

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية
واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية "دراسة تقويمية"

الباحث/ بدر علي محمد العجيل

بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في الآداب

قسم الإعلام - شعبة العلاقات العامة- تخصص الحملات الإقناعية

إشراف

أ.م. د/ مروى السعيد السيد حامد

أستاذ العلاقات العامة المساعد بقسم الإعلام

كلية الآداب جامعة المنصورة

المستخلص

"واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية" دراسة تقويمية" هدف هذا البحث إلى التعرف على واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية، وقد تم تطبيق البحث في ضوء نظرية الامتياز، واعتمد البحث على المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان للحصول على البيانات والمعلومات بالتطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من الجمهور الداخلي والمسؤولين في مجال العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي وقد تم اختيار العينة بالطريقة العمدية وذلك لصعوبة الوصول الي كل افراد المجتمع البحث إضافة لضيق الوقت والموارد، وتوصل البحث لعدد من النتائج أهمها، أن ادارة العلاقات العامة تعتمد على " مواقع التواصل الاجتماعي" كأبرز وسائل الاتصال في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي بنسبة ٨٥% ، تلاها التقارير الدورية المكتوبة والمذكرات كما أثبتت نتائج البحث أن للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية عينة البحث دور في إدارة الأزمات حيث جاء في المرتبة الأولى دورها في " التواصل مع وسائل الإعلام الجماهيرية لتوطيد العلاقة بينها وبين الوزارة بنسبة ٧٥.٧%، وتوصلت نتائج البحث أيضاً إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية

بين واقع الأنشطة الاتصالية وثقة العاملين فيما تقوم به العلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الدبلوماسية، العلاقات العامة، الأنشطة الاتصالية.

Abstract

Finding out what actually happens in terms of public relations communication in diplomatic organizations was the goal of this research. In light of the excellence theory, the research was benefited. Using a sample of (300) members of the internal public and public relations personnel from the Libyan Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, the survey method was used in this research. The research yielded several important findings, the most significant of which is that, at a rate of 85%, the Public Relations Department uses "social networking sites" as their primary communication tool when interacting with the internal and external public. Written periodic reports and memos are the next most popular method. By "communicating with the mass media to consolidate the relationship between it and the ministry came in first place at a rate of 75.7%," public relations' role in the diplomatic institution, the study sample, was also demonstrated by the research results to have a part in crisis management. The research findings also revealed a statistically significant association between employees' trust in the role public relations plays in diplomatic institutions and the actuality of communication efforts. Notes.

Keywords: Diplomatic institutions, public relations, communication activities.

نتيجةً للانفتاح الاقتصادي والسياسي والتجاري الذي تشهده الدول منذ بزوغ فجر العولمة بجانب التعقيدات التي خلفها ولا يزال التقدم التكنولوجي، فقد تزايدت بشدة أهمية العلاقات العامة في مختلف المؤسسات^(١). وتعتبر العلاقات العامة بمثابة حلقة الوصل بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وانطلاقاً من أهمية تلك الجماهير وما تشكله من قوة ضغط على مختلف المؤسسات، فقد تبوأت العلاقات العامة مكانتها في البناء التنظيمي في المؤسسات بمختلف أنشطتها، بسبب قدرة جهاز العلاقات العامة على مساعدة المؤسسات في القيام بكافة أدوارها، وفي مقدمتها رسم السياسات الخاصة بها وبجماهيرها التي ستتعامل معها من أجل الحصول على تأييدها^(٢)، ونظراً لأن الدبلوماسية وجدت كوسيلة للاتصال والتفاهم بين الجماعات والدول المتجاورة وتطورت العلاقات بينهم مما ظهرت الحاجة إلى انتهاج حسن العلاقة مع بعضها. مما تطلب النظر إلى الأسلوب الدبلوماسي كسلوك اجتماعي تتطلبه الحاجة إلى التفاهم والتعاون وتبادل المعرفة والمنفعة من أجل تحقيق الاستقرار والسلام والحماية والأمن، ومن خلال ما سبق نتناول في هذه الدراسة واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية من خلال نظرية الامتياز التي أصبحت من أحد مناهج دراسة الإدارة الاستراتيجية المتكافئة للعلاقات العامة^(٣).

مشكلة البحث:

(١) إبراهيم أحمد أبو عرقوب. (٢٠٢٠). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، مج ٤٧، ع ٢، ص: ٥٥٦.

(٢) بوسعد جقيقة، (٢٠٢٢). دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة "دراسة حالة المؤسسة العمومية للصناعات الكهرو تقنية، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، ص: ٩.

(٣) وليد خلف الله محمد دياب. (٢٠٢١). العلاقات العامة والعمل الدبلوماسي: بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص: ٢٦ - ٢٧.

نظراً لما تعانيه ليبيا في العشرة سنوات الأخيرة من عدم استقرار سياسي وتضارب وتحريف في التقارير والبيانات والتصريحات الإعلامية للواقع الدبلوماسي مما قد يؤدي إلى تغييب الوعي لدى أفراد المجتمع أو خلق نوع من التحيز لدى البعض تجاه فئة أو فكرة معينة، وتواجه المؤسسات الدبلوماسية الليبية تحدياً كبيراً في كيفية توظيف أحدث وسائل الاتصالات لخدمة مهام العلاقات العامة في المؤسسات الدبلوماسية من أجل أن تتيح لها فرصة التواصل السريع والفوري مع الجماهير. لذلك، لا بد من انسجام وسائل الاتصالات للعلاقات العامة مع مهام موظفي العلاقات العامة من ناحية ومع الدور الذي تؤديه المؤسسات الدبلوماسية من ناحية أخرى، ومن هنا برزت أمام الباحث هذا البحث والذي يمكن إيجازه في التساؤل التالي: ما واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الجوانب التالية:

- يعد هذا البحث من البحوث الإعلامية التي تناولت العلاقات العامة في ليبيا من منظور اتصالي، فيما ركزت أغلب البحوث الإعلامية في ليبيا (مع ندرتها) العلاقات العامة من وجهة إدارية أو تربوية أو صحية فقط.
- يأتي هذا البحث لإبراز الدور المهم لأنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية من خلال رصد إيجابيات هذه المهنة وتقويمها بناءً على أسس علمية لتحسين أوضاع ممارسة المهنة مستقبلاً.
- يجمع هذا البحث بين مجالين رئيسيين من أهم المجالات والدراسات الاتصالية والإدارية: -الأول هو (العلاقات العامة) وهو المجال الذي يحتاجه ممارسو العلاقات العامة لمواكبة تطورات العصر، أما المجال الثاني فهو مجال (العمل الدبلوماسي) الذي يعد من أكثر المجالات تشعباً والذي لم يعد مقتصرًا على الجانب

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية السياسية في التعامل مع الدول، بل امتد إلى النواحي الاقتصادية والثقافية والإعلامية وغيرها.

أهداف البحث:

سعى هذا البحث للتعرف على:

- أنواع وأشكال الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وتحديد اتجاهاتها للكشف عن مدى نجاح أو فشل هذه الأنشطة في تحقيق أهداف ومهام المؤسسات الدبلوماسية.
- أهم المشاكل والمعوقات التي تعترض أداء العلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية.
- كيفية تعزيز وترقية العلاقات للمؤسسة عينة البحث وتطويرها مع الشعوب الأخرى من خلال تحسين الصورة الذهنية.
- سبل التطوير من خلال التوصيات المقترحة من الباحث والقائمين بعمل العلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية.

الإطار النظري: (نظرية الامتياز)

يعتمد الإطار النظري للبحث على نظرية الامتياز حيث تتضمن هذه النظرية العامة عددًا من نظريات ذات المدى المتوسط للعلاقات العامة بما في ذلك نظريات الجماهير، والعلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية ونماذج العلاقات العامة، وتقييم العلاقات العامة واتصالات الموظفين وأدوار العلاقات العامة والنوع، والتنوع، والسلطة والنشاط والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية. ويصفها "مفوض العنزي" بأنها أسلوب الإدارة الاستراتيجي المتكافئ من حيث كونها علاقات إدارية واستراتيجية متكافئة ومتنوعة، وأخلاقية^(٤)، وأن العلاقات العامة الممتازة ترتبط بالقيم التي تعكس الالتزام الأخلاقي لتحقيق التوازن بين مصالح المؤسسة والمصالح العامة للجمهور الذي تتعامل معه، وعندما تكون ممارسة العلاقات العامة قائمة على القيم

(٤) لاريسا، جورنج وآخرون. (٢٠١٧). نظرية الامتياز ونماذج العلاقات العامة، ت، ترجمة: العنزي، مفوض، مجلة العلاقات العامة والإعلان، ع ٤، ص: ٢٧٧-٢٧٩.

