

أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية  
أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية  
في مصر أثناء الأزمات

الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

لدرجة الدكتوراه في الآداب قسم الإعلام شعبة العلاقات العامة/ إدارة العلاقات العامة - جامعة المنصورة

إشراف

أ.د / عابدة إبراهيم السخاوي

أستاذ نظريات الاعلام بقسم الإعلام - بكلية الآداب - جامعة المنصورة

### ملخص

هدفت هذه الدراسة للتعرف علي أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات ، ومن خلال منهج المسح، طبقت الدراسة على 400 مفردة لأفراد الجالية الكويتية المقيمين في مصر ، بالاعتماد على الاستبانة، في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وقد توصلت الدراسة إلي تعدد الأسباب التي تدفع عينة الدراسة للتعامل مع الخارجية الكويتية والتي من أهمها أنها تقدم أنشطة خدمية للجالية الكويتية وهذا يشير إلي الدور الفعال للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية من تزويد الجالية بالمعلومات الصحيحة عن المشروعات والخدمات التي تقدمها الخارجية الكويتية بالدرجة الأولى، و يشير ايضا إلي اهتمام الخارجية الكويتية بتنشيط صفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلها مع جمهورها الخارجي عبر هذه الصفحات.

### Abstract

This study aimed to identify the impact of the communication activities of the Kuwaiti Ministry of Foreign Affairs in improving the mental image of the Kuwaiti community in Egypt during crises ,The study found a multiplicity of reasons that drive the study sample to deal with the Kuwaiti Foreign Ministry, the most important of which is that it provides service activities to the Kuwaiti community. It also indicates the interest of the Kuwaiti Foreign Ministry in activating its pages on social networking sites and its interaction with its external audience through these pages.

تحتل الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة دورا في تحسين الصورة الذهنية للحكومات والوزارات والمؤسسات التابعة لها، وتسد إليها ادوراً حيوية تتعلق بإبراز صورة مشرقة للمؤسسة وما تقدمه من خدمات لمجتمعها ، وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تتفاعل نشطة داخل المؤسسة وخارجها، فنجاح المؤسسة سواء أكانت حكومية أو أهلية لايتوقف على ما تحقّقه من إنجاز إذا لم تتمكن من إبراز هذا الإنجاز إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير ووسائل التواصل المتاحة ، وهذه المهمة يتحملها رجال العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وما يتوفّره لهم من إمكانيات ، حيث تؤكد الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية على أهمية الاهتمام بالجمهور سواء كان هذا الجمهور داخليا أو خارجيا باعتبار أن جهود البرامج الاتصالية توجه إليه بالأساس، ووفقا لذلك يعد النشاط الاتصالي لإدارة العلاقات العامة في الخارجية من الأنشطة الهامة والضرورية باعتباره نشاطا مؤثرا في نجاح عملها عند تعاملها مع جماهيرها الداخلية والخارجية وبناء وتحسين صورتها الذهنية ، حيث يهدف نشاط العلاقات العامة إلي تكوين صورة ذهنية جيدة ودعم وتوثيق العلاقة بينها وبين جماهيرها وخاصة أثناء الأزمات .

كما تكتسب الصورة الذهنية أهمية خاصة تجاه المؤسسات الحكومية الكويتية لأنها الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ، حيث تقوم الصورة الذهنية من خلال تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية بدور رئيس في تكوين الرأي العام وتوجيهه باعتبارها مصدر آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكياتهم وانطلاقا من العلاقة بين الصورة الذهنية والرأي العام فإنه يتحتم علي المؤسسات أن تهتم بدراسة وتحسين الصورة السائدة عنها في مختلف طبقات المجتمع سواء كان داخل أو خارج الكويت

وبمراجعة التراث العلمي تم تحديد الدراسات السابقة إلي محورين, وتم ترتيبهم من الأحدث للأقدم علي النحو الآتي

المحور الأول : دراسات أهتمت بالأنشطة الاتصالية

المحور الثاني : دراسات أهتمت بالصورة الذهنية

أولا المحور الأول : دراسات تتعلق بالأنشطة الاتصالية

1- دراسة إسلام صبحي(2023)<sup>(1)</sup> الاستراتيجيات الاتصالية لتسويق مؤسسات التعليم

العالي في مصر - دراسة تطبيقية علي الجامعات الخاصة والاجنبية"

استهدفت الدراسة رصد الاستراتيجيات الاتصالية التسويقية المستخدمة في الجامعات المصرية الخاصة أو الأجنبية، اعتمدت الباحثة في الدراسة الحالية على نموذج السلوك المخطط واستراتيجيات رولر، وذلك بالتطبيق على عينة تحليلية لمواقع الجامعات الخاصة والأجنبية (جامعة 6 أكتوبر، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، الجامعة الأمريكية، الجامعة الألمانية)، بينما تمثلت نتائج الدراسة الميدانية في 400 طالب من طلاب الجامعات الأربعة عينة الدراسة التحليلية، مع المقابلات المتعمقة لمسؤولي التسويق بالجامعات الخاصة والأجنبية عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الجامعات الخاصة/ الأجنبية في مصر (استراتيجية الإعلام- استراتيجية الحوار- إستراتيجية الإقناع - إستراتيجية بناء الإجماع - إستراتيجية التشجيع والتحفيز- استراتيجية التهئة) وبين نية الجمهور في الالتحاق بالجامعات الخاصة/ الأجنبية.
- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الجامعات الخاصة/ الأجنبية في مصر (إستراتيجية التوعية والإرشاد- استراتيجية الترفيه - إستراتيجية التيسير والدعم) وبين نية الجمهور في الالتحاق بالجامعات الخاصة/الأجنبية.

<sup>1</sup> - إسلام صبحي إبراهيم عطا الله , الاستراتيجيات الاتصالية لتسويق مؤسسات التعليم العالي في مصر - دراسة تطبيقية علي الجامعات الخاصة والاجنبية,رسالة ماجستير غير منشورة( جامعة المنصورة, كلية الاداب, 2023)

2-دراسة دينا أحمد سليمان (2022)<sup>(2)</sup> "دور الاتصال في الهيئات العاملة في الاستثمار في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الاستثمار في مصر".

استهدفت الدراسة الكشف عن الاستراتيجيات الاتصالية الموضوعية لهيئة الاستثمار، وكيفية تطبيق الهيئة والمناطق الحرة نماذج الاستراتيجيات الاتصالية ومبادئ الاتصال الحواري عبر مواقعها الإلكترونية، وهي دراسة وصفية، حلت مضمون الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد عليها الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة عبر الموقع الإلكتروني الرسمي والصفحة الرسمية بموقع التواصل الاجتماعي Facebook في الفترة من 1 أكتوبر 2020 حتى 30 سبتمبر 2021، لتشكيل معارف الجمهور واتجاهاتهم نحو الاستثمار في مصر، وطُبقت كذلك على عينة عمدية متاحة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المتعامل مع هيئة الاستثمار.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها:

- اعتمدت تطبيقات الويب الخاصة بهيئة الاستثمار على عدد من الاستراتيجيات في تقديم المعلومات الخاصة بالاستثمار وأنشطة الهيئة، وجاءت استراتيجية الإقناع في المقدمة من حيث الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في رسائل الموقع الرسمي الإلكتروني للهيئة، يليها استراتيجية الإعلام، ثم استراتيجية بناء الإجماع، ثم استراتيجية الحوار.
- أقرَّ أغلب مفردات العينة بالتأثير الإيجابي لأنشطة الهيئة والمعلومات المقدمة عبر مواقعها الإلكترونية على قراراتهم الاستثمارية.

3-دراسة مرتضي عثمان (2021)<sup>(3)</sup> " واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات: دراسة على ممارسي مهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية"

(2) دينا أحمد سليمان، دور الاتصال في الهيئات العاملة في الاستثمار في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الاستثمار في مصر، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، 2022)  
(3) مرتضي البشير عثمان " واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات: دراسة على ممارسي مهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية"، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، 2021)

#### أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية

استهدفت الدراسة التعرف على الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في الجامعات السودانية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، بالاعتماد على الاستبانة لاستطلاع آراء الممارسين لمهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية.

#### توصلت الدراسة إلي

- أن التأهيل العلمي لعينة الدراسة انحصر في الجامعي وفوق الجامعي، كما يتمتع أغلبهم بخبرات طويلة ممتازة في مجال العلاقات العامة، مما انعكس إيجاباً على تفعيل الأنشطة الاتصالية الرقمية عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية.

- أظهرت الدراسة اهتمام العلاقات العامة بالوسائط المتعددة في نشر أنشطتها الاتصالية، وكذلك استخدمت العلاقات العامة الإعلان الرقمي للتعريف بأنشطة الجامعة المختلفة.

4- دراسة رلي عبد الرحمن (2020)<sup>(4)</sup>، بعنوان: "دور الأنشطة الاتصالية في توعية الجمهور المصري بإدارة أزمة مياه نهر النيل".

استهدفت الدراسة تقييم درجة تفاعلية المنظمات عينة الدراسة مع فئات الجماهير الأساسية المستهدفة، من خلال استخدام الأساليب المختلفة للأنشطة الاتصالية للمنظمات في إدارتها للأزمات، والتعرف على مدى استفادة المنظمات عينة الدراسة من إمكانيات تكنولوجيا الاتصال الحديث، وتحديد أكثر الوسائل التفاعلية استخداماً في اتصالات الأزمة، إلى جانب الاتصالات التقليدية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، وطُبقت على عينة من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي بالمؤسسات الحكومية والمدنية، بلغ حجمها (75) مبحوثاً، وعقد مقابلات متعمقة مع (25) من القيادات والمسؤولين، كذلك سحب عينة بلغت (400) مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق 18 عاماً من المهتمين بمتابعة أزمة مياه نهر النيل.

(4) رلي عبد الرحمن علي صقر، دور الأنشطة الاتصالية في توعية الجمهور المصري بإدارة أزمة مياه نهر النيل - دراسة تطبيقية على القطاعين الحكومي والمدني، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة حلون: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020).

وتوصلت الدراسة إلى:

- ارتفاع ثقة الجمهور العام في استخدام وسائل الإعلام التقليدية للحصول على المعلومات بشكل عام، وكذلك خلال أوقات الأزمات، وجاءت القنوات الفضائية في مقدمة وسائل الإعلام التقليدية، في حين كانت أعلى ثلاث وسائل إعلام حديثة يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات هي: فيس بوك، وتويتر، والمواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات الحكومية، لذا اهتمت المؤسسات الحكومية، وكذلك المدنية بالوجود الفعلي والحقيقي على موقع فيس بوك.

- ارتفاع اهتمام الجمهور المصري بقضية أزمة مياه نهر النيل، لأنها تتوافق مع اهتماماتهم الشخصية، ولأنها محط اهتمام المنظمات الحكومية بالدولة.

5- دراسة (Chulumanco Mgweb) 2017<sup>(5)</sup>، بعنوان: "تقييم استراتيجيات الاتصال في مؤسسات التعليم العالي".

استهدفت الدراسة التعرف على فاعلية استراتيجيات الاتصال بين جامعة والتر سيسلو وطلابها، وذلك عن طريق تحليل وتقييم قنوات الاتصال التي تستخدمها الجامعة، والتعرف على الحواجز التي تعوق تحقيق هذه الأنشطة الاتصالية، وتحديد قنوات الاتصال البديلة التي تكون أكثر فاعلية ووصولاً للطلاب من الحالية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ حجم عينة الدراسة (530) طالباً وطالبة، و(20) موظفاً، واستخدمت الاستبانة والمقابلات الشخصية أدوات لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى:

- قناعة الطلاب بفاعلية الأنشطة الاتصالية للجامعة، فقد كان الطلاب على علم ودراية بالقضايا الرئيسية الموجودة على ساحة الحرم الجامعي، كما أنهم على علم بسياساتها ورؤيتها.

(<sup>5</sup>) Chulumanco Mgweba. Assessing communication strategies at higher education institutions: a case of Walter Sisulu University, MSc. Public Relations, Durban University of Technology, 2017.

### أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية

- أكد الموظفون أن فاعلية الأداة ليست مهمة بالقدر نفسه لأهمية تقييم تلك الأداة، والتحقق من مدى قدرتها على الأهداف الخاصة بأنشطة الاتصال الموضوعية من قبل الجامعة.

### المحور الثاني : دراسات تتعلق بالصورة الذهنية

1- دراسة عبد العزيز محمد ( 2022) (6) "المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالصورة الذهنية- دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بالجمهورية اليمنية"

استهدفت الدراسة تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية لدى شركات الهاتف النقال في الجمهورية اليمنية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبيان أداة لجمع البيانات، وكان مجتمع الدراسة هو شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة، (يمن موبايل، سبأفون، M. T. N)، وتكونت عينة الدراسة من (227) مفردة، تم اختيارهم وفقا للعينة العشوائية الطبقية النسبية، وبعد تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها

### توصلت الدراسة إلى

- وجود علاقة إيجابية طردية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في شركات الاتصالات مجال الدراسة.

- جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية ترتبط مع الصورة الذهنية بعلاقة إيجابية طردية، وكان أعلى الأبعاد ارتباطا بالصورة الذهنية البعد الاقتصادي، وأقلها ارتباطا البعد البيئي.

2- دراسة هدير عبد الرحمن(2022)<sup>(7)</sup> "أثر الصورة الذهنية علي الثقة في العلامة التجارية

- دراسة تطبيقية علي الشركة المصرية للاتصالات بكفر الشيخ"

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين الصورة الذهنية لعملاء الشركة المصرية للاتصالات والثقة في العلامة التجارية للشركة والكشف عن أثر الصورة الذهنية على الثقة

(6) عبد العزيز محمد الخليدي , المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالصورة الذهنية – دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بالجمهورية اليمنية , بحث منشور بمجلة الأندلس للعلوم والتكنولوجيا , ع 56 (جامعة الأندلس للعلوم والتقنية , مجلة الأندلس للعلوم والتكنولوجيا , 2022)

(7) هدير عصام عبد الرحمن السعيد, "أثر الصورة الذهنية علي الثقة في العلامة التجارية – دراسة تطبيقية علي الشركة المصرية للاتصالات بكفر الشيخ", رسالة ماجستير غير منشورة, (جامعة كفر الشيخ, كلية التجارة , 2022)

### الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

في العلامة التجارية ، وبالتالي فمجتمع الدراسة يشمل جميع فئات وأعمار مستخدمي شركة الاتصالات المصرية ، ونظرا للعدد الكبير لمفردات المجتمع تم الاعتماد على اسلوب العينات، وتم تحديد عينة الدراسة ب 384 مفردة على اعتبار ان المجتمع كبير الحجم جدا وذلك اعتمادا على معادلة بازرعه وأعتمد البحث على الاستبيان الالكتروني .

#### توصلت الدراسة إلي

- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية والثقة في العلامة التجارية وهذا يعني ان زيادة الصورة الذهنية في المنظمة يزيد بشكل ملحوظ من الثقة في العلامة التجارية
- كما اظهرت نتائج التحليل الوصفي ان الشركة تتمتع بصورة ذهنية بدرجة مرتفعة ، فضلا عن تواجد الثقة في العلامة التجارية لدى العملاء بدرجة ايضا مرتفعة.

### 3-دراسة حازم ناصر حسين (2020)<sup>(8)</sup> بعنوان "الدور الاتصالي للعلاقات العامة الدولية بالسفارات المصرية في تشكيل صورة مصر لدى المجتمع الدولي"

استهدفت الدراسة معرفة دور العلاقات العامة الدولية في تشكيل صورة مصر تجاه المجتمع الدولي وقياس مدى تأثير أنشطة العلاقات العامة التي تستخدمها السفارات في تشكيل صورة مصر ووضع نموذج للإعلام الدبلوماسي للعاملين في الإدارات الإعلامية في السفارات المصرية ، وتمثلت مشكلة الدراسة في معرفة العملية الاتصالية للعلاقات العامة الدولية في السفارات المصرية ورصد الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية في تشكيل صورة مصر دوليًا ، ومعرفة الأنشطة والأدوات الاتصالية التي تطبقها السفارات عينة الدراسة

#### وقد توصلت هذه الدراسة إلي

- أن الموقع الإلكتروني للسفارة المصرية في أمريكا اعتمد على مستوى تصميم مركب كما تميز بأنه متوسط السهولة ، بينما اعتمد الموقع الإلكتروني للسفارة المصرية في روسيا على

(1)حازم ناصر حسين ، الدور الاتصالي للعلاقات العامة الدولية بالسفارات المصرية في تشكيل صورة مصر لدى المجتمع الدولي ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة جنوب الوادي – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة،2020).

#### أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية

- تصميم بسيط وأيضًا تميز بأنه متوسط السهولة ، وأن الهدف الرئيسي الذي غلب على المواقع عينة الدراسة هو "الإعلام والتوعية"
- أن السفارات المصرية شكلت انطباع إيجابي لدى الجمهور الخارجي، وأن الإعلام يلعب دور هام وإيجابي في تشكيل صورة مصر على المستوى الدولي.
  - وكشفت النتائج عن تنوع وسائل الاتصال التي تعتمد عليها السفارة في تشكيل صورة مصر على المستوى الدولي والتي جاء في مقدمتها " القنوات الفضائية الخاصة الدولية" ثم الموقع الإلكتروني للسفارة.

4- دراسة: شيماء همام علي محمد(2019)<sup>(9)</sup> "دور الجهود الاتصالية الرسمية وغير الرسمية في تحسين الصورة الذهنية لرجال الشرطة بعد 25 يناير 2011" استهدفت الدراسة التعرف على الأنشطة الإتصالية المبذولة من الجانب الرسمي ومن الجانب غير الرسمي لتحسين الصورة الذهنية لجهاز الشرطة، ولقد إعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلاموإلسلوب المقارن : يستخدم لإجراء المقارنه بين الجهود التي يبذلها كلا من المركز الاعلامى ، والائتلاف العام لضباط الشرطة ، وأيضاً المقارنة بين دور كلا منهما في التغيير الفعلى لصوره رجل الشرطة والجمهور عينه.

#### توصلت الدراسة إلي:

- لا يوجد إدراك بوجود المركز الاعلامى حيث جاءت نسبه من المبحوثين لايعرفون بوجود المركز الإعلامى لوزارة الداخلية في الترتيب الأول ، بينما من يعرفون بوجوده وبالتالي لا يتعاملون من خلاله مع وزارة الداخلية.
- لا يعد المركز الاعلامى مصدر من مصادر التى يتعامل من خلالها المبحوثين مع وزارة الداخلية حيث جاءت نسبة تعامل المبحوثين مع المركز الاعلامى قليلة، بينما جاء فى المراتب الاولى الخدمات بنسبة يتلقاها المبحوثين من جوازسفر، وسجل المدنى .. وما الى ذلك.
- أن وزارة الداخلية تستخدم الأنترنت لإيصال المعلومات الهامة في المرتبة الاولى وهى

(9) شيماء همام علي محمد"دور الجهود الاتصالية الرسمية وغير الرسمية في تحسين الصورة الذهنية لرجال الشرطة بع 25 يناير 2011" دراسة ماجستير غير منشورة(جامعة المنيا, كلية الاداب, 2019)

وسيلة ذات اهمية كبيرة حيث جاء الانترنت بأنه الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوثين طبقا للدراسة الميدانية على المبحوثين.

5- دراسة حاتم توفيق (2018) <sup>(10)</sup> "العلاقة بين أبعاد المزيج الترويجي المتكامل وتحسين

الصورة الذهنية للخدمات السياحية: مع دراسة الحالة المصرية "

استهدفت الدراسة قياس العلاقة بين أبعاد المزيج الترويجي المتكامل و تحسين الصورة الذهنية للخدمات السياحية: مع دراسة الحالة المصرية , تم الإعتماد على منهج دراسة الحالة وهى حالة جمهورية مصر العربية فى قطاع السياحة و تم أخذ عينة بعدد ( 400 ) مفردة من السائحين المصريين و العرب و الاجانب إلي جانب عينة من فنادق قطاع الاعمال و عينة من الهيئة العامة المصرية لتنشيط السياحة.

توصلت الدراسة إلي

- وجود علاقة ايجابية ذات دلالة معنوية بين المكونات التالية للمزيج الترويجي المتكامل (الأعلان - تنشيط الخدمات - البيع الشخصى - التسويق المباشر - الاحداث الخاصة).
- وعدم وجود علاقة بين العلاقات العامة و تحسين الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحى.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال الرصد السابق لكل من الدراسات السابقة سواء كانت دراسات عربية أم أجنبية تم رصد ما يلي عدد من التعليقات تتمثل فيما يلي:-

- 1- هناك حاجة لمزيد من هذه الدراسات المتعلقة بمجال الأنشطة الاتصالية لكي نفعّل دور إدارة العلاقات العامة الخارجية بالشكل الكافي وخصوصا في الوزارات والمؤسسات الرسمية والتي لا يزال البحث بها يفتقر لمثل هذه الدراسات.

(10) حاتم توفيق عناني نوفل, " العلاقة بين أبعاد المزيج الترويجي المتكامل وتحسين الصورة الذهنية للخدمات السياحية: مع دراسة الحالة المصرية ", رسالة دكتوراه غير منشورة, ( جامعة القاهرة , كلية الاقتصاد والعلوم السياسية, 2018)

### أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية

2- إن معظم الدراسات السابقة أوجدت أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات التابعة للدراسة غير واضح, وفي بعض المنظمات يقوم بمهام موظفي العلاقات العامة الملحق الإعلامي .

3- تركيز معظم الدراسات العربية على تناول دور الأنشطة الاتصالية في المنظمات التابعة لدولتهم إلا إن هذه الدراسات ساهمت في تقديم معلومات هامة عن طبيعة دور العلاقات العامة في كافة المؤسسات, وإن كان يتصف في الغالب بالغياب أو الضعف في أحسن الأحوال وذلك يعود إلى حداثة الدراسات المتعلقة بالأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة , مما يدعو إلى التركيز على دراسة أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات .

### مشكلة الدراسة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة حول هذا الموضوع الأهمية العملية والعلمية والوظيفة الكبيرة التي تقوم بها الأنشطة الاتصالية في مجال بناء وتحسين الصورة الذهنية, كما تشير الدراسات السابقة الي الأهمية الكبيرة للصورة الذهنية في مجال تحسين صورة الكويت عند جاليتها في مصر, ومن هنا تتمحور مشكلة الدراسة حول أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات ورصد بعض المتغيرات المؤثرة علي فاعلية تلك الجهود وذلك من خلال دراسة نظرية لمفهوم الصورة الذهنية وجهود الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مجال تحسين الصورة الذهنية , ومدى إدراك العاملين في إدرات العلاقات العامة الدور الذي يجب عليهم القيام به في هذا الخصوص

### أهمية الدراسة :-

### أولاً: الأهمية العلمية

1. تعتبر الدراسة من الدراسات الرائدة التي اهتمت بالأنشطة الاتصالية لوزارة الخارجية الكويتية أثناء الأزمات
2. تزايد الاهتمام بالأنشطة الاتصالية لكونها العامل الرئيسي لتمير الرسائل الاتصالية إلي الأفراد, ونظرا للدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه الأنشطة الاتصالية في تحسين الصورة

## الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

الذهنية التي تساعد في اتخاذ القرارات وتحديد السلوكيات لدي الافراد , لذلك أصبح موضوع تحسين الصورة الذهنية هدفا أساسيا تسعى وزارة الخارجية تحقيقه

### الاهمية العملية

1. تزويد المؤسسات في دولة الكويت برؤية موضوعية عن واقع جهود الأنشطة الاتصالية في مجال تحسين الصورة الذهنية.
2. تعد العلاقات العامة الوسيلة الأولى لصناع القرار لتسوية قراراتهم وإقناع الآخرين بها في إطار حركة التفاعل الدولي, وتعتبر الأداة الأولى من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية للدولة.

### ثانيا أهداف الدراسة

- 1- تحديد الوسائل الاتصالية التي يتابع من خلالها الجمهور وزارة الخارجية
- 2- تقييم فاعلية الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لدي الجمهور
- 3- معرفة أوجه القصور التي يراها الجمهور بعمل السفارة الكويتية في مصر

### الإطار النظري للدراسة :

يرتكز الإطار النظري لهذه الدراسة على ( نظرية الامتياز ) ، حيث عرفت الأوساط البحثية والعلمية نظرية الامتياز في مجال العلاقات العامة وأسط الثمانيات واستمرت ما يزيد على عقد من الزمن ظهر خلالها الإنتاج العلمي لفريق دراسة الامتياز والمكون من ثلاث كتب صدر آخرها في العام 2002 ، ورغم ذلك فقد استمرت النقاشات التي أثارها دراسة الامتياز والأبحاث الأخرى التي تناولت النظريات الأساسية المكونة لدراسة الامتياز حتى يومنا هذا. ودراسة الامتياز تقدم وصفا واضحا للكيفية التي تستطيع العلاقات العامة من خلالها أن تساهم كوظيفة إدارية متميزة في الفعالية التنظيمية للمنظمة ككل حيث بحثت هذه الدراسة ممارسات العلاقات في 327 منظمة على المستوى الدولي باستخدام العديد من الدراسات الكمية والكيفية.<sup>(11)</sup>

(<sup>1</sup>) Dedrai Givens – Carroll, A Public Relations Case Study Analysis Reveals How to Baptist Missionary Associataton of America (BMAA) Resolved A

اهتم جرونج وروبير ( 1992 ) بتطوير نظرية العلاقات العامة ، وتوصلا إلى أنها تستند إلى ثلاثة مداخل نظرية تشمل الإدارة الإستراتيجية ، والجمهور ، وإدارة القضايا . وهو ما أكده فيرن بانكس Fearn Banks في دراسته لاتصالات الأزمة ، حيث قام بتقديم الرؤية الإستراتيجية لجرونج وروبير عن العلاقات العامة واتصالها بالجمهور خاصة في مواقف الأزمات ، وذلك من خلال فرضين أساسيين هما : (12)

- 1- العلاقات العامة تكون فعالة وأكثر إنجازاً عندما تكون جزءاً فعالاً من عملية الإدارة الإستراتيجية للمنظمة، إلي جانب أن تتم أنشطة العلاقات العامة بطريقة إستراتيجية.
- 2- العلاقات العامة تدار استراتيجياً عندما يحدد ممارسوها الجماهير الأساسية والنشطة للمؤسسة ووضعها في فئات، والاهتمام بإيجاد حلول للقضايا التي تنشأ من تعامل المنظمة مع الجمهور من خلال البرامج الإتصالية المتبادلة والمتوازنة وذلك في مرحلة مبكرة من إدارة القضايا.

ويخلص جرونج في نظريته للعلاقات العامة "الامتياز" إلى أن عمل إدارات العلاقات العامة في المنظمات التي تتبنى الاستراتيجيات المعاصرة في تطوير أدائها يرتبط بجملة من التساؤلات المحددة موضحة فيما يلي : (13)

- كيف تسهم العلاقات العامة في تدعيم فعالية المنظمات؟
  - وما خصائص برامج الاتصال الممتازة؟
  - ما الخصائص التي تميز العلاقات العامة الممتازة؟
  - ما ثقافة المنظمة التي تهيئ البيئة المناسبة لممارسة المهنة؟
- ويمثل أفضل النماذج وأكثرها استخداماً ونجاحاً في برامج الاتصالات مع الجمهور ، وهو ما أكده جرونج Grung من أن ممارسي العلاقات العامة يفضلون هذا النموذج بشرط

Communication Conflict, Unpublished Doctroal Dissertation, University of Sothern Mississippi, 2006, P. 17..

(2) السيد السعيد ، استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث - دور العلاقات العامة ، (القاهرة - دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008 ) ص 78 .

(1) راسم الجمال ،خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2005 ) ص 67 .

## الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

توافر الخبرة عند ممارسته ، وإهتمام ووعى المنظمة بضرورة تطبيقه ، وذلك لأنه يهتم بالتفاعل فيما بين المؤسسة والجمهور ، ويهتم بتبادل الحوارات والمناقشات والآراء ، بحيث تتوفر سمات التفاوض والاتفاق والإنصات والاندماج فى الحوار ، وهذا قد يحدث تغيراً فى سلوك الإدارة والجمهور . كما أن النموذج يعتمد على نظرية العلوم الاجتماعية والبحوث ليس بهدف الاقناع وإنما بهدف الاتصال والتي من خلالها تستطيع المنظمة معرفة ما يحتاجه وما يريده الجمهور ، وفى المقابل تستطيع الجماهير فهم توجهات المنظمة وما تهدف إليه ، مما يحقق تبادلاً للآراء والحوارات عبر قنوات إتصالية متبادلة بين المنظمة والجمهور . (14)

وقد عرفت " جمعية العلاقات العامة أنشطة العلاقات العامة من المنظور المتوازن ذى الاتجاهين على أنها الأنشطة التى تعتمد على البحث وفهم الجمهور وبناء علاقة قوية بينه وبين المنظمة.(15)

ويهدف إلى إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها ، كما يسعى أيضا إلى تغيير مواقف وسلوك إدارة المنظمة بنفس القدر الذى يسعى فيه إلى تغيير سلوك ومواقف الجمهور . (16) حيث يعمل هذا النموذج على تسهيل بناء العلاقات طويلة الأجل بين المنظمات وجماهيرها وإيجاد نوع من التوازن بين مصالح وإهتمامات كلا الطرفين . (17)

(14) السيد السعيد عبد الوهاب ، استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث ، مرجع سابق ، ص: 78 .

(15) شيماء السيد سالم ، الاتصالات التسويقية المتكاملة ، مرجع سابق ، ص: 156 .

(16) Tracie M. Domino, Toward an Integrated Communication Theory for Celebrity Endorsement in Fund Raising, Unpublished Master's Thesis, University of South Florida, 2003, P. 21.

(17) Bradley Wilson, Constantion Stavros, Kate Westberg, Player transgressions and the management of the sport sponsor relationship, Public Relation Review, (Vol. 34, No. 2, 2008), P. 100.

### أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية

ويشير أيضا بأن ممارسي العلاقات العامة غالبا ما ينتابهم دوافع متباينة أو رغبة في أن يكون من فئة أهل الإيثار للغير على أنفسهم وفي الدفاع عن مصالح أصحاب الأعمال الذين ينتمون إليهم (المنظمات) . (18)

والعلاقات العامة المتميزة تستخدم نموذج الاتصال المتماثل باتجاهين بدلا من النماذج الثلاثة الأخرى. فالالاتصال المتماثل باتجاهين يستخدم البحوث لتسهيل الاتصال والفهم المتبادل وهذا النموذج يعمل على تقريب الأطراف كلها معا . (19)

ويؤكد ( Perozekan Cited in Lue 2005 ) على أهمية الاتصال الممتاز بين المؤسسة و جماهيرها في ممارسة العلاقات العامة لتحقيق فهم أفضل وأكبر لاتجاهات جماهير المؤسسة الأساسية من خلال نتائج دراسته حول ممارسة العلاقات العامة في جامعة " Czech Republic " .

ونظرا لأهمية الاتصال في ممارسة العلاقات العامة فمن الضروري أن يكون الاتصال مخططاً له ومدروساً دراسة شاملة ليتحقق الفهم العميق للمنظمة و جماهيرها وبالتالي تحقيق أهداف المنظمة ورؤيتها ، ويشير ( Caprtiotti ) إلى أهمية التخطيط الاستراتيجي للاتصال في العلاقات العامة من خلال عملية التخطيط لكل النشاط الاتصالي بهدف إقامة علاقات طويلة المدى مع الجماهير التي تؤدي في النهاية إلى تحقيق الأهداف الرئيسة للمؤسسة، ويجب على القائمين بالاتصال في المؤسسات إتباع أربع خطوات في ممارسة الاتصال في العلاقات العامة، وهي البحث والتخطيط والتنفيذ (الاتصال) والتقييم. (20)

ومن العوامل المؤثرة على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات العامل التكنولوجي (التقني)، والذي فرض أدوات وأساليب وأنماطاً اتصالية رقمية جديدة لم تستخدم في السابق كالانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات حيث اسهمت هذه

(18) Pamela J. Creedon, Mai Abdul Wahed Al- Khaja, and Dean Kruckeberg, Women and Public Relations Education and Practice in the United Arab Emirates, Public Relation Review, (Vol. 2, No. 1, 1995), P. 68.

(19) Wilcox,L. D. Cameron,T. G. & Reber, H. R. Public Relations: Strategies and Tactics. 1ST ed. Pearson Education, Inc, USA., 2003 , p:51.

(20) Caprtiotti, P.. Managing Strategic Communication in Museums. The Case of Catalan museums. Journal of Communication and Society,3, 2013 p. 98.

الأدوات في تعزيز الاتصال مع جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية بشكل مؤثر وفاعل. وتبرز أهمية ودور الاتصال الرقمي الذي يتمتع بخصائص فنية لا يتمتع بها الاتصال التقليدي وأهمها الاستخدام الواسع من قبل الجماهير وسهولة إرسال واستقبال المعلومات دون حواجز، بالإضافة إلى تحقيق عنصر هام وهو عنصر التفاعلية بين المؤسسة وجماهيرها الذي أدى إلى تحويل عملية الاتصال إلى عملية تفاعلية ديناميكية، حيث أصبح جمهور المؤسسات والمنظمات شريكاً في العملية الاتصالية من خلال تزويد المؤسسة بالمعلومات والآراء حول قضاياهم، وطرح الأسئلة عليها مما مكن المؤسسة من التعرف مباشرة على خصائص جماهيرها وآرائهم وطلباتهم . (21) . ويجب على القائمين في عملية الاتصال أن يكونوا على درجة عالية من المعرفة والفهم لعملية الاتصال وعناصرها، بالإضافة إلى ضرورة إلمامهم وإدراكهم للسياقات الاجتماعية والمؤسسية التي يتم فيها الاتصال . (22)

وأضيفت نماذج أخرى لهذه النماذج وتتمثل في نموذج التأثير الشخصي من خلال تأسيس علاقات شخصية مع أفراد مؤثرين في وسائل الإعلام والحكومة ، ونموذج المترجم الصحفى يقوم على تعيين أشخاص يفهمون في اللغة والثقافة والعادات والبيئة السياسية والاقتصادية للدولة . وسيتم تقييم أداء ممارس العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال طرق متعددة منها : - مدى الاعتماد على ممارس العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ، ومدى أهمية الدور الذى يقوم به .

- اتجاهات الإدارة العليا نحو عمل ممارس العلاقات العامة .
- مدى توافر المقومات المهنية لممارس العلاقات العامة .
- مدى استخدام ممارس العلاقات العامة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتواصل الاجتماعي .
- نوعية الدور الاتصالي الذى يقوم به .

(21) Ibid , PP:100 – 105 .

(22) Jacquie, L. Public Relations: Concepts, Practice and Critique.1ST ed. SAGE Publications, California, USA, 2008 , p: 18 .

## أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية

- الرؤية المستقبلية لواقع العلاقات العامة . (23)

### تطبيق نظرية الاتصال الإمتياز في هذه الدراسة:

- تم تطبيق نظرية الإمتياز في هذه الدراسة للتعرف علي مبادئ نظرية الإمتياز المتمثلة في (الفاعلية -وتأييد الادارة العليا -التخطيط الإستراتيجي) التي يطبقها القائمين بالاتصال في الاتصال بجمهور المؤسسة ، وإلى اى مدى يحرص القائمين بالاتصال بوزارة الخارجية الكويتية على إقامة اتصال ممتاز بين الكويت وبين الجالية الكويتية في مصر .
- تسهل الطبيعة التفاعلية لأساليب الاتصال الحديثة بإدارات العلاقات العامة حدوث التفاعل بين إدارة العلاقات العامة وجمهورها، ويمكن استخدام هذه الوسائل، وتصميم الروابط Links للاتصال بالقيادات والعاملين، وروابط لأبداء الرأى والتعليق والنقد وتقديم الشكاوى والمقترحات، والتعليق على اراء أفراد اخرين ، فكل هذه التكنيكات تساعد فى بناء الحوار مع الجماهير فى تحقيق البعد الشخصى فى الاتصال وتحسين الصورة الذهنية للمنظمة، والتعرف على مؤشرات الاتصال الممتاز التي تتوافر عبر استخدام إدارة العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

### تساؤلات الدراسة

- تسعي هذه الدراسة للإجابة علي تساؤل رئيسي وهو "مأثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات؟" ويتفرع عن ذلك التساؤل مجموعة تساؤلات تعرضها الباحثة على النحو التالي:-
- 1- ما الوسائل الاتصالية التي يتابع من خلالها الجمهور لوزارة الخارجية؟
  - 2- ماهي فاعلية الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لدي الجمهور
  - 3- ماهي الخدمات والنشاطات التي تقدمها الخارجية الكويتية للجمهور
  - 4- ماهي أوجه القصور التي يراها الجمهور بعمل السفارة الكويتية في مصر

### فروض الدراسة

(23) محمد محفوظ الزهرى ، تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسة العلاقات العامة بالمصالح الحكومية ، ص : 86 .

الباحث/خالد حامد محمد ملاح حسين التركيت

**الفرض الأول:** - توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين فاعلية دور الأنشطة الاتصالية في الخارجية الكويتية أثناء الأزمات وبين استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

**الفرض الثاني:** - يوجد علاقة بين تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها واعتمادها علي وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية.

**الفرض الثالث** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية الموجودة في مصر الخارجية الكويتية وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر وبين آرائهم حول مدى مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها.

#### الإطار المنهجي للدراسة: -

**نوع ومنهج الدراسة** تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستخدم منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني ، حيث قام الباحث بمسح الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة بالخارجية الكويتية، وأراء الجالية الكويتية المتواجدة بمصر في الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية.

#### **مجتمع الدراسة الميدانية:**

يتمثل مجتمع الدراسة الحالي في: -

■ **الجمهور الخارجي:** -يتمثل في الجالية الكويتية المتواجدة بمصر

#### **عينة الدراسة:**

■ **عينة الجمهور الخارجي:** -تمثلت عينة الدراسة في (400) مفردة من العينة المتاحة لأفراد

الجالية الكويتية المقيمين في مصر

#### **المدى الزمني للدراسة الميدانية:**

أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية

تمثلت الفترة الزمنية للدراسة من الفترة 1 يناير 2023 حتى 1 مارس 2023.

**أدوات جمع البيانات:**

**أولاً: صحيفة الاستقصاء:**

اعتمدت الدراسة في شقها الميداني على الاستبانة كأداة أساسية لجمع بيانات الدراسة، وذلك للتعرف على أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات.

**إجراءات ثبات استمارة الاستبيان المتعلقة بالجمهور الخارجي (الجالية الكويتية المقيمة**

**في مصر): -**

بالإشارة الى نتائج جدول (1)، (2) يمكن تحديد قيمة معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين، ويُعرف معامل الصدق الإحصائي بأنه الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وذلك كما يلي:

**جدول (1) معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين**

(ن=20)

م	المتغيرات	معامل الثبات المعتمد عليه	معامل الصدق الإحصائي
1	صحيفة استقصاء المبحوثين ككل	معامل (الفا - كرونباخ)	0.953
		معادلة سبيرمان براون	0.928

**يوضح الجدول السابق أن:**

قيم معامل الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين مرتفعة ومقبولة وتفي بأغراض الدراسة.

تم حساب ثبات الأداة باستخدام معامل ثبات (الفا - كرونباخ) لقيم الثبات التقديرية لصحيفة استقصاء المبحوثين، وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (20) مفردة من المبحوثين مجتمع الدراسة. وقد جاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول (2) نتائج الثبات باستخدام معامل (الفا - كرونباخ) لاستمارة استبيان المبحوثين (ن=20)

م	المتغيرات	معامل (الفا - كرونباخ)
1	ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل	0.95

يوضح الجدول السابق أن:

هذه المستويات مقبولة ويمكن الاعتماد على النتائج التي تتوصل إليها الأداة، وللوصول الى نتائج أكثر صدقاً وموضوعية لصحيفة استقصاء المبحوثين، فقد تم استخدام طريقة ثانية لحساب ثبات المقياس وذلك باستخدام معادلة سبيرمان - براون Spearman - Brown للتجزئة النصفية Split - half، حيث تم تقسيم عبارات كل متغير الى نصفين، يضم القسم الأول القيم التي تم الحصول عليها من الاستجابة للعبارة الفردية، ويضم القسم الثاني القيم المعبرة عن العبارات الزوجية، وجاءت نتائج الاختبار كالتالي:

### جدول (3)

نتائج الثبات باستخدام معادلة سبيرمان براون للتجزئة النصفية لصحيفة استقصاء المبحوثين (ن=20)

م	المتغيرات	معادلة سبيرمان براون
1	ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل	0.92

يوضح الجدول السابق أن:

معظم معاملات الثبات للمتغيرات تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وبذلك يمكن الاعتماد على نتائجها وأصبحت الأداة في صورتها النهائية.

اعتمدت الدراسة في تحليل البيانات على الأساليب التالية:

أسلوب التحليل الكمي: تم معالجة البيانات من خلال الحاسب الآلي باستخدام برنامج ( SPSS .V. 17.0) الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد طبقت الأساليب الإحصائية التالية :

1. التكرارات والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي:  
وتم حسابه للمقياس الخماسي عن طريق :  
■ المتوسط الحسابي = ك (موافق)  $3 \times$  + ك (إلى حد ما)  $2 \times$  + ك (غير موافق)  $1 \times$  / ن
3. الانحراف المعياري: ويفيد في معرفة مدى تشتت أو عدم تشتت استجابات المبحوثين، كما يساعد في ترتيب العبارات مع المتوسط الحسابي، حيث أنه في حالة تساوى العبارات في المتوسط الحسابي فإن العبارة التي انحرافها المعياري أقل تأخذ الترتيب الأعلى.
4. المدى: ويتم حسابه من خلال الفرق بين أكبر قيمة وأقل قيمة.
5. الصدق الإحصائي: ويتم حسابه من خلال الجذر التربيعي لمعامل الثبات.
6. معامل ثبات ( ألفا . كرونباخ ): لقيم الثبات التقديرية لأدوات الدراسة.
7. معادلة سبيرمان - براون Brown -Spearman للتجزئة النصفية Split - half : وذلك لثبات أدوات الدراسة.
8. معامل ارتباط بيرسون: وذلك لاختبار العلاقة بين متغيرين كميين، (اختبار فروض الدراسة).

#### جدول (4)

يوضح الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع عينة الدراسة الخارجية الكويتية

الاستجابات ن=400		الوسائل الاتصالية
%	ك	
85.0	340	مواقع التواصل الاجتماعي (صفحات الانستجرام -تويتر-فيس بوك.....)
75.0	300	الموقع الإلكتروني للخارجية
51.5	206	الاتصال المباشر (الهاتف)
50	200	البريد الإلكتروني
32.5	130	الرسائل القصيرة عبر الهاتف

الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

15.0	60	الصحف
10.5	42	التلفزيون
7.5	30	الخطابات المنشورة

تشير نتائج الجدول السابق إلى الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع عينة الدراسة من (الجالية الكويتية المقيمة بمصر) أنشطة الخارجية الكويتية: -

جاء في الترتيب الأول للوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع عينة الدراسة من (الجالية الكويتية المقيمة بمصر) أنشطة الخارجية الكويتية (مواقع التواصل الاجتماعي (صفحات الانستجرام -تويتر-فيس بوك.....)) بنسبة 85.0%، يليه في الترتيب الثاني (الموقع الإلكتروني للخارجية) بنسبة 75.0%، بينما جاء في الترتيب الثالث وسيلة (الاتصال المباشر (الهاتف)) بنسبة 51.5%، بينما جاء في الترتيب الثالث (البريد الإلكتروني) بنسبة 50%، وجاء في الترتيب الرابع (الرسائل القصيرة عبر الهاتف) بنسبة 32.5%، بينما جاء في الترتيب الخامس لوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع عينة الدراسة من (الجالية الكويتية المقيمة بمصر) أنشطة الخارجية الكويتية (الصحف) بنسبة 15% يليها وسيلة (التلفزيون) بنسبة 10.5%، وجاء في الترتيب الأخير وسيلة (الخطابات المنشورة) بنسبة 7.5%.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى تعدد الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع عينة الدراسة من (الجالية الكويتية المقيمة بمصر) أنشطة الخارجية الكويتية والتي أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي (صفحات الانستجرام -تويتر-فيس بوك.....) وهذا يشير إلى اهتمام الخارجية الكويتية بتنشيط صفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلها مع جمهورها الخارجي عبر هذه الصفحات

جدول (5)

استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بفاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لديهم عنها

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
				ك	%	ك	%	ك	%	
موافق	78.7	2.36	944	56	14.0	144	36.0	200	50.0	للاشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية دائما دور بارز

### أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية

وفعال في تحسين صورتها الذهنية عندي										
تساعد الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية ببتيسير حل المشكلات التي تواجه الجالية الكويتية بالخارج	184	46.0	142	35.5	74	18.5	910	2.28	75.8	موافق
تقوم الخارجية الكويتية بالاتصال بالجالية الكويتية بالخارج للاطمئنان علي أحوالهم بالخارج	192	48.0	124	31.0	84	21.0	908	2.27	75.7	موافق
تسهل وجود الأنشطة الاتصالية بالخارجية الكويتية من وضع أسس وضوابط لتسهيل إقامات الجالية الكويتية	156	39.0	188	47.0	56	14.0	900	2.25	75	إلى حد ما
تدعم وجود الأنشطة الاتصالية بالخارجية الكويتية ثقة الجالية الكويتية في القرارات التي تصدر منها	176	44.0	142	35.5	82	20.5	894	2.23	74.5	موافق
تعمل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية على خلق محفزات من أجل تكوين علاقة طيبة مع جاليتها	160	40.0	165	41.3	75	18.8	885	2.21	73.8	إلى حد ما

تشير نتائج الجدول السابق إلى استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بفاعلية

الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لديهم

عنها: -

جاء في الترتيب الأول لاستجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بفاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لديهم عنها (للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية دائماً دور بارز وفعال في تحسين صورتها الذهنية عندي) بوزن نسبي 78.7 واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الثاني كل من (تساعد الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية بالاتصال بالجالية الكويتية بالخارج للاطمئنان علي أحوالهم بالخارج) بوزن نسبي 75.8 واتجاه عام موافق لكل عبارة منهما علي حدي، بينما جاء في الترتيب الثالث (تسهل وجود الأنشطة الاتصالية بالخارجية الكويتية من وضع أسس وضوابط لتسهيل إقامات الجالية الكويتية) بوزن نسبي 75.0 واتجاه عام إلى حد ما، وجاء في الترتيب الرابع (تدعم وجود الأنشطة الاتصالية بالخارجية الكويتية ثقة الجالية الكويتية في القرارات التي تصدر منها) بوزن نسبي 74.5 واتجاه عام موافق،

## الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

وجاء في الترتيب الأخير لاستجابات عينة الدراسة للعبارة المتعلقة بفاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لديهم عنها (تعمل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية على خلق محفزات من أجل تكوين علاقة طيبة مع جاليتها) بوزن نسبي 73.8 واتجاه عام إيجابي حد ما.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لدى جاليتها عنها حيث أنها تقوم بدور بارز وفعال في تحسين صورتها الذهنية لديهم، كما أنها تقوم بتيسير حل المشكلات التي تواجه الجالية الكويتية بالخارج وتقوم بالاتصال بالجالية الكويتية بالخارج للاطمئنان على أحوالهم بالخارج.

### جدول (6)

استجابات عينة الدراسة للعبارة المتعلقة بتقييمهم للخدمات والنشاطات التي تقدمها الخارجية الكويتية

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	88.3	2.65	1060	4.0	16	27.0	108	69.0	276	تسهل الخارجية الكويتية حصول الجالية الكويتية في مصر على البيانات والمعلومات المتعلقة التي يحتاجون إليها
موافق	87.3	2.62	1047	5.3	21	27.8	111	67.0	268	تنظم الخارجية الكويتية لقاءات مشتركة بين الجالية وأعضاءها والسفراء الكويتيين لمناقشة قضايا تهم الجالية.

أثر الأنشطة الإتصالية للخارجية الكويتية

موافق	85.4	2.56	1025	14.5	58	14.8	59	70.8	283	تشارك الخارجية الكويتية في استقبال وارشاد الجالية الجديدة بمصر من حيث اطلاعهم على مدن مصر وتسهيل إجراءات إقامتهم.
موافق	83.3	2.50	1000	12.0	48	26.0	104	62.0	248	تسهل الخارجية الكويتية اتصال الجالية بالمجتمع المصري
موافق	82.5	2.48	990	13.5	54	25.5	102	61.0	244	تقيم الخارجية الكويتية بأنشطة ثقافية وفنية موجهة
إلى حد ما	79.6	2.39	955	3.3	13	54.8	219	42.0	168	تعمل الخارجية الكويتية علي تنظيم لقاءات تعارف بين الجالية وبعضها البعض.

تشير نتائج الجدول السابق إلى استجابات عينة الدراسة للعبارات المتعلقة بتقييمهم

للخدمات والنشاطات التي تقدمها الخارجية الكويتية: -

جاء في الترتيب الأول لتقييم عينة الدراسة من الجالية الكويتية المقيمة في مصر خدمات والنشاطات التي تقدمها الخارجية الكويتية (تسهل الخارجية الكويتية حصول الجالية الكويتية في مصر على البيانات والمعلومات المتعلقة التي يحتاجون إليها) بوزن نسبي 88.3 واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الثاني (تنظم الخارجية الكويتية لقاءات مشتركة بين الجالية وأعضاءها والسفراء الكويتيين لمناقشة قضايا تهم الجالية) بوزن نسبي 87.3 واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الثالث (تشارك الخارجية الكويتية في استقبال وارشاد الجالية الجديدة بمصر من حيث اطلاعهم على مدن مصر وتسهيل إجراءات إقامتهم) بوزن نسبي 85.4 واتجاه عام موافق، وجاء في الترتيب الرابع (تسهل الخارجية الكويتية اتصال الجالية بالمجتمع المصري) بوزن نسبي 83.3 واتجاه عام موافق، وجاء في الترتيب الخامس (تقيم الخارجية الكويتية بأنشطة ثقافية وفنية موجهة) بوزن نسبي 82.5 واتجاه عام موافق، وجاء في الترتيب الأخير (تعمل الخارجية الكويتية علي تنظيم لقاءات تعارف بين الجالية وبعضها البعض) بوزن نسبي 79.6 واتجاه عام إلى حد ما.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى تنوع الخدمات والنشاطات التي تقدمها الخارجية الكويتية لجالياتها المقيمة في مصر ما بين تسهل حصول الجالية الكويتية في مصر على البيانات

## الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

والمعلومات المتعلقة التي يحتاجون إليها وتنظم الخارجية لهم لقاءات مشتركة بين الجالية وأعضاءها والسفراء الكويتيين لمناقشة القضايا التي تهمهم وأنها تقوم باستقبال وارشاد الجالية الجديدة بمصر من حيث اطلاعهم على مدن مصر وتسهيل إجراءات إقامتهم.

**الفرض الأول:** - توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين فاعلية دور الأنشطة الاتصالية في الخارجية الكويتية أثناء الأزمات وبين استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

### جدول رقم (7)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

للعلاقة بين فاعلية دور الأنشطة الاتصالية في الخارجية الكويتية أثناء الأزمات وبين استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المتغير	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدلالة
فاعلية دور الأنشطة الاتصالية في الخارجية الكويتية أثناء الأزمات	0.414**	0.001	دالة
استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.414 وهي دالة احصائية عند مستوي معنوية 0.001.

وبذلك تثبت صحة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين فاعلية دور الأنشطة الاتصالية في الخارجية الكويتية أثناء الأزمات وبين استخدام الخارجية الكويتية لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

**الفرض الثاني:** - يوجد علاقة بين تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها واعتمادها علي وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية

جدول (8)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها واعتمادها على وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها اعتمادها على وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية	0.427**	دالة 0.001

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها واعتمادها على وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.427 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بأنه يوجد علاقة بين تحقيق الخارجية الكويتية للصورة الذهنية الجيدة لها واعتمادها على وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ مهامها بالخارجية الكويتية.

**الفرض الثالث:-** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية الموجودة في مصر الخارجية الكويتية وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم.

جدول (9) يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

للعلاقة بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية الموجودة في مصر الخارجية الكويتية وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم

المتغير	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدالة
الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية الموجودة في مصر الخارجية الكويتية تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم	0.971	0.001	دالة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية

الباحث/خالد حامد محمد ملا حسين التركيت

الموجودة في مصر الخارجية الكويتية وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.971 وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية الموجودة في مصر الخارجية الكويتية وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر وبين آرائهم حول مدي مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها.

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث على اختبار "T-Test" وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

#### جدول رقم (10)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر وبين آرائهم حول مدي مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها.

المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر	2.53	1.073	399	18.287	دالة 0.001
آرائهم حول مدي مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها	1.49	0.500			

### أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية

تشير نتائج تطبيق اختبار "T-Test" بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر وبين آرائهم حول مدي مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها، حيث تبين أن قيمة  $t = 18.287$ ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.001 .

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الخامس بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية لها من وجهة نظر الجالية الكويتية المقيمة في مصر وبين آرائهم حول مدي مساعدة الخارجية الكويتية جاليتها في مواجهة الأزمات التي يتعرضون لها

مصادر الرسالة

### المصادر العربية

#### أولاً:-الرسائل العلمية

1. إسلام صبحي إبراهيم عطا الله , الاستراتيجيات الاتصالية لتسويق مؤسسات التعليم العالي في مصر – دراسة تطبيقية علي الجامعات الخاصة والاجنبية,رسالة ماجستير غير منشورة( جامعة المنصورة, كلية الاداب, 2023)
2. حاتم توفيق عناني نوفل, " العلاقة بين أبعاد المزيج الترويجي المتكامل وتحسين الصورة الذهنية للخدمات السياحية: مع دراسة الحالة المصرية ", رسالة دكتوراه غير منشورة, (جامعة القاهرة , كلية الاقتصاد والعلوم السياسية, 2018)
3. حازم ناصر حسين ، الدور الاتصالي للعلاقات العامة الدولية بالسفارات المصرية في تشكيل صورة مصر لدى المجتمع الدولي ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة جنوب الوادي – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة، 2020).
4. دينا أحمد سليمان، دور الاتصال في الهيئات العاملة في الاستثمار في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الاستثمار في مصر، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، 2022)
5. رلي عبد الرحمن علي صقر، دور الأنشطة الاتصالية في توعية الجمهور المصري بإدارة أزمة مياه نهر النيل – دراسة تطبيقية على القطاعين الحكومي والمدني، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة حلون: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020).
6. شيماء هماد علي محمد"دور الجهود الاتصالية الرسمية وغير الرسمية في تحسين الصورة الذهنية لرجال الشرطة بعن 25 يناير 2011" دراسة ماجستير غير منشورة(جامعة المنيا، كلية الاداب, 2019 )

7. مرتضي البشير عثمان " واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات: دراسة على ممارسي مهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية" ,رسالة ماجستير منشورة,( جامعة أم درمان الإسلامية, معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية, 2021)
8. هدير عصام عبد الرحمن السعيد, " أثر الصورة الذهنية علي الثقة في العلامة التجارية – دراسة تطبيقية علي الشركة المصرية للاتصالات بكفر الشيخ", رسالة ماجستير غير منشورة, (جامعة كفر الشيخ, كلية التجارة, 2022)

الكتب

- 1- السيد السعيد ، استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث - دور العلاقات العامة ، (القاهرة - دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008 )
- 2- راسم الجمال ،خيرت معوض عياد ،إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2005 )

الابحاث المنشورة في المجالات العلمية

- 1- عبد العزيز محمد الخليدي ، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالصورة الذهنية – دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بالجمهورية اليمنية ، بحث منشور بمجلة الأندلس للعلوم والتكنولوجيا ، ع 56 ( جامعة الأندلس للعلوم والتقنية ، مجلة الأندلس للعلوم والتكنولوجيا 2022،

المصادر الاجنبية

1. Bradley Wilson, Constantion Stavros, Kate Westberg, Player transgressions and the management of the sport sponsor relationship, Public Relation Review, (Vol. 34, No. 2, 2008), P. 100.
2. Caprtiotti, P.. Managing Strategic Communication in Museums. The Case of Catalan museums. Journal of Communication and Society,3, 2013 p. 98.
3. Chulumanco Mgweba. Assessing communication strategies at higher education institutions: a case of Walter Sisulu University, MSc. Public Relations, Durban University of Technology, 2017.
4. Dedrai Givens – Carroll, A Public Relations Case Study Analysis Reveals How to Baptist Missionary Associtaton of America (BMAA) Resolved A Communication Conflict, Unpublished Doctroal Dissertation, University of Sothern Mississippi, 2006, P. 17..
5. Ibid , PP:100 – 105 .
6. Jacquie, L. Public Relations: Concepts, Practice and Critique.1ST ed. SAGE Publications, California, USA, 2008 , p: 18 .
7. Pamela J. Creedon, Mai Abdul Wahed Al- Khaja, and Dean Kruckeberg, Women and Public Relations Education and Practice in

the United Arab Emirates, Public Relation Review, (Vol. 2, No. 1, 1995), P. 68.

8. Tracie M. Domino, Toward an Integrated Communication Theory for Celebrity Endorsement in Fund Raising, Unpublished Master's Thesis, University of South Florida, 2003, P. 21.

9. Wilcox, L. D. Cameron, T. G. & Reber, H. R. Public Relations: Strategies and Tactics. 1ST ed. Pearson Education, Inc, USA., 2003 , p:51.