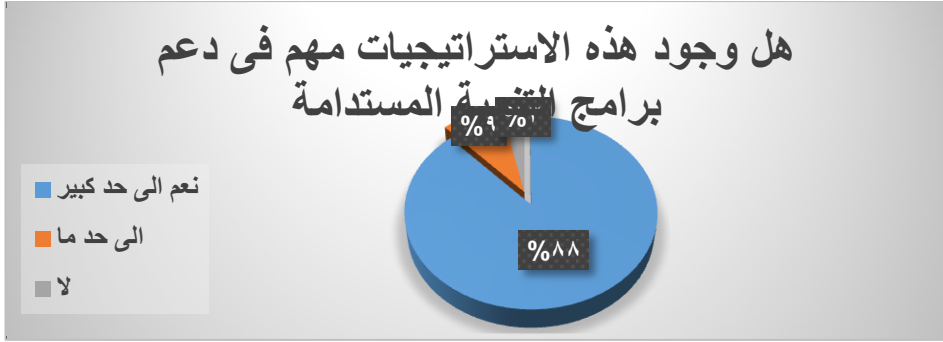


من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بمدى وجود استراتيجيات تبناها العلاقات العامة لدعم برامج التنمية المستدامة الى أن قيام الإدارة بصياغة واتباع أى استراتيجيات تخص الإدارة بشكل عام جاءت بوسط حسابي بلغ ٠.٥٥٩، وبانحراف معياري ٠.٥٠٠٧، وبوزن نسبي بلغ ٥٥.٩، والاتجاه السائد حول العبارة "نعم"، وبالنسبة لصياغة أى استراتيجيات تخص برامج التنمية المستدامة جاءت بوسط حسابي بلغ ٠.٧٤٦، وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٣٩٢، وبوزن نسبي ٧٤.٦، والاتجاه السائد حول العبارة "نعم"، وبالنسبة لمدى المشاركة مع الإدارة العليا فى صياغة الاستراتيجيات التى تخص برامج التنمية بمحافظتكم فقد جاءت بوسط حسابي بلغ ٠.٣٧٣، وبانحراف معياري بلغ ٤٨٧٧، وبوزن نسبي بلغ ٣٧.٣، والاتجاه السائد حول العبارة "لا".

جدول رقم (٢)

يوضح هل وجود هذه الاستراتيجيات مهم فى دعم برامج التنمية المستدامة

النسبة المئوية	التكرار	
٨٨.١	٥٢	نعم الى حد كبير
٨.٥	٥	الى حد ما
٣.٤	٢	لا
١٠٠.٠	٥٩	المجموع

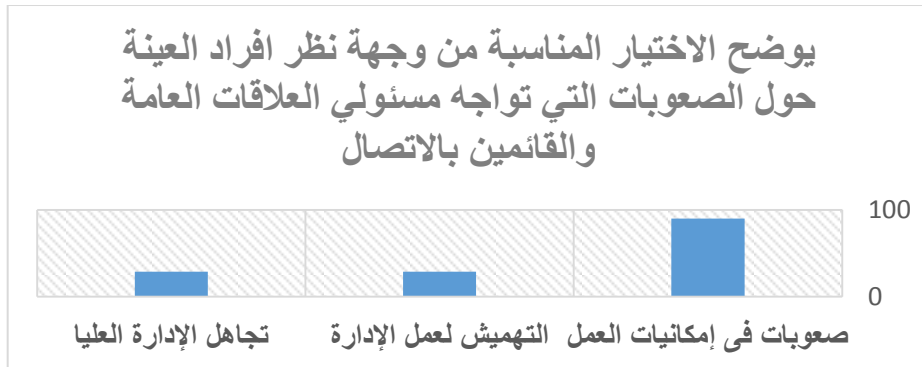


من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بهل وجود هذه الاستراتيجيات مهم في دعم برامج التنمية المستدامة يتضح أهمية هذه الاستراتيجيات الى حد كبير بنسبة 88.1% من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وبنسبة 8.5% يرون أنها مهمة الى حد ما، وبنسبة 3.4% يرون أنها غير مهمة.

جدول رقم (3)

يوضح الاختيار المناسب حول الصعوبات التي تواجه مسؤولي العلاقات العامة والقائمين بالاتصال (اختيار أكثر من بديل)

النسبة المئوية	التكرار	
89.8	53	صعوبات في إمكانيات العمل
28.8	17	التهميش لعمل الإدارة
28.8	17	تجاهل الإدارة العليا
100	59	المجموع



من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بالإختيار المناسب من وجهة نظر أفراد العينة حول الصعوبات التي تواجه مسؤولي العلاقات العامة والقائمين بالإتصال يتضح أن صعوبات في إمكانيات العمل جاء في المرتبة الأولى من بين تكرارات أفراد العينة بنسبة ٨٩.٨%، يليه في المرتبة الثانية التهميش لعمل الإدارة وتجاهل الإدارة العليا بنسبة متساوية بلغت ٢٨.٨%.

جدول رقم (٤)

يوضح مدى اهتمام القيادة العليا فى المؤسسة بجهاز العلاقات العامة ، ومدى قناعتها بأهمية دوره ، ورصد دور العلاقات العامة والقيادة العليا فى دعم البرامج التنموية

العبارات	التكرارات والنسب المئوية	نعم	لا	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه السائد
هل يتم دعوتكم لحضور الاجتماعات الخاصة ببرنامج التنمية المستدامة فى محافظتكم ؟	التكرار	٤١	١٨	٥٩	.٦٩٥	.٤٦٤٤	نعم
	النسبة المئوية	٦٩.٥	٣٠.٥	١٠٠%			
هل تقوم الإدارة العليا بمؤسستكم بترشيحك لحضور دورات تدريبية عن التنمية المستدامة ؟	التكرار	٣٦	٢٣	٥٩	.٦١٠	.٤٩١٩	نعم
	النسبة المئوية	٦١	٣٩	١٠٠%			
هل تقوم الإدارة العليا بترشيحك لحضور اجتماعاتها او إشراككم فى وضع الخطط او التعاون بأى شكل من الاشكال بإعتباركم حلقة الوصل مع الجمهور ؟	التكرار	٢٨	٣١	٥٩	.٤٧٥	.٥٠٣٦	لا
	النسبة المئوية	٤٧.٥	٥٢.٥	١٠٠%			
هل يتم دعوتكم فى وضع الخطط الخاصة بالمؤسسة بشكل عام ؟	التكرار	١٩	٤٠	٥٩	.٣٢٢	.٤٧١٣	لا
	النسبة المئوية	٣٢.٢	٦٧.٨	١٠٠%			

استراتيجيات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من منظور تنموى

العبارات	التكرارات والنسب المئوية	نعم	لا	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه السائد
هل يتم عقد اجتماعات دورية للعلاقات العامة مع الإدارة العليا وباستمرار لمناقشة الأمور الهامة والمستجدات التي تطرأ على المؤسسة؟	التكرار	٢٠	٣٩	٥٩	٣٣٩	٤٧٧٤	لا
	النسبة المئوية	٣٣.٩	٦٦.١	١٠٠%			
هل يُسمح لكم بالتحدث وإبداء الآراء وتقديم الحلول؟	التكرار	٣٤	٢٥	٥٩	٥٧٦	٤٩٨٤	نعم
	النسبة المئوية	٥٧.٦	٤٢.٤	١٠٠%			
هل تهتم القيادة العليا بالتعرف على آراء المواطنين في المشروعات من خلال إدارة العلاقات العامة؟	التكرار	٢٦	٣٣	٥٩	٤٤١	٥٠٠٧	لا
	النسبة المئوية	٤٤.١	٥٥.٩	١٠٠%			

يوضح مدى إهتمام القيادة العليا في المؤسسة بجهاز العلاقات العامة ، ومدى قناعتها بأهمية دوره ، و رصد دور العلاقات العامة والقيادة العليا في دعم البرامج التنموية



من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بمدى اهتمام القيادة العليا في المؤسسة بجهاز العلاقات العامة ، ومدى قناعتها بأهمية دوره ، و رصد دور العلاقات العامة والقيادة العليا في دعم البرامج التنموية انه بالنسبة لدعوة الإدارة العليا لهم لحضور الاجتماعات الخاصة ببرنامج التنمية المستدامة جاء في المرتبة الأولى بوسط حسابي ٠.٦٩٥ و بوزن نسبي بلغ ٠.٤٦٤٤ ، والاتجاه السائد نحو العبارة نعم، يليه في المرتبة الثانية قيام الإدارة العليا بمؤسستكم بترشيحكم لحضور دورات تدريبية عن التنمية المستدامة بوسط حسابي بلغ ٠.٦١٠ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٩١٩ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "نعم" ، وجاء في المرتبة الثالثة جاء السماح لهم بالتحدث وإبداء الآراء وتقديم الحلول بوسط حسابي بلغ ٠.٥٧٦ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٩٨٤ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "نعم" ، وجاء في المرتبة الرابعة قيام الإدارة العليا بترشيحكم لحضور إجتماعاتها او إشراككم في وضع الخطط أو تبادل المعلومات أو التعاون بأى شكل من الأشكال باعتباركم حلقة الوصل مع الجمهور بوسط حسابي بلغ ٠.٤٧٥ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٥٠٣٦ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "لا" ، وجاء في المرتبة الخامسة اهتمام القيادة العليا بالتعرف على آراء المواطنين في المشروعات من خلال إدارة العلاقات العامة بوسط حسابي بلغ ٠.٤٤١ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٥٠٠٧ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "لا" ، وجاء في المرتبة السادسة عقد اجتماعات دورية للعلاقات العامة مع الإدارة العليا وباستمرار لمناقشة الأمور الهامة والمستجدات التي تطرأ على المؤسسة بوسط حسابي بلغ ٠.٣٣٩ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٧٧٤ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "لا" ، وجاء في المرتبة السابعة انه يتم دعوتهم في وضع الخطط الخاصة بالمؤسسة بشكل عام وإبلاغهم بكل مستجداتها بوسط حسابي بلغ ٠.٣٢٢ ، وبانحراف معياري بلغ ٠.٤٧١٣ ، والاتجاه السائد نحو العبارة "لا".

مناقشة النتائج

١- أثبتت نتائج الدراسة فيما يخص معرفة مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال بمفهوم الاستراتيجية أن جميع أفراد العينة على علم تام بمفهوم الاستراتيجية ، كما كشفت نتائج الدراسة فيما يخص وجود استراتيجيات تتبناها العلاقات العامة لدعم برامج التنمية المستدامة بالأخص ؛ أن وزارة التنمية المحلية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة ، وجاءت محافظتى الدراسة (سوهاج والبحيرة) بنسب قليلة ؛ وهو ما تُفسّره الباحثة بتراجع وعى العلاقات العامة بالمحافظات بأهمية تبني التخطيط الاستراتيجي في الوصول إلى أهدافها مما يجعل منهجية عملها تشوبه العشوائية ، حيث أصبحت المؤسسات بالمحافظات مجرد أداة لتنفيذ إستراتيجيات الوزارة دون النظر إلى طبيعة كل محافظة وطبيعة مواطنيها ،

وترى الباحثة أن ذلك سيحول دون إمكانية تعديل الاستراتيجية المركزية في الوزارة في أي مرحلة من مراحلها ، إن تطلبت ذلك .

٢-أوضحت نتائج الدراسة وجود قصوراً في دور العلاقات العامة في دعم الخطط والبرامج التنموية ، حيث تبين أن نسبة ٥٩.٣% من جملة تكرارات أفراد العينة الإجمالية للدراسة ، أفادوا أن دورهم أثناء التواجد في الاجتماعات الخاصة بهذه البرامج ينحصر في توثيق وتصوير الاجتماع وذلك في المرتبة الأولى ، وهو ما تُفسره الباحثة في تقليص أدوار العلاقات العامة وتهميشها ، مع عدم وجود خطة و إستراتيجية للعلاقات العامة و الذي يقوم عملها في الأساس على البحوث و التخطيط و الاتصال و التقييم ، وهو ما يتضح افتقاره من نتائج هذه الدراسة .

٣-أثبتت نتائج الدراسة أن الصعوبات في إمكانيات العمل جاءت في المرتبة الأولى من بين تكرارات أفراد العينة بنسبة ٨٩.٨%، يليها في المرتبة الثانية التهميش لعمل الإدارة ، وتجاهل الإدارة العليا بنسبة متساوية بلغت ٢٨.٨% ، وتُفسر الباحثة هذه النتيجة في ضوء ما أثبتته نتائج الدراسة الحالية من وجود قصوراً في اهتمام القيادة العليا بالعلاقات العامة ، كما تُفسر الباحثة هذه النتيجة في تحلى القيادة العليا عن مسؤولياتها تجاه العلاقات في تقديم الدعم والإمكانات الكافية التي تمكن إدارة العلاقات العامة من أداء دورها .

٤-أثبتت نتائج الدراسة الخاصة بمسئولى العلاقات العامة والقائم بالاتصال بخصوص هذا التساؤل ؛ أن وزارة التنمية المحلية جاءت في المرتبة الأولى بأعلى وزن نسبي بمتوسط تقريبي ٧٥% للإجابة " نعم " على تساؤلات هذا المقياس التي تدعم إهتمام القيادة العليا بجهاز العلاقات العامة وقناعتها بأهميته ، والتي تمثلت في حضورهم الاجتماعات والدورات التدريبية ، وإشراكهم في وضع الخطط وعقد إجتماعات دورية معهم ، والإنصات الكافي لهم في عرض آراء المواطنين عن المشروعات التنموية ، بينما جاءت محافظتى الدراسة (سوهاج في المرتبة الثانية ، والبحيرة في المرتبة الأخيرة) بنسب قليلة جداً ، وتُفسر الباحثة هذه النتيجة كونها قليلة ؛ باعتبارها دلالة على وجود تقصيراً في دور القيادة العليا تجاه العلاقات العامة ، كما تعبر عن عدم ثقته بأهمية دوره وبالأخص في دعم الخطط التنموية في المحافظات، وهو ما يؤثر على تعزيز التفاهم بين القيادة العليا والعلاقات العامة ، حيث أن العلاقة بين العلاقات العامة وبين القيادة الإدارية العليا لا بد أن يحكمها وعى الإدارة العليا ومدى اعترافها بأهمية عمل العلاقات العامة بشكل عام .

التوصيات

١- ان تصوغ العلاقات العامة استراتيجية لاشراك المواطن ، لتنمية شعوره بأنه الأساسى فى الوطن ، واقناعه ان كل ما يدور حوله من أجل تحقيق رفاهيته وتحسين جودة حياته .

- ٢- ضرورة اعتماد العلاقات العامة على الاتصال المباشر واللقاءات التفاعلية مع المواطنين ، والتي تدعم إحساس المواطنين بأهميتهم ، وتوطد الإلتئاء و الثقة بينهم وبين المؤسسة ، وتكفل الوصول الى هذه الفئة من المواطنين ، التي لا تعتمد على وسائل التواصل التكنولوجية
- ٣- ضرورة صياغة استراتيجية مدروسة لاستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية ، حسب مراحل الخطة وتراعى الوصول لكافة المواطنين ، ذو محتوى واضح وسهل الفهم ، وتدعم كسبهم لدعم التنمية ومشروعاتها الجارى تنفيذها بالمحافظة .
- ٤- ضرورة وضع استراتيجية لإشراك المواطنين فى جميع مراحل الخطة التنموية ، والإستماع لمقترحاتهم من اولويات المشروعات الأكثر احتياجاً لهم ، ودراسة امكانية ادراجها فعلياً لكسب ثقتهم .
- ٥- ضرورة تدريب العاملين بأجهزة العلاقات العامة على صياغة الاستراتيجيات الخاصة بمشاركة المهام والاستراتيجية التنموية ، وكافة الاستراتيجيات التي تخدم التنمية .
- ٦- ضرورة تأهيل وتدريب العاملين بأجهزة العلاقات العامة على ابتكار استراتيجيات جديدة لدعم خطط التنمية .

قائمة المراجع

- إبتسام صاحب الزوينى ، " مناهج البحث التربوي " ، (بغداد : الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ط١، ٢٠١٨) .
- إيمان صالح حسن ، " الإدارة الألكترونية " ، مؤلف مشترك ، (القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع ، ط١، ٢٠١٠) .
- حسن مكاوى، عاطف العبد ، " نظريات الإعلام " ، (القاهرة : جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) .
- حسنين شفيق ، " نظريات الإعلام وتطبيقاتها فى دراسات الإعلام الجديد ومواقع التوصل الاجتماعى " ، (القاهرة : دار فكر وفن للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) .
- سعاد راغب الخطيب ، " مبادئ العلاقات العامة " ، (عمان : دار البداية ، ط١، ٢٠٠٩) .
- سلوى ثابت ، "مدخل الى مشاركة مجتمعية فى رسم السياسات العامة ، " دليل الديمقراطية " ، عبدالمنعم المشاط - مؤلف مشترك ، (القاهرة : مركز القاهرة لثقافة الديمقراطية ، مكتبة الشروق الدولية ، ط١، ٢٠١١) .
- سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام- دراسات فى مناهج البحث العلمي" ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥) .
- عادل صادق ، " الصحافة وإدارة الأزمات - مدخل نظري تطبيقي " ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ٢٠٠٧) .
- عاطف عدلى العبد ، نهى عاطف العبد ، " الإعلام التنموى والتغير الاجتماعى -الأسس النظرية والنماذج التطبيقية " ، (القاهرة : دار الفكر العربى، ط٥، ٢٠٠٧) .
- عامر خضير الكبيسى وآخرون ، "دراسات حول مداخل التنمية المستدامة " ، (المملكة العربية السعودية : دار جامعة نايف للنشر ، ٢٠١٩) .
- عبد الباسط محمد حسن " أصول البحث الاجتماعى " ، (القاهرة: مكتبة وهبة، ط٧، ١٩٨٠) .

- علي عجوة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، (القاهرة: عالم الكتب، ط ٤، ٢٠٠٤).
- محمد عبد الحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠).
- محمد منير حجاب، "اساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).
- محمود يوسف، "المدخل في العلاقات العامة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣).
- مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت، "التنمية المستدامة مفهوماً وأبعادها ومؤشراتها"، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٧).
- ملفين د. ديفلير، ساندرابول، روكيتش، ترجمة كمال عبدالرؤوف، "نظريات وسائل الإعلام"، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢).
- أمنية عبدالرحمن توفيق الديب، "تقييم كفاءة الإستراتيجيات الإتصالية للحكومة المصرية مع الجمهور أثناء التحولات الإقتصادية والسياسية"، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.
- حاتم على حيدر مقبل الصالحى، "تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة"، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.
- بدرالدين رحمة محمد على، "التفكير المستقبلى وصناعة التخطيط الاستراتيجى"، مجلة دراسات المجتمع، دورية علمية محكمة، عدد يونيه ٢٠١٢، (٩٤)، مركز دراسات المجتمع، السودان.
- جمال عبدالعظيم أحمد، "العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفى للشباب البحرينى بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٦"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٦، يناير-مارس ٢٠٠٦، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حب الدين علي محمد يعقوب و محمد عبد العاطي عبد الله المكى، "العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في الفترة من ٢٠١٠-٢٠١٥"، : دراسة حالة البنك السودانى الفرنسى- مجلة كلية العلوم الإدارية جامعة افريقيا العالمية - العدد (١) السودان - رمضان ١٤٣٨ هـ يونيو ٢٠١٧.
- خالد جمال، "تأثير التعرض لحملة "حياة كريمة" في التلفزيون والإنترنت على اتجاهات الشباب نحو أداء الحكومة"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٦٣، (عدد ٢)، ٢٠٢٢.
- معين فتحى الكوع وحليمة إيهاب أبو صالحية، "مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية: دراسة مقارنة بين جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٥، ج ١، ٢٠٢٠م
- "تعريف الاستراتيجية"، متاح على:

<https://mawdoo3.com/retrived in:1/4/2022>

-Loannis P. Kotsalas, Anna Antoniou and Michael Scoullas,"
Decoding Mass Media Techniques and Education for
Journal of Education for (Sustainable Development ",
,2017)Sustainable Development, Volume 11 , Issue 2Sep