المتكافئة فإن ذلك يؤدي إلى وجود منظور متنوع واعتبارات أخلاقية في قرارات وسلوكيات المنظمة^(٥).

فطبقاً لما ورد في نظرية الامتياز لكي تتسم المنظمة بالفاعلية والكفاءة يجب أن تتعامل بطريقة يتم من خلالها حل المشكلات وتلبية أهداف أصحاب المصلحة وكذلك أهداف الإدارة، واهتم جرونج وروبير ١٩٩٢م بتطوير نظرية العلاقات العامة، وتوصلا إلى أنها تستند إلى ثلاثة مداخل نظرية تشمل الإدارة الاستراتيجية والجمهور وإدارة القضايا، وتقوم النظرية على

فرضين أساسيين هما: (١) أن العلاقات العامة تكون فعالة وأكثر إنجازاً عندما تكون جزءاً فعالاً من عملية الإدارة الاستراتيجية للمنظمة إلى جانب أن تتم أنشطة العلاقات العامة بطريقة استراتيجية. (٢) أن العلاقات العامة تدار استراتيجياً عندما يحدد ممارسو العلاقات الجماهير الأساسية والنشطة للمنظمة ووضعها في فئات والاهتمام بإيجاد حلول للقضايا التي تنشأ عن تعامل المنظمة مع الجمهور من خلال البرامج الاتصالية المتبادلة والمتوازنة وذلك في مرحلة إدارة القضايا^(٦).

نماذج النظرية:

بدأ عالم العلاقات العامة James E. Grunig ورفاقه عام ١٩٧٦ بإجراء سلسلة من الدراسات بهدف الكشف عن سلوك العلاقات العامة في المنظمات، فتوصل عام ١٩٨٤ إلى أربع نماذج لوصف أساليب ممارسة العلاقات العامة تعرف بنماذج (جرونج وهانت) وهي: نموذج الوكالة الصحفية، نموذج المعلومات العامة، النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه، والنموذج المتوازن ثنائي الاتجاه، وبهدف

(٥) بندر عويض الجعيد. (٢٠٢١). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ٥٨٤، مج ٣، ص ١٢٣٥.

(٦) رشا عبد الرحمن حجازي. (٢٠١٩). مستقبل العلاقات العامة في إطار التحول للاتصالات التسويقية المتكاملة. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ١٧، ص ١٤٠.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية تطوير هذه النماذج الأربعة، والانتقال إلى مرحلة أكثر عمقاً تعد منطلقاً لنماذج الممارسة وبعد تحليل هذه النماذج تم طرح مجموعة من الأبعاد لوصف ممارسة العلاقات العامة في البيئات المختلفة، وتشمل تلك الأبعاد: شكل الاتصال، تأثير الاتصال ومدى توازنه، الوسيلة، والأخلاق^(٧).

الدراسات السابقة:

من خلال المسح العلمي لموضوع البحث والذي ساهم في التحديد الدقيق للمشكلة وصياغتها بشكل دقيق، يمكن تقسيم ما توصل إليه من دراسات إلى محورين رئيسيين كما يلي:

- المحور الأول: - دراسات تناولت الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة.
 - المحور الثاني: - دراسات تناولت دور العلاقات العامة في المؤسسات.
- أولاً: دراسات تناولت الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة.

1 - Hermanses, B., Jove, B. T., & Lukitasari, M. W. (2024)

استراتيجيات اتصالات العلاقات العامة في بناء العلامات التجارية للمستهلكين: تحليل شركة يونيليفر⁽⁸⁾

تتناول هذه الدراسة استراتيجيات الاتصال الخاصة بالعلاقات العامة (PR) التي تستخدمها شركة Unilever في بناء علامة تجارية قوية للمستهلك والحفاظ عليها. وهدفت الدراسة إلى فهم كيفية قيام شركة يونيليفر بدمج استراتيجيات اتصالات العلاقات العامة والتكيف مع عصر الوسائط الرقمية والاجتماعية لإنشاء

(٧) المديفر، عماد. (٢٠١٩). ما بعد نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة مراجعة نظرية"، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ٢٢٤، ص: ٣١٥-٣٣٤.

(8) Hermanses, B., Jove, B. T., & Lukitasari, M. W. (2024). Public Relations Communication Strategies in Building Consumer Branding: Analysis of Unilever Company. *Ilomata International Journal of Management*, 5(1), 340-358.

علاقات إيجابية مع المستهلكين. استخدمت الدراسة منهجاً نوعياً، باستخدام تقنيات جمع البيانات مثل أبحاث السوق وتحليل اتجاهات المستهلك واستخدام طريقة مراجعة الأدبيات المنهجية (SLR). وتوصلت الدراسة في نتائجها أن شركة Unilever تؤكد على الشفافية والصدق والاتساق في رسائل وقيم علامتها التجارية. كما توصلت في نتائجها إلى استراتيجيات العلاقات العامة لشركة Unilever نجحت في بناء علامة تجارية قوية للمستهلكين وولدت ولاء العملاء المستدام إلى إنشاء صورة إيجابية ومستدامة للعلامة التجارية.

2 – Le, T. L., & Block, E (2024)

عندما تتلقى الدعاية الشيوعية بالعلاقات العامة فحص اتصالات الحكومة
الوبائية في فيتنام.⁽⁹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات الاتصال التي استخدمتها الحكومة الشيوعية في فيتنام خلال المراحل السابقة لوباء كوفيد-19. من خلال إجراء دراسة نوعية مختلطة تتكون من دراسة حالة وتحليلات موضوعية يدوية وحسابية للنصوص الحكومية ووسائل الإعلام الإخبارية ونصوص وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد الاستراتيجيات والمواضيع التي كانت سائدة خلال تفشي فيروس كورونا (COVID-19) الأول. وقد خلصت الدراسة إلى أن VNGov تبنت أسلوب التواصل الوبائي الذي قام بتهجين الدعاية الأحادية التقليدية مع استراتيجيات الاتصال الحوارية للعلاقات العامة من أجل إعلام المواطنين ببناء ووضع وتحديد أجندة وسائل الإعلام، ومكافحة المعلومات المضللة، وصياغة فهم الناس ومواقفهم خلال المراحل المختلفة من الوباء. كما تمكنت VNGov من السيطرة على جدول

⁽⁹⁾ Le, T. L., & Block, E. (2024). When communist propaganda meets western public relations: Examining Vietnam's government pandemic communication. *Public Relations Inquiry*, 13(1), 33-67.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية الأعمال، خاصة في مرحلة ما قبل الدلتا، من خلال إعطاء الأولوية لاستراتيجيات اتصالات العلاقات العامة الحوارية والإقناع على الدعاية.

3 - دراسة نهى محمد محمد رزق (٢٠٢٤) ^(١٠) علاقة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الإدارات التعليمية بالمنتج الإبداعي والابتكاري في المدارس التابعة لها "دراسة ميدانية".

سعت هذه الدراسة إلى محاولة رصد وتفسير الأنشطة الاتصالية التي تمارسها أقسام العلاقات العامة في الإدارات التعليمية، ودورها في خلق حالة من التواصل بينها وبين الجمهور المتمثل في المدارس التابعة لهذه الإدارات، وذلك بالاعتماد على نماذج جرونج (James Gruning). بالاعتماد على منهج المسح وباستخدام استمارتي استبيان لعينة عمدية من الإدارات التعليمية قوامها (٢٥٠) مفردة من معلمي ومعلمات المدارس الحكومية وتوصلت الدراسة أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في الإدارات التعليمية ودورها في توثيق العلاقة بين الإدارة التعليمية والعاملين بها.

4- دراسة خالد حامد محمد التركي (٢٠٢٣) ^(١١) أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر الفعلي للأنشطة الاتصالية لوزارة الخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عن الوزارة عند الجالية الكويتية في

^(١٠) نهى محمد محمد رزق (٢٠٢٤) علاقة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الإدارات التعليمية بالمنتج الإبداعي والابتكاري في المدارس التابعة لها "دراسة ميدانية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية. مج ١٧، ١٤

^(١١) خالد حامد محمد التركي (٢٠٢٣) أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب قسم الإعلام.

مصر أثناء الأزمات، أزمة كورونا أنموذج، واختارت الدراسة عينة عشوائية احتوت (٤٠٠) مفردة من الجالية الكويتية بمصر من خلال استمارة الاستبيان وبالاعتماد على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين الوسائل الاتصالية التي من خلالها تتابع الجالية الكويتية في مصر وبين تعزيز شعورهم بالأمان أثناء سفرهم، كما توصلت نتائج الدراسة إلى فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة في تحسين الصورة الذهنية لها أثناء الأزمات.

5 - دراسة عباس عمران الزبيدي (٢٠٢٢) ^(١٢) دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي.

سعت الدراسة للكشف عن دور العلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية في تحقيق التميز المؤسسي، وطبقت الدراسة على عينة من العاملين بوزارة الخارجية بلغت (٢٧٥) مبحوث ومن خلال استخدام استمارة الاستبيان، وبالاعتماد على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى تمتع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية بنقاط قوة تتمثل في خضوع الأنشطة الاتصالية المقدمة إلى عمليات ضبط وتحسين مستمرين، بينما تمثلت نقاط الضعف في انخفاض مشاركة كل دوائر الوزارة في عملية تخطيط الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة.

6 - دراسة مرتضى البشير ونصر الدين الفاضل (٢٠٢١) ^(١٣) واقع أنشطة الاتصال الرقمي للعلاقات العامة في الجامعات (دراسة على ممارسي مهن العلاقات العامة في الجامعات السودانية).

^(١٢) عباس عمران الزبيدي (٢٠٢٢) دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

^(١٣) مرتضى البشير عثمان الأمين، ونصر الدين الفاضل مصطفى. (٢٠٢١). واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، مج ١٧، ع ١.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

تحاول الدراسة التعرف على أنشطة الاتصال الرقمي التي تقوم بها أقسام العلاقات العامة في الجامعات السودانية. استخدمت الدراسة المنهج المسحي بالاعتماد على الاستبيان للتعرف على وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السودانية. كما كشفت الدراسة أن المؤهل العلمي لعينة الدراسة انحصر في الخريجين والدراسات العليا، وأن معظمهم يتمتعون بخبرة طويلة وممتازة في مجال العلاقات العامة مما يمكنهم من التصرف بشكل إيجابي تجاه أنشطة الاتصال الرقمي عبر مواقع الويب. ومنصة التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية. إلى جانب ذلك أظهرت الدراسة مراعاة وحدات العلاقات العامة للإعلام من خلال أنشطة الاتصال الرقمي، وأن وحدات العلاقات العامة في أغلب الجامعات تقدم أنشطتها من خلال تنفيذ الاتصال الرقمي عند التعريف بالأنشطة الجامعية.

7- دراسة نشوى محمد جمعه (٢٠٢٠) ^(١٤) بعنوان: "الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللا ربحية في مصر".

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وبين بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللا ربحية بمصر، ومعرفة مدى حرص إدارات العلاقات العامة على تحسين الصورة الذهنية لتلك المؤسسات عند جمهورها الخارجي، وكذلك تحديد أي من الأنشطة الاتصالية الإلكترونية أو المطبوعة محل الدراسة أكثر تأثيراً على جمهورها الخارجي في تكوين آرائهم تجاه المؤسسة، حيث اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، واستخدمت أداة الاستبيان لعينة عمدية قوامها (٢٠٠ مفردة) وخلصت الدراسة

(١) نشوى محمد جمعه (٢٠٢٠)، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللا ربحية في مصر، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق: كلية الآداب، المجلد ٤٥، العدد ٩٤.

لمجموعة من النتائج أهمها: تقوم المؤسسات اللاربحية بأداء مهامها على أعلى المستويات بشكل أكبر من المؤسسات الربحية، كما أنها تبذل مجهود عالي للوصول إلى الجماهير ومحاولة إقناعهم بنشاط المؤسسة كما تحتل مواقع التواصل الاجتماعي المركز الأول في الأنشطة والوسائل الاتصالية الأكثر أهمية بالنسبة للمبحوثين؛ نظراً لأنها أصبحت ذات أهمية واحتلت مكانة كبيرة وسط باقي الأنشطة الاتصالية.

ثانياً: دراسات تناولت دور العلاقات العامة في المؤسسات:

1- دراسة حنان موسى عبدالعال (٢٠٢٤) ^(١٥) دور العلاقات العامة الرقمية بالوزارات المصرية في تعزيز سمعة الدولة داخلياً "وزارة التنمية المحلية أنموذجاً".

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالوزارات المصرية بوجه عام؛ وبوزارة التنمية المحلية على وجه الخصوص؛ في دعم وتعزيز سمعة الدولة داخلياً لدى مواطنيها. وذلك من خلال دراسة تطبيقية تحمل الشقين التحليلي والميداني؛ بتحليل محتويات صفحة وزارة التنمية المحلية بموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك. أما الشق الميداني فقد قامت الباحثة باختبار العلاقة بين مستوى تعرض المبحوثين لصفحة الفيس بوك الخاصة بوزارة التنمية المحلية في تعزيز سمعة مصر الداخلية، وذلك من خلال اختبار العلاقة بين مستوى تعرض المبحوثين لصفحة الفيس بوك الخاصة بوزارة التنمية المحلية وبين مستوى معرفتهم بالجهود والإنجازات التي تقوم بها الدولة المصرية محلياً.

^(١٥) حنان موسى عبدالعال (٢٠٢٤) دور العلاقات العامة الرقمية بالوزارات المصرية في تعزيز سمعة الدولة داخلياً "وزارة التنمية المحلية أنموذجاً". مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج ٦٩، ع ٣.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية
2- دراسة يارة عبدالعزيز ابراهيم (٢٠٢٤) ^(١٦) دور العلاقات العامة بالفتصليات
لتنمية السياحة وتوطيد العلاقات "الفتصلية الصينية بالإسكندرية نموذجًا".

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير دور العلاقات العامة بالفتصليات،
وتحليل دور العلاقات العامة في تنمية السياحة وأثره على توطيد العلاقات، اعتمدت
الدراسة على منهج المسح الإعلامي مستعينة بأداة تحليل المضمون لتحليل الأنشطة
الاتصالية للعلاقات العامة بالفتصلية الصينية بالإسكندرية من خلال تتبع النشاطات
على المواقع الإخبارية الإلكترونية في

خلصت الدراسة إلى أن أهم الجرائد الإلكترونية المهمة بنشاط الفتصلية
الصينية بالإسكندرية "جريدة اليوم السابع"، "جريدة الشروق"، و"جريدة الدستور".
تصدر الموقع الإلكتروني لجريدة الشروق نقل أخبار الفتصلية الصينية بالإسكندرية.
وجاء في مقدمة أهداف أنشطة العلاقات العامة "تقوية علاقاتها من خلال تعاون
فعال ومشارك لأنشطة وفاعليات ومراسم مع شخصيات عامة مصرية.

3 - دراسة مديحة أشرف حسن حسين (٢٠٢٣) ^(١٧) تقييم فاعلية الأنشطة
الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في توعية الشباب بمخاطر حروب
الجيل الرابع والخامس.

استهدفت الدراسة تقييم فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة
بالمؤسسات الحكومية في توعية الشباب بمخاطر الجيلين الرابع والخامس، من
خلال الكشف عن مدى تعرض الشباب للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الخاصة
بالتوعية بمخاطر حروب الجيل الرابع والخامس، وانتمت الدراسة إلى الدراسات

^(١٦) يارة عبد العزيز ابراهيم (٢٠٢٤) دور العلاقات العامة بالفتصليات لتنمية السياحة وتوطيد
العلاقات "الفتصلية الصينية بالإسكندرية نموذجًا"، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام
الرقمي، ع ٦.

^(١٧) مديحة أشرف حسن حسين (٢٠٢٣) تقييم فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة
بالمؤسسات الحكومية في توعية الشباب بمخاطر حروب الجيل الرابع والخامس، رسالة ماجستير
غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

الوصفية واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع المعلومات وتم تطبيقها على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري تتراوح أعمارهم بين ١٨ إلى ٣٥ سنة، وتوصلت الدراسة إلى تعرض (٦٩.٧%) من الشباب عينة الدراسة للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الخاصة بالتوعية بمخاطر حروب الجيلين الرابع والخامس، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن المنشورات عبر وسائل الاتصال الإلكتروني أكثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الخاصة بالتوعية بمخاطر حروب الجيلين الرابع والخامس بنسبة بلغت (١٩.٥%).

4 - Susanna smith and John Wells (2022) ⁽¹⁸⁾

استراتيجيات الاتصال لتعزيز صورة المنظمات الدولية

سعت هذه الدراسة إلى تناول الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها المنظمات الدولية، ومعرفة التحديات التي تواجهها من أجل تعزيز صورتها الإعلامية، حيث تم إجراء دراسة حالة للأمم المتحدة لتحليل استراتيجيات الاتصال الخاصة بها ومعرفة دورها في تحسين صورة المنظمات الدولية، وتم جمع البيانات من خلال المقابلات الشخصية للعاملين بقسم العلاقات العامة والوحدات التابعة له، وأظهرت النتائج أن الأنشطة الاتصالية هي عامل أساسي في تحسين صورة المنظمات الدولية، وأن الأنشطة الاتصالية يمكن أن تساعد على تعزيز الوعي العام بأهمية المهام والعمل الذي تقوم به المنظمات الدولية، والأثر الإيجابي الذي تحققه من خلال تلك الأعمال، كما تتماشى الأنشطة الاتصالية مع الأهداف المحددة سلفاً والعمل وفق خطة محكمة من أجل تعزيز الصورة الإعلامية للمنظمة.

⁽¹⁸⁾ Susanna smith and John Wells "Communication Strategies for Promoting the image of International Organizations: A Study of the United Nations". *Journal of international Communication* 5, no. 1, (2022), PP 23-38.

الرقمي والعلاقات العامة: طريقة لتعزيز قيمة العلاقات العامة.

جاءت الدراسة بهدف تحديد علاقة التسويق الرقمي كأداة تسويقية ناشئة واسعة النطاق، في تطوير قيم العلاقات العامة للأعمال الحديثة في عصر المنافسة والعولمة للأسواق الناضجة، تم جمع البيانات من قبل ٤٥٠ مشاركاً م العملاء والموظفين الإداريين في مختلف المنظمات ذات السمعة الطيبة في دولة الإمارات العربية المتحدة. خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة واضحة وقوية بين التسويق الرقمي في تطوير قيم العلاقات العامة، وأن الشركات الحديثة تحتاج إلى هذه التقنية لتطوير العدالة وتقديم رسالة متميزة حول رؤية ورسالة المنظمة في السوق المستهدف. تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تعالج الفجوة النظرية في الأدبيات، والفجوة العملية في ممارسات الأعمال من خلال توفير نظرة ثاقبة لاستخدام التسويق الرقمي ليس فقط للترويج للمنتجات والخدمات ولكن يمكن استخدامه لتعزيز قيم العلاقات العامة.

6- دراسة الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠) ^(٢٠) أنشطة العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية ودورها في تحسين صورة العراق في مصر. استهدفت الدراسة معرفة مدى متابعة الجمهور المصري للأحداث بالعراق وأسباب متابعته، ومعرفة رأي عينة الدراسة حول الدور الدبلوماسي للعلاقات العامة الدولية بوزارة الخارجية العراقية، وتأثير ذلك الدور على الصورة الذهنية

⁽¹⁹⁾ Nuseir, M., Aljumah, A., & El-Refae, G. (2022). Digital marketing and public relations: A way to promote public relations value. **International Journal of Data and Network Science**, 6(4), 1331-1340.

^(٢٠) الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠) أنشطة العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية ودورها في تحسين صورة العراق في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

لدولة العراق لديهم، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود قصور في تأييد الإدارة العليا بوزارة الخارجية العراقية لإدارة العلاقات العامة وأنشطتها الدولية، إضافةً إلى عدم وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة وقلة العاملين والموارد البشرية مما يؤثر على فاعليتها في تحسين الصورة الذهنية لدولة العراق لدى الجمهور المصري.

7 - دراسة شيماء جبار (٢٠١٩) ^(٢١) بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الخارجي".

هدفت الدراسة إلى محاولة إبراز دور العلاقات العامة لتحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر، ومحاولة معرفة أبرز أدوات ووسائل العلاقات العامة في التأثير على الجمهور الخارجي لمؤسسة اتصالات الجزائر. حيث اعتمدت على المنهج الوصفي و استخدمت المقابلة وأداة الاستبيان لعينة قوامها (٣٧٠ مفردة) وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: مثلت نسبة ٤٥.٩% من أغلبية المبحوثين مستوى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر، وهو مستوى ضعيف، فيما يتعلق بالعقبات التي تواجه الجمهور يرون أن المؤسسة تهتم بالمشكلات التي تواجههم كما أنهم يرون أن موظفي المؤسسة يملكون مهارة الحوار الجيد، كما تجسدت لديهم فكرة متوسطة عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة، كما يرى ٢٩.٧٢% منهم أن تسهيل وتحسين الخدمات من أهم اقتراحاتهم لتحسين صورة المؤسسة.

تساؤلات البحث:

يسعى هذا البحث للإجابة عن مجموعة من التساؤلات أهمها:

^(٢١) شيماء جبار (٢٠١٩)، دور العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الخارجي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي: كلية العلوم الاجتماعية الإنسانية، الجزائر.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

- ما الواقع الفعلي للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالوزارة؟
- ما الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية الليبية؟
- إلى أي مدى يتم استخدام العلاقات العامة للوسائل الاتصالية الحديثة؟
- ما مدى اختلاف طبيعة ممارسة نماذج العلاقات العامة في الوزارة؟
- ما دور الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالوزارة عند حدوث الأزمات؟

- ما مقترحات ممارسي العلاقات العامة لتطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة عينة البحث.

فروض البحث:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية وبين فاعلية الأداء.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية وبين اعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم.

الإجراءات المنهجية للبحث:

تتضمن الإجراءات المنهجية للبحث تحديد الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في إجراءات متضمنة منهج البحث، واسلوب اختيار العينة، واسلوب جمع البيانات والأساليب الاحصائية المستخدمة في تحليلها.

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي ترتبط بظاهرة معاصرة بقصد وصفها وصفاً دقيقاً وتفسيرها تفسيراً علمياً، حيث تعد البحوث الوصفية هي الأكثر ملائمةً لهذا البحث، والتي تهدف إلى وصف واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات

العامة بالمؤسسات الدبلوماسية، ولدراسة هذه الظاهرة بشكل دقيق تم استخدام منهج المسح الميداني حيث يعد من أنسب المناهج العلمية للبحوث الوصفية، وإجراء استبيان على عينة من الجمهور.

مجتمع وعينة البحث:

يقصد بمجتمع البحث كل الأفراد والوحدات الموضوعية أو الأحداث والمشاهدات والأشياء التي يتكون منها موضوع البحث، أما العينة فهي المجموعة الجزئية من مجتمع البحث ويجب أن تمثله تمثيلاً صادقاً.

عينة البحث:

تشمل الجمهور الداخلي والمسؤولين في مجال العلاقات العامة العاملين بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي، وقد تم تطبيق هذا البحث على عينة عمدية قوامها (٣٠٠ مفردة)،

وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات البحث كما يلي:

جدول (١) خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات البحث.

النسبة		التكرار		خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة	
73.3%	220	ذكر		النوع	
26.7%	80	أنثى			
100%	300			الإجمالي	
2.3%	7	أقل من 25 سنة		العمر	
7%	21	من 25 إلى 35 سنة			
31.7%	95	من 35 إلى 45 سنة			
56%	168	من 45 إلى 55 سنة			
3%	9	أكبر من 55 سنة			

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

100%	300		الإجمالي
9.2%	28	أقل من 1000 دينار	الدخل الشهري
76.8%	230	من 1000 دينار إلى 2000 دينار	
14%	42	أكثر من 2000 دينار	
100%	300		الإجمالي
6.3%	19	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
55.7%	167	من 5 إلى 10 سنوات	
32.7%	98	من 10 إلى 20 سنة	
5.3%	16	أكثر من 20 سنة	
100%	300		الإجمالي

أساليب جمع البيانات:

اعتمد البحث في جمع وتحليل البيانات الخاصة بها على استمارة الاستبيان بوصفها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات العينة من الجمهور الداخلي والمسؤولين في مجال العلاقات العامة بوزارة الخارجية والتعاون الدولي الليبية، وتتضمن هذه الاستمارة عدد من الأسئلة المقسمة على عدة محاور بهدف الإجابة على تساؤلات البحث واثبات مدى صحة فروضه من عدمها وهي:

* الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

* الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

* الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

* طبيعة ممارسة نماذج العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

* دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي عند حدوث الأزمات.

* مقترحات ممارسي العلاقات العامة لتطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة عينة الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الثبات:

للتأكد من ثبات استمارة الاستبيان قام الباحث باستخدام أسلوب إعادة الاختبار وهو يعنى إننا إذا أعدنا توزيع هذا الاستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع ونفس حجم العينة فإن النتائج ستكون متقاربه للنتائج التي حصلنا عليها من العينة الأولى وتكون النتائج بين العينتين متساوية باحتمال يساوى معامل الثبات. ويتم اختبار صدق وثبات المقياس باستخدام معامل الفا كرون باخ والتي تعبر قيمته عن مدى ثبات الأسئلة وصدقها في التعبير عن المؤشر التي وضعت لقياسه وتتراوح قيم الفا كرون باخ بين الصفر والواحد الصحيح. حيث أنه كلما اقترب مقياس كرو نباخ الفا من (1) الصحيح كلما كان ثبات أداة القياس والاستمارة أقوى، وقد جرى بين الإحصائيين اتخاذ قيمة (0.7) فأكثر كقيمة مقبولة لهذا المعامل) ووصلت قيمته بين (0.788 - 0.879) وهي قيم أكبر من (0.60) بالتالي فإن الاستبيان يتسم بدرجة عالية من الثبات.

ثانياً: إجراءات الصدق:

قام الباحث بتصميم أداة جمع البيانات (استمارة الاستبيان) وعرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والمتخصصين. وبناءً على ملاحظات السادة المحكمين تم تعديل بعض صياغات الأسئلة وحذف الأخرى، وإضافة الجديد،

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية
وبذلك أصبحت الأداة في شكلها النهائي بحيث تغطي جميع أبعاد المشكلة البحثية
والتغيرات التي تشتمل عليها تساؤلات البحث وفروضه.

النتائج العامة للبحث:

أشارت اجابات الجمهور الداخلي ومسؤولي العلاقات العامة عينة الدراسة
على أسئلة صحيفة الاستبيان واستجاباتهم لبنود المقاييس التي تضمنتها هذه
الصحيفة لتجيب على تساؤلات البحث وكانت على النحو التالي:
١. الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية
الليبية والتعاون الدولي.

تشير نتائج البحث إلى أن متوسط استجابات عينة البحث على عبارات
المحور جاءت "موافق"، وتميل إلى محايد. وقد جاءت عبارة " عقد الندوات
والمؤتمرات" في مقدمة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة
بالوزارة بنسبة (٩٤%) تلاها في المرتبة الثانية نشاط " تنظيم المناسبات واللقاءات
والاجتماعات بنسبة (٨٩.٦%) وجاء في المرتبة الثالثة نشاط " إنتاج المواد
الإعلامية الخاصة بالوزارة مثل النشرات والدوريات والمطويات والملصقات بنسبة
(٨٧.٦%) ثم جاءت باقي الأنشطة في مراتب متأخرة، مما يؤكد أن العاملين
بالوزارة يؤيدون أن إدارة العلاقات العامة تقوم بالعديد من الأنشطة الاتصالية كما
هو موضح بالجدول التالي:

جدول (٢) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات
العامة بالوزارة.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط	دائماً		أحياناً		لا		ع بارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٤%	٠.٤٣٩	٢.٨٢	٨٤.٧%	٢٥٤	١٣%	٣٩	٢.٣%	٧	عقد الندوات والمؤتمرات
٨٩.٦%	٠.٥٤٣	٢.٦٩	٧٣%	٢١٩	٢٣%	٦٩	٤%	١٢	تنظيم المناسبات واللقاءات والاجتماعات

٢٧	%٩	٨٧	%٢٩	١٨٦	%٦٢	٢.٥٣	٠.٦٥٦	%٨٤.٣	إصدار الكتيبات والمجلات الخاصة بالوزارة
٣٥	%١١.٧	٩٩	%٣٣	١٦٦	%٥٥.٣	٢.٤٤	٠.٦٩٣	%٨١.٣	القيام بالبحث العلمي لتجميع البيانات والحقائق وتحليل العوامل المؤثرة على علاقة الوزارة ب جماهيرها المختلفة.
٢٥	%٨.٣	٩١	%٣٠.٣	١٨٤	%٦١.٣	٢.٥٣	٠.٦٤٦	%٨٤.٣	التخطيط للسياسة الاتصالية الداخلية والخارجية الخاصة بالوزارة
٣٧	%١٢.٣	١٢٦	%٤٢	١٣٧	%٤٥.٧	٢.٣٣	٠.٦٨٦	%٧٧.٦	التخطيط لنشاط العلاقات العامة في حالة وقوع ازمات
٤٠	%١٣.٣	٩٧	%٣٢.٣	١٦٣	%٥٤.٣	٢.٤١	٠.٧١٤	%٨٠.٣	تقويم نتائج تنفيذ الخطط التي تضعها العلاقات العامة
٣٥	%١١.٧	٩٩	%٣٣	١٦٦	%٥٥.٣	٢.٤٤	٠.٦٩٣	%٨١.٣	متابعة نشاط العلاقات العامة للتعرف على مواطن القوة والضعف فيه
٤٠	%١٣.٣	٩٧	%٣٢.٣	١٦٣	%٥٤.٣	٢.٤١	٠.٧١٤	%٨٠.٣	تقويم الوسائل والأنشطة الاتصالية المستخدمة في الخطط في إطار نشاطها
٦٢	%٢٠.٧	١٢٦	%٤٢	١١٢	%٣٧.٣	٢.١٧	٠.٧٤٤	%٧٢.٣	دراسة نتائج الدراسات والأبحاث الخاصة بالأزمات محتملة الوقوع
١٣	%٤.٣	٨٥	%٢٨.٣	٢٠٢	%٦٧.٤	٢.٦٣	٠.٥٦٦	%٨٧.٦	إنتاج المواد الإعلامية الخاصة بالوزارة مثل النشرات والدوريات والمطويات والملصقات
٨٣	%٢٧.٧	١١٢	%٣٧.٣	١٠٥	%٣٥	٢.٠٧	٠.٧٩٠	%٦٩	تقيس الرأي العام للتعرف على اتجاهاته وآرائه تجاه الوزارة
									المجموع
٢٤									

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

ويمكن تفسير ذلك في ضوء الدور الاتصالي المنوط بالإدارة، إذ يتمحور دور إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة سواء كانت دبلوماسية أو غيرها، حول النشاطات الاتصالية مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وتسخير كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية في ضوء ذلك.

٢. الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

جدول (٣) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالوزارة.

الانحراف المعياري	الوسط	دائماً		أحياناً		لا		العلاقة بـ	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
١٧	٢.٧٨	%٨٢.٣	٢٤٧	%١٣	٣٩	%٤.٧	١٤	التقارير الدورية المكتوبة	١
٨١	٢.٥٢	%٦٣	١٨٩	%٢٦.٣	٧٩	%١٠.٧	٣٢	المذكرات المكتوبة	٢
٦٩	٢.١٢	%٣٦	١٠٨	%٣٩.٧	١١٩	%٢٤.٣	٧٣	الخطابات البريدية	٣
٧٦	٢.٠٥	%٣٢.٦	٩٨	%٣٩.٧	١١٩	%٢٧.٧	٨٣	الخطابات عبر البريد الإلكتروني	٤
٦٥	٢.٢٣	%٤٣.٤	١٣٠	%٣٦.٣	١٠٩	%٢٠.٣	٦١	المطويات	٥
١٢	٢.٣٩	%٦٠	١٨٠	%١٩	٥٧	%٢١	٦٣	الملصقات	٦
٢١	٢.٨٤	%٨٥.٧	٢٥٧	%١٢.٣	٣٧	%٢	٦	مواقع التواصل الاجتماعي	٧
٤٢	٢.١٣	%٣٥	١٠٥	%٤٣.٣	١٣٠	%٢١.٧	٦٥	صندوق الشكاوى	٨
٥٦	٢.١٦	%٣٨	١١٤	%٤٠.٣	١٢١	%٢١.٧	٦٥	المنشورات الورقية	٩
١٩٣	٢.٣٥	المجموع							

يوضح الجدول (٣) المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمحور الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالوزارة، حيث تبين أن إجمالي المتوسطات الحسابية بلغ (٢.٣٥) بانحراف معياري (٠.٦٩٣) ووزن نسبي (٧٨.٥%)، أي

أن متوسط استجابات عينة البحث على عبارات المحور جاءت "موافق"، وتميل إلى محايد. وقد جاءت وسيلة "مواقع التواصل الاجتماعي" في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالوزارة، بأعلى نسبة وهي (٩٤.٦%)، تلاها في المرتبة الثانية وسيلة "التقارير الدورية المكتوبة" بنسبة بلغت (٩٢.٦%)، وجاء في المرتبة الثالثة وسيلة "المذكرات المكتوبة" بنسبة (٨٤%)، ثم جاءت باقي الوسائل الاتصالية في مراتب متأخرة، وتدلل هذه النتائج على تنوع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بين وسائل حديثة، كمواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت في المقدمة باعتبارها أسرع الوسائل وصولاً للجمهور الداخلي والخارجي، والخطابات البريدية ووسائل تقليدية كالتقارير الدورية المكتوبة والمذكرات المكتوبة، والملصقات والمطويات وغيرها.

٣. الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.

جدول (٤) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات

العامة في الوزارة.

م	العامة بارة	معارض		محايد		موفق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تحتل إدارة العلاقات العامة مكانة في الهيكل التنظيمي ملائمة ومناسبة لها داخل الوزارة	٣٧	١٢.٣%	١٢٦	٤٢%	١٣٧	٤٥.٧%	٠.٦٨٦	٧٧.٦%	٧
٢	لا يسمح الهيكل التنظيمي بالوزارة أن تكون ادارة العلاقات العامة قريبة من الادارة العليا	٢٥٧	٨٥.٧%	٣٧	١٢.٣%	٦	٢%	٠.٧٨٥	٥٨%	١٠

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

٩	%٦٩	٠.٧٩٠	٢.٠٧	%٣٥	١٠٥	%٣٧.٣	١١٢	%٢٧.٧	٨٣	لدى الإدارة العليا فهم صحيح لوظيفة العلاقات العامة	٣
١١	%٥٦	٠.٧٦٨	١.٦٨	%١.٣	٤	%١٢	٣٦	%٨٦.٧	٢٦٠	العلاقات العامة وظيفة استخبارية هدفها جمع المعلومات الضرورية لإدارة الوزارة	٤
٦	%٧٩.٦	٠.٦٦٧	٢.٣٩	%٤٩	١٤٧	%٤٠.٧	١٢٢	%١٠.٣	٣١	معاملة مدير العلاقات العامة معك معاملة جيدة	٥
١٣	٥٤	٠.٨١٢	١.٦٢	%١	٣	%١١.٧	٣٥	%٨٧.٣	٢٦٢	تصور العاملين لإدارة العلاقات العامة بالوزارة تصور ايجابي لها	٦
٥	%٨١.٣	٠.٦٩٣	٢.٤٤	%٥٥.٣	١٦٦	%٣٣	٩٩	%١١.٧	٣٥	تؤثر نظرة الإدارة العليا لإدارة العلاقات العامة على أدائها وأدائك في العمل	٧
٧	%٧٧.٦	٠.٦٨٦	٢.٣٣	%٤٥.٧	١٣٧	%٤٢	١٢٦	%١٢.٣	٣٧	عددكم في إدارة العلاقات العامة غير مناسب وفقاً لحجم العمل المكفون به.	٨
٣	%٨٤.٣	٠.٦٤٦	٢.٥٣	%٦١.٣	١٨٤	%٣٠.٣	٩١	%٨.٣	٢٥	الميزانيات المخصصة لإدارة العلاقات العامة بالوزارة غير كافية لها من وجهة نظر.	٩

٨	%٧٢	٠.٧٥٦	٢.١٦	%٣٨	١١٤	%٤٠.٣	١٢١	%٢١.٧	٦٥	تحصل على دورات تدريبية لزيادة مهاراتك وكفاءتك للعمل داخل ادارة العلاقات العامة بالوزارة.	١٠
١٢	٥٤.٦	٠.٧٧٦	١.٦٤	%١	٣	%١٢	٣٦	%٨٧	٢٦١	لدى ادارة العلاقات العامة مستوى اداري متميز بين الادارات الأخرى من وجهة نظرك.	١١
٥	%٨١.٣	٠.٧٣٦	٢.٤٤	%٥٨.٣	١٧٥	%٢٧	٨١	%١٤.٧	٤٤	تقوم العلاقات العامة بوضع خطة استراتيجية للعلاقات العامة.	١٢
٢	%٨٥	٠.٦٣٩	٢.٥٥	%٦٣.٣	١٩٠	%٢٨.٧	٨٦	%٨	٢٤	لديك مشاركة فعالة كقائم بالاتصال في ادارة العلاقات العامة في عملية صنع القرار الخاص بالوزارة	١٣
١٣	٥٤	٠.٨١٢	١.٦٢	%١	٣	%١١.٧	٣٥	%٨٧.٣	٢٦٢	لا تشارك العلاقات العامة الادارة العليا في الاجتماعات واللقاءات التي تعقد لاتخاذ القرارات	١٤
٤	%٨٤	٠.٦٨١	٢.٥٢	%٦٣	١٨٩	%٢٦.٣	٧٩	%١٠.٧	٣٢	تهتم الادارة العليا بالوزارة	١٥

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية											
										بمكانة ووضع ادارة العلاقات العامة بالوزارة	
	٥١	٠.٧٥٤	١.٥٣	%٣	٩	%٧	٢١	%٩.٠	٢٧.٠	تتخذ ادارة الوزارة إجراءات سلطوية	١٦
٢	٨٥	٠.٦٦٠	٢.٥٥	%٦٤	١٩٢	%٢٦.٧	٨٠	%٩.٣	٢٨	قنوات الاتصال الداخلي في الوزارة مفتوحة وبشكل كامل	١٧
١١	٥٦	٠.٧٦٨	١.٦٨	%١.٣	٤	%١٢	٣٦	%٨٦.٧	٢٦.٠	تستخدم ادارة العلاقات العامة كافة الأنشطة الاتصالية للاتصال بجماهير الوزارة	١٨
١	%٨٦.٣	٠.٦٣٥	٢.٥٩	%٦٦.٧	٢٠٠	%٢٥.٣	٧٦	%٨	٢٤	تعمل العلاقات العامة من خلال سياسة واضحة	١٩
المجموع											
	%٧٠.٨	٠.٧٢٣	٢.١٢								

تدلل هذه النتائج على تنوع آراء العاملين حول الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في الوزارة، حيث جاءت أغلب الاستجابات على عبارات المحور محايدة، كما تبين أن استجابات العاملين على بعض العبارات جاءت "متعارض" منها أن "تصور العاملين لإدارة العلاقات العامة بالوزارة تصور ايجابي لها" من ثم يجب على الإدارة أن تسعى إلى تحسين صورتها وخلق صورة ايجابية لها لدى الجمهور الداخلي، من خلال تكثيف نشاطاتها واستغلال كافة الوسائل الحديثة وتسخيرها لخدمة الأهداف التي أنشئت من أجلها الإدارة، كما لم توافق أغلبية العينة على أن " لدى ادارة العلاقات العامة مستوى اداري متميز بين الادارات الأخرى من وجهة نظر" و يرجع ذلك إلى النقطة السابقة المرتبطة بالصورة الذهنية المتشكلة لدى العاملين نحو إدارة العلاقات العامة واقتصار أدوارها على بعض الأنشطة الاتصالية كتنظيم الفاعليات.

٤. طبيعة ممارسة نماذج العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي.
جدول (٥) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول واقع ممارسة نماذج العلاقات العامة في الوزارة

م	العلاقة	معارض		محايد		موافق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	تمارس العلاقات العامة بالوزارة الاتصال في اتجاه واحد من الإدارة العليا إليك	٨٣	%٢٧.٧	١١٢	%٣٧.٣	١٠٥	%٣٥	٠.٧٩٠	%٦٩	١١
٢	تهتم العلاقات العامة بالاتصال من الإدارة العليا إليك	٤٠	%١٣.٣	٩٧	%٣٢.٣	١٦٣	%٥٤.٣	٠.٧١٤	%٨٠.٣	٧
٣	تحصل على المعلومات من الإدارة العليا وليس لك رد فعل	٦٥	%٢١.٧	١٣٠	%٤٣.٣	١٠٥	%٣٥	٠.٧٤٢	%٧١	١٠
٤	مهمة العلاقات العامة مزدوجة بين الوزارة والبيئة المحيطة بها	١٢	%٤	١٠٢	%٣٤	١٨٦	%٦٢	٠.٥٧٠	%٨٦	٤
٥	تحصل العلاقات العامة على تأييدك لقراراتها الخاصة بسير العمل داخل الوزارة	٣١	%١٠.٣	١٢٢	%٤٠.٧	١٤٧	%٤٩	٠.٦٦٧	%٧٩.٦	٨

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

٦	هدف العلاقات العامة هو كسب ود وتضامن الإدارة العليا بالوزارة	١٣	%٤.٣	٨٥	%٢٨.٣	٢٠٢	%٦٧.٤	٢.٦٣	٠.٥٦٦	%٨٧.٦	٣
٧	تحتل إدارة العلاقات العامة بالوزارة مكانة متميزة	١٦	%٥.٣	٧٧	%٢٥.٧	٢٠٧	%٦٩	٢.٦٤	٠.٥٨٢	%٨٨	٢
٨	تقوم العلاقات العامة بالوزارة بقياس الرأي العام للجمهور الداخلي	٣٥	%١١.٧	٩٩	%٣٣	١٦٦	%٥٥.٣	٢.٤٤	٠.٦٩٣	%٨١.٣	٦
٩	العلاقات العامة بالوزارة مسؤولة عن تلقي الاقتراحات والشكاوى	٣٧	%١٢.٣	١٢٦	%٤٢	١٣٧	%٤٥.٧	٢.٣٣	٠.٦٨٦	%٧٧.٦	٩
١٠	تقوم العلاقات العامة بدعوتك للمشاركة في الأنشطة الاتصالية الخاصة بالوزارة	٨٣	%٢٧.٧	١١٢	%٣٧.٣	١٠٥	%٣٥	٢.٠٧	٠.٧٩٠	%٦٩	١١
١١	لا تتلقى دورات تدريبية تؤهلك للعمل الجيد داخل الوزارة	٢٤	%٨	٨٦	%٢٨.٧	١٩٠	%٦٣.٣	٢.٥٥	٠.٦٣٩	%٨٥	٥
١٢	تقوم إدارة العلاقات العامة بالوزارة بتنظيم الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية للعاملين بها	١٣	%٤.٣	٦٠	%٢٠	٢٢٧	%٧٥.٧	٢.٧١	٠.٥٤٠	%٩٠.٣	١
		المجموع				٢.٤١	٠.٦٦٤	%٨٠.٤			

تشير نتائج الجدول أعلاه فيما يخص استجابات الجمهور الداخلي حول واقع ممارسة نماذج العلاقات العامة في الوزارة تباين في وجهات النظر، حيث جاء في المرتبة الأولى " تقوم إدارة العلاقات العامة بالوزارة بتنظيم الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية للعاملين بها بنسبة (٩٠.٣%) ، تلاها في المرتبة الثانية جملة تحتل إدارة العلاقات العامة بالوزارة مكانة متميزة بنسبة (٨٨%)، وفي المرتبة الثالثة " هدف العلاقات العامة هو كسب ود وتضامن الإدارة العليا بالوزارة بنسبة بلغت (٨٧.٦%) ثم جاءت باقي العبارات في مراتب متأخرة.

٥ - دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي عند حدوث الأزمات.
جدول (٦) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول دور العلاقات العامة بالوزارة عند حدوث الأزمات.

م	العلاقة	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	التواصل مع وسائل الإعلام الجماهيرية لتوطيد العلاقة بينها وبين الوزارة	١٣	٤.٣%	٦٠	٢٠%	٢٢٧	٧٥.٧%	٠.٥٤٠	٩٠.٣%	١
٢	تخصص الإدارة قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية	٧٣	٢٤.٣%	١١٩	٣٩.٧%	١٠٨	٣٦%	٠.٧٦٩	٧٠.٦%	٨
٣	تقوم إدارة العلاقات العامة بإبلاغ الإدارة العليا في الوزارة أول بأول عن تطورات الازمة	٦١	٢٠.٣%	١١٩	٣٩.٧%	١٢٠	٤٠%	٠.٧٥٣	٧٣.٣%	٧

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

٣	%٨٤	٠.٦٨١	٢.٥٢	%٦٣	١٨٩	%٢٦.٣	٧٩	%١٠.٧	٣٢	تضع إدارة العلاقات العامة خطة إجراءات الطوارئ بصورة مستمرة	٤
٤	%٧٩.٣	٠.٧١٥	٢.٣٨	%٥٢	١٥٦	%٣٤.٣	١٠٣	%١٣.٧	٤١	المحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة	٥
٩	%٦٨.٣	٠.٧٧٦	٢.٠٥	%٣٢.٦	٩٨	%٣٩.٧	١١٩	%٢٧.٧	٨٣	تفريغ فريق إدارة الأزمة من أعباء العمل حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة	٦
٦	%٧٤.٣	٠.٧٦٥	٢.٢٣	%٤٣.٤	١٣٠	%٣٦.٣	١٠٩	%٢٠.٣	٦١	اتخاذ إجراءات وقائية لتجنب وقوع الأزمة مرة أخرى	٧
٥	%٧٥	٠.٧٧٥	٢.٢٥	%٤٥.٣	١٣٦	%٣٤	١٠٢	%٢٠.٧	٦٢	تحديد مسئوليات ومهام كل فرد معني بالأزمة	٨
٢	%٨٦.٣	٠.٦٣٥	٢.٥٩	%٦٦.٧	٢٠٠	%٢٥.٣	٧٦	%٨	٢٤	تقوم بضبط كافة المعلومات قبل التصريح بها.	٩
المجموع											
	%٧٧.٩	٠.٧١٢	٢.٣٣								

يوضح الجدول (٦) المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمحور دور العلاقات العامة بالوزارة عند حدوث الأزمات، حيث تبين أن إجمالي المتوسطات الحسابية بلغ (٢.٣٣) بانحراف معياري (٠.٧١٢) ووزن نسبي (٧٧.٩%)، أي أن متوسط استجابات عينة البحث على عبارات المحور جاءت "موافق"، وتميل إلى محايد، أي أن أغلب آراء العاملين بالوزارة يقرون بالدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة إثناء الأزمات، وقد جاء دور "التواصل

مع وسائل الإعلام الجماهيرية لتوطيد العلاقة بينها وبين الوزارة " في مقدمة الأدوار التي تقوم بها الإدارة أثناء الأزمة بأعلى وسط حسابي (٢.٧١) وانحراف معياري (٠.٥٤٠) ووزن نسبي (٩٠.٣%)، تلاها في المرتبة الثانية " تقوم بضبط كافة المعلومات قبل التصريح بها " بمتوسط حسابي (٢.٥٩) ووزن نسبي بلغت قيمته (٨٦.٣%)، وجاء في المرتبة الثالثة عبارة " تضع إدارة العلاقات العامة خطة إجراءات الطوارئ بصورة مستمرة " بمتوسط حسابي قيمته (٢.٥٢) ووزن نسبي بلغ (٨٤%)، ثم جاءت باقي الأدوار في مراتب متأخرة.

يمكن القول بأن ما نسبته (٧٧.٩%) من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة بالوزارة لها دور فعال في إدارة الأزمات التي تواجه المؤسسة.

٦ - مقترحات ممارسي العلاقات العامة لتطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة عينة البحث.

جدول (٧) يوضح استجابات الجمهور الداخلي حول مقترحات تطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة الدبلوماسية.

م	العلاقة	معارض		محايد		موافق		الوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	ت
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	استقطاب الكفاءات المؤهلة القادرة على إعداد العاملين بإدارة العلاقات العامة	١٢	٤%	٤٣	١٤.٣%	٢٤٥	٨١.٧%	٢.٧٨	٠.٥٠٤	٩٢.٦%	٣
٢	تشجيع العاملين بالوزارة على تحسين مستوياتهم العلمية والعملية من خلال توفير برامج تدريبية مناسبة لتخصصاتهم	١٢	٤%	٤٠	١٣.٣%	٢٤٨	٨٢.٧%	٢.٧٩	٠.٤٩٩	٩٣%	٢

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

٤	%٩١.٦	٠.٥٢٠	٢.٧٥	%٧٨.٧	٢٣٦	%١٧.٣	٥٢	%٤	١٢	٣	إشراك الوزارة مع جهات ومؤسسات أخرى في عملية تدريب العاملين بالعلاقات العامة
٦	%٨٩.٣	٠.٥٤٠	٢.٦٨	%٧١.٦	٢١٥	%٢٤.٧	٧٤	%٣.٧	١١	٤	تحديث وتطوير سياسات وإجراءات الأنشطة الاتصالية وفقاً لخطط وبرامج تتناسب مع الأهداف الاتصالية للوزارة
٥	%٩١	٠.٥٠٦	٢.٧٣	%٧٦.٣	٢٢٩	%٢٠.٧	٦٢	%٣	٩	٥	إقامة ندوات وحلقات نقاشية مع الجمهور الداخلي كأداة اتصالية مهمة
٨	%٨٧.٦	٠.٥٦٦	٢.٦٣	%٦٧.٤	٢٠٢	%٢٨.٣	٨٥	%٤.٣	١٣	٦	إخضاع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالوزارة للتقويم المستمر والتطوير حسب دراسة البيئة المحيطة
٩	%٨١.٣	٠.٦٩٣	٢.٤٤	%٥٥.٣	١٦٦	%٣٣	٩٩	%١١.٧	٣٥	٧	استخدام أدوات قياس متنوعة لدراسة وقياس الرأي العام تجاه الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة

بالوزارة											
٦	%٢	٣٧	%١٢.٣	٢٥٧	%٨٥.٧	٢.٨٤	٠.٤٢١	%٩٤.٦	١	٨	توفير الامكانيات المادية والبشرية اللازمة لإدارة العلاقات العامة لتغطية أنشطتها
١٠	%٣.٣	٧٩	%٢٦.٣	٢١١	%٧٠.٤	٢.٦٧	٠.٥٣٧	%٨٩	٧	٩	توفير مستوى كافي من الخدمات الداعمة للعملية الاتصالية (مكتبة-معامل-هواتف)
المجموع											
	%٩٠			٢.٧٠	٠.٥٣١						

يشير الجدول (٧) إلى المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمحور مقترحات العاملين لتطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة الدبلوماسية عينة البحث، حيث تبين أن إجمالي المتوسطات الحسابية بلغ (٢.٧٣) بانحراف معياري (٠.٥٠٦) ووزن نسبي (٩١%)، أي أن متوسط استجابات عينة الدراسة على عبارات المحور جاءت "موافق"، أي أن الغالبية العظمى تؤيد المقترحات المذكورة لتطوير الأنشطة الاتصالية بالمؤسسة الدبلوماسية.

نتائج فروض البحث:

لاختبار فروض البحث تم إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام صحيفة الاستبيان، كما تم تحديد اختبار كل فرض بناءً على نتائج دراسة العلاقات بين المتغيرات الخاضعة للدراسة، وإجراء التحليل الإحصائي للبيانات والاختبارات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho) وذلك كما يلي:

نتائج اختبار الفرض الأول:

- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية وبين فاعلية الأداء.

جدول (٨) يوضح قيمة سبيرمان لقياس العلاقة بين استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية وبين فاعلية الأداء.

استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة		المتغيرات
الدلالة	معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	
**.....	٠.٦٧١	فاعلية الأداء.

توضح بيانات الجدول (٨) مدى وجود علاقة ارتباط بين متغير استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية ومتغير فاعلية الأداء، بالاعتماد على معامل ارتباط "سبيرمان (Spearman's rho)" " لأن كلا المتغيرين ترتيبيين، حيث بلغت قيمة الارتباط (٠.٦٧١) بمستوى معنوية قيمتها (٠.٠٠٠)، وهذه الأرقام تدل على وجود علاقة ارتباطية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين استخدام إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية بالمؤسسة الدبلوماسية ومتغير فاعلية أدائها، بالتالي نقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية وفاعلية الأداء.

نتائج اختبار الفرض الثاني:

- توجد علاقة ارتباطية بين نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية وبين اعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم.

جدول (٩) يوضح قيمة سبيرمان (Spearman's rho) لقياس العلاقة بين نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية وبين اعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم.

نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية		المتغيرات
معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	الدلالة	
٠.٠١٢	١.٧٨٦	اعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم.

يقيس الجدول (٩) العلاقة بين متغير نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية ومتغير اعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم، بالاعتماد على معامل ارتباط "سبيرمان (Spearman's rho)" لأن كلا المتغيرين ترتيبيين، حيث بلغت قيمة الارتباط (٠.٠١٢) بمستوى معنوية قيمتها (١.٧٨٦)، وهذه الأرقام تدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية واعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم، بالتالي نقبل الفرض الصفري الذي ينص على عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية واعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم، ونرفض الفرض البديل الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية
نوعية نشاط المؤسسة الدبلوماسية واعتماد أجهزة العلاقات العامة على النماذج
المعيارية في أداء المهام المنوطة بهم.
خاتمة البحث:

سعى هذا البحث إلى معرفة واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة
بالمؤسسات الدبلوماسية وذلك بتناولها للجوانب التنظيمية والإدارية ووسائل
الاتصال المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية الليبية
والتعاون الدولي والقائمين بالاتصال بهدف التعرف على فاعلية أداء وظيفة
العلاقات العامة وقياس مدى فاعلية تلك الوسائل في تحقيق الأهداف المطلوبة ،
وتقويم هذا الأداء وتحليله، ودراسة المشكلات والمعوقات، وأساليب مواجهتها ومدى
استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، واعتمد
البحث في إطاره النظري على نظرية الامتياز، ومنهج المسح باستخدام أداة
الاستبيان التي تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (٣٠٠) مفردة من الجمهور
الداخلي والمسؤولين في مجال العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون
الدولي.

وتشير نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود إدارة للعلاقات العامة بوزارة
الخارجية الليبية تحت مسمى "العلاقات العامة والاتصالات"، كما تشير نتائج البحث
على وجود درجة وعي عالية لدى العاملين حول الوزارة وأقسامها ومسميات
الأقسام والجهات التي تتبعها هذه الأقسام.

كما رصدت نتائج البحث أن إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية
عينة البحث تقوم بالعديد من الأنشطة الاتصالية، جاء في مقدمتها عقد الندوات
والمؤتمرات ٨٤.٧%، تلاها تنظيم المناسبات واللقاءات والاجتماعات بنسبة ٧٣.٠%،
وفي المرتبة الثالثة جاء " إنتاج المواد الإعلامية الخاصة بالوزارة مثل
النشرات والدوريات والمطويات والملصقات" بنسبة ٦٧.٠%.

ورصدت نتائج البحث أن ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة عينة البحث تعتمد على " مواقع التواصل الاجتماعي" كأبرز وسائل الاتصال في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي بنسبة ٨٥%، تلاها التقارير الدورية المكتوبة والمذكرات. أما فيما يخص واقع ممارسة نماذج العلاقات العامة في الوزارة، فقد جاء في المرتبة الاولى " تقوم إدارة العلاقات العامة بالوزارة بتنظيم الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية للعاملين بها"، تلاها " تحتل إدارة العلاقات العامة بالوزارة مكانة متميزة"، وفي المرتبة الثالثة " هدف العلاقات العامة هو كسب ود وتضامن الإدارة العليا بالوزارة.

كما أثبتت نتائج البحث أن للعلاقات العامة بالمؤسسة الدبلوماسية عينة البحث دور في إدارة الأزمات، حيث جاء في المرتبة الأولى دورها في " التواصل مع وسائل الإعلام الجماهيرية لتوطيد العلاقة بينها وبين الوزارة"، تلاه " