

العوامل المؤثرة في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

د. فهيمة عبد الله محمد *

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 237 مفردة من القائمين بالاتصال في أقسام وإدارات العلاقات العامة في هذه المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، وقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان للحصول على المعلومات عن موضوع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها:

كشفت الدراسة أهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة؛ ففي ظل الثورة الهائلة في سوق التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها تقنية الإنترنت، أصبح لزاماً أن تقوم المنظمات بالإستفادة منها وتطوير أعمالها والتواصل مع الجمهور بصورة أقرب. فأصبح من الضروري على إدارة العلاقات العامة في المنظمة التكيف مع وسائل الإتصال الحديثة بما فيها شبكات التواصل الإجتماعي.

كشفت النتائج أن معظم الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة تنحصر في الأعمال التقليدية في ممارسة العلاقات العامة مثل: أعمال التسهيلات حجوزات، جوازات، تخليص، تعقيب، إقامة المعارض، القيام بالحملات الإعلامية، المحاضرات، الندوات والمؤتمرات، مجلات ومطبوعات وكتيبات ونشرات داخلية، مجلات ومطبوعات ونشرات وكتيبات للتوزيع الخارجي، المسابقات الهادفة.

كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الجمهور نحو ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية تتمثل في العديد من النواحي مثل: تحسين مستوي الاتصال مع الجمهور الخارجي، تسهيل فرص إقامة تعاون مشترك بين ممارسي العلاقات العامة والجمهور الخارجي، تستطيع العلاقات العامة بناء علاقات مع المؤثرين الرئيسيين على مواقع التواصل للوصول إلى جمهور مستهدف محدد، تفعيل مشاركة الجمهور الخارجي في عملية صنع القرار.

*أستاذ مساعد بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين

Factors Affecting the Practice of Public Relations in the Egyptian and Bahraini Educational Institutions

Abstract:

The study aimed to identify the practice of public relations in the Egyptian and Bahraini educational institutions, by applying to an available sample of 237 in the departments of public relations in these educational institutions, and the researcher used the questionnaire tool to obtain information on the subject of study.

The study reached many results, the most important are:

The study revealed the importance of using modern means of communication such as the Internet and social media in practicing public relations. In light of the tremendous revolution in the digital technology market, the most important of which is Internet technology, it has become imperative for institutions to benefit from it, develop their business and communicate with the public more closely. It became necessary for the public relations department in the institution to adapt to modern means of communication, including social networks.

The results revealed that most of the activities practiced by public relations are confined to the traditional work of practicing public relations, such as: facilities work (reservations, passports, clearance, commentary), holding exhibitions, carrying out media campaigns, lectures, seminars and conferences, magazines, publications, brochures, internal bulletins, magazines and publications. Leaflets and brochures for external distribution, targeted competitions.

The results revealed that the public's attitudes towards the practice of public relations in Egyptian and Bahraini educational institutions are represented in many aspects such as: improving the level of communication with the external public, facilitating opportunities for establishing joint cooperation between public relations practitioners and the external public, public relations can build relationships with the main influencers on social media sites to reach a specific target public, activate the participation of the external public in the decision-making process.

مقدمة :

تزايدت أهمية العلاقات العامة من مختلف المؤسسات نتيجة التعقيدات التكنولوجية و السياسية والاقتصادية التي طرأت عليها، حيث تعد العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية، عن طريق تقديم خدمة معينة لها مبنية على الثقة المتبادلة بين المؤسسة و جماهيرها، انطلاقاً من أهمية هذه الجماهير، وقوتها على مختلف المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد أخذت العلاقات العامة مكانتها في بناء التنظيمي في المنظمات و المؤسسات بمختلف أنواعها، وذلك لقدرة جهاز العلاقات العامة على مساعدة المؤسسات و الشركات للقيام بأدوارها المختلفة، وعلى رأسها رسم السياسات الخاصة بالمنشأة و جماهيرها التي ستتعامل معها رغبة في الحصول على تأييدها.

وقد تطورت العلاقات العامة خلال العقود الثلاثة الاخيرة من القرن العشرين تطوراً سريعاً سواء في منظمات الاعمال او الجهات الحكومية، و ارتبط ذلك التطور المهني و الوظيفي لها بازدياد الاهتمام العلمي و الاكاديمي بالعلاقات العامة كعلم له اسسه وقواعده و فنونه و اخلاقياته، و لم يحدث هذا التطور الكبير الذي حدث من الفكر الاداري و الاعلامي والذي اسهم في تفتيح عقل الادارة العصرية الى الدور الذي يمكن ان تقوم به العلاقات العامة من اطار وظيفتها الاتصالية داخل المنظمة وخارجها.

إن العلاقات العامة في المؤسسة تمارس نشاطها في اتجاهين الأول ينصب على العاملين فيها والموظفين في المؤسسة والثاني يرتبط بالجمهور الخارجي، الذي يستفيد من نشاطاتها وخدماتها وأحياناً يشاركها ويتفاعل معها في هذه الخدمات، فاتصال العلاقات العامة مع الجمهور يجعلها في مكان حساس وخطير، كونها تمثل الصورة الإعلامية للمؤسسة، ولذلك هي غالباً ما تسعى لتوطيد علاقتها مع الجمهور، وإزالة كل سوء فهم بإمكانه أن يحدث بينهما، ولذا فهي مطالبة دائماً بتقديم أفضل أساليب التعامل معه.

ولكي تحقق العلاقات العامة أهدافها بإرضاء الجمهور وإعطاء صورة حسنة عن المؤسسة عليها أن تعد البرامج والخطط، التي من شأنها أن تحقق هذه الأهداف وتوطد العلاقة مع الجمهور، وتضمن تحقيق المؤسسة لإستراتيجيتها في بناء سمعتها وتعزيزها، واستقطاب عدد أكبر من الجمهور، فأعداد البرامج والخطط يضمن تحقيق الأهداف بفاعلية وكفاءة عالية⁽¹⁾.

ولا تقتصر وظيفة العلاقات العامة على تقديم صورة حسنة عن المؤسسة في السوق فقط، بل إن العلاقات العامة تؤمن عملية سير المؤسسة وأدائها بشكل حسن، بالإضافة إلى أنها تعمل لتأسيس مفهوم العلاقات العامة داخل المؤسسة ذاتها وتحديد مهامها

ونشاطاتها، والمساهمة بإزالة العقبات والتحديات التي تعترض المؤسسة، كما أنها تعمل على إقامة علاقات جيدة مع البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.

وفي ضوء ما سبق تعد العلاقات العامة نشاطاً هاماً وأساسياً من أنشطة المؤسسات التي تعمل في مجال المؤسسات التعليمية، كما تعد عاملاً رئيسياً من عوامل نجاح الجمهور التنظيمية حيث تستهدف العلاقات العامة دعم ومساندة أنشطة الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي الذي يتفاعل مع المؤسسات ومحاولة تكوين صورة إيجابية عن هذه المؤسسات وخدماتها والتعرف على ردود فعل الجمهور وتوطيد الصلات مع الجماهير الخارجية لهذه المؤسسات لرفع مستوى الأداء والكفاءة المهنية والتي بذلك تقوم بدورها في تحقيق أهداف المؤسسات الصناعية.

ومن هذا المنطلق تهتم الدراسة بدرجة أساسية بالتعرف على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، نظراً لأهمية إدارة العلاقات العامة في نشر المعلومات للجمهور الداخلي بالإضافة إلى قيامها بتقديم المعلومات للجمهور الخارجي المتصل مع هذه المؤسسات في ضوء الواقع الفاعل لهما وتقويمه في ظل تزايد الاهتمام العام بأهمية العلاقات العامة ومكانتها ودورها.

مشكلة الدراسة :

نظراً لأن جهاز العلاقات العامة يعتمد في المقام الأول على العنصر البشري نجد أن النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة يتوقف أساساً على الفهم الواضح لما تتوقعه المنظمة من إدارة العلاقات العامة، ومن العاملين بها، ولذلك يجب أن تتوفر لدى هؤلاء العاملين المؤهلات والخبرات الذاتية، والمهنية، والتي تؤهلهم للعمل في هذا المجال.

وبما أن العنصر البشري يلعب دوراً حيوياً في كافة المستويات الإدارية بدءاً من الأعمال التنفيذية والتشغيلية البسيطة إلى أعمال الإدارة العليا، فإن الاهتمام به في المؤسسات يُعد الخطوة الأولى لنجاحها، فالفهم الحقيقي والإدراك الصادق لهذا العنصر البشري هو البداية التي بدونها لا يمكن دفع أو تطوير أداء المنظمات في اتجاهات فعّالة⁽²⁾.

وفي ضوء ما شهدته ممارسة العلاقات العامة من تطورات كبيرة خلال السنوات الماضية، حيث انتشرت المؤسسات الكبيرة في أنحاء العالم، ولما كانت العلاقات العامة قد نشأت في بيئة مختلفة عن البيئة العربية من النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، فقد كانت هناك إشكالية مهمة في نقل العلاقات العامة مفهوماً وممارسة لبيئات مختلفة، وكان هناك دائماً تساؤل حول مدى ملائمة العلاقات العامة كما قننت في المجتمعات الغربية للبيئة العربية، وانطلقت هذه الإشكالية وهذا التساؤل المهم من أساسيات بروز الحاجة للعلاقات العامة في مجتمعات ديموقراطية

لها خصائص اقتصادية مختلفة ؛ لذا تختبر هذه الدراسة ممارسة العلاقات العامة في بيئات عربية ممثلة في المؤسسات التعليمية في جمهورية مصر العربية ومملكة البحرين.

الدراسات السابقة:

دراسة ابتسام محمد عبدالعال ، 2021⁽³⁾، والتي استهدفت التعرف على الأنشطة التي تقوم بها أجهزة الاتصال بالجمهور في مؤسسات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات العاملة في مصر والمتمثلة في إدارات مراكز تكنولوجيا المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، وتقييم تلك الأنشطة للتعرف على مدى توافر التخطيط لتلك الأنشطة وأنها تدخل ضمن اهتمامات العلاقات ، حصر شامل لممارسي الأنشطة الاتصالية والقيادات المعنية بالاتصال والتواصل مع الجمهور في مراكز تكنولوجيا المعلومات وبلغ عددهم 58 مفردة بالمؤسسات، وأسفرت أهم النتائج إلي : أن أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها مراكز المعلومات ودعم اتخاذ القرار هي : البريد الإلكتروني ، والموقع الإلكتروني، اللقاءات والاجتماعات ، وشبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك – تويتر- واتس اب ، يستخدم القائمين بالاتصال التقنيات التكنولوجية الحديثة في التخطيط لأنشطة المؤسسة، والتواصل مع الجماهير و المجتمع المحيط بهم ، كما أن استخدام التقنيات الحديثة المتطورة في العمل ساهم بشكل كبير للغاية في تطوير مراكز تكنولوجيا المعلومات ودعم اتخاذ القرار.

دراسة ابراهيم ثامر ابراهيم عواد رويشد الرشيدى ، 2021⁽⁴⁾، والتي استهدفت التعرف على دور إدارة العلاقات العامة في إدارة المؤسسات الإعلامية الكويتية أثناء الأزمات ورصد بعض المتغيرات المؤثرة على فاعلية تلك الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الإعلامية ، واستخدمت الدراسة أسلوب الحصر الشامل، وتكونت من 400 مفردة ، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك مسؤولي العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية الكويتية -محل الدراسة- لوظائف العلاقات العامة بالمؤسسة وبين فاعلية دور العلاقات العامة داخل هذه المؤسسات وقت الأزمة، كما أشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الأزمات التي يتبعها ممارسو العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية الكويتية ونمط إدارتهم لهذه الأزمات ، وأشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ممارسي العلاقات بالمؤسسات الإعلامية الكويتية بحسب المتغيرات الديموغرافية النوع -العمر - المستوى التعليمي - مستوى الدخل الشهري للأسرة في مدى إدراكهم لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجه مؤسساتهم.

دراسة إحسان بادع علوان الجبوري، 2021⁽⁵⁾، والتي استهدفت التعرف على طبيعة أداء وظيفة العلاقات العامة بمجلس النواب وقياس مدى فاعلية هذه الوسائل في تحقيق الأهداف المطلوبة وتقييم هذا الأداء، والكشف عن مدى وعي المسؤولين بمجلس النواب العراقي بدور العلاقات العامة في تعزيز الدور التشريعي للمجلس، تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الميداني، واستخدمت الدراسة المسح الشامل لممارسي العلاقات العامة بمجلس النواب العراقي البالغ عددهم 325 نائب، وقد توصلت الى عدة نتائج منها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة المبحوثين للأخبار الخاصة بمجلس النواب العراقي التي تنشرها إدارة العلاقات العامة بالمجلس ومستوى الصورة الذهنية لديهم عن أداء موظفي إدارة العلاقات العامة بالمجلس، كما اشارت الى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين في الأخبار المنشورة عن مجلس النواب في وسائل الإعلام ومستوى رأيهم عن أداء موظفي إدارة العلاقات العامة، كما اشارت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الصورة الذهنية لدى المبحوثين عن أداء موظفي إدارة العلاقات العامة بالمجلس ورأيهم حول طبيعة النواقص التي تواجه إدارة العلاقات العامة سواء كانت مادية أو معنوية أو كليهما.

دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري، 2021⁽⁶⁾، والتي استهدفت التعرف على الدور التي تقوم به إدارة العلاقات العامة في التفاعل بين المؤسسة وجمهورها من المتقاعدين، واستخدام الباحث العينة العشوائية البسيطة لعدد من المبحوثين المتقاعدين التابعين لصندوق تقاعد موظفين الخدمة المدنية التابع لوزارة الخدمة المدنية بسلطنة عمان قوامها 400 مبحوثاً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن طريقة تعامل المؤسسة مع المتقاعدين أثناء العمل كانت جيدة ومناسبة عكس ما أصبحت عليه بعد التقاعد حيث أصبحت طريقة التعامل غير مناسبة، حيث بلغت نسبة عدم الرضا عن طريقة التعامل 58.3%، واختلفت نتائج المقابلة المتعمقة مع نتائج الدراسة الميدانية حول فاعلية الدور الاتصالي لإدارة العلاقات العامة، حيث أكدت نتائج المقابلة المتعمقة أن هناك تواصل مستمر وفعال مع جمهور المتقاعدين، بينما أكدت نتائج الدراسة الميدانية تهميش أدوار ووظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة مما أدى إلى ضعف تواصل إدارة العلاقات العامة مع المتقاعدين بنسبة بلغت 57.3%، نظراً لأنها لا تقدم للمتقاعد حلول فعالة للمشاكل التي تواجه المتقاعد، ولا تقدم معلومات متوافقة مع الواقع الذي يعيشه المتقاعد، وأكدت نتائج المقابلة المتعمقة إستمرارية إجراء البحوث بصفة مستمرة لمعرفة أبرز المشاكل التي تواجه المتقاعدين، ويتم نقل الآراء كاملة إلى الإدارة العليا لاتخاذ كافة الإجراءات الملائمة للتعامل مع أي مشكلة تواجه جمهور المؤسسة من المتقاعدين، بينما أكدت نتائج الدراسة ضعف قيام إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة بإجراء بحوث للتعرف على آراء واتجاهات

المبحوثين نحو المؤسسة حيث بلغت نسبة الرفض 82.8% وأحيانا 9.5% ونعم بنسبة 7.8%.

دراسة إسراء حسن إبراهيم محمد ، 2021⁽⁷⁾ ، والتي استهدفت التعرف على اتجاهات القيادات الإدارية في المؤسسات التعليمية نحو الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة داخل وخارج المؤسسة والوسائل الاتصالية المستخدمة في عمل العلاقات العامة ، بالتطبيق علي عينة طبقية قوامها 200 مبحوث من القيادات الإدارية في المؤسسات التعليمية محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج ومن أهمها : إن مفهوم العلاقات العامة لدي القيادات الإدارية في المؤسسات التعليمية هو وظيفة إدارية تختص ببناء سمعة وصورة المؤسسة لدي الجمهور والمجتمع وحمايتها والدفاع عنها من خلال عملية البحث والتخطيط والاتصال والتقويم، وأكدت القيادات الإدارية علي أن العلاقات العامة مهمة جدا وظهرت هذه الأهمية من خلال سعيها إلي تعزيز الروابط والعلاقات الاجتماعية بين العاملين وإظهار المؤسسة بالمظهر الذي يليق بها، كما أوضحت نتائج الدراسة أن توفير كافة المعلومات المتعلقة بالمؤسسة وتزويد المديرين بها عند حاجتهم إليها جاءت في مقدمة الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلي تحقيقها لتطوير العمل بالمؤسسة، وأكدت نتائج الدراسة أيضاً علي وجود إدارة مستقلة للعلاقات العامة بالمؤسسة.

دراسة إسراء عبدالناصر أحمد عيسي ، 2020⁽⁸⁾ ، والتي استهدفت التعرف على دور العلاقات العامة في التسويق الاجتماعي الإلكتروني للمؤسسات الخيرية، ، ورصد الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في التسويق الاجتماعي الإلكتروني للمؤسسات الخيرية، وتمثلت عينة الدراسة في مسؤولي العلاقات العامة القائمين بالتسويق الاجتماعي الإلكتروني للمؤسسات الخيرية وقوامها 150 مفردة في المؤسسات السبع التي تم اختيارها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها: أن المؤسسات الخيرية تستخدم الموقع الإلكتروني بهدف تعريف جماهيرهم المستهدفة من المتطوعين والمتبرعين بالأنشطة والخدمات المختلفة التي تقدمها إضافة إلي حثهم علي المشاركة في التطوع والتبرع لمساعدة المرضى والمحتاجين، فالمؤسسات الخيرية تستخدم المواقع الإلكترونية بغرض نشر معلومات عن الأنشطة والخدمات التي يقدمونها، ولجمع التبرعات والحصول علي تمويل لتنفيذ المشروعات والخدمات التي يقدمونها، كما تمثلت صعوبات التسويق الإلكتروني لأنشطة المؤسسات الخيرية في ثلاثة أصناف: صعوبات بشرية وأخرى مادية وثالثة إدارية، كما عانت هذه المؤسسات من صعوبات تتعلق بعدم وجود بنود في الميزانيات تتيح لها ممارسة نشاط التسويق الإلكتروني علي أهميته، كذلك فهناك بعض الفئات المستهدفة بالعمل الخيري لا تمتلك وسائل الاتصال

الإلكتروني، يضاف إلى ما سبق عشوائية التخطيط في بعض المؤسسات واعتماده على الجهد الفردي للعاملين بها.

دراسة نور رزاق حسين ، 2020⁽⁹⁾، والتي استهدفت التعرف على طبيعة عمل العلاقات العامة في المؤسسات العراقية، والتعرف على نوع التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة في المؤسسات العراقية، والوقوف على مستوى أداء وكفاءة ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العراقية، التعرف على طبيعة العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العراقية والجمهور، وقوة التفاعل بينهما ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي بالمؤسسات التربوية العراقية وارتفاع مستوى متابعة وسائل الاتصال الحديثة، واعتماد ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة لوسائل الاتصال الحديثة في عملهم ومن أبرزها الانترنت بشكل عام يليها شبكات التواصل الاجتماعي ثم الهاتف والتيلجرام ثم الكمبيوتر ثم الفيديو وفي الترتيب الأخير الفاكس، كما أكدت النتائج أن تنوع دوافع استخدام ممارس العلاقات العامة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل أن أبرز الدوافع كانت دافع الحصول على المعلومات يليها لمشاهدة ومتابعة الأخبار و التواصل بين الأشخاص ثم نقل الملفات ثم الاعلان ثم التسلية والمتعة، وأشارت أيضاً إلى ارتفاع عدد الساعات التي يستغرقها المبحوثين يومياً في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في إنجاز العمل لتصل من 6 ساعات فأكثر، وكثافة استخدام المبحوثين للتقنيات الحديثة والوسائل التكنولوجية لإنجاز أعمالهم.

دراسة هالة محمود رشاد العايدى ، 2020⁽¹⁰⁾ ، والتي استهدفت التعرف على دور أدوات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الانطباع المؤسسي، عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية المصرية، وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر هذا الدور في تكوين وإدارة انطباعات مستخدمي الإنترنت من المواطنين المصريين نحو تلك المؤسسات، استناداً إلى المداخل النظرية في مجال إدارة الانطباع ، وكشفت نتائج الدراسة أن البيئة الافتراضية للمؤسسات مكنت من التحكم في المعلومات المقدمة، وتقديم نفسها Self-Presentation بالشكل الذي تراه مناسباً؛ حيث تستخدم المؤسسات المختلفة مواقعها الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات لإدارة الانطباع، من خلال التحكم في المعلومات التي تقدمها عبر هذه الأشكال الإلكترونية بغرض التأثير في انطباعات مستخدمي الإنترنت Users ، ومن ثم تكوين صورة إيجابية أو تغيير صورة سلبية عنها ، كما كشفت عن إمكانية التغلغل في الممارسات الاتصالية الحكومية، من خلال بحث دوافع ونتائج استراتيجيات إدارة الانطباع المؤسسي التي توظفها مؤسسات الدولة عبر الإنترنت.

دراسة أحمد شعبان عبد الملك رشوان ، 2019⁽¹¹⁾ ، والتي استهدفت التعرف على طبيعة وحجم المشكلات التي تواجه الأندية الرياضية وكيفية مواجهتها من قبل إدارة العلاقات العامة بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ، وبلغ حجم العينة 48 فرداً من العاملين بإدارة العلاقات العامة ببعض أندية جمهورية مصر العربية ، وقد تم إختيار عينة البحث بالطريقة العمدية ، كما استخدم الباحث المقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج إلي : توصل الباحث إلي وجود مشكلات وأزمات تتعرض لها مختلف الاندية الرياضية والمتمثلة في كفاءات للعمل بالادارة ، وسيلة اتصال ، الجمهور الداخلي ، الجمهور الخارجي ، الاعلام الرياضي ، الامكانيات المادية ، الامكانيات البشرية ، البرامج المتبعة ، وفي ضوء ما أظهرته نتائج هذه الدراسة توصي الدراسة بضرورة توافر العاملين بإدارة العلاقات العامة و عمل دورات تدريبية لاختصاصي العلاقات العامة لصقلهم بالادارات الخاصة بالعلاقات العامة، و انتقاء مديري ادارات العلاقات العامة بالاندية الرياضية وذلك بما يتناسب مع المؤهلات العلمية الحاصل عليها وسنوات خبراته بهذا المجال.

دراسة اسامة محمد احمد زيدان ، 2019⁽¹²⁾ ، والتي استهدفت التعرف على تحديد دور العلاقات العامة الالكترونية في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بالهيئة القومية للتأمين الاجتماعي من خلال دراسة المصادر التي تعتمد عليها الهيئة في الحصول علي معلومات ،ومن نتائج البحث: ضعف الاتصال الافقي بين الادارات المختلفة داخل الهيئة، زيادة مستوى الاتصال الوظيفي الصاعد من الموظفين الي الادارة العليا بالشكاوى، زيادة مستوى الاتصال الوظيفي الهابط من الادارة العليا الي الموظفين بالاوامر ، وأسفرت أهم النتائج إلي : أن كل منشأة أو مؤسسة إلى بناء و تكوين صورة جيدة و سمعة حسنة عنها من خلال بناء علاقات جيدة و قوية مع العملاء و العاملين و المؤسسات الأخرى على حد سواء و لذلك على كل مؤسسة أو شركة أن يكون بها قسم خاص بالعلاقات العامة ، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك نمطاً آخر من التحديات التي تواجه ممارسات العلاقات العامة الإلكترونية متعلقة بانتهاك مبادئ التكافؤ والمساواة بين المنظمة و جماهيرها؛ نتيجة لعدم الالتزام بمؤشرات التفاعل الحواري الفعال عبر الإنترنت، ومن أبرز مظاهر هذه التحديات الانفراد بعرض وجهة نظر المؤسسة دون أخذ رأي الجمهور في الاعتبار، تسفيه آراء الجمهور وعدم التفاعل أو فتح نوافذ حوارية معهم، عدم الالتزام بأية مؤشرات للانغماس في السوق أو الانغماس في المجتمع.

دراسة محمود فوزي ، 2019⁽¹³⁾ ، والتي استهدفت التعرف على التحديات الأخلاقية والمهنية للعلاقات العامة الإلكترونية ، من خلال تحليل الأدبيات تحليلاً كفيئاً، لما نشر من بحوث ودراسات عن الموضوع باللغتين العربية والأجنبية، ورصد وتحليل مؤشرات ومعايير الممارسة المهنية والأخلاقية السليمة للعلاقات العامة الإلكترونية؛ بالتطبيق علي 54 بحثاً ، وتوصل الباحث إلي تصنيف هذه التحديات إلي

معوقات متعلقة بزعة مبادئ المصداقية والشفافية والنزاهة؛ التي يجب أن تتمتع بها المنظمة وسمعتها نحو جماهيرها الداخلية والخارجية، من خلال خداع عملاء المنظمة وتضليلهم؛ عبر المحتويات الإلكترونية الزائفة غير الصادقة، وهي التحديات المتمثلة في كل منادف المادي للمدونين والجهات الخارجية مقابل بث الشائعات والرسائل السلبية، إقضاء أسرار المنظمة، الجمع بين العمل بمنظمة والعمل بجهة خارجية دون إذن الإدارة، تدوين ممارسي العلاقات العامة لتعليقاتهم الإلكترونية بشكل زائف دون الإفصاح أو تحديد هويتهم الحقيقية أو الإفصاح عن هوية الوكيل أو الراعي، التلاعب بالمحتوي الإلكتروني للوسائط المتعددة، إقناع المستهلكين بشراء منتجات غير مهتمين بها، عدم مطابقة سعر المنتج لقيمة الفواتير التي يحصل عليها المستهلك.

دراسة منال المزاهرة ، 2018⁽¹⁴⁾ ، والتي استهدفت التعرف على مدى توظيف ممارسي العلاقات العامة في القطاع التجاري الأردني لشبكات التواصل الاجتماعي، وللتعرف على العوامل المؤثرة في توظيفهم لهذه الشبكات في ضوء العناصر الخمسة للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، من خلال استطلاع آراء عينة متاحة من ممارسي العلاقات العامة بلغت 100 مفردة، ، وقد توصلت الدراسة إلى من النتائج كان أهمها أن: 48% من عينة الدراسة تقوم بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مجال عملهم، وأن شبكة الفيسبوك هي بين الممارسين بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين الشبكة الأكثر استخداماً الأداء المتوقع والنية السلوكية، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة بين كل من الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثير المجتمعي، وجود علاقة ارتباطية بين التأثير المجتمعي والتسهيلات ووجود علاقة بين الجهد والتأثير المجتمعي والتسهيلات المتاحة، والتي جاءت جميعها بمتوسطات حسابية وانحرافات معيارية بدرجات مرتفعة.

دراسة صفاء عبدالحميد عبدالسميع⁽¹⁵⁾، والتي استهدفت التعرف على أثر استخدام ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل صورتها الإعلامية عند الجماهير، وتم إجراء مجموعة من المقابلات الميدانية مع عدد 45 مفردة من القائمين بالاتصال في إدارة العلاقات العامة في الوزارات، وقد أجريت هذه الدراسة الميدانية على عينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي المتابعين للصفحات الرسمية للوزارات قوامها 400 مفردة ، وكانت من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: تصدر الفيسبوك قائمة الشبكات الاجتماعية لدى ممارسي العلاقات العامة بالوزارات والجمهور المتابع للصفحات الرسمية للوزارات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما ركز ممارسي العلاقات العامة للصفحات الرسمية للوزارات المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي على عملية الاتصال في اتجاه واحد التي تعبر عن أهداف ورؤية ورسالة الوزارة والمتمثلة في إستراتيجية

الإعلام ، تتمثل أهمية العلاقات العامة في الوزارات المصرية في كونها حلقة الوصل بين الإدارة العليا بالوزارة وبين العاملين بها، و الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الهيئات والمؤسسات التعليمية مازال في مراحله الأولية، وكشفت النتائج عن اعتماد ممارسو العلاقات العامة علي الاستراتيجيات التصحيحية لمواجهة الأزمات، وانخفاض درجة الثقة لدي الجماهير تجاه المضامين المنشورة علي الصفحات الرسمية للوزارات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

دراسة **Aimei Taylor** ، 2017⁽¹⁶⁾ ، وتناولت هذه الدراسة دور مواقع المنظمات غير الحكومية الصينية على الإنترنت في بناء العلاقات العامة، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها: أنّ هذه المواقع تقوم بلامح اتصالية حوارية لتيسير إقامة العلاقات العامة، كما رصدت 91% من المواقع إستخدامات عديدة للإنترنت تمثلت في الوصول إلى قطاعات جديدة من الجماهير، ونقل رسائل وبيانات العلاقات العامة إلى وسائل الإعلام، وتبادل الرسائل والمعلومات مع المؤسسات الأخرى، أمّا عن محتويات الموقع الإلكتروني فتمثل في التعريف بالمؤسسة ومنتجاتها، وشئون العملاء، والأرشيف ومحرك البحث، وفرص التوظيف، ومحتويات إلكترونية مرئية وصوتية وصور ، وأجاب 95% من المبحوثين أنهم يستخدمون البريد الإلكتروني بشكل مستمر، جاء بعده شبكات التواصل الاجتماعي، وإجراء البحوث واستطلاعات الرأي العام.

دراسة **Philip Kitchen** ، 2016⁽¹⁷⁾ ، والتي تهدف إلى التعرف على مدى قدرة ممارسي العلاقات العامة على إستخدام الإنترنت وتوظيفه لوظائف المنظمة، وإعتمدت على نموذج روجرز في إنتشار المستحدثات التكنولوجية كمدخل نظري للدراسة، وتم جمع المعلومات عن طريق الاستبيان ، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها إنّ أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات اعتمدت بشكل كبير في تنفيذ وظائفها الإدارية على الإنترنت كوسيلة مهمة للتنظيم والتخطيط والبحث والإتصال والتقييم، وتوصلت إلى الخدمات التي أتاحتها الإنترنت للعلاقات العامة والتي تمثلت في خدمة البريد الإلكتروني وقوائم البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي وبناء الموقع الإلكتروني للمؤسسة على شبكة الإنترنت، وإجراء البحوث، والمقابلات الشخصية، والمشاركة في المؤتمرات عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة على الإنترنت.

دراسة **Hyunjin Seoa & others** ، 2015⁽¹⁸⁾ ، وجاءت هذه الدراسة للبحث في كيفية استفادة المنظمات غير الحكومية من أدوات وسائط الإعلام الجديد وتوظيفها في مجال العلاقات العامة، وإعتمدت على منهج المسح من خلال مسح 75 من ممثلي المنظمات غير الحكومية عبر مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية ، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها أن تعزيز صورة المنظمة وجمع الأموال أهم وظيفتين تسعيان لهما من خلال استخدام وسائط الإعلام الجديدة ، كما توصلت إلى حصول

البريد الإلكتروني على الترتيب الأول في استخدامات جمهور المنظمة، وحصول الموقع الإلكتروني للمنظمة على شبكة الإنترنت على الترتيب الثاني بنسبة 80% من استخدامات القائمين بالاتصال في المنظمة لنشر المواد الإعلامية، وحصلت المشاركة في المؤتمرات على نسبة 70% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

دراسة Donald K. Wright & Others 2015 (19) ، والتي استهدفت التعرف إلى استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في ممارسة العلاقات العامة عن طريق تحليل استمر لمدة عشر سنوات لمعرفة كيفية إحداث وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة لتغيرات جذرية في ممارسة مهنة العلاقات العامة ، وقد أرسلت استمارة الاستبيان عبر البريد الإلكتروني لقائمة أعضاء جمعية العلاقات العامة الأمريكية والجمعية الدولية للعلاقات العامة ومعهد العلاقات العامة لعينة قوامها 329 مفردة، وكانت العينة موزعة على أمريكا الشمالية، وأمريكا الجنوبية، وأوروبا، وآسيا، وأستراليا، وأفريقيا ، وقد أثبتت الدراسة أن وسائل الإعلام الاجتماعية كالفيس بوك وتويتر هم الأكثر استخداما في ممارسة العلاقات العامة، وأكدت النتائج أيضًا أن في عام 2014 احتل موقع تويتر المرتبة الأولى كوسيلة للاتصال في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، بينما حل الفيس بوك في المركز الأول عام 2015 ، كما أكد ممارسو العلاقات العامة أن وسائل الإعلام الاجتماعية غيرت طريقة ممارسة العلاقات العامة خصوصًا في الاتصال بال جماهير الخارجية أكثر من الجماهير الداخلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أظهرت الدراسات السابقة أن العلاقات العامة تمثل جانباً هاماً من جوانب الإدارة سواء في المنظمات الخاصة أو في المنظمات الحكومية، فهي لا تخرج من كونها نشاطاً يسعى لكسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة لأهداف وسياسات وإنجازات المنظمة وخلق جو من الألفة والتعاون ما بين المنظمة وجماهيرها المختلفة الداخلية والخارجية، وهذا كله يعتمد على وجود سياسات سليمة وخطط واضحة. وفي ذلك لا تختلف مسؤوليات العلاقات العامة وجمهورها في المنظمات الحكومية عنها في المنظمات والمشروعات الصناعية والتجارية، فهي كلها تهدف في النهاية إلى خلق جو من الثقة والإحترام والفهم المتبادل ما بين المنظمة وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
- أظهرت الدراسات السابقة أن أساس عمل العلاقات العامة ووسيلتها في إنجاز وظائفها وتحقيق أهدافها هو الاتصال ذو الإتجاهين والذي يساهم في بناء السمعة الطيبة للمؤسسة والحفاظ عليها من خلال إستخدام وسائل ممارسة العلاقات العامة بتسهيلات المتعددة في تحقيق الأهداف والوظائف التي تسعى إليها.

- من خلال استعراض الدراسات السابقة، استخلصت الباحثة مجموعة من المؤشرات تتمثل فيما يلي:

1- **من حيث الموضوع:** تناولت الدراسات الأجنبية موضوع استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة في ممارسة مهنة العلاقات العامة بشكل شامل؛ إذ تناولت كيفية استخدام ممارسي العلاقات العامة للأدوات الإلكترونية الحديثة، وكيفية الاستفادة منها في مجال العلاقات العامة ومدى إقبال ممارسي العلاقات العامة على استخدامها من خلال (دراسة Aimei Taylor 2017)، قدرة ممارسي العلاقات العامة على استخدام الإنترنت وتوظيفه لوظائف المنظمة (دراسة Philip Kitchen 2016)، كيفية استفادة المنظمات غير الحكومية من أدوات وسائط الإعلام الجديد وتوظيفها في مجال العلاقات العامة (دراسة Hyunjin Seo 2015)، استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في ممارسة العلاقات العامة (دراسة Donald K. Wright & Others 2015)، وفي المقابل ركزت الدراسات العربية على الأنشطة التي تقوم بها أجهزة الاتصال بالجمهور (دراسة ابتسام محمد عبدالعال، 2021)، دور إدارة العلاقات العامة في إدارة المؤسسات الإعلامية (دراسة ابراهيم ثامر ابراهيم عواد رويشد الرشيدى، 2021)، طبيعة أداء وظيفة العلاقات العامة (دراسة إحسان بادع علوان الجبوري، 2021)، دور إدارة العلاقات العامة في التفاعل بين المؤسسة وجمهورها (دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري، 2021)، اتجاهات القيادات الإدارية في المؤسسات التعليمية نحو الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة (دراسة إسراء حسن إبراهيم محمد، 2021)، على دور العلاقات العامة في التسويق الاجتماعي الإلكتروني (دراسة إسراء عبدالناصر أحمد عيسى، 2020)، دور أدوات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الانطباع المؤسسي، عبر المواقع الإلكترونية (دراسة هالة محمود رشاد العايدي، 2020)، دور العلاقات العامة الإلكترونية في تحقيق الرضا الوظيفي (دراسة اسامة محمد احمد زيدان، 2019)، التحديات الأخلاقية والمهنية للعلاقات العامة الإلكترونية التحديات الأخلاقية والمهنية للعلاقات العامة الإلكترونية (دراسة محمود فوزي، 2019)، استخدام ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (دراسة صفاء عبدالحميد عبدالسميع، 2018)

2- **من حيث المنهج:** من خلال عرض الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، لوحظ أن بعض الدراسات اتبعت منهج المسح؛ واستخدمت الباحثة منهج المسح نفسه؛ حتى يتيح لها تناول موضوع استخدام أدوات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية من قبل العاملين في أجهزة العلاقات العامة بهذه المؤسسات.

3- **من حيث العينة:** اعتمدت الدراسات الأجنبية والعربية على عينات من ممارسي العلاقات العامة للوقوف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لأدوات العلاقات العامة، ومن الباحثين من طَبَّقَ دراسته بأسلوب الحصر الشامل على ممارسي الأنشطة الاتصالية والقيادات المعنية بالاتصال والتواصل مع الجمهور (دراسة ابراهيم ثامر ابراهيم عواد رويشد الرشيدى ، 2021)، ولاحظت الباحثة إختلاف العينات المستخدمة في هذه الدراسات، فمنها من استخدم العينات الإحتمالية مثل العينة العشوائية البسيطة (دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري ، 2021)، والعينة العشوائية الطبقية (دراسة إسراء حسن إبراهيم محمد ، 2021) ، ومنها من استخدم العينات غير الإحتمالية مثل العينة العمدية (دراسة أحمد شعبان عبد الملك رشوان ، 2019) ، والعينة المتاحة (دراسة منال المزاهرة ، 2018) ، وبذلك اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على عينة من العاملين بأجهزة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية باستخدام العينة المتاحة.

4- **من حيث أدوات جمع البيانات:** انحصرت معظم أدوات جمع البيانات في الدراسات السابقة في الأدوات الكمية مثل: الاستقصاء، أو صحيفة تحليل المضمون، ومنها من استخدم أداتين معًا مثل المقابلة والاستبيان (دراسة أحمد شعبان عبد الملك رشوان ، 2019) ، وبناءً على ذلك اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان لجمع البيانات.

5- **من حيث النتائج:** توصلت الدراسات السابقة لعدة من النتائج يمكن إيجازها في الآتي:

- أثبتت معظم الدراسات وجود اتجاهات إيجابية وقوية لدى ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام مواقع المؤسسات عبر شبكة الإنترنت في تحقيق الفورية والتفاعلية في الاتصال مع الجماهير، كما توصلت إلى وجود حالة عدم رضا لدى القائمين بالاتصال عن نوع التكنولوجيا المستخدمة في مؤسساتهم.
- أوضحت العديد من الدراسات السابقة أيضًا أن العلاقات العامة ليس هدفها الأول هو الجمهور الداخلي ولكن يأتي عادةً الجمهور الداخلي والعاملين في المنظمة في المرتبة الأخيرة بعد وسائل الإعلام وأصحاب المصالح، وفي المقابل فإن إدارة العلاقات العامة لاتقوم بدورها في تكوين سمعة طيبة عن الوزارات لدى العاملين بها.
- كشفت الدراسات أن أجهزة العلاقات العامة تهتم بتقويم الأنشطة الإتصالية أكثر مما تهتم بتقويم الأداء الكلي، كما تهتم بتقويم العائدات المادية أكثر من المدخلات والمخرجات.
- أكدت غالبية الدراسات السابقة أن البريد الإلكتروني من أكثر الأدوات المستخدمة في التواصل مع الجماهير المستهدفة.

- تهميش أدوار ووظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة مما أدى إلى ضعف تواصل إدارة العلاقات العامة مع الجمهور.
- اعتماد ممارسو العلاقات العامة علي الاستراتيجية التصحيحية لمواجهة الأزمات ، وانخفاض درجة الثقة لدي الجماهير تجاه المضامين المنشورة علي الصفحات الرسمية للوزارات عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من العرض السابق لجملة الدراسات السابقة العربية كانت أم الأجنبية في النقاط التالية:

- تحديد إشكالية الدراسة تحديداً دقيقاً بطريقة تسمح بصياغة الأهداف والتساؤلات والفروض وفقاً لهذه المشكلة، فكلمة كانت المشكلة محددة بدقة فكلمة كانت الأهداف والتساؤلات والفروض أكثر دقة.
- أسهمت في تحديد مجموعة المناهج والأدوات البحثية المناسبة للبحث والتي تدفع إلى الوصول إلى نتائج علمية سليمة.
- الاسترشاد إلى المراجع والمصادر التي استعانت بها الدراسات السابقة، والبحث عنها، ومن ثم الاستفادة منها قدر الإمكان في الإطار النظري للدراسة.
- أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة على المستويين العلمي والعملية على النحو التالي:

- أ. أهمية علمية: توفير مرجعية علمية بينية Interdisciplinary لباحثي وممارسي العلاقات العامة تجمع بين علوم الإعلام والإدارة فيما يتعلق بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية؛ من خلال بلورة واقع الممارسة الفعلية لإدارة العلاقات العامة في قالب بحثي يجمع بين العلم والممارسة، ويتوافق مع الثقافة التنظيمية البحرينية.
- ب. أهمية عملية: الإسهام في تنمية مهارات المسؤولين بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، وتأهيلهم للفصل بين إدارة العلاقات العامة من خلال تحديد مقومات الإدارة الناجحة لانطباعات الجمهور؛ الأمر الذي يُمكنهم من تحقيق الكفاءة والاستمرارية في أداء أدوارهم كمتحدثين رقميين لتلك المؤسسات بما يُساهم في تعزيز التواصل مع المواطن كغاية تنموية منشودة.
- ج. أهمية التركيز على العنصر البشري في المؤسسة، انطلاقاً من أنه لا يقل أهمية عن العناصر المادية الأخرى بل يفوقها لكونه العنصر الأساسي في العملية

الإنتاجية، وذلك من خلال التعرف على مستوى رضا موظفي العلاقات العامة بالشركات الليبية، وإبراز العوامل المؤثرة فيه.

٤. الأهمية الكبرى لدراسة العلاقات العامة، وذلك لما تمثله اليوم من أهمية بالغة للمؤسسات المعاصرة، حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وبهذا التوافق والتكيف يتوفر للمؤسسات المعاصرة مناخ أكثر ملائمة لتطورها تطوراً سليماً ومستقراً بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة إجتماعية مشتركة أفضل وخلق فرص أفضل لهم.

أهداف الدراسة :

- التعرف على درجة استخدام وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.
- الوقوف على الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.
- الكشف عن الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية والبحرينية ، وأهمية تحديد هذه الأهداف.
- رصد واقع ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.
- التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية نحو تقييم برامج العلاقات العامة.
- الوقوف على أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.
- التعرف على جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

فروض الدراسة :

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة استخدام وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية وتقويم هذه البرامج.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقويم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

تساؤلات الدراسة :

- إلى أي درجة يستخدم ممارسو العلاقات العامة وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ؟

- ما الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

- الكشف عن الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، وما أهمية تحديد هذه الأهداف؟

- ما واقع ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية؟

- ما اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية نحو تقييم برامج العلاقات العامة؟

- ما أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ؟

- ما جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث من خلال جمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة، تهدف إلى وصف الظاهرة كما هي، أي في ظل الظروف التي توجد عليها (20).

وتهدف هذه الدراسات الوصفية إلى التعرف على الأوصاف الدقيقة لظاهرة أو مجموعة من الظواهر التي يقوم الباحث بدراستها من حيث ماهيتها وطبيعتها ووضعها الحالي، والعلاقة بينهما وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها (21).

إذ تُعدّ البحوث الوصفية هي الأكثر ملائمة بالنسبة لموضوع هذه الدراسة، والتي تهدف إلى وصف استخدام العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey، والذي يعدّ جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر محل الدراسة. وكان إعتقاد الباحثة على منهج المسح Survey Method بوصفه أنسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها، كما أنه يسمح بتعميم الظواهر العلمية، وهو ما يسمح بالخروج بتعميمات علمية واستخلاصات قابلة لإعادة الإختبار والتحقق من صحتها.

ويعد منهج المسح تصميم بحثي يهدف إلى جمع البيانات من العديد من الأفراد خلال فترة زمنية محددة، وهي عبارة عن بيانات كمية تتعلق بمجموعة من المتغيرات التي يهدف الباحث إلى دراستها(22).

وتوظف الدراسة منهج المسح لدراسة واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية من خلال دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة بهذه المؤسسات.

مجتمع الدراسة

مجتمع المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية: وهي المؤسسات التعليمية العاملة في جمهورية مصر العربية ومملكة البحرين الحكومية منها والخاصة .

مجتمع القائمين بالاتصال: ويشمل مديري ومشرفي أجهزة العلاقات العامة بالإضافة إلى موظفي هذه الأجهزة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق دراستها على عينة عشوائية بسيطة من المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية قوامها 60 مؤسسة تعليمية .

قامت الباحثة بتطبيق دراسة ميدانية على 237 مفردة من القائمين بالاتصال في أقسام وإدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، وقد استخدمت الباحثة العينة المتاحة للعاملين في هذه المؤسسات.

وقد رُعي عند اختيار عينة الدراسة أن يقتصر إجراء الدراسة على المؤسسات التي لديها جهاز علاقات عامة مستقل، سواء كانت إدارة مستقلة، أو قسم تحت إشراف إحدى الإدارات، أو وحدة إدارية تحت إشراف احد الأقسام.

أداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في الدراسة الحالية على صحيفة الاستبيان Questionnaire كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وتعرف صحيفة الاستبيان بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستثارة المبحوثين بشكل منهجي ومقنن، وذلك لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها⁽²³⁾.

اختبار الصدق والثبات:

أولاً : اختبار الصدق

يراد بصدق التحليل التحقق من مدى صلاحية أسلوب القياس أو أدواته في قياس الموضوعات والظواهر التي يريد الباحث تحليلها، واستخلاص نتائج يعول عليها ومن ثم تعميمها ، ويتفق كثير من الخبراء على أن أهم أنواع الصدق الواجب توفرها في المقياس أو الأداة هي (24):

– **الصدق الظاهري:** وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين والخبراء على أن المقياس أو الأداة صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله أي تحقيق هدف البحث.

– **صدق المحتوى:** وهو الذي يعبر عن اتفاق محتوى المقياس أو الأداة مع الهدف الذي أعدت من أجله، أي اتفاق فئات التحليل مع هدف البحث.

– **صدق البناء:** أو ما يسمى بالصدق النظري، ويرتبط هذا النوع بالإدراك الجيد من قبل الباحثة للأطر النظرية والفرضية لبناء المقياس أو الأداة، وذلك عن طريق صياغة مشكلة البحث بشكل علمي، وتحديد أهدافه بدقة، وكذلك إدراك الباحث للإطار النظري لمشكلة البحث، وهذا كله يؤثر بالتالي على تحديد مفردات وفئات المقياس أو الأداة ومدى اتفاقها مع المشكلة وأهدافها.

وقامت الباحثة بتطبيق الصدق على استمارة الاستبيان والمقابلة بعرضها على السادة المحكمين (25)، الذين أبدوا بعض الملاحظات على أسئلة الاستمارة، وبناءً على تلك الملاحظات قامت الباحثة بالتعديل المطلوب من قبل المحكمين.

أجرت الباحثة اختباراً قبلياً للاستمارة من خلال تطبيقها على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الشركات متوسطة الحجم في مملكة البحرين بلغ قوامها 28 مفردة بنسبة 10% من إجمالي عينة الدراسة الفعلية، وتم من خلال هذا الاختبار إجراء بعض التعديلات حول بعض الأسئلة التي اتسمت بالغموض لهم، وكذلك تعديل بعض خيارات الإجابات لبعض الأسئلة بحيث أصبحت الاستمارة في شكلها النهائي عقب هذا الاختبار صالحة لقياس ما أعدت من أجله بصدق.

ثانياً : الثبات

للتأكد من صحافة الاستبيان قامت الباحثة بإستخدام أسلوب إعادة الإختبار وهو إعادة تطبيق المقياس على نفس العينة من المفردات البشرية بعد مرور فترة زمنية، وتقدير قيمة الثبات بين نتائج الإختبارين، ويعتبر المقياس أو الأداة ثابتة إذا كان اختلاف النتائج بسيطاً، أو ارتفع معامل الارتباط بين نتائج الإختبارين⁽²⁶⁾.

وقد تم تطبيق أسلوب إعادة الإختبار على 10% من العينة أي ما يعادل 23 مفردة، حيث أعيد تطبيق الإختبار بعد مرور أسبوعين على تطبيق الإختبار الأول، وعند حساب معامل الارتباط لهذين الإختبارين جاءت النتيجة 0.92 وهي قيمة مرتفعة، وتشير إلى ثبات صحيفة الاستقصاء.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها - بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم SPSS اختصاراً ل: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والإختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة Interval Or Ratio. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70 ، وقوية إذا زادت عن 0.70 .
- إختبارات للمجموعات المستقلة Independent-Samples T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة Interval Or Ratio .

نتائج الدراسة :

جدول رقم (1)

توزيع المبحوثين طبقاً لدرجة استخدام وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

الوسائل	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
الإنترنت	مصرية	121	3.88	.987	4.762	398	.001	4.17
	بحرينية	116	4.57	.911				
مواقع التواصل الاجتماعي	مصرية	121	3.17	.712	7.981	398	.000	4.25
	بحرينية	116	4.51	.761				
الصحف	مصرية	121	4.08	1.041	0.789	398	0.431	4.06
	بحرينية	116	4.00	1.096				
الوسائل المرئية والمسموعة	مصرية	121	4.02	1.121	0.695	398	0.488	3.98
	بحرينية	116	3.94	1.180				
الندوات والمحاضرات	مصرية	121	4.00	0.962	0.563	398	0.574	3.96
	بحرينية	116	3.94	0.931				
المطبوعات الخاصة بالوزارة	مصرية	121	2.52	1.381	0.574	398	0.566	2.48
	بحرينية	116	2.44	1.410				
المؤتمرات	مصرية	121	2.13	1.402	1.556	398	0.121	2.00
	بحرينية	116	1.91	1.405				
المجلات	مصرية	121	1.80	1.135	1.345	398	0.180	1.72
	بحرينية	116	1.66	0.970				
المعارض العامة والخاصة والمنوعة	مصرية	121	1.70	0.695	0.051	398	0.959	1.70
	بحرينية	116	1.70	0.718				
المقابلات الشخصية	مصرية	121	1.33	0.885	1.385	398	0.167	1.280
	بحرينية	116	1.21	0.771				

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو أكثر وسائل الاتصال تستخدم في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 4.25 ، الإنترنت بمتوسط حسابي 4.17 ، الصحف، بمتوسط حسابي 4.06، الوسائل المرئية والمسموعة بمتوسط حسابي 3.98، الندوات والمحاضرات بمتوسط حسابي 3.96 ، المطبوعات الخاصة بالوزارة، بمتوسط حسابي 2.48، المؤتمرات بمتوسط حسابي 2.00، المجلات بمتوسط حسابي 1.72، والمعارض العامة والخاصة والمنوعة ، بمتوسط حسابي 1.70، المقابلات الشخصية بمتوسط حسابي 1.28.

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لدرجة استخدام وسائل الاتصال في

برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية لصالح المؤسسات البحرينية في استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 4.57 ، 4.51 مقابل 3.88 ، 3.17 للمؤسسات المصرية ، والفارق دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test 4.762 ، 7.981 عند مستوى المعنوية 0.001 ، .000 ، وهما أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

كما أشارت نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية في استخدام باقي وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (2)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث درجة استخدام وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	21.70	4.263	1.912	398	0.057
بحرينية	116	20.92	3.879			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لدرجة استخدام وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، والفارق غير دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (3)

توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات المصرية والبحرينية

العبرة	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
أعمال التسهيلات حجوزات، جوازات، تخليص، تعقيب	مصرية	121	4.50	0.501	0.708	398	0.479	4.52
	بحرينية	116	4.53	0.500				
إقامة المعارض محلية أو دولية	مصرية	121	4.27	0.865	0.267	398	0.790	4.26
	بحرينية	116	4.25	0.831				

المجلة المصرية لبحوث الإعلام – عدد 77 (الجزء الثاني) أكتوبر ديسمبر 2021

4.00	1.000	398	0.000	0.956	4.00	121	مصرية	القيام بالحملات الإعلامية
				1.002	4.00	116	بحرينية	
3.98	0.000	398	5.685	0.884	4.36	121	مصرية	محاضرات
				1.393	3.67	116	بحرينية	
3.94	0.000	398	4.908	0.852	4.22	121	مصرية	ندوات ومؤتمرات
				1.163	3.71	116	بحرينية	
3.80	0.000	398	4.757	0.827	4.04	121	مصرية	مجلات ومطبوعات وكتيبات ونشرات داخلية
				0.978	3.60	116	بحرينية	
3.78	0.894	398	- 0.133	0.953	3.77	121	مصرية	مجلات ومطبوعات ونشرات وكتيبات للتوزيع الخارجي
				0.979	3.78	116	بحرينية	
2.90	0.000	398	- 5.729	1.200	2.50	121	مصرية	المسابقة الهادفة
				1.267	3.21	116	بحرينية	
2.56	0.028	398	- 2.202	1.158	2.40	121	مصرية	تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات والأجهزة الأخرى
				1.258	2.67	116	بحرينية	
2.40	0.004	398	- 2.906	1.270	2.18	121	مصرية	إعانات مالية
				1.377	2.57	116	بحرينية	
2.38	0.228	398	1.208	0.893	2.45	121	مصرية	رحلات
				1.229	2.32	116	بحرينية	
2.08	0.866	398	0.168	1.206	2.09	121	مصرية	استقبال الوفود وتنظيم الزيارات
				1.102	2.07	116	بحرينية	
2.02	0.001	398	- 3.455	0.817	1.86	121	مصرية	حفلات
				0.791	2.14	116	بحرينية	

يتوزع المبحوثون طبقاً لأهم الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : أعمال التسهيلات حجوزات، جوازات، تخليص، تعقيب، بمتوسط حسابي 4.51، إقامة المعارض محلية أو دولية بمتوسط حسابي 4.25، القيام بالحملات الإعلامية بمتوسط حسابي 3.99، المحاضرات، بمتوسط حسابي 3.97، الندوات والمؤتمرات بمتوسط حسابي 3.93، مجلات ومطبوعات وكتيبات ونشرات داخلية بمتوسط حسابي 3.80، مجلات ومطبوعات ونشرات وكتيبات للتوزيع الخارجي بمتوسط حسابي 3.78، المسابقات الهادفة بمتوسط حسابي 2.90، تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات والأجهزة الأخرى بمتوسط حسابي 2.56، والإعانات المالية بمتوسط حسابي 2.40.

ويمكن تفسير زيادة اهتمام العلاقات العامة بإقامة المعارض المحلية والدولية من منطلق الدول الكبير التي تقوم به المعارض في الترويج لأنشطة العلاقات العامة وأنشطة وزارة المواصلات والاتصالات، كما أن المعارض خاصة الدولية تعطي الفرصة للمؤسسات المحلية للإطلاع على التجارب العالمية في مجال العلاقات العامة، خاصة في مجال المواصلات والاتصالات، وبالتالي الاستفادة من هذه

التجارب في تطوير الأداء، كما تلعب الحملات الإعلامية دورا كبيرا في الترويج لأنشطة العلاقات العامة ووزارة المواصلات والاتصالات، حيث يتم توظيف الحملات الإعلامية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها العلاقات العامة ووزارة المواصلات والاتصالات وذلك باستخدام استراتيجية أو أكثر من استراتيجية.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة أنشطة المحاضرات لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 4.36، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 3.67. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة أنشطة الندوات والمؤتمرات لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 4.22، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية . ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة أنشطة المجلات والمطبوعات والكتيبات والنشرات الداخلية لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 4.04، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 3.60.

كما تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المسابقات الهادفة لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 3.21، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 2.50. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات والأجهزة الأخرى لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 2.67، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 2.40. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة أنشطة الإعانات المالية لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 2.57، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 2.18. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في تنظيم الحفلات لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 2.14، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 1.86.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	42.68	2.953	0.258	398	0.797
بحرينية	116	42.57	5.043			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، والفارق غير دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (5)

توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	نوع المؤسسة	الاتجاهات	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
0.387	4.81	121	مصرية	العمل على كسب ثقة وتأييد الرأي العام من خلال المعلومات الصحيحة والحقائق ومشروعات الوزارة وخدماتها	1.635	398	0.103	4.78
0.434	4.75	116	بحرينية					
0.420	4.75	121	مصرية	رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم	-0.311	398	0.756	4.76
0.411	4.77	116	بحرينية					
0.482	4.63	121	مصرية	7 دعم العلاقات الإنسانية بين العاملين في الوزارة	3.896	398	0.000	4.52
0.564	4.42	116	بحرينية					
0.584	4.45	121	مصرية	شرح سياسة الإدارة وتوضيحها للعاملين	-2.027	398	0.043	4.51
0.564	4.57	116	بحرينية					
0.499	4.54	121	مصرية	ربط العاملين بعلاقات وطيدة وخلق روح التفاهم بينهم	1.497	398	0.135	4.50
0.567	4.46	116	بحرينية					
0.796	4.22	121	مصرية	خلق درجة من الترابط بين الوزارة والأقسام التابعة لها	-7.707	398	0.000	4.48
0.453	4.71	116	بحرينية					
0.499	4.45	121	مصرية	شرح سياسة الوزارة للجمهور الداخلي أو الخارجي	6.105	398	0.000	4.24
0.705	4.07	116	بحرينية					
0.764	3.68	121	مصرية	محاربة الشائعات والأفكار الهدامة	-4.145	398	0.000	3.88
0.908	4.03	116	بحرينية					
0.796	4.22	121	مصرية	خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي	-7.707	398	0.000	2.82
0.453	4.71	116	بحرينية					
0.965	2.72	121	مصرية	الإعلام عن أهداف الوزارة ووظيفته ونشاطاته	-1.357	398	0.176	2.78
1.375	2.89	116	بحرينية					
0.852	2.77	121	مصرية	نشر الوعي فيما يتعلق بنشاط الوزارة على المستوى الوطني	3.687	398	0.000	2.58
0.982	2.42	116	بحرينية					

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : العمل على كسب ثقة وتأييد الرأي العام من خلال المعلومات الصحيحة والحقائق ومشروعات الوزارة وخدماتها، بمتوسط حسابي 4.78، رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم بمتوسط حسابي 4.76، دعم العلاقات الإنسانية بين العاملين في الوزارة بمتوسط حسابي 4.52، شرح سياسة الإدارة وتوضيحها للعاملين، بمتوسط حسابي 4.51، ربط العاملين بعلاقات وطيدة وخلق روح التفاهم بينهم بمتوسط حسابي 4.50، خلق درجة من الترابط بين الوزارة والأقسام التابعة لها بمتوسط حسابي 4.48، وشرح سياسة الوزارة للجمهور الداخلي أو الخارجي بمتوسط حسابي 4.24، محاربة الشائعات والأفكار الهدامة بمتوسط حسابي 3.88، خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي بمتوسط حسابي 2.82، الإعلام عن أهداف الوزارة ووظيفته ونشاطاته بمتوسط حسابي 2.78.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دعم العلاقات الإنسانية بين العاملين في الوزارة لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 4.63، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 4.42. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في شرح سياسة الوزارة للجمهور الداخلي أو الخارجي لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 4.45، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 4.07. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في نشر الوعي فيما يتعلق بنشاط الوزارة على المستوى الوطني لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 2.77، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 2.42.

كما تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في شرح سياسة الإدارة وتوضيحها للعاملين لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 4.57، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 4.45. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في خلق درجة من الترابط بين الوزارة والأقسام التابعة لها لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 4.71، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 4.227. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في محاربة الشائعات والأفكار الهدامة لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 4.03، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 3.68. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 4.71، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 4.22.

وتشير النتائج السابقة إلى إن تركيز العلاقات العامة في وزارة المواصلات والاتصالات البحرينية على كسب ثقة الرأي العام من خلال المعلومات الصحيحة

والحقائق نابع من وعي القائمين على العلاقات العامة من أهمية وضرورة كسب رضا العملاء خاصة العملاء الخارجيين؛ فقد أصبح رضا الرأي العام يعد من الموضوعات المهمة التي تركز عليها المؤسسات في الوقت الحالي، إذ يعد تحقيق رضا العملاء والرأي العام من أهم أهداف المؤسسات الناجحة في الوقت الحالي، نظراً إلى ما يقدمه من استقرار لهذه المؤسسات وضمان استمراريتها، أما حصول عبارة "دعم العلاقات الإنسانية بين العاملين في الوزارة" على درجة مرتفعة فهذا مرده إلى أهمية العلاقات الإنسانية في بناء الثقة بين المؤسسة والجمهور، حيث يرى Scott أن العلاقات الإنسانية تؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية وزيادة الفاعلية التنظيمية، أي تحفيز الأفراد في موقف معين بشكل فعال للوصول إلى توازن في الأهداف (الأهداف العامة والخاصة) لزيادة الرضى الوظيفي. كما توصلت الدراسات إلى وجود علاقة طردية بين ازدياد الإنتاجية وجودة العلاقات الإنسانية؛ فكلما كانت هناك علاقات إنسانية متينة أدت لزيادة الإنتاجية، والعكس صحيح.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (6)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	43.95	2.061	0.400	398	0.689
بحرينية	116	43.85	2.661			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، والفارق غير دال إحصائياً، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (7)

توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية تحديد المهام والأهداف للعلاقات العامة

الاتجاهات	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
من المهم تحديد الأهداف وتوضيحها	مصرية	121	3.94	0.505	0.131	398	0.896	3.92
	بحرينية	116	3.94	0.537				
تحديد المهام في أعمال العلاقات العامة	مصرية	121	3.92	0.545	1.203	398	0.230	3.88
	بحرينية	116	3.85	0.650				

3.85	0.033	398	-	2.143	0.387	3.81	121	مصرية	يجب ممارسة العلاقات العامة والإنسانية في أن واحد
					0.310	3.89	116	بحرينية	
3.82	0.656	398	0.446	0.798	3.84	121	مصرية	تحديد البرامج تحديدا دقيقا أمر ضروري	
					0.856	3.80	116		بحرينية
3.26	0.014	398	-	2.475	0.970	3.13	121	مصرية	من المهم التفريق بين الجماهير الداخلية والخارجية في العملية الاتصالية
					0.813	3.35	116	بحرينية	
2.58	0.650	398	-	0.454	1.165	2.55	121	مصرية	من المهم تحديد الجماهير تحديدا دقيقا
					0.908	2.59	116	بحرينية	

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية تحديد المهام والأهداف للعلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : من المهم تحديد الأهداف وتوضيحها بمتوسط حسابي 3.92، تحديد المهام في أعمال العلاقات العامة بمتوسط حسابي 3.88، يجب ممارسة العلاقات العامة والإنسانية في أن واحد بمتوسط حسابي 3.85، تحديد البرامج تحديدا دقيقا أمر ضروري، بمتوسط حسابي 3.82، من المهم التفريق بين الجماهير الداخلية والخارجية في العملية الاتصالية بمتوسط حسابي 3.26، من المهم تحديد الجماهير تحديدا دقيقا، بمتوسط حسابي 2.58.

وتشير النتائج السابقة إلى ان تركيز العلاقات العامة يأتي على تحديد الأهداف وتوضيحها من أهمية ذلك لنجاح التخطيط الاستراتيجي لأي مؤسسة، فالأهداف تعد جوهر التخطيط في المؤسسة ، فإذا كانت مصاغة صياغة سليمة، ومحددة بشكل دقيق، انعكس ذلك إيجابيا على مختلف عناصر التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة، كما يعد ضمانه مهمة لنجاح تحقيق هذه الأهداف، في حين أن التحديد غير الدقيق للأهداف قد يؤدي إلى فشل المؤسسة في تحقيق غاياتها.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ضرورة ممارسة العلاقات العامة والإنسانية في أن واحد لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 3.89، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 3.81. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في ضرورة التفريق بين الجماهير الداخلية والخارجية في العملية الاتصالية لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 3.35، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 3.13.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (8)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث أهمية تحديد المهام والأهداف للعلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	21.22	2.328	-1.015	398	0.311
بحرينية	116	21.44	2.094			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية تحديد المهام والأهداف للعلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، والفارق غير دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (9)

توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

الاتجاهات	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
تهتم إدارات العلاقات العامة بالتعرف على آراء الجمهور نحو مختلف البرامج التي تقوم بتنفيذها.	مصرية	121	1.81	1.172	1.721	273	.086	1.69
	بحرينية	116	1.62	.689				
تعمل الشبكات الرقمية والأشكال الجديدة من الوسائط الرقمية على تسهيل تفاعل المنظمات مع جماهيرها أكثر من أي وقت مضى	مصرية	121	1.80	.680	2.069	273	.039	1.89
	بحرينية	116	1.93	.357				
تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من بناء سمعة متميزة للمؤسسة	مصرية	121	1.58	.742	-0.786	273	.433	1.62
	بحرينية	116	1.65	.649				
توفر الإدارة العليا كافة وسائل الاتصال الرقمي للتواصل مع الجمهور الخارجي	مصرية	121	1.66	.755	2.336	273	.020	1.53
	بحرينية	116	1.46	.640				
مشاركة كافة الأخبار والموضوعات المتعلقة بالمؤسسة مع الآخرين	مصرية	121	1.95	.856	-0.239	273	.811	1.97
	بحرينية	116	1.98	.728				
الإخطار بمناسبات خاصة بالمؤسسة	مصرية	121	1.91	1.056	1.588	273	.113	1.81
	بحرينية	116	1.75	.705				
تحسين مستوى الاتصال مع الجمهور الخارجي	مصرية	121	2.53	1.052	4.743	273	.000	2.22
	بحرينية	116	2.05	.620				

1.76	.010	273	2.609	1.110	1.94	121	مصرية	توافر عامل الدقة في أداء العمل المبني على مقترحات الجمهور
				.697	1.66	116	بحرينية	
1.64	.000	273	4.073	1.099	1.92	121	مصرية	تقدير الجهود التي تقوم بها المؤسسة
				.692	1.48	116	بحرينية	
2.02	.896	273	.131	.908	2.03	121	مصرية	تسهيل جذب مزيد من العملاء، وبناء الشراكات المصرية والبحرينية من مختلف أنحاء العالم وتعزيز التنافسية
				.744	2.01	116	بحرينية	
1.61	.594	273	.534	.950	1.64	121	مصرية	تساعد على إنجاز كافة التعاملات مع المؤسسة بسهولة ويسر
				.750	1.59	116	بحرينية	
2.08	.167	273	-1.384	1.044	1.98	121	مصرية	تستطيع العلاقات العامة بناء علاقات مع المؤثرين الرئيسيين على مواقع التواصل للوصول إلى جمهور مستهدف محدد
				.641	2.13	116	بحرينية	
1.91	.842	273	-1.199	1.050	1.89	121	مصرية	يسرت جمع البيانات والمعلومات عن الآراء السائدة بين العاملين
				.796	1.92	116	بحرينية	
2.12	.773	273	-2.288	1.073	2.10	121	مصرية	الرد مباشرة عما يثار حول المؤسسة من شائعات وانتقادات بسرعة
				.632	2.13	116	بحرينية	
2.12	.492	273	-6.89	1.118	2.07	121	مصرية	تسهيل فرص إقامة تعاون مشترك بين ممارسي العلاقات العامة والجمهور الخارجي
				.851	2.15	116	بحرينية	
1.82	.004	273	2.906	1.203	2.04	121	مصرية	تفسير القرارات التي تصدر عن إدارة المؤسسة وبيان أسبابها
				.744	1.69	116	بحرينية	
2.08	.461	273	-7.38	1.146	2.03	121	مصرية	تفعيل مشاركة الجمهور الخارجي في عملية صنع القرار
				.723	2.11	116	بحرينية	

تشير نتائج الجدول السابق إلى العديد من النتائج ، من أهمها :

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : تحسین مستوى الاتصال مع الجمهور الخارجي بمتوسط حسابي 2.22 ، تسهيل فرص إقامة تعاون مشترك بين ممارسي العلاقات العامة والجمهور الخارجي بمتوسط حسابي 2.12 لكل منهما على حدة، تستطيع العلاقات العامة بناء علاقات مع المؤثرين الرئيسيين على مواقع التواصل للوصول إلى جمهور مستهدف محدد ، تفعيل مشاركة الجمهور الخارجي في عملية صنع القرار بمتوسط حسابي 2.08 لكل منهما على حدة، تسهيل جذب مزيد من العملاء، وبناء الشراكات المصرية والبحرينية من مختلف أنحاء العالم وتعزيز التنافسية بمتوسط حسابي 2.02، مشاركة كافة الأخبار والموضوعات

المتعلقة بالمؤسسة مع الأخرين بمتوسط حسابي 1.97 ، يسرت جمع البيانات والمعلومات عن الآراء السائدة بين العاملين بمتوسط حسابي 1.91 ، تعمل الشبكات الرقمية والأشكال الجديدة من الوسائط الرقمية على تسهيل تفاعل المنظمات مع جماهيرها أكثر من أي وقت مضى بمتوسط حسابي 1.89 ، تفسير القرارات التي تصدر عن إدارة المؤسسة وبيان أسبابها بمتوسط حسابي 1.82 ، الإخطار بمناسبة خاصة بالمؤسسة بمتوسط حسابي 1.81 توافر عامل الدقة في أداء العمل المبني على مقترحات الجمهور بمتوسط حسابي 1.76 ، تهتم إدارات العلاقات العامة بالتعرف على آراء الجمهور نحو مختلف البرامج التي تقوم بتنفيذها بمتوسط حسابي 1.69 ، تقدير الجهود التي تقوم بها المؤسسة بمتوسط حسابي 1.64 ، تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من بناء سمعة متميزة للمؤسسة بمتوسط حسابي 1.62 ، تساعد على إنجاز العمل بسهولة ويسر بمتوسط حسابي 1.61 ، توفر الإدارة العليا كافة وسائل الاتصال الرقمي للتواصل مع الجمهور الخارجي بمتوسط حسابي 1.53 ..

-أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات لصالح المؤسسات التعليمية المصرية في : توفر الإدارة العليا كافة وسائل الاتصال الرقمي للتواصل مع الجمهور الخارجي ، تحسين مستوي الاتصال مع الجمهور الخارجي ، توافر عامل الدقة في أداء العمل المبني على مقترحات الجمهور ، تقدير الجهود التي تقوم بها المؤسسة تفسير القرارات التي تصدر عن إدارة المؤسسة وبيان أسبابها بمتوسط حسابي 1.66 ، 2.53 ، 1.94 ، 1.92 ، 2.04 مقابل 2.05 ، 1.46 ، 1.66 ، 1.48 ، 1.69 لصالح المؤسسات التعليمية البحرينية ، والفارق دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test 2.336 ، 4.743 ، 2.609 ، 4.073 ، 2.906 ، عند مستوى معنوية 0.020 ، ، 0.000 ، ، 0.010 ، ، 0.000 ، ، وهي قيمة دالة إحصائياً ، عند مستوى المعنوية أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

-أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات لصالح المؤسسات التعليمية البحرينية في : تعمل الشبكات الرقمية والأشكال الجديدة من الوسائط الرقمية على تسهيل تفاعل المنظمات مع جماهيرها أكثر من أي وقت مضى بمتوسط حسابي 1.93 مقابل 1.58 لصالح المؤسسات التعليمية المصرية ، والفارق دال إحصائياً ، حيث جاءت قيمة T-test 2.069 ، عند مستوى معنوية 0.039 .. ، وهي قيمة دالة إحصائياً ، عند مستوى المعنوية أقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

مقياس متوسط تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

جدول رقم (10)

اختبار ت لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث مقياس مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	32.98	8.244	1.993	273	.047
بحرينية	116	31.38	5.107			

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها :

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية من حيث مقياس متوسط تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة على ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسة لصالح المؤسسات التعليمية المصرية بمتوسط حسابي 32.98 مقابل 31.38 لصالح المؤسسات التعليمية البحرينية ، والفارق دال إحصائياً ، جاءت قيمة T-test 1.993 ، وهي قيمة دالة إحصائياً ، عند مستوى المعنوية 0.047 ، وهي أقل من القيمة 0.05 الدالة إحصائياً.

جدول رقم (11)

توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو تقييم برامج العلاقات العامة

الاتجاهات	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
البرامج أصبحت قديمة لا تواكب متطلبات التقدم العلمي وتحتاج إلى إعادة نظر	مصرية	121	4.04	0.858	0.268	398	0.789	4.05
	بحرينية	116	4.06	0.829				
البرامج المنفذة لا تتناسب مع أهداف العلاقات العامة	مصرية	121	3.79	0.904	1.967	398	0.050	3.97
	بحرينية	116	4.14	0.874				
البرامج الحالية تحتاج إلى تخطيط ودراسة	مصرية	121	3.56	0.761	1.080	398	0.281	3.51
	بحرينية	116	3.48	0.721				
العلاقات العامة في الوزارة تحدد فئة الجمهور التي توجه إليه برامجها	مصرية	121	3.50	0.828	0.192	398	0.848	3.51
	بحرينية	116	3.52	0.888				
5 البرامج تنفذ بشكل عشوائي	مصرية	121	3.46	0.792	0.149	398	0.882	3.47
	بحرينية	116	3.47	0.781				

3.39	0.996	398	0.005	0.856	3.39	121	مصرية	هناك فروق في درجة فهم البرامج لدى موظفي العلاقات العامة في الوزارة
				0.877	3.39	116	بحرينية	
3.35	0.198	398	1.289	0.788	3.41	121	مصرية	التفريق بين الجمهور الداخلي والخارجي مهم في برامج العلاقات العامة عند القيام بالاتصال بأي منهما
				0.787	3.31	116	بحرينية	
3.33	0.679	398	0.415	0.822	3.31	121	مصرية	تحديد جماهير العلاقات العامة في هذه الوزارة عند القيام بعملية الاتصال يحقق نجاحا للعملية الاتصالية
				0.829	3.35	116	بحرينية	
3.07	0.146	398	1.456	1.093	3.17	121	مصرية	العلاقات العامة دورها يأتي في نطاق خدمات التسهيلات
				1.108	3.00	116	بحرينية	
2.65	0.307	398	1.023	1.173	2.58	121	مصرية	تحديد الجماهير لا يضيف شيئا لبرامج العلاقات العامة
				1.181	2.70	116	بحرينية	
2.15	0.197	398	1.294	1.134	2.08	121	مصرية	العلاقات العامة تقوم بأعمال ليست من اختصاصها
				1.139	2.22	116	بحرينية	
2.06	0.671	398	0.426	1.177	2.09	121	مصرية	ليس مهما تحديد فئة الجمهور عند بث الرسائل الاتصالية
				1.188	2.04	116	بحرينية	
1.97	0.639	398	0.470	1.141	2.01	121	مصرية	تحديد الجماهير الاستراتيجية من صميم عمل العلاقات العامة لضمان نجاحها في تحقيق أهدافها
				1.216	1.95	116	بحرينية	
1.78	0.354	398	0.929	0.778	1.73	121	مصرية	الأهداف المحدد للعلاقات العامة تلي تطلعات الوزارة والمال الإدارة
				0.798	1.81	116	بحرينية	

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو نحو تقييم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : أن برامج العلاقات العامة الحالية أصبحت قديمة ولا تواكب متطلبات التقدم العلمي وتحتاج إلى إعادة نظر، حسب رأي العينة بمتوسط حسابي 4.05، البرامج المنفذة لا تتناسب مع أهداف العلاقات العامة، بمتوسط حسابي 3.97، البرامج الحالية تحتاج إلى تخطيط ودراسة بمتوسط حسابي 3.51، العلاقات العامة في الوزارة تحدد فئة الجمهور التي توجه إليه برامجها بمتوسط حسابي 3.51، البرامج تنفذ بشكل عشوائي بمتوسط حسابي 3.47، هناك فروق في درجة فهم البرامج لدى موظفي العلاقات العامة في الوزارة، بمتوسط حسابي 3.39، والتفريق بين الجمهور الداخلي والخارجي مهم في برامج العلاقات العامة عند القيام بالاتصال بأي منهما بمتوسط حسابي 3.35، تحديد

جماهير العلاقات العامة في هذه الوزارة عند القيام بعملية الاتصال يحقق نجاحاً للعملية الاتصالية بمتوسط حسابي 3.3، العلاقات العامة دورها يأتي في نطاق خدمات التسهيلات بمتوسط حسابي 3.07، وتحديد الجماهير لا يضيف شيئاً لبرامج العلاقات العامة بمتوسط حسابي 2.658.

لقدت أكدت النتائج السابقة على قدم برامج العلاقات العامة الحالية في وزارة المواصلات والاتصالات كما أن هذه البرامج أصبحت قديمة ولا تواكب متطلبات التقدم العلمي وتحتاج إلى إعادة نظر، إضافة إلى عدم تناسب البرامج المنفذة مع أهداف العلاقات العامة، وهذه من الجوانب التي تحتاج إلى مراجعة ملحة وعاجلة في الوزارة، لأن ذلك من شأنه أن ينعكس سلباً على قيام العلاقات العامة بمهامها، وبالتالي من الضرورة إعادة النظر في برامج العلاقات العامة والعمل على تطويرها وتجديدها بما يتناسب مع التقدم والتطور الذي طال شتى الجوانب في المؤسسات.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العينة بأن البرامج المنفذة لا تتناسب مع أهداف العلاقات العامة لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 4.14، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات المصرية 3.79، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية على باقي عبارات محور تقييم برامج العلاقات العامة الحالية.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	42.26	5.724	-0.237	398	0.813
بحرينية	116	42.40	5.566			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو تقييم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، والفارق غير دال إحصائياً، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (13)
توزيع المبحوثين طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة

المتوسط العام	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت T-Test	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	نوع المؤسسة	الاتجاهات
3.92	0.277	398	-1.089	0.719	3.88	121	مصرية	قناعة صناع القرار في الوزارة بأهمية دور العلاقات العامة
				0.723	3.96	116	بحرينية	
3.88	0.822	398	-0.225	0.790	3.87	121	مصرية	4وجود الدعم المعنوي والبشري المادي للعلاقات العامة
				0.785	3.89	116	بحرينية	
3.86	0.637	398	0.472	0.792	3.88	121	مصرية	استمرار عملية التدريب والتأهيل والتجديد
				0.812	3.84	116	بحرينية	
3.82	0.221	398	1.226	0.632	3.86	121	مصرية	اختيار كوادر بشرية ذات تخصص وتأهيل معين
				0.770	3.78	116	بحرينية	
3.70	0.05	398	1.965	0.770	3.88	121	مصرية	وجود ميزانية كافية للعلاقات العامة
				0.912	3.54	116	بحرينية	
3.52	0.590	398	-0.540	0.920	3.48	121	مصرية	إجراء البحوث والدراسات العملية المستمرة
				0.970	3.54	116	بحرينية	
2.02	0.561	398	-0.581	1.448	1.97	121	مصرية	إعادة التنظيم والهيكلية للعلاقات العامة
				1.498	2.05	116	بحرينية	
1.28	0.402	398	-0.840	0.789	1.25	121	مصرية	تحديد جماهير إستراتيجية لبرامج العلاقات العامة
				0.886	1.32	116	بحرينية	

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : قناعة صناع القرار في الوزارة بأهمية دور العلاقات العامة، بمتوسط حسابي 3.92، الدعم المعنوي والبشري المادي للعلاقات العامة، بمتوسط حسابي 3.88، استمرار عملية التدريب والتأهيل والتجديد ، بمتوسط حسابي 3.86، اختيار كوادر بشرية ذات تخصص وتأهيل معين، بمتوسط حسابي 3.82، وجود ميزانية كافية للعلاقات العامة بمتوسط حسابي 3.70، إجراء البحوث والدراسات العملية المستمرة بمتوسط حسابي 3.52. وإعادة التنظيم والهيكلية للعلاقات العامة بمتوسط حسابي 2.02، تحديد جماهير إستراتيجية لبرامج العلاقات العامة بمتوسط حسابي 1.28.

ويمكن تفسير ارتفاع تقييم العينة لضرورة وجود قناعة لدى صناع القرار في الوزارة بأهمية دور العلاقات العامة لإحداث التطوير التغيير في برامج العلاقات العامة

أهمية، من أن وجود هذه القناة لدى صناع القرار من شأنه أن يعطي أهمية للعلاقات العامة وما تقوم به من أنشطة في الوزارة، إضافة إلى أن ذلك يسهم في تسهيل إجراءات الدعم والمساندة المعنوية والمادية المقدمة للعلاقات العامة.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأهمية وجود ميزانية كافية للعلاقات العامة لتطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 388، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 3.54. كما تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات المصرية في أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة الأخرى.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات التعرف على دلالة الفروق في حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (14)

اختبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	26.006	3.204	-0.108	398	0.914
بحرينية	116	26.045	3.834			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى عدم وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، والفارق غير دال إحصائياً، حيث جاءت قيمة T-test عند مستوى المعنوية الأكبر من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً.

جدول رقم (15)

توزيع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة

الاتجاهات	نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية	المتوسط العام
لا تمارس العلاقات الإنسانية في العلاقات العامة	مصرية	121	2.92	1.216	0.291	398	0.771	2.90
	بحرينية	116	2.88	1.269				
لا تهتم كثيراً بالروابط والعلاقات على مستوى الوزارة	مصرية	121	3.10	1.214	1.760	398	0.049	2.88
	بحرينية	116	2.68	1.250				

2.72	0.203	398	1.275	1.347	2.82	121	مصرية	لا تحقق نجاحات على المستويات الداخلية للمؤسسة
				1.457	2.64	116	بحرينية	
2.56	0.678	398	0.415	1.185	2.53	121	مصرية	جوانب الضعف فيها ملحوظة بدرجة واضحة
				1.236	2.58	116	بحرينية	
2.10	0.839	398	0.203	1.218	2.11	121	مصرية	الاتصال بالجمهور الخارجية شيء معدوم
				1.164	2.08	116	بحرينية	

يتوزع المبحوثون طبقاً لاتجاهاتهم نحو طبقاً لاتجاهاتهم نحو جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية – بالترتيب – على النحو التالي : لا تمارس العلاقات الإنسانية في العلاقات العامة، بمتوسط حسابي 2.90، لا تهتم كثيراً بالروابط والعلاقات على مستوى المؤسسة بمتوسط حسابي 2.88، لا تحقق نجاحات على المستويات الداخلية للمؤسسة بمتوسط حسابي 2.72، جوانب الضعف فيها ملحوظة بدرجة واضحة بمتوسط حسابي 2.56، الاتصال بالجمهور الخارجية شيء معدوم بمتوسط حسابي 2.10.

وتشير النتائج السابقة أن إن عدم ممارسة إدارة العلاقات العامة للعلاقات الإنسانية في العلاقات العامة من شأنه أن يضر كثيراً بسمعة العلاقات العامة ومن سمعة الوزارة أيضاً، وذلك لأن العلاقات الإنسانية يعد صلب وجوهر عمل العلاقات العامة؟ وعدم اهتمامها بهذا الجانب يشير إلى وجود خلل في أداء العلاقات العامة لمهامها، ويحتاج إلى البحث عن مسبباته والعمل على حلها، إذا ما أرادت العلاقات العامة القيام بمهامها على أكمل وجه.

أما نتائج الدراسة التفصيلية المتعلقة بالفروق بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، فتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عدم الاهتمام بالروابط والعلاقات على مستوى الوزارة لصالح المؤسسات المصرية بمتوسط حسابي 3.10، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤسسات البحرينية 2.68. وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية في جوانب الضعف التالية: لا تمارس العلاقات الإنسانية في العلاقات العامة، لا تحقق نجاحات على المستويات الداخلية للمؤسسة، جوانب الضعف فيها ملحوظة بدرجة واضحة، الاتصال بالجمهور الخارجية شيء معدوم.

ويوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات للتعرف على دلالة الفروق في حسب متغير النوع، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (16)

احتبارات لمعنوية الفروق بين نوع المؤسسة من حيث جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية

نوع المؤسسة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت T-Test	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مصرية	121	13.39	3.512	.1867	398	0020.
بحرينية	116	.9851	.3664			

أشارت نتائج الدراسة التفصيلية إلى وجود فروق بين الجمهور الخارجي في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية طبقاً لاتجاهاتهم نحو جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية لصالح المؤسسات البحرينية بمتوسط حسابي 15.98 مقابل 13.39 للمؤسسات المصرية، والفارق غير دال إحصائياً، حيث جاءت قيمة T-test 7.186 عند مستوى المعنوية 0.02. وهي الأقل من القيمة 0.05. الدالة إحصائياً. اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17)

دلالة العلاقة بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وقدرتها على تحقيق أهدافها.

أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات المصرية		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات البحرينية		إجمالي تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات	
معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
.491**	.000	.288**	.000	.351**	.001		

**دالة عند مستوى معنوية * 0.01 دالة عند مستوى معنوية 0.05

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.351)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، وهذه النتيجة تشير إلى أن زيادة درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة يزيد من قدرتها على

تقويم برامجها. ويمكن تفسير هذه النتيجة من أن ارتفاع الوعي لدى المعنيين بأهمية أنشطة العلاقات العامة ينعكس ايجابيا على الدعم المساندة المقدمين إلى العلاقات العامة في الوزارة، ومن شأن هذا الدعم المقدم أن يساعد العلاقات العامة على توثيق برامجها، ويمكن توضيح عرض النتائج التفصيلية المتعلقة بالعلاقة بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامجها النحو التالي:.

أولاً : العلاقة بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.491)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.000).

ثانياً : العلاقة بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وقدرتها على تحقيق أهدافها في المؤسسات التعليمية المصرية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.288)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.000).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية
تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18)

دلالة العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات المصرية		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات البحرينية		إجمالي تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات	
معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.065	.781	0.201**	.000	0.082**	.531		

**دالة عند مستوى معنوية * 0.01 دالة عند مستوى معنوية 0.05

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.082)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.531)، وهذه النتيجة تشير إلى أن ممارسة العلاقات العامة يزيد من قدرة المؤسسات على تقويم برامجها، ويمكن تفسير هذه النتيجة من أن ارتفاع الوعي لدى المعنيين بأهمية أنشطة العلاقات العامة ينعكس ايجابياً على الدعم المساندة المقدمين إلى العلاقات العامة في المؤسسات لسهولة تقويم البرامج المقدمة، ومن شأن هذا الدعم المقدم أن يساعد العلاقات العامة على تقويم برامجها، ويمكن توضيح عرض النتائج التفصيلية المتعلقة بالعلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية وتقويم برامجها النحو التالي:.

أولاً : العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية: كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.065)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.781).

ثانياً : العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية التعليمية البحرينية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية البحرينية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.201)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.000).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة استخدام وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية وتقويم هذه البرامج.
تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (19)

دلالة العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

إجمالي تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات البحرينية		تقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات المصرية		استخدام وسائل الاتصال في برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية
معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	
0.000	**0.542	0.004	**0.577	0.002	**0.511	

**دالة عند مستوى معنوية * 0.01 دالة عند مستوى معنوية 0.05

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (542)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (000)، وهذه النتيجة تشير إلى أن وهذه النتيجة تشير إلى أن زيادة استخدام وسائل الاتصال في برامج إدارة العلاقات العامة يزيد من قدرتها على تحقيق أهدافها. وذلك نابع من أهمية وسائل الاتصال لأي قسم خاصة قسم العلاقات العامة، حيث تساهم وسائل الاتصال في تحقيق الأهداف من خلال تسهيلها للتواصل بين العلاقات العامة ومختلف الأقسام داخل الوزارة.

كما تعتبر الاتصال وسيلة هادفة من الوسائل الرئيسية التي تستخدمها المنظمة في تحقيق أهدافها، إذ أن جميع العاملين في المنظمة يتعاملون مع بعضهم البعض من خلال وسائل الاتصال المختلفة من أجل ضمان تسيير نشاطاتهم وتحقيق أهدافهم وهذا يدل على أن الاتصال يعتبر الوسيلة الاجتماعية التي يحقق الأفراد من خلالها سبل التفاهم والتفاعل البناء، وكما نعلم أن المنظمة عبارة عن وحدة اجتماعية هادفة فإنها لا تستطيع أن تنجز أهدافها بكفاءة وفاعلية إلا عبر سلسلة من التفاعل الاجتماعي المستمر من خلال الاتصالات المختلفة بين الأفراد العاملين، وعملية الاتصال القائمة بين الأفراد تؤدي لنقل معلومات وآراء وأفكار ومشاعر وأحاسيس... الخ بين الأفراد و الجماعات كما أن كفاءة الاتصال تعتمد أساساً على العديد من العوامل من أجل ضمان نجاحها مثل طبيعة العمل، دور الجماعات الرسمية وغير الرسمية، الوسائل المستخدمة في تنسيق الجهود... الخ، كما أن الاتصال يلعب دوراً أساسياً في تماسك الجماعة سواء الرسمية أو غير الرسمية .

، ويمكن توضيح عرض النتائج التفصيلية المتعلقة بالعلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية وتقويم برامجها النحو التالي..

أولاً : العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (511)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (002).

ثانياً : العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية البحرينية : كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية البحرينية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (577)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (004).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (20)

دلالة العلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية.

أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة		تقييم برامج العلاقات العامة في المؤسسات المصرية		تقييم برامج العلاقات العامة في المؤسسات البحرينية		إجمالي تقييم برامج العلاقات العامة في المؤسسات	
معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
.355**	.007	.641**	.000	.599**	.003		

**دالة عند مستوى معنوية * 0.01 دالة عند مستوى معنوية 0.05

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (.599)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (.003)، وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه النتيجة تشير إلى أن أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة يزيد من قدرتها على تحقيق تقييم برامجها. وذلك نابع من أهمية التطوير لأي قسم خاصة قسم العلاقات العامة، حيث يساهم التطوير في تحقيق تقييم برامج العلاقات العامة، وهذه النتيجة تشير إلى أن زيادة تطوير العلاقات العامة يزيد من تقييم برامج إدارة العلاقات العامة. وذلك لأن العلاقات العامة كلما زادت من تطوير أنشطتها كلما أعطت فرصة أكبر لتقييم هذه البرامج

، ويمكن توضيح عرض النتائج التفصيلية المتعلقة بالعلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية على النحو التالي:.

أولاً : العلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقييم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (.355)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (.007).

ثانياً : العلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقويم برامجها في المؤسسات البحرينية: كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين العلاقة بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة وتقويم برامجها في المؤسسات التعليمية البحرينية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.641)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.000).

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً : وسائل الاتصال المستخدمة في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية : كشفت الدراسة أهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة ؛ ففي ظل الثورة الهائلة في سوق التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها تقنية الإنترنت، أصبح لزاماً أن تقوم المنظمات بالإستفادة منها وتطوير أعمالها والتواصل مع الجمهور بصورة أقرب. فأصبح من الضروري على إدارة العلاقات العامة في المنظمة التكيف مع وسائل الإتصال الحديثة بما فيها شبكات التواصل الإجتماعي، حيث كشفت نتائج الدراسات عن استخدام القائمين بالاتصال التقنيات التكنولوجية الحديثة في التخطيط لأنشطة المؤسسة، والتواصل مع الجماهير و المجتمع المحيط بهم ، كما أن استخدام التقنيات الحديثة المتطورة في العمل ساهم بشكل كبير للغاية في تطوير مراكز تكنولوجيا المعلومات ودعم اتخاذ القرار (دراسة ابتسام محمد عبدالعال ، 2021) ، وفي الوقت نفسه كشفت نتائج الدراسة عن تراجع استخدام الوسائل التقليدية مثل الصحافة في ممارسة العلاقات العامة وذلك بسبب استخدام ممارسي العلاقات العامة لهذه الوسائل بشكل متزايد في برامج العلاقات العامة.

ثانياً : الأنشطة التي تمارسها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية: كشفت النتائج أن معظم الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة تنحصر في الأعمال التقليدية في ممارسة العلاقات العامة مثل : أعمال التسهيلات حجوزات، جوازات، تخليص، تعقيب، إقامة المعارض ، القيام بالحملات الإعلامية ، المحاضرات، الندوات والمؤتمرات ، مجلات ومطبوعات وكتيبات ونشرات داخلية ، مجلات ومطبوعات ونشرات وكتيبات للتوزيع الخارجي،المسابقات الهادفة ، تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات والأجهزة الأخرى ، والإعانات المالية ، وهي من ضمن الأنشطة التي تم توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ممارستها والتي تم استخدام البريد الإلكتروني ، والموقع الإلكتروني، و شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك – تويتر- واتس اب في ممارستها (دراسة ابتسام محمد عبدالعال ، 2021) ، ومنها ما يعتمد على أدوات الهاتف والتيلجرام ثم الكمبيوتر ثم الفيديو والفاكس (دراسة نور رزاق حسين ، 2020) ؛ ومن ثم يجب الاعتماد على محتويات الموقع الإلكتروني فتمثل في التعريف بالمؤسسة ومنتجاتها، وشئون العملاء، والأرشيف ومحرك البحث، وفرص التوظيف، ومحتويات إلكترونية مرئية

وصوتية وصور (دراسة Aimei Taylor ، 2017) ، فقد غيرت وسائل الإعلام الاجتماعية طريقة ممارسة العلاقات العامة خصوصاً في الاتصال بال جماهير الخارجية أكثر من الجماهير الداخلية (دراسة Donald K. Wright & Others ، 2015).

ثالثاً : الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية: رصدت النتائج مجموعة من الأهداف تسعى إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية لتحقيقها ومنها : العمل على كسب ثقة وتأييد الرأي العام من خلال المعلومات الصحيحة والحقائق ومشروعات الوزارة وخدماتها، رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم، دعم العلاقات الإنسانية بين العاملين في الوزارة ، شرح سياسة الإدارة وتوضيحها للعاملين، ربط العاملين بعلاقات وطيدة وخلق روح التفاهم بينهم ، خلق درجة من الترابط بين الوزارة والأقسام التابعة لها ، وشرح سياسة الوزارة للجمهور الداخلي أو الخارجي، محاربة الشائعات والأفكار الهدامة ، خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي، الإعلام عن أهداف الوزارة ووظيفته ونشاطاته، وفي سبيل ذلك فقد رصدت الدراسة مجموعة من المهام التي يجب مراعاتها لتحقيق هذه الأهداف ومنها: من المهم تحديد الأهداف وتوضيحها ، تحديد المهام في أعمال العلاقات العامة ، يجب ممارسة العلاقات العامة والإنسانية في آن واحد ، تحديد البرامج تحديداً دقيقاً أمر ضروري، من المهم التفريق بين الجماهير الداخلية والخارجية في العملية الاتصالية ، من المهم تحديد الجماهير تحديداً دقيقاً ، حيث أنه يجب أن يكون هناك إستراتيجية في إجراء البحوث لمعرفة أبرز المشاكل التي تواجه الجمهور ومعرفة مدى تنفيذ إدارة العلاقات العامة لأهدافها بدقة (دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري ، 2021)، فتوفير كافة المعلومات المتعلقة بالمؤسسة وتزويد المديرين بها عند حاجتهم إليها جاءت في مقدمة الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها لتطوير العمل بالمؤسسة (دراسة إسراء حسن إبراهيم محمد ، 2021).

رابعاً : الاتجاهات نحو ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية : كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات الجمهور نحو ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية تتمثل في العديد من النواحي مثل : تحسين مستوي الاتصال مع الجمهور الخارجي ، تسهيل فرص إقامة تعاون مشترك بين ممارسي العلاقات العامة والجمهور الخارجي ، تستطيع العلاقات العامة بناء علاقات مع المؤثرين الرئيسيين على مواقع التواصل للوصول إلى جمهور مستهدف محدد ، تفعيل مشاركة الجمهور الخارجي في عملية صنع القرار ، تسهيل جذب مزيد من العملاء، وبناء الشراكات المصرية والبحرينية من مختلف أنحاء العالم وتعزيز التنافسية، مشاركة كافة الأخبار والموضوعات المتعلقة بالمؤسسة مع الآخرين ،

يسرت جمع البيانات والمعلومات عن الآراء السائدة بين العاملين ، تعمل الشبكات الرقمية والأشكال الجديدة من الوسائط الرقمية على تسهيل تفاعل المنظمات مع جماهيرها أكثر من أي وقت مضى ، تفسير القرارات التي تصدر عن إدارة المؤسسة وبيان أسبابها ، الإخطار بمناسبات خاصة بالمؤسسة توافر عامل الدقة في أداء العمل المبني على مقترحات الجمهور ، تهتم إدارات العلاقات العامة بالتعرف على آراء الجمهور نحو مختلف البرامج التي تقوم بتنفيذها ، تقدير الجهود التي تقوم بها المؤسسة ، تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من بناء سمعة متميزة للمؤسسة ، تساعد على إنجاز العمل بسهولة ويسر ، توفر الإدارة العليا كافة وسائل الاتصال الرقمي للتواصل مع الجمهور الخارجي ، ومن الملاحظ أن استخدام العلاقات العامة للتقنيات الحديثة المتطورة في العمل قد ساعد على إيجابية اتجاهات الجمهور نحو ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ا ساهم بشكل كبير للغاية في تطوير مراكز تكنولوجيا المعلومات ودعم اتخاذ القرار (دراسة ابتسام محمد عبدالعال ، 2021) ، فقد أدى ارتفاع عدد الساعات التي يستغرقها المبحوثين يوميا في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في إنجاز العمل ، وكثافة استخدام المبحوثين للتقنيات الحديثة والوسائل التكنولوجية لإنجاز أعمالهم المختلفة عبر الموقع الإلكتروني لهذه المؤسسات.(دراسة نور رزاق حسين ، 2020) ، وإن كان الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الهيئات والمؤسسات التعليمية المصرية مازال في مراحلها الأولية بالمقارنة بالمؤسسات البحرينية (دراسة صفاء عبدالحميد عبدالسميع ، 2018).

خامساً : تقييم برامج العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية :
أوضحت النتائج أن تقويم برامج العلاقات العامة يعد من الركائز الأساسية في ممارسة العلاقات العامة ومن هذه الركائز : أن برامج العلاقات العامة الحالية أصبحت قديمة ولا تواكب متطلبات التقدم العلمي وتحتاج إلى إعادة نظر ، البرامج المنفذة لا تتناسب مع أهداف العلاقات العامة ، البرامج الحالية تحتاج إلى تخطيط ودراسة ، العلاقات العامة في الوزارة تحدد فئة الجمهور التي توجه إليه برامجها ، البرامج تنفذ بشكل عشوائي ، هناك فروق في درجة فهم البرامج لدى موظفي العلاقات العامة في الوزارة ، والتفريق بين الجمهور الداخلي والخارجي مهم في برامج العلاقات العامة عند القيام بالاتصال بأي منهما ، تحديد جماهير العلاقات العامة في هذه الوزارة عند القيام بعملية الاتصال يحقق نجاحا للعملية الاتصالية ، العلاقات العامة دورها يأتي في نطاق خدمات التسهيلات ، وتحديد الجماهير لا يضيف شيئا لبرامج العلاقات العامة ، ومن الملاحظ أنه يتم بعد تنفيذ البرنامج ، للتعرف على النتائج التي حققها في ضوء الأهداف الموضوعية ، كما يصبح هذا التقييم ضرورياً ، لتحديد نتائج الخطط بأنواعها القصيرة والمتوسطة والطويلة . ويفيد التقييم في تحديد الآثار التي تترتب على برنامج معين ، كما أنه يفيد في اكتشاف الأخطاء التي وقعت ، وبالتالي يمكن تفاديها مستقبلاً.

سادساً : الاتجاهات نحو أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية: كشفت النتائج عن أهمية تغيير برامج العلاقات العامة لكي تواكب التغيرات التي حدثت في بيئة عمل العلاقات العامة ، ومن أهم هذه العناصر : قناعة صناع القرار في الوزارة بأهمية دور العلاقات العامة، الدعم المعنوي والبشري المادي للعلاقات العامة، استمرار عملية التدريب والتأهيل والتجديد ، اختيار كوادر بشرية ذات تخصص وتأهيل معين، وجود ميزانية كافية للعلاقات العامة ، إجراء البحوث والدراسات العملية المستمرة وإعادة التنظيم والهيكلية للعلاقات العامة، تحديد جماهير إستراتيجية لبرامج العلاقات العامة ، ومن الملاحظ أن الاهتمام بالجمهور سواء الداخلي أو الخارجي يعتبر من أهم عناصر التطوير ، فيجب على إدارة العلاقات العامة أن تنقل الآراء كاملة إلى الإدارة العليا لاتخاذ كافة الاجراءات الملائمة للتعامل مع أي مشكلة تواجه جمهور المؤسسة (دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري ، 2021) ؛ مما يستوجب توافر العاملين بإدارة العلاقات العامة و عمل دورات تدريبية لأخصائي العلاقات العامة لصقلهم بالإدارات الخاصة بالعلاقات العامة(دراسة أحمد شعبان عبد الملك رشوان ، 2019).

سابعاً : جوانب الضعف في أداء إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية : بينت النتائج أنه على الرغم من التقدم الذي تشهده ممارسة العلاقات العامة ، إلا أن هناك بعض نواحي الضعف في هذه الممارسة ، ومنها: لا تمارس العلاقات الإنسانية في العلاقات العامة، لا تهتم كثيراً بالروابط والعلاقات على مستوى الوزارة ، لا تحقق نجاحات على المستويات الداخلية للمؤسسة ، جوانب الضعف فيها ملحوظة بدرجة واضحة ، الاتصال بالجماهير الخارجية شيء معدوم ، وقد رصدت الدراسات أن هناك العديد من جوانب الضعف الأخرى التي تواجه ممارسة العلاقات العامة ومنها : ضعف تواصل إدارة العلاقات العامة مع الجمهور(دراسة محمد بن سالم بن علي الحجري ، 2021)، صعوبات التسويق الإلكتروني لأنشطة المؤسسات والتي تشمل صعوبات بشرية وأخرى مادية وثالثة إدارية (دراسة إسراء عبدالناصر أحمد عيسي ، 2020) ، ضعف الاتصال الأفقي بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة وعدم الالتزام بمؤشرات التفاعل الحوارية الفعال عبر الإنترنت (دراسة اسامة محمد احمد زيدان ، 2019).

ثامناً : اختبار فروض الدراسة : كشف اختبار فروض الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين أهمية عناصر التطوير وإحداث التغيير في برامج العلاقات

العامة وتقويم برامجها في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية ، وفي المقابل كشف اختبار فروض الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ممارسة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية ، عدم وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة أهمية الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وتقويم برامج العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية المصرية والبحرينية بصفة عامة.

توصيات الدراسة :

- الاهتمام باستخدام التقنيات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة لتسهيل التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسات.
- الاهتمام بالتقويم البعدي لبرامج العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة للتعرف على مدى كفاءة هذه البرامج والتعرف على جوانب القصور بها.
- الاهتمام بالدورات التدريبية لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة لزيادة كفاءتهم في البرامج الحديثة في التواصل مع الجمهور.
- ضرورة إجراء البحوث والدراسات العملية المستمرة وإعادة التنظيم والهيكلية للعلاقات العامة في المؤسسات .
- عدم الاقتصار على الوسائل التقليدية المستخدمة في العلاقات العامة مثل المطبوعات في التواصل مع الجمهور المتعامل مع مختلف المؤسسات.

الهوامش :

1. فاطمة عبد الكاظم الربيعي ، برامج العلاقات العامة وإستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المؤسسة، **مجلة الباحث الإعلامي**، العدد الثامن، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق ، 2010، ص167.
2. شريف أحمد شريف العاصي: "تأثير تضارب الدور وغموضه على الرضا الوظيفي للبايعين بشركة عمر أفندي، **مجلة البحوث التجارية**، جامعة الزقازيق، العدد الثاني، 1995، ص537.
3. ابتسام محمد عبدالعال ، أنشطة العلاقات العامة في مؤسسات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات :دراسة تقييمية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة سوهاج ، كلية الآداب ، 2021.
4. ابراهيم ثامر ابراهيم عواد رويشد الرشيدى ، دور العلاقات العامة في ادارة أزمات المؤسسات الإعلامية الكويتية : دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، 2021.
5. إحسان بادع علوان الجبوري ، ور العلاقات العامة في تعزيز الدور التشريعي لمجلس النواب العراقي : دراسة مسحية على القائم بالاتصال ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب، 2021.
6. محمد بن سالم بن علي الحجري ، ور العلاقات العامة فى التفاعل بين المؤسسة والعاملين بها بعد التقاعد فى سلطنة عمان : دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب، 2021.
7. إسرائ حسن إبراهيم محمد ، اتجاهات القيادات الإدارية فى المؤسسات التعليمية نحو أنشطة العلاقات العامة " دراسة ميدانية علي عينة من المؤسسات التعليمية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب، 2021.
8. إسرائ عبدالناصر أحمد عيسى، دور العلاقات العامة فى التسويق الاجتماعى الإلكتروني للمؤسسات الخيرية: دراسة ميدانية ، ستخدام ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعى وأثره فى تشكيل صورتها الإعلامية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، 2020.
9. نور رزاق حسين ، 2020 ، دور التقنيات الحديثة على أداء ممارسي العلاقات العامة فى المؤسسات العراقية ، ور العلاقات العامة فى إدارة انطباعات المستخدمين نحو المؤسسات العامة عبر الإنترنت ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب، 2020.
10. هالة محمود رشاد العايدى، دور العلاقات العامة فى إدارة انطباعات المستخدمين نحو المؤسسات العامة عبر الإنترنت ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الآداب، 2020.
11. أحمد شعبان عبد الملك رشوان ، وضع برامج العلاقات العامة فى إدارة الأزمات ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، جامعة بورسعيد ، كلية التربية الرياضية، 2019.
12. اسامة محمد احمد زيدان ، دور العلاقات العامة الإلكترونية فى تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بالهيئة القومية للتأمين الاجتماعى ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية، 2019.
13. محمود فوزي ، التحديات الأخلاقية والمهنية للعلاقات العامة الإلكترونية ، رؤية مستقبلية ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2019.

14. منال المزاهرة ، توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعيّ القطاع التجاري الأردني أنموذجاً، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية** ،، 3 العدد، 11 ، 2018.
15. صفاء عبدالحميد عبدالسميع ، استخدام ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل صورتها الإعلامية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، 2018.
16. mei Yang, Maureen Taylor: "Relationship-building by Chinese ENGOs' websites: Education, not activation", **Public Relations Review**, Vol, 29, 2017. Pp 165-176
17. Philip J. Kitchena, Anastasios Panopoulosb: "Online public relations: The adoption process and innovation challenge, a Greek example", **Public Relations Review**, Vol, 36.2016. pp 222–229
18. Hyunjin Seoa, Ji Young Kimb, Sung-Un Yanga: "Global activism and new media: A study of transnational NGOs' online public relations", **Public Relations Review**, Vol, 35.2015. pp 123–126
19. Donald K. Wright & Michella Drifka Hinson 2015, Examining social and emerging media use in public relations practice: aten-years longitudinal analysis, **Public Relations Journal**, vol.9, no.2, p.1-26.
20. سامى طابع ، بحوث الإعلام، القاهرة ، دار النهضة العربية، 2001 ، ص ص167-168.
21. سمير محمد حسين دراسات في مناهج البحث - بحوث الإعلام ، القاهرة : عالم الكتب ، 1995، ص123.
22. المرجع السابق ص 167.
23. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط5، القاهرة ، عالم الكتب ، 2015، ص431.
24. المرجع السابق ، ص ص430 – 432.
25. المحكمون :
26. أ.د. علام حمدان ، أستاذ الإحصاء وعميد كلية العلوم الإدارية والمصرفية بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين.
27. أ.د. محمود حسن اسماعيل ، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.
28. د. عبد الصادق حسن ، أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين.
29. د. داليا المتبولي ، الإعلام المساعد ووكيل معهد الجزيرة العالي للإعلام بجمهورية مصر العربية
30. محمد عبدالحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق، ص 419-420.