

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات الحكومية كمصادر للمعلومات

دراسة ميدانية

د. قدرى على عبد المجيد(*)

مقدمة :

يتوقف وجود العلاقات العامة ونجاحها فى أى مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية ، وعن طريق إدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من ناحية أخرى ، وتعتبر مكانة إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة مؤشراً للدلالة على مدى اهتمام هذه المؤسسة بوظيفة العلاقات العامة ، وحجم التسهيلات المتاحة لها والإمكانات الفعلية للعاملين بها⁽¹⁾.

وفى ذات السياق أيضاً تعد العلاقات العامة أحد ادوات الإدارة العليا لأى منظمة لتحقيق التفاعل والتواصل مع جمهورها وكسب ثقته ومن ثم تحرص العديد من المنظمات على تطوير أداء ممارسى العلاقات العامة وتعديل الهياكل التنظيمية الخاصة بها بما يتلاءم مع التطور المذهل فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وتسعى العلاقات العامة إلى كسب تأييد الرأى العام بالنسبة لفرد أو مؤسسة أو نشاط أو قضية عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف ، فهى عملية تأثير وتأثر يتبادلها الأفراد وتستخدمها الجماعات لكسب رأى مؤيد أو إحداث

(*) المدرس بقسم العلوم الإنسانية والاجتماعية - شعبة العلاقات العامة الإنسانية - بكلية الشرطة.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

موقف مساند ، وهى أيضاً تستطيع أن تؤدى دوراً هاماً فى بناء وتطوير الصورة العامة للهيئات والمنظمات المختلفة⁽²⁾.

وعلى مستوى الممارسة العملية تواجه العلاقات العامة الكثير من التحديات فى تعاملها مع وسائل الإعلام المختلفة خاصةً بعد ظهور الإعلام الجديد بكافة أشكاله، حيث تعددت تلك الوسائل سواء التقليدية أو الحديثة منها وأصبح تناولها للأحداث أكثر عمقاً وسعياً للتغطية الإخبارية والتحليلية الشاملة، كما تتسم تلك المعالجة بالسرعة الكبيرة التى تجعل من الصعب مجاراتها من جانب أجهزة العلاقات العامة خاصة أثناء الأزمات والأحداث الهامة، حيث تحتاج إلى مزيد من الوقت لجمع المعلومات المتعلقة بها ودراستها وإصدار البيانات الإعلامية اللازمة بشأنها.

ويجمع الباحثون على أن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أصبحت ومنذ فترة المصدر الرئيسى للمعلومات للجمهور عن مختلف الأحداث المحيطة، وتؤكد العديد من النظريات العلمية أن وسائل الإعلام هى التى تشكل اتجاهات رأى العام نحو مختلف القضايا المثارة من خلال تناولها ومتابعتها الإخبارية وتحليلاتها المختلفة.

لذلك يدرك ممارسوا العلاقات العامة أهمية دور وسائل الإعلام فى تشكيل إنطباعات إيجابية عن منظماتهم ويحرص الكثير منهم على دعم علاقته بمدونى وسائل الإعلام والإعلاميين بشكل عام من خلال إمدادهم بالمعلومات المتعلقة بأنشطة المنظمات التى يعملون بها، وذلك إدراكاً منهم بخطورة تأثير هذا الدور على الجمهور خاصة العملاء الحاليين أو المستهدفين لتلك المنظمة.

ويجمع كثير من الباحثين على أهمية وسائل الاتصال الجماهيرى

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

لمخططي برامج العلاقات العامة، فهذه الوسائل أصبحت المصدر الأساسى للمعلومات عن العالم وهى تشكل إدراك الأفراد ومعتقداتهم حول الأحداث والأشخاص والمؤسسات والدول خاصة تلك التى لا يكون هناك اتصال مباشر معها وفى تقديمها لهذا العالم وما يحدث فيه، فإنها تجعل الأفراد يشعرون بأنهم يشاركون فيه ويفهمونه⁽³⁾.

وتسعى العلاقات العامة فى العديد من الكيانات الإدارية إلى بناء علاقة إيجابية مع وسائل الإعلام إدراكاً منها بأهمية الدور الذى تقوم به تلك الوسائل فى بناء صورتها الذهنية ودعمها لدى الرأى العام فضلاً عن دورها الهام فى مجال حملات التسويق سواء التجارى أو الاجتماعى.

وتأتى قوة وسائل الاتصال من جانبين أساسيين: الأول هو قدرتها على التأثير فى الجمهور والثانى هو قدرتها على تحديد وتأطير الرسائل المقدمة ويعزى هذا المستوى إلى قدرة وسائل الاتصال على تأطير الرسائل المقدمة Framing ووضعها فى قوالب معينة تجعل الجمهور يفكر فيها كما يريد القائمون على بناء المضمون الإعلامى⁽⁴⁾ ويسعى ممارسوا العلاقات العامة إلى الحصول على النشر المجانى عن منظماتهم دون مراعاة السياسة التحريرية للصحيفة ومعايير النشر فيها، وبالتالي يتجاهل الصحفيون الأخبار والبيانات الصحفية التى تأتى من أقسام العلاقات العامة. وقد أشارت نتائج بعض الدراسات أيضاً إلى أن الصحفيين يرون أنفسهم أكثر مهارة ومعرفة وتأهيلاً من ممارسى العلاقات العامة وأن هؤلاء الممارسون يقفون دون حصولهم على المعلومات من المنظمات بحرية. وفى المقابل توصلت نتائج العديد من دراسات أخرى أن صورة الصحفيين لدى ممارسى العلاقات العامة ليست سلبية بنفس القدر الموجود لدى الصحفى عن الممارس⁽⁵⁾.

أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة للأسباب التالية:-

(1) لم تعد العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية هى المصدر الرئيسى للمعلومات بالنسبة للصحفيين، فى ضوء الثورة التكنولوجية فى مجال الاتصال والمعلومات والتي أتاحت للصحفيين الاعتماد على مصادر عديدة للمعلومات.

(2) تحتاج الأجهزة الحكومية إلى جهود اتصالية مخططة للإعلام عن خدماتها للمواطنين وتحقيق رضاهم وأيضاً تحسين صورتها الذهنية لدى الرأى العام، ومن هنا تأتى أهمية دور العلاقات العامة فى هذه الأجهزة للقيام بهذه الوظيفة من خلال تطوير أدائها وتأهيل العاملين فيها والتفاعل مع الصحفيين والإعلاميين بشكل جيد وأيضاً توظيف الإعلام الجديد وهو ما تحاول تلك الدراسة رصده.

(3) رغم أهمية الإعلام الجديد وإيجابياته العديدة إلا أن له آثار سلبية عديدة من بينها نشر الشائعات الأمر الذى يؤثر سلباً على تشكيل إتجاهات الرأى العام لذلك أصبح للعلاقات العامة دور هام فى مواجهة هذه الشائعات وتوضيح الحقائق.

(4) تبدو دراسة العلاقة بين الصحفيين المصريين والعلاقات العامة بالأجهزة الحكومية فى مصر أمراً ضرورياً فى ضوء ما تشهده البلاد من أحداث متلاحقة يشكل الإعلام فيها عنصراً فاعلاً فى التأثير على الرأى العام.

أهداف الدراسة:-

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسى إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين والمراسلين فى وسائل الإعلام المصرية على العلاقات العامة فى

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

الأجهزة الحكومية من وزارات أو هيئات حكومية ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:-

1. التعرف على آليات الحصول على المعلومات من العاملين فى العلاقات العامة والمستويات الإدارية التى يتم التعامل معها.
2. معرفة وجهة نظر الصحفيين فى أوجه الإستفادة من العلاقات العامة والمعوقات التى تؤثر على فاعلية العلاقة بين الطرفين.
3. التعرف على مدى الاعتماد على المتحدث الرسمى أو المستشار الإعلامى وطبيعة العلاقة معه ودرجة الرضا عما يقدمه من خدمات إعلامية.
4. التعرف على مقترحات الصحفيين بشأن تطوير العلاقة مع ممارسى العلاقة العامة بالأجهزة الحكومية.

تساؤلات الدراسة:-

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن سؤال رئيسى وهو: إلى أى مدى يعتمد الصحفيون على أجهزة العلاقات بالمنظمات الحكومية كمصادر للمعلومات؟ ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسى مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:-

- 1- ما مصادر معلومات الصحفيين فى عملهم؟
- 2- هل يعتمد الصحفيون على أجهزة العلاقات العامة فى المنظمات الحكومية كمصادر أولية وسريعة للمعلومات عن الأحداث والقضايا الجارية؟
- 3- هل يتصل الصحفيون بممارسى العلاقات العامة عندما تقع أزمة؟

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- 4- ما آليات حصول الصحفيون على المعلومات من العاملين بالعلاقات العامة؟
- 5- ما المستويات الإدارية بالعلاقات العامة التى يتواصل معها الصحفيون بشكل مباشر ومستمر؟
- 6- ما الأهداف التى يسعى الصحفيون إلى تحقيقها من تعاملهم مع ممارسى العلاقات العامة؟
- 7- ما أوجه إستفادة الصحفيون من ممارسى العلاقات العامة؟
- 8- ما المعوقات التى تؤثر على فاعلية العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة؟
- 9- ما أدوات الاتصال الأكثر استخداماً للصحفيين مع ممارسى العلاقات العامة؟
- 10- ما شكل العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة؟
- 11- إلى أى مدى يعتمد الصحفيون على المتحدث الرسمى فى الحصول على المعلومات؟
- 12- ما درجة رضا الصحفيون عن المتحدث الرسمى؟
- 13- هل يقوم الصحفيون بمراجعة ممارسى العلاقات العامة إذا توافرت لديهم معلومات عن الأحداث المتعلقة بمؤسساتهم للتأكد من صحتها؟

الدراسات السابقة:-

يعرض الباحث فيما يلى أهم الدراسات العربية والأجنبية التى تناولت

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة وأهم النتائج التى توصلت إليها تلك الدراسات وتعليق الباحث عليها وذلك وفقاً للمحاور التالية:-

المحور الأول: دراسات تناولت علاقة الإعلاميين بممارسى

العلاقات العامة:

[1] دراسة: **خيرت عياد 2014** (6) عن العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة ووسائل الإعلام استهدفت الوقوف على طبيعة العلاقة بين أقسام وإدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسى من جانب ووسائل الإعلام ومن جانب آخر فى المنظمات الحكومية فى إمارة دى وذلك بالتطبيق على عينة من (121) من ممارسى العلاقات العامة فى عشرين دائرة وهيئة حكومية (13 دائرة - 7 هيئات)، وتوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة والإعلاميين كانت دوماً علاقة متناسبة يحيطها الشك والريبة من كلا الطرفين، وأن طبيعة العلاقة بين الطرفين يجب أن تكون مبنية على المصلحة المتبادلة.

[2] دراسة: **محمد محفوظ الزهرى 2012** عن تقييم الإعلاميين للأداء المهنى لممارسى العلاقات العامة بالمصالح الحكومية (7)، استهدفت الدراسة تقييم الأداء المهنى لممارسى العلاقات العامة وذلك عينة بلغت (150) من مراسلى وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة وتوصل الباحث فيها إلى اعتماد أفراد العينة على ممارسى العلاقات العامة فى الحصول على الموضوعات الإعلامية بنسبة 45,6% وأن هناك إتفاق حول وجود بعض المعوقات المتعلقة ببيئة العمل الإدارية التى تواجه ممارسى العلاقات العامة مع أهمية التدريب بالنسبة لهم فضلاً عن أهمية التعامل بشفافية مع وسائل الإعلام.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

[3] دراسة كاليسون وسيلتزر **Callison & Seltzer, 2010** عن محررى الأخبار فى ولاية كاليفورنيا، وجد أن الصورة الذهنية لممارسى العلاقات العامة لدى الصحفيين ليست إيجابية وأنهم ينظرون للممارسين كمصادر معلومات يسعون لخدمة منظماتهم فى المقام الأول وتفتقد معلوماتهم إلى المصداقية، وأن طبيعة هذه الصورة تتوقف على مجموعة من العوامل منها تخصص الصحفى ومدى دراسته للعلاقات العامة فى الجامعة.

[4] دراسة: "سالوت" و "جونسون" **Sallot & Johonon, 2006a** أجريت على (156) صحفياً فى الولايات المتحدة فى الفترة من 2002 إلى 2004 لمعرفة اتجاهاتهم نحو الأخبار الآتية من أقسام العلاقات العامة، توصلوا إلى أن الصحفيين أكثر ثقة فى ممارسى العلاقات العامة العاملون فى المنظمات غير الربحية وأن الأخبار القادمة من هذه المنظمات تحظى بدرجة أكبر من المصداقية مقارنة بتلك الخاصة بالمنظمات الربحية، وأرجع الصحفيون ذلك إلى أن ممارسى العلاقات العامة فى المنظمات غير الربحية لا يعكسون مصالح واهتمامات منظماتهم فقط وإنما يعبرون عن قضايا عامة.

[5] دراسة: "مورتون" و "وارين" (Morton & Warren, 1992) عن تأثير معرفة ممارسى العلاقات العامة بأسس الكتابة والتحرير الصحفى على نشر الأخبار التى يرسلونها للصحف، وقد توصلوا إلى أن الصحفيين ينشرون الأخبار التى تأتى من أقسام العلاقات العامة التى تعكس قيم الأخبار واهتمامات جمهور الصحيفة، وكذلك الأخبار التى تأتى من منظمات لديها سمعة ومكانة جيدتين، أما الأخبار التى تحمل فى طياتها مؤشرات ترويجية للمنظمات فإنها لا تجد طريقها للنشر فى الصحف.

[6] دراسة: "سالوت" و "جونسون" **(Sallot & Johonon 2006b)** عن مدى اعتماد الصحفيين على الأخبار القادمة من العلاقات العامة وذلك من خلال

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

دراسة ميدانية على (413) صحفياً في الولايات المتحدة للتعرف على مدى اعتمادهم على الأخبار القادمة من أقسام العلاقات العامة، وتوصلاً إلى أن 44,0% مما ينشر في وسائل الإعلام الأمريكية يأتي من أقسام العلاقات العامة في المنظمات المختلفة وأن هذا المضمون يتضمن بيانات صحفية وقصص إخبارية من خلال تسهيل مقابلات الصحفيين مع قيادات المنظمات.

[7] دراسة: **السيد بخيت محمد درويش** 2009 تناولت علاقة ممارسي العلاقات العامة والصحفيين، وناقشت الدراسة المزايا الإعلامية الجديدة التي تتوافر لدى مدير العلاقات العامة عبر الاتصال الإلكتروني والتي تساعده على تحاشي المراسلين والاتصال المباشر بالجمهور، وهدفت إلى وصف وتحليل اتجاهات كل من الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في دولة الإمارات إزاء استخدام الوسائل الإلكترونية في التواصل فيما بينهم، بهدف التعرف على كيفية استخدامهم لهذه الوسائل، ورؤية كل منهم لمدى فائدة، ومهنية، وتأثير، ومصداقية، وأخلاقية هذه الوسائل الإلكترونية، مقارنة بوسائل التواصل التقليدية، ومدى تأثير استخدام التواصل الإلكتروني على علاقة الصراع التقليدي فيما بينهم (8).

المحور الثاني:

دراسات تناولت برامج اعداد وتأهيل ممارسي العلاقات العامة وطبيعة الدور الى يقومون به.

[1] دراسة: **Rex F.Harlow 2011** (9) واستهدفت تحديد معايير نجاح ممارس العلاقات العامة بالمجتمع الأمريكي وذلك من خلال دراسة ميدانية على (335) من ممارسي العلاقات العامة من العاملين بجمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) وتضمنت ثلاث جوانب أساسية تتمثل في معايير اختيار الشخصية

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

واختيار المعلومات العامة والقدرة على الاستنتاج الإحصائي للمعلومات. وأظهرت الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة يقومون بأعمالهم بنجاح وأهم المعايير التي يجب توافرها مثل: (تقديم المشورة – أن يكون جيد التنظيم – يمتلك الاتزان والثقة بالنفس – أن يكون لديه ضمان مهني لممارسة النشاط – أن يمتاز بالنضج العاطفي).

[2] دراسة: **Ralph Tench and Johanna Fowkws 2005** (10) تم فيها مناقشة النتائج الرئيسية لمشروع الأبحاث التي أجريت خلال عام 2004 بالمملكة المتحدة والتي تناقش المناهج الدراسية وتحليل تصورات أصحاب العمل وتم تطبيق الدراسة على (700) طالب جامعي من طلاب الدراسات العليا وممارسي العلاقات العامة وتبين أن العلاقات العامة تفتقد إلى التطبيق العملي فضلاً عن فشلها في غرس المرونة التحليلية لدى الخريجين كما تبين وجود تأثير أوروبي على تعليم العلاقات العامة بالمملكة المتحدة وطالب المبحوثين بضرورة تنفيذ منهج دراسي موحد مع الدول الأوروبية والذي يعرف (بمشروع ليوناردو) للاتصال الشخصي، كما تبين من الدراسة تأثير الهيئات المهنية للعلاقات العامة على وضع المناهج الدراسية ووجود توافق عام بين الإداريين التربويين والممارسين فيما يتعلق بطبيعة العلاقات العامة والمتطلبات اللازمة للمناهج الدراسية، وأوضح معظمهم في مجال العلاقات العامة أنهم تعلموا جميع مهاراتهم وحكمهم على الأشياء من خلال الممارسة وليس من خلال نظرية محددة ولذا يتوقف مستقبل العلاقات العامة على قدرتها على تطوير هياكل نظرية متماسكة تفسر العلاقة بين الممارسين والعملاء فضلاً عن المجتمع عموماً.

[3] دراسة: **Dan Berkowitz and Lias Hristodoulakis 1999** (11)

استهدفت معرفة دور العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك من

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

خلال دراسة ميدانية على (108) مبحوث (48) منهم من الطلاب دارسى العلاقات العامة و (160) من الممارسين. ويتبين من الدراسة تأثير الخلفية التعليمية امارسى العلاقات العامة على أسلوب عملهم من خلال توجيه العمل والدور الذى يقومون به، كما تبين تأثير السيطرة البيروقراطية والإفتقار إلى الشخصية الاستقلالية بل أن مشكلة ممارسى العلاقات العامة لا تتوقف فقط حول أدائهم الوظيفى ولكن أيضاً على تحديد المواد المناسبة للتعليم وتدريب الممارسين فى المستقبل، وأوصت الدراسة بالإضافة إلى توفير التدريب ضرورة توفير التنمية المستدامة لبناء مستقبل أفضل للعلاقات العامة لابد من الاهتمام بالتعليم الجيد وتوفير الجانب التطبيقى للدراسة.

[4] دراسة: **مى الخاجه** 1998⁽¹²⁾ استهدفت الدراسة التقييم العلمى لمستوى الأداء الفعلى لممارسى العلاقات العامة ببلدية دى وصولاً إلى تقييم فاعلية أداء وظيفة العلاقات العامة وكشف الدراسة أن جميع الممارسين يدركون حقيقة أن العلاقات العامة ليست عملاً روتينياً وإنما يتبعون الأسلوب العلمى فى الممارسة.

[5] دراسة: **سحر محمد وهبى** 1995⁽¹³⁾ عن المتغيرات البيئية المؤثرة على أنشطة العلاقات العامة واستهدفت معرفة مكانة إدارات العلاقات العامة ومستوى كفاءتها فى عينة الدراسة والملاح الإدارية الخاصة بممارسة أنشطة العلاقات العامة المختلفة وتأثر العلاقات العامة بالمتغيرات البيئية والأنشطة الإدارية الأكثر تأثيراً بهذه المتغيرات، وتم تطبيق الدراسة على مؤسسات الصحف القومية والمعارضة والمجلات والإذاعة والتلفزيون ووكالة أنباء الشرق الأوسط ودور النشر وشركات التسويق السياحى والفنادق الكبرى بمدينة القاهرة وأظهرت نتائج الدراسة تفهم الإدارة العليا لنشاط العلاقات العامة وجاء بنسبة 41,2% أنه جهاز مفيد جداً، و35,3% أنه جهاز مفيد، و17,6% أنه مفيد إلى حد ما ونسبة 5% فقط رأت أنه ذو أهمية محدودة، وبالنسبة لمدى تأثير العوامل

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

البيئية على نشاط العلاقات العامة جاءت الإمكانيات المادية فى المقام الأول بنسبة 64,7% من العوامل التى تؤثر بدرجة كبيرة يليها كل من الإمكانيات البشرية والعوامل الخاصة بالمجتمع.

[6] دراسة: **تحسين منصور رشيد منصور** 1993 حول إدارة العلاقات العامة فى الجهاز الحكومى الأردنى واتجاهات الإدارة العليا نحوها وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود تداخل بين مهام واختصاصات العلاقات العامة ومهام الإدارات الأخرى فى المنشأة، وتبين أن إدارة العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق أهداف الجمهور الداخلى والجمهور الخارجى للمنشأة والجمهور الخارجى بنسبة 71,8% مقابل 28,2% للجمهور الداخلى، كما تبين أن النسبة الغالبة من الإدارة العليا على دراية وعلم بالمفهوم الصحيح للعلاقات العامة والمهارات اللازمة لممارستها بنسبة 79% وجاء اتجاه الإدارة العليا نحو العلاقات العامة اتجاهاً إيجابياً بنسبة 82,6% وتعكس الإدارة العليا إحساساً طبيعياً بقيمة العلاقات العامة فى مواجهة مشكلات التعامل مع الجمهور الخارجى بنسبة 98,4%.

المحور الثالث:

دراسات تناولت مدى استفادة ممارسى العلاقات العامة من شبكة الأنترنت.

[1] دراسة: **مى الخاجة** 2007 حول استخدام شبكات المعلومات "الإنترنت" فى مجال العلاقات العامة تناولت فيها استخدامات شبكة المعلومات فى أجهزة العلاقات العامة فى مؤسسات دولة الإمارات من خلال استطلاع آراء مديرى ومسؤولى العلاقات العامة، بلغ حجم العينة (100) مفردة موزعة على القطاعات المختلفة، وإنتهت إلى أن 87% من المؤسسات الإماراتية لها مواقع على الإنترنت، وقد تأسس معظمها فى عام 1998 بنسبة 30,68% وتستخدم فيها اللغة الإنجليزية بنسبة 55,41%، وأن أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

تستخدم الإنترنت في أعمالها بنسبة 79%، وتتميز اتجاهات الغالبية العظمى من المبحوثين من العاملين في العلاقات العامة بالإيجابية نحو استخدام الإنترنت في المؤسسات⁽¹⁴⁾.

[2] دراسة: **ماريان ماركس Myran Marx 2006** والتي استهدفت التعرف على الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد إلى مجال العلاقات العامة خاصة شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال، وإنتهت الدراسة إلى أن الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة أتاحت قنوات اتصالية غير تقليدية، وقدمت فرصاً اتصالية متنوعة، ولذلك فهي تفرض شروطاً جديدة على واقع مجال العلاقات العامة وشروطاً لممارسة المهنة⁽¹⁵⁾.

[3] دراسة: **أشرف عبدالمغيث 2003** حول أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الإنترنت، أوضح فيها ضرورة قيام ممارسي العلاقات العامة بالتعرف على الشبكة ومدى تأثيرها على الجمهور المستخدم، وقد أوصت الدراسة بمنع إساءة استخدام البريد الإلكتروني في أنشطة العلاقات العامة سواء لإرسال عروض أو دعايات لا يرغبها المستخدم، وأهمية الالتزام بالمصادقية في نقل المعلومات⁽¹⁶⁾.

[4] دراسة: **السيد بخيت 2003** حول استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال في إدارات العلاقات العامة تطبيقاً على (21) موقع من (19) دولة عربية كنموذج للمواقع الحكومية الإلكترونية العربية، وهدفت إلى التعرف على مدى استفادة هذه المواقع من إمكانيات الإنترنت في تسهيل التواصل مع الجمهور، وما دور الحوار الإلكتروني في دعم أنشطتها، وخلصت إلى أن المواقع الحكومية لم تستفد بشكل كامل من الإمكانيات التي توفرها الإنترنت ولم تعكس وجوداً تفاعلياً حقيقياً وأوصت بتطوير الاستراتيجية الاتصالية للمواقع الحكومية⁽¹⁷⁾.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

تعليق الباحث على الدراسات السابقة:-

فى ضوء ما تم عرضه من دراسات سابقة حول موضوع البحث ، يمكن استخلاص ما يلى:

[1] تناولت بعض الدراسات العربية والأجنبية طبيعة العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة ووسائل الإعلام من وجهة نظر العلاقات العامة من خلال دراسات ميدانية ، كما تناولت دراسات أخرى تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسى العلاقات العامة من خلال دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين.

[2] تناولت دراسات أخرى معايير نجاح ممارسى العلاقات العامة وهى اختبار الشخصية ، اختبار المعلومات العامة والقدرة على الاستنتاج الإحصائى للمعلومات ، كما تناولت دراسات أخرى برامج إعداد وتأهيل ممارسى العلاقات العامة وتقييم الأداء الفعلى لممارسى العلاقات العامة بشكل عام والمتغيرات البيئية المؤثرة على أنشطة العلاقات العامة. كما تناولت دراسات أخرى اتجاهات الإدارة العليا نحو إدارات العلاقات العامة.

[3] تناولت بعض الدراسات أيضاً الجانب الأخلاقى فى ممارسة العلاقات العامة على شبكة الإنترنت.

[4] اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الدراسات الميدانية على عينة من الصحفيين أو عينة من ممارسى العلاقات العامة .

[5] توصلت الدراسات السابقة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلى:

- أن العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة والإعلاميين علاقة ملتبسة يحيطها الشك والريبة من كلا الطرفين.

- ان وجود معوقات متعلقة بيئة العمل الإدارية التى تواجه ممارسى

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

العلاقات العامة فى تعاملهم مع الإعلاميين.

- وجود تداخل بين مهام واختصاصات العلاقات العامة ومهام الإدارات الأخرى فى المنظمات خاصة الحكومية.

- أن الصورة الذهنية لممارسى العلاقات العامة لدى الصحفيين ليست إيجابية لأنهم يسعون إلى خدمة منظماتهم فى المقام الأول وتفتقد معلوماتهم إلى المصداقية.

- أن هناك درجة كبيرة من الثقة من جانب الصحفيين تجاه ممارسى العلاقات العامة بالمنظمات غير الربحية.

- أن الصحفيين ينشرون الأخبار التى تأتى من أقسام العلاقات العامة التى تعكس قيم الأخبار واهتمامات جمهور الصحفيين.-

[6] لم تتناول أى من الدراسات السابقة بشكل تفصيلى مدى اعتماد الصحفيين على العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية كمصادر للمعلومات.

الإطار النظرى للدراسة :

تم الاعتماد على النماذج التالية فى هذه الدراسة :

[1] نموذج جرونج للممارسة المهنية للعلاقات العامة :

يرى جرونج⁽¹⁸⁾ ان هذا النموذج يحقق حالة من الفهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها الإستراتيجية من خلال تطبيق الاتصال المتماثل فى اتجاهين و يعبر عن الأداء الأفضل أو الممتاز للعلاقات العامة ويتمثل فيما يلى :

[أ] نموذج الوكالة الصحفية Press Agency

يمثل هذا النموذج أقدم أشكال الاتصال المستخدم فى العلاقات العامة

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الهدف الأساسي لتطبيقه دعائي، حيث تسعى المؤسسة من خلاله إلى الانتشار ووفقاً لهذا النموذج فإن المعلومات تنساب في اتجاه واحد من الإدارة العليا إلى العاملين ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية ويعتمد العاملون في العلاقات العامة على النشر كنشاط اتصالي أساسي في توصيل رسائلهم إلى الجمهور ويتجاهلون رد فعل هذا الجمهور Feedback.

[ب] نموذج الإعلام العام : Public information

ظهر هذا النموذج في بدايه القرن العشرين وكان هدفه الرئيسي نشر وبحث المعلومات بهدف تحسين سمعة المؤسسة , حيث يعتمد هذا النموذج على عملية تقديم المعلومات للجمهور، ولكن ليس بغرض البيع أو الترويج لسلعة ويظل الاتصال في هذا النموذج في اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور، ووفقاً لهذا النموذج تكون العلاقات العامة مكتئباً للاستعلامات ، وهو قد يكون عملياً في المنظمات غير الهادفة إلى الربح، ويسعى العاملون في العلاقات العامة وفقاً لهذا النموذج إلى توفير وتقديم المعلومات المختلفة للجماهير، وكلما ازدادت حاجة هذه الجماهير للمعلومات ازداد نشاط العاملين في توفيرها.

[ج] النموذج غير المتوازن : Two-way Asymmetrical

يكون الاتصال وفقاً لهذا النموذج في اتجاهين : من المنظمة إلى الجماهير والعكس ولكنه يسعى إلى خدمة أهداف ومصالح المنظمة في المقام الأول ، لذلك وصف بغير المتوازن ويطلق على هذا النموذج الاتصال الإقناعي ، ويقوم العاملون في العلاقات العامة وفقاً لهذا النموذج الى بالتعرف على اتجاهات الجماهير من خلال استطلاعات الرأي والمقابلات ومناقشة الجماعات المركزة.

[د] النموذج المتوازن : Two-way Symmetrical

لا يتوقف هذا النموذج على سعي المنظمة إلى جعل الجماهير تتكيف معها ،

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

ولكن يذهب إلى أن المنظمة نفسها يجب أن تتكيف مع البيئة الخارجية بما فيها الجماهير الفاعلة تجاه هذه المنظمة ، فوفقاً لهذا النموذج يجب على المنظمة والجماهير أن يكون لكل منهما الاستعداد للتكيف مع الآخرين ومن ثم يكون لدى المنظمة الاستعداد والقابلية للتغير وفقاً لمتطلبات البيئة الخارجية ، لذلك يركز هذا النموذج على بناء علاقات إستراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال فى اتجاهين، وأضيفت نماذج أخرى لهذه النماذج وتتمثل فى نموذج التأثير الشخصى من خلال تأسيس علاقات شخصية مع أفراد مؤثرين فى وسائل الإعلام والحكومة، ونموذج المترجم الصحفى يقوم على تعيين أشخاص يفهمون فى اللغة والثقافة والعادات والبيئة السياسية والاقتصادية للدولة .

[2] مداخل بناء العلاقة مع وسائل الإعلام :

يوجد ثلاثة مداخل أساسية تؤسس لعلاقات متميزة بين ممارسى العلاقات العامة ووسائل الإعلام ، وهذه المداخل هى : مدخل رد الفعل، ومدخل الاستعداد للتفاعل، ومدخل التفاعل⁽¹⁹⁾ نعرضها على النحو التالى :

[أ] مدخل رد الفعل : Reactive Approach

يرى باحثو العلاقات العامة والاتصال المؤسسى أن هذا المدخل يمثل الحد الأدنى الذى يجب على ممارسى العلاقات العامة تبنيه فى تعاملهم مع وسائل الإعلام ، ووفقاً لهذا المدخل يكون دور العلاقات العامة هو الاستجابة لما يطلب منها من قبل الإعلاميين، ووفقاً لهذا المدخل يقوم ممارسو العلاقات العامة بإتباع مجموعة من التكتيكات منها:

- تجنب تقديم التعليقات الفورية على مواقف وأفعال الوعود.
- الاحتفاظ بملف للقضايا المختلفة لتوفير المعلومات لشد انتباههم.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- معرفة وفهم المواعيد النهائية لإمكانية النشر فى الصحف.
- تقديم كافة التسهيلات للمحررين لإجراء المقابلات والحصول على المعلومات.
- تقديم معلومات متوازنة تعبر عن الجانبين الايجابى والسلبى عن المنظمة.
- تقديم متوازن وموضوعى لتوقعات المنظمة.
- الاحتفاظ بسجلات للإعلاميين الذين يمكن الاتصال بهم وبمضمون ما يتم تقديمه من معلومات.
- تقديم الحقائق وعدم عرض أى معلومات غير صحيحة تحت أى ظروف.

[ب] مدخل الاستعداد للتفاعل : Proactive Approach

- بالإضافة إلى تطبيق وتبنى تكتيكات المدخل السابق ، يسعى ممارسو العلاقات العامة من خلال مدخل الاستعداد للتفاعل إلى تسويق المنظمة لوسائل الإعلام ، وهنا يبدوون بالإجابة على التساؤلات الآتية:
- ما هى الرسائل التى يجب توجيهها لوسائل الاتصال ؟
 - هل الرسالة واضحة وموجزة ومباشرة ؟
 - ما هى العناصر الموجودة فى الرسالة التى تجعلها صالحة للنشر؟
 - كيف يتم تقديم الرسالة والترويج لها ؟
 - ما هى الوسيلة الإعلامية التى نسعى للوصول إليها بالدرجة الأولى ؟
 - من هو الإعلامى الذى نسعى للاتصال به أولا ؟

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- إذا كان الصحفيون غير مهتمين فهل فهموا أنه يمكن التوجه إلى وسيلة أو صحيفة أخرى؟

[ج] مدخل التفاعل : Interactive Approach

- يقوم مارسي العلاقات العامة الذين يسعون لبناء علاقات تفاعلية مع وسائل الإعلام بخطوات أكثر من أجل تطوير علاقاتهم مع هذه الوسائل ، وفى قيامهم بذلك يجب عليهم وفقاً لهذا المدخل :
- محاولة مناقشة قضايا وموضوعات تهم الإعلامى بعيداً عن الأخبار المراد نشرها مثل الاتجاهات الحديثة فى مجال العمل.
- حرص ممارسي العلاقات العامة على اعتبار أنفسهم مصدرًا للأخبار وأنهم مستعدين لتقديم أية تعليقات أو تفسيرات كخبراء فى مجال عملهم.
- قصر الموضوع أو الخبر على وسيلة معينة (Exclusivity) يجب أن يعتمد على طبيعة الموضوع وأهداف المنظمة وقوانين النشر.
- التحوار مع المحررين عن دوريات وصحف ومحررين آخرين ، وكيف أنهم يتعاملون مع قضايا أخرى بمدخل مختلفة.
- عندما يقوم الصحفى بنشر مقال أو خبر يفضل الثناء على ما كتبه وليس مجرد توجيه الشكر.
- القيام بالاتصال الدائم بالصحفيين للحديث عن الأخبار المناسبة.
- تجنب طلب خدمة أو مصلحة وإنما تقديم مقترحات.

قضية الدراسة:-

شهدت مصر خلال العشر سنوات الأخيرة العديد من الأحداث الهامة التى أثرت بالطبع على اتجاهات رأى العام المصرى نحو مختلف القضايا العامة التى واجهت البلاد.

وقد كان لثورتى 25 يناير 2011 و 30 يونيو 2013 الأثر الكبير فى علاقة المواطنين بالأجهزة الحكومية وأصبح هناك رأى عام ضاغط تجاه أى تقصير أو سلبيات فى الخدمات التى تقدمها الأجهزة الحكومية لهم.

وقد كان لوسائل الإعلام دور رئيسى وهام فى تلك الأحداث كما كان ولايزال لها دور كبير فى تشكيل رأى العام المصرى، لذلك أصبح للعلاقات العامة فى الأجهزة الحكومية دور هام فى التفاعل مع القضايا العامة والتى تحظى باهتمام الرأى العام، كما يقع عليها العبء الأكبر فى التواصل مع الإعلاميين وإمدادهم بالمعلومات والحقائق اللازمة عن الأنشطة الحكومية، وكذا وسائلها الاتصالية الخاصة بها خاصة فى مجال الإعلام الجديد ومن هنا تتمثل القضية المحورية لهذه الدراسة فى طبيعة العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية ومدى اعتماد الصحفيين عليهم فى الحصول على المعلومات المتعلقة بالأجهزة والمنظمات الحكومية التى يعملون بها سواء فى الظروف العادية أو فى الأزمات والمواقف الطارئة.

وذلك من خلال منهج المسح باستخدام استمارة استبيان على عينة من الصحفيين المصريين سواء المندوبين أو المراسلين لصحفهم فى الوزارات والهيئات الحكومية.

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:-

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تهدف إلى وصف وتحليل

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

الظواهر الاجتماعية وبالتالي فإن هذه الدراسة تسعى إلى وصف وتحليل مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية كمصادر للمعلومات.

وفى ضوء هذه الدراسة اعتمد الباحث على منهج المسح وفى إطاره تم استخدام استمارة الاستبيان على عينة من الصحفيين المصريين للتعرف على مدى اعتمادهم على العلاقات العامة بالوزارات والهيئات الحكومية كمصادر للمعلومات. مجتمع البحث واختيار العينة:

يتمثل مجتمع البحث فى جميع الصحفيين المصريين أعضاء نقابة الصحفيين من العاملين فى مجال التحقيقات الصحفية أو كمندوبين ومراسلين لصحفهم فى الوزارات والهيئات الحكومية.

وقد اختار الباحث عدد (100) صحفى بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من العاملين فى هذا المجال وقد قام بإعداد استمارة استبيان حول مضمون البحث لتطبيقها معهم.

أدوات جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان من أجل تحقيق أهداف الدراسة وقد تضمنت مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة لقياس مجموعة من المتغيرات والإجابة على أسئلة الدراسة وهى تقيس فى مجملها مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات بالمنظمات الحكومية كمصادر للمعلومات المتعلقة بالأنشطة التى تقوم بها تلك المنظمات.

اختبارات الصدق والثبات:

للتأكد من صدق استمارة الاستبيان التى أعدها الباحث تم عرضها على مجموعة من المحكمين من السادة الأساتذة أعضاء هيئة التدريس

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

والصحفيين لإبداء الرأي حول ملائمتها لموضوع الدراسة وأهدافها، وقد تلافى الباحث الملاحظات التي أبدوها (20).

ولقياس الثبات تم تطبيق استمارة الاستبيان على 10% من الصحفيين عينة الدراسة وبلغ معامل الثبات على الاستمارة 90%.

نتائج الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالأجهزة والمنظمات الحكومية كمصادر للمعلومات، ويعرض الباحث نتائج الدراسة الميدانية على العينة التي اختارها وهي (100) صحفى من المقيدين بنقابة الصحفيين (69 من الذكور، 31 من الأنثى) وجاءت النتائج على النحو التالي:-

أولاً: خصائص العينة.

جدول رقم (1)

توزيع العينة وفقاً للجنس.

النسبة	التكرار	الجنس
69%	69	ذكر
31%	31	أنثى
100%	100	الإجمالي

إختار الباحث عدد (69) من الصحفيين الذكور و (31) من الصحفيات الأنثى والذين أمكن للباحث تطبيق استمارة الاستبيان معهم سواء داخل نقابة الصحفيين أو بمؤسساتهم الصحفية.

جدول رقم (2)

توزيع العينة وفقاً لسنوات العمل الصحفى.

النسبة	التكرار	سنوات العمل الصحفى
%16	16	من سنة إلى أقل من (5) سنوات
%30	30	سنوات إلى أقل من (10)
%54	54	(10) سنوات فأكثر
%100	100	الإجمالى

تم وضع ثلاث فترات رئيسية لسنوات العمل الصحفى وجاءت النسبة الأكبر للصحفيين العاملين فى مجال الصحافة لمدة أكثر من عشر سنوات بنسبة %54، بينما جاء فى الترتيب الثانى فئة الصحفيين العاملين لمدة خمس سنوات إلى أقل من عشر سنوات وجاء فى الترتيب الثالث الصحفيين العاملين لمدة من سنة إلى أقل من خمس سنوات.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد العينة وفقاً للمستوى التعليمى

النسبة	التكرار	المستوى التعليمى
%46	46	جامعى متخصص فى الإعلام
%39	39	جامعى غير متخصص فى الإعلام
%15	15	دراسات عليا
%100	100	الإجمالى

يتبين من الجدول السابق أن %46 من أفراد العينة من خريجي كليات الإعلام وأن %39 منهم من الجامعيين غير المتخصصين فى الإعلام وأن %15 فقط حاصلين على دراسات عليا.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

جدول رقم (4)

طبيعة العمل الصحفى

النسبة	التكرار	التخصص
%23	23	مراسل ميدانى
%40	40	مندوب فى جهاز حكومى
%37	37	التحقيقات الصحفية
%100	100	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق أن 40% من الصحفيين أفراد العينة يعملون كمندوبين لصحفهم فى الوزارات والأجهزة الحكومية وأن 23% منهم مراسلين وأن 37% يعملون فى التحقيقات الصحفية.

جدول رقم (5)

الجهات الحكومية التى يقوم بتغطية أخبارها الصحفيون.

النسبة	التكرار	الجهات
%89	89	الوزارات
%6	6	الهيئات والمصالح الحكومية
%3	3	مجلس الوزراء - جهات تابعة لرئاسة الجمهورية
%2	2	مؤسسات تعليمية حكومية
%100	100	الإجمالى

يقوم 89% من الصحفيين أفراد العينة بتغطية أخبار جميع الوزارات والقطاعات التابعة لها، بينما يقوم 6% بتغطية أخبار الهيئات الحكومية مثل هيئة النقل العام، الجهاز المركزى للمحاسبات، محافظة القاهرة وأن 3% يقومون بتغطية مجلس الوزراء وجهات تابعة لرئاسة الجمهورية و2% منهم يقومون بتغطية مؤسسات تعليمية حكومية.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية.

جدول رقم (6)

ترتيب مصادر معلومات الصحفي

الترتيب	الوزن النسبي	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	المصادر الترتيب
الثاني	377	3	5	12	19	18	27	أجهزة العلاقات
الأول	426	2	6	6	6	32	35	المسؤولين الحكوميين
الثالث	361	6	5	9	37	22	10	قادة الرأي
الخامس	192	9	19	24	8	7	1	وسائل الإعلام الأخرى
الرابع	216	13	28	8	17	5	5	الإنترنت
السادس	184	19	5	14	7	5	10	الجمهور العام
السابع	15	5	4	—	—	—	—	أخرى
	1771	57	72	73	94	89	88	الإجمالي

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الصحفيين يعتمدون على مصادر عديدة للحصول على المعلومات، وقد جاء المسؤولون الحكوميون كمصدر أول للمعلومات، بينما جاءت أجهزة العلاقات العامة في الترتيب الثاني وجاء قادة الرأي في الترتيب الثالث كمصدر للمعلومات، وجاءت مواقع الإنترنت بشكل عام في الترتيب الرابع، ووسائل الإعلام الأخرى في الترتيب الخامس، وجاء الجمهور العام في الترتيب السادس، وقد جاءت المصادر الأخرى في الترتيب الأخير، وقد تمثلت وفقاً لأراء عينة الدراسة في المصادر الخاصة داخل المنظمات الحكومية، وكذا التحقيق الإستقصائي، وصناع الحدث، والوثائق والتقارير الرسمية، والمصادر السرية، وكذا الزملاء الصحفيين والعاملين وصغار الموظفين والاتصال المباشر مع المصادر شخصياً مع دعم المعلومات بالمستندات.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

جدول رقم (7)

مدى الاعتماد على أجهزة العلاقات كمصادر أولية وسريعة

للمعلومات عن الأحداث العامة والقضايا الهامة.

النسبة	التكرار	المصادر
41%	41	نعم
50%	50	أحياناً
9%	9	لا
100%	100	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن 50% من الصحفيين أفراد العينة أحياناً ما يعتمدون على أجهزة العلاقات العامة كمصدر أولية وسريعة للمعلومات عن الأحداث والقضايا الهامة، بينما يعتمد 41% منهم بشكل أساسى على العلاقات العامة، و9% فقط منهم لا يعتمدون عليها.

جدول رقم (8)

مدى الاعتماد على العلاقات العامة لمعرفة تفصيلات الأزمات.

النسبة	التكرار	مدى الاعتماد
50%	50	نعم
41%	41	أحياناً
9%	9	لا
100%	100	الإجمالي

يعتمد 50% من الصحفيين أفراد العينة على العلاقات العامة لمعرفة تفصيلات الأزمات التى تقع بالمنظمة وذلك من خلال البيانات التى تصدرها، أو الأنشطة المختلفة التى تقوم بها خلال إدارتها للأزمات إعلامياً، بينما يعتمد 41% منهم أحياناً على العلاقات العامة، ولا يعتمد 9% من أفراد العينة على العلاقات العامة كمصادر للمعلومات أثناء الأزمات.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

جدول رقم (9)

مدى التواصل مع العاملين بالعلاقات العامة.

النسبة	التكرار	مدى التواصل
67%	67	نعم
26%	26	أحياناً
7%	7	لا
100%	100	الإجمالي

يتواصل 67% من أفراد العينة مع العاملين فى العلاقات العامة بشكل عام، بينما يتواصل 26% منهم أحياناً، ولا يتواصل 7% منهم مع العلاقات العامة.

جدول رقم (10)

آليات الحصول على المعلومات من العاملين بالعلاقات العامة

(يمكن إختيار أكثر من بديل).

النسبة	التكرار	آليات الحصول على المعلومات
24%	62	البيانات الصحفية
29%	74	الاتصال التليفونى
25%	65	الاتصال المباشر
21%	53	مواقع التواصل الاجتماعى أو الإنترنت
1%	3	أخرى (البريد الإلكتروني)
100%	257	الإجمالي

يتبين من نتائج الجدول السابق مايلى:-

- يستخدم الصحفيون الاتصال التليفونى مع العاملين بالعلاقات العامة كألية للتواصل معهم والحصول على المعلومات التى يحتاجون إليها فى عملهم، حيث جاءت هذه الوسيلة فى الترتيب الأول بنسبة 29%.
- يتواصل 25% من الصحفيين أفراد العينة بشكل مباشر مع العاملين فى العلاقات العامة ويقع ترتيبها الثانى.
- جاءت البيانات الصحفية فى الترتيب الثالث بنسبة 24%.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع بنسبة 21%.
- جاءت الوسائل الأخرى في الترتيب الخامس بنسبة 1%.

جدول رقم (11)

المستويات الإدارية بأجهزة العلاقات العامة التي يتواصل معها الصحفيون بشكل مباشر (يمكن إختيار أكثر من بديل)

النسبة	التكرار	المستويات الإدارية
32%	55	مدير الإدارة
34%	59	المسئول عن الاتصال بالصحفيين
10%	18	العاملون بالإدارة
23,5%	40	كل هؤلاء
0,5%	1	أخرى تذكر
100%	173	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن 59% من الصحفيين أفراد العينة يتواصلون بشكل مباشر مع مسئول الاتصال بالصحفيين بأجهزة العلاقات العامة، كما أن 55% منهم يتواصل مع مدير الإدارة مباشرة و40% منهم يتواصلون مع جميع المستويات الإدارية بأجهزة العلاقات العامة، وأن 18% فقط منهم يتواصلون مع العاملين بالإدارة.

جدول رقم (12)

أهداف التواصل مع العلاقات العامة

النسبة	التكرار	الأهداف
37%	75	الحصول على معلومات دقيقة
31%	64	التعرف على تفاصيل أكثر عن القضايا المطروحة
18%	38	المساعدة في إجراء وترتيب أحاديث صحفية مع كبار القيادات
14%	29	بناء علاقة جيدة مع العاملين في العلاقات العامة بما يحقق أهداف الصحفيين المهنية
100%	206	الإجمالي

نستنتج من بيانات الجدول السابق مايلي:-

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- أن الحصول على معلومات دقيقة وسريعة عن الأحداث الجارية جاء كهدف أول يسعى الصحفيون الوصول إليه من خلال تواصلهم مع العلاقات العامة وذلك بنسبة 37%.
- أن التعرف على تفاصيل أكثر عن القضايا المطروحة جاء فى الترتيب الثانى بنسبة 31%.
- أن المساعدة فى إجراء وترتيب أحاديث صحفية مع كبار القيادات جاء فى الترتيب الثالث بنسبة 18%.
- جاء بناء علاقة جيدة مع العاملين فى العلاقات العامة بما يحقق أهداف الصحفيين المهنية فى الترتيب الرابع بنسبة 14%.

جدول رقم (13)

أوجه الاستفادة من العاملين بالعلاقات العامة.

النسبة	التكرار	أوجه الاستفادة
45%	73	تزويدنا بالمعلومات بالمعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية
36%	59	فتح مجالات اتصال مع مختلف الإدارات والقطاعات الحكومية.
18%	30	تقديم الدعم الفنى اللازم للأنشطة الصحفية مثل الصور والإحصاءات ومقاطع الفيديو.
1%	2	أخرى
100%	164	الإجمالى

توضح نتائج الجدول السابق أوجه استفادة الصحفيين من ممارسى العلاقات العامة وذلك على النحو التالى:-

- يرى 45% من الصحفيين أفراد العينة أن العلاقات العامة تقوم بتزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية.
- بينما يرى 36% منهم بأنها تساعد فى فتح مجالات اتصال مع مختلف الإدارات والقطاعات الحكومية.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- يرى 18% من الصحفيين أن العلاقات العامة تقدم لهم الدعم الفني اللازم للأنشطة الصحفية مثل الصور والإحصاءات ومقاطع الفيديو.
- يرى 1% منهم أن هناك أوجه إستفادة أخرى من العلاقات العامة.

جدول رقم (14)

أهم المعوقات التي تؤثر على فاعلية العلاقة مع أجهزة العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية

النسبة	التكرار	أهم المعوقات
25%	58	عدم إلمام الممارسين بالقضايا والأحداث الجارية
23%	55	عدم وجود معلومات كاملة لدى ممارسي العلاقات العامة
14%	34	لا توجد رؤية لمتطلبات الوظيفة
13%	32	لا يوجد تعاون كافٍ من جانب ممارسي العلاقات العامة مع الصحفيين.
25%	58	محاولة إخفاء المعلومات
100%	237	الإجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أن أهم المعوقات التي تؤثر على فاعلية العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية جاءت على النحو التالي:-

- يرى 25% من الصحفيين عدم إلمام العاملين في العلاقات العامة بهذه المؤسسات بالقضايا والأحداث الجارية يعد أول المعوقات التي تؤثر على فاعلية هذه العلاقة، وجاء بنفس النسبة محاولة إخفاء المعلومات وتجميل صورة المؤسسة حتى ولو كانت غير صحيحة.
- جاء في الترتيب الثاني وبنسبة 23% عدم وجود معلومات كاملة لدى ممارسي العلاقات العامة عن الأحداث الجارية.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- جاء فى الترتيب الثالث وبنسبة 14% عدم وجود رؤية لمتطلبات الوظيفة التى يؤديها ممارسى العلاقات العامة.
- بينما جاء فى الترتيب الرابع وبنسبة 13% عدم وجود تعاون كافٍ من جانب ممارسى العلاقات العامة مع الصحفيين.

جدول رقم (15)

أدوات التواصل الأكثر استخداماً مع العاملين بالعلاقات العامة.

النسبة	التكرار	أدوات التواصل
7%	14	التليفون الأرضى
43%	83	التليفون المحمول
8%	15	الفاكس
25%	49	مواقع التواصل الاجتماعى
13%	26	الاتصال المباشر
4%	7	أخرى (البريد الإلكتروني/sms)
100%	194	الإجمالى

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:-

- جاء التليفون المحمول كوسيلة أولى للتواصل بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة وبنسبة 43%.
- جاء الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى الترتيب الثانى بنسبة 25%.
- جاء الاتصال المباشر فى الترتيب الثالث بنسبة 13%.
- جاء الفاكس فى الترتيب الرابع بنسبة 8%.
- وجاء التليفون الأرضى فى الترتيب الخامس بنسبة 7%.
- جاءت أدوات الاتصال الأخرى مثل البريد الإلكتروني والرسائل النصية فى الترتيب الأخير بنسبة 4%.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

جدول رقم (16)

شكل العلاقة مع العاملين في مجال العلاقات العامة

النسبة	التكرار	شكل العلاقة
64%	64	علاقة إيجابية قائمة على الإحترام المتبادل
32%	32	علاقة محايدة
4%	4	علاقة سلبية
100%	100	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق أن العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة إيجابية وقائمة على الإحترام المتبادل وذلك بنسبة 64%، بينما يرى 32% منهم أن تلك العلاقة محايدة، ويرى 4% منهم فقط أن تلك العلاقة سلبية.

جدول رقم (17)

مدى الاعتماد على المتحدث الرسمي في الحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	مدى الاعتماد
64%	64	نعم
35%	35	نادرأ
1%	1	لا
100%	100	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن 64% من الصحفيين أفراد العينة يعتمدون على المتحدث الرسمي في الحصول على المعلومات المتعلقة بمؤسساتهم، ويرى 35% منهم أنهم نادراً ما يعتمدون على المتحدث الرسمي، ولا يعتمد 1% من الصحفيين أفراد العينة على المتحدث الرسمي.

جدول رقم (18)

طبيعة العلاقة مع المتحدث الرسمي

النسبة	التكرار	طبيعة العلاقة
31%	31	ممتازة
45%	45	جيدة
23%	23	متوسطة
1%	1	سيئة
100%	100	الإجمالي

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

توضح نتائج الجدول السابق أن 45% من الصحفيين أفراد العينة تربطهم علاقات جيدة بالمتحدث الإعلامي، وأن 31% منهم علاقتهم ممتازة بالمتحدث الإعلامي، وأن 23% منهم علاقتهم متوسطة به، وأن 1% فقط علاقتهم سيئة بالمتحدث الإعلامي.

جدول رقم (19)

درجة الرضا عما يقدمه المتحدث الرسمي من خدمات إعلامية.

النسبة	التكرار	درجة الرضا
25%	25	راضي جداً
53%	53	راضي
22%	22	غير راضي
100%	100	الإجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أن 53% من الصحفيين راضين عن المتحدث الإعلامي، وأن 25% منهم راضون جداً عن المتحدث الإعلامي، بينما 22% منهم غير راضين عنه.

جدول رقم (20)

مدى مراجعة العلاقات العامة بالمعلومات المتاحة عن الأحداث

المتعلقة بعمل الجهاز الحكومي من مصادر أخرى.

النسبة	التكرار	مراجعة العلاقات العامة
59%	59	نعم
34%	34	أحياناً
5%	5	نادراً
2%	2	لا
100%	100	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابقة ما يلي:-

- يراجع 59% من الصحفيين أفراد العينة ممارسي العلاقات العامة، إذا توافرت لديهم معلومات عن الأحداث المتعلقة بعمل مؤسساتهم للتأكد من صحتها.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- يراجع 34% أحياناً، و5% نادراً ما يراجعوا، و2% لا يراجعوا ممارسي العلاقات العامة بالمعلومات المتاحة لديهم.

جدول رقم (21)

رؤية الصحفيين لتطوير العلاقة مع العاملين بالعلاقات العامة.

النسبة	التكرار	المقترحات
21%	10	أهمية الحصول على المعلومات بشفافية.
30%	14	تحديث البيانات بصورة مستمرة وسريعة مواكبة للحدث.
8%	4	إمام ممارسي العلاقات العامة بكل تفاصيل عمل مؤسساتهم.
31%	15	التواصل الدائم بالصحفيين والمصادقية.
6%	3	منح العاملين في العلاقات العامة حرية التعامل مع الصحفيين والمرونة.
4%	2	عقد اجتماعات دورية لبحث المشاكل وتفعيل التعاون بين الطرفين.
100%	48	الإجمالي

نستخلص من الجدول السابق ما يلي:-

- يرى 31% من الصحفيين أهمية التواصل مع ممارسي العلاقات العامة بشكل دائم مع المصادقية في نقل المعلومات إليهم.
- ويرى 30% من الصحفيين أفراد العينة أهمية تحديث البيانات الصادرة عن المؤسسات الحكومية بشكل مستمر وسريع لمواكبة الأحداث.
- يرى 21% منهم أهمية الحصول على المعلومات بشفافية.
- يرى 8% أهمية امام ممارسي العلاقات العامة بكل تفاصيل عمل مؤسساتهم.

أهم مقترحات الصحفيين فيما يتعلق بموضوع الدراسة:-

جاءت إقتراحات بعض الصحفيين أفراد العينة بشكل عام على النحو

التالي:-

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- أهمية إقرار قانون تداول المعلومات والحصول عليها مع الحسم فى تنفيذه وإلزام كافة الجهات الحكومية به.
- الإهتمام بإختيار الكوادر القادرة على التواصل مع الصحفيين مع زيادة أعدادهم.
- أهمية تدريب العاملين بالعلاقات العامة بشكل مستمر لتطوير أدائهم.
- إختيار ممارسى العلاقات العامة من المتخصصين فى هذا المجال.
- تحديث صفحات المؤسسات الحكومية على الإنترنت بكل ما هو جديد.
- أهمية وجود متحدث رسمى بكل مؤسسة حكومية مع وضع معايير لإختياره.
- إعادة النظر فى الهياكل التنظيمية لإدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية وتغييرها بشكل كامل.
- عدم الخلط بين الدعاية للمؤسسة والأخبار الصادرة منها.

النتائج العامة للدراسة:-

فى ضوء ماسبق عرضه من نتائج للدراسات الميدانية توصل الباحث إلى النتائج العامة على النحو التالى:-

1- يعتمد الصحفيين على مصادر عديدة للحصول على المعلومات، وقد جاء المسئولون الحكوميون كمصدر أول للمعلومات، بينما جاءت أجهزة العلاقات العامة فى الترتيب الثانى.

2- أن 50% من الصحفيين أفراد العينة أحياناً ما يعتمدون على أجهزة

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

العلاقات العامة كمصدر أولية وسريعة للمعلومات عن الأحداث والقضايا الهامة.

3- يعتمد 50% من الصحفيين أفراد العينة على العلاقات العامة لمعرفة تفاصيل الأزمات التي تقع بمنظمتهم وذلك من خلال البيانات التي تصدرها، أو الأنشطة المختلفة التي تقوم بها خلال إدارتها للأزمات إعلامياً.

- يتواصل 67% من أفراد العينة ممارسي العلاقات العامة بشكل عام ، ولا يتواصل 7% منهم مع العلاقات العامة.
- يستخدم الصحفيون الاتصال التليفوني مع العاملين بالعلاقات العامة كآلية للتواصل معهم والحصول على المعلومات التي يحتاجون إليها في عملهم، حيث جاءت هذه الوسيلة في الترتيب الأول بنسبة 29%.
- يتواصل 59% من الصحفيين أفراد العينة بشكل مباشر مع مسئول الاتصال بالصحفيين بأجهزة العلاقات العامة، كما أن 55% منهم يتواصل مع مدير إدارة العلاقات العامة.
- أن الحصول على معلومات دقيقة وسريعة عن الأحداث الجارية جاء كهدف أول يسعى الصحفيون للحصول عليه من تواصلهم مع العلاقات العامة وذلك بنسبة 37% وجاء في الترتيب الثانى التعرف على تفاصيل أكثر عن القضايا المطروحة بنسبة 31%.
- وتتمثل أوجه استفادة الصحفيين من ممارسي العلاقات العامة فيما يلي:-

- تزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية بنسبة 45% .

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- تساعد فى فتح مجالات اتصال مع مختلف الإدارات والقطاعات الحكومية بنسبة 36%.
- تقدم لهم الدعم الفنى لالزام للأنشطة الصحفية مثل الصور والإحصاءات ومقاطع الفيديو بنسبة 18%.
- تتمثل أهم المعوقات التى تؤثر على فاعلية العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية تكون بالصور التالى:-
- عدم إلمام ممارسى العلاقات العامة بهذه المؤسسات بالقضايا والأحداث الجارية بنسبة 25% ، وجاء بنفس النسبة محاولة إخفاء المعلومات وتجميل صورة المؤسسة حتى ولو كانت غير صحيحة.
- جاء التليفون المحمول كوسيلة أولى للتواصل بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة وبنسبة 43% وجاء الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى الترتيب الثانى بنسبة 25% بينما جاء الاتصال المباشر فى الترتيب الثالث بنسبة 13%.
- أن العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة إيجابية وقائمة على الإحترام المتبادل وذلك بنسبة 64%.
- يعتمد 64% من الصحفيين أفراد العينة على المتحدث الرسمى فى الحصول على المعلومات المتعلقة بمؤسساتهم.
- أن 45% من الصحفيين أفراد العينة علاقتهم جيدة بالمتحدث الإعلامى.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- أن 53% من الصحفيين راضين عن المتحدث الإعلامي.
- يراجع 59% من الصحفيين أفراد العينة ممارسى العلاقات العامة، إذا توافرت لديهم معلومات عن الأحداث المتعلقة بعمل مؤسساتهم للتأكد من صحتها.

التوصيات :

فى ضوء ما تم عرضه من نتائج عامة للدراسة الميدانية يوصى الباحث بما يلى:

- 1- أهمية تطوير أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات الحكومية بما يتلاءم والمستجدات الحديثة بحيث تكون المصدر الرئيسى للمعلومات بالنسبة للصحفيين.
- 2- أن يتوافر لدى أجهزة العلاقات العامة كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بمنظمتهم خاصة أثناء الأزمات والقضايا الهامة مع التنسيق مع كافة القطاعات المعنية لإمدادها بتلك المعلومات.
- 3- يجب أن توفر العلاقات العامة كافة الاحتياجات الخاصة بالصحفيين من معلومات وصور ورسوم وإحصاءات متعلقة بالمنظمات الحكومية التى يعملون بها.
- 4- نظرًا لاعتماد عدد كبير من الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعى (مثل الواتس آب ، والفيس بوك ...الخ) فى تواصلهم مع ممارسى العلاقات العامة لذلك يجب أن يكون لدى العلاقات العامة صفحاتها الرسمية على هذه المواقع متضمنة كافة الأنشطة والمعلومات والحدوث الجارية بالمنظمات الحكومية التى يعملون بها.

مدى اعتماد الصحفيين على أجهزة العلاقات العامة بالمنطقة الحكومية كمصدر للمعلومات

- 5- أهمية أن تتضمن أجهزة العلاقات العامة إدارة / قسم للصحافة والإعلام فى هياكلها التنظيمية يختص بالتواصل مع الإعلاميين والصحفيين على أن يتم اختيارهم وإعدادهم بشكل جيد لتلبية احتياجات الصحفيين والتواصل معهم بشكل فعال.
- 6- يجب أن يلبى ممارسى العلاقات العامة احتياجات الصحفيين من الحصول على المعلومات والبيانات وكافة المتطلبات الأخرى بما يحقق أهداف الطرفين وينعكس إيجابًا على صورة منظماتهم بوسائل الإعلام.
- 7- أهمية السرعة فى توفير المعلومات الدقيقة عن الأحداث الجارية المتعلقة بالأجهزة الحكومية لنقلها إلى الصحفيين.
- 8- أهمية أن يكون لدى ممارسى العلاقات العامة إلمام كامل بالقضايا والأحداث الجارية بمؤسساتهم .
- 9- نظرًا لأهمية دور المتحدث الرسمى بالمنظمات بشكل عام فإنه من الضرورى أن يتم اختيار وتعيين متحدث رسمى بكل جهاز حكومى ، وأن يتم تدريبهم بالشكل الذى يؤدى إلى القيام بدوره بشكل فعال.
- 10- أهمية التواصل بشكل دائم ومستمر بين ممارسى العلاقات العامة والصحفيين من خلال الزيارات والاجتماعات لبحث المشاكل والمعوقات وتفعيل العلاقات بما يحقق أهداف الطرفين.

الهوامش والمراجع:

- (1) على عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1983 ، ص30.
- (2) محمود يوسف ، دراسات فى العلاقات العامة المعاصرة ، بدون دار نشر ، القاهرة ، 2002 ، ص ص 8-9.
- (3) خيرت معوض محمد عياد، "العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة ووسائل الإعلام"، دراسة على مؤسسات الحكومة، فى إمارة دبي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد التاسع والأربعون أكتوبر، ديسمبر 2014، ص3.
- (4) مرجع سابق، ص ص 4-5.
- (5) المرجع السابق، ص ص 6-7.
- (6) مرجع سابق، ص ص 1-28.
- (7) محمد محفوظ الزهرى، "تقييم الإعلاميين لأداء المهني لممارسى العلاقات العامة بالمصالح الحكومية" المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الثامن، مايو 2012، ص ص 81-123.
- (8) السيد بخيت محمد درويش "العلاقة بين الصحفيين وممارسى العلاقات العامة" المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والنقد الاجتماعى"، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، مارس 2009.
- (9) Rex F. Harlow, the successful public relations practitioner-A composite profile, Public Relations Quarterly Fall 77, vol 22. United States, 2011.
- (10) Ralph Tench and Johanna Fawkes, "Practitioner Resistance to theory-an evolution of employers attitudes towards public relations education", conference papers-international communication association, annual meeting New York, 2005.
- (11) Dan Berkowitz and Llias Hristodoulakis, "practitioner, Rolespublic Relations Education and Professional socialization: an exploratory study", journal of public relations research, Vol II, United States, 1999.
- (12) مى الخاجة "تقويم فاعلية أداء العاملين فى مجال العلاقات العامة" دراسة حالة بلدية دبي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998.
- (13) سحر محمد وهبى " المتغيرات البيئية المؤثرة على أنشطة العلاقات العامة" دراسة ميدانية، المجلة العلمية بكلية الآداب بسوهاج، العدد الثامن عشر، الجزء الثانى، فبراير 1995.

(14) مى الخاجه "استخدام شبكة المعلومات الإنترنت فى مجال العلاقات العامة" دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإماراتية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 37، يوليو- سبتمبر 2007.

Theort and , - Myran Marx :Mass Com. And public Relationship (15) Society, Vol. 35, Jun 2006, p p 289-328.

(16) أشرف عبدالغيث " أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الإنترنت" جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المؤتمر العلمى التاسع، ج30، مايو 2003.

(17) Available At-<http://jadeedmedia.Com/2012-04-25-18-40-36/html>. 20.

(18) تم الرجوع الى المراجع التاليه :

- راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد ، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجى ، الطبعة الأولى ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005 ، ص51-53.

- عبد الصادق حسن ، نماذج ممارسه العلاقات العامه فى المؤسسات الحكوميه العربيه دراسه على عينه من المؤسسات المصريه والبحرينيه ، المجلة المصرية لبحوث العلاقات العامه ، العدد الثالث ، يوليو - سبتمبر ، 2015 ، ص.ص 95 - 180

- محمد محفوظ الزهرى ، تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسى العلاقات العامة بالمصالح الحكومية ، دراسة مسحية على ضوء أساليب الممارسة المهنية ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد الثامن مايو 2012 ، ص.ص. 81- 124

(19) خيرت عياد محمد عياد ، العلاقة بين ممارسى العلاقات العامة ووسائل الإعلام . دراسة على المؤسسات الحكومية فى إمارة دبی ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع والأربعون ، أكتوبر . ديسمبر 2014 ، ص.ص 1-28.

(20) تم تحكيم الاستمارة من السادة :

- أ. د/ على عجوه . عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة الأسبق.
- أ. د/ محمود يوسف . وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة الأسبق.
- أ. د/ محمد شومان . عميد كلية الإعلام بالجامعة البريطانية.
- أ. د/ عادل عبدالغفار . عميد كلية الإعلام جامعة بنى سويف .
- أ/ محمد أبو الفضل . مدير تحرير صحيفة الأهرام.
- أ/ جمال الكشكى . مدير تحرير صحيفة الأهرام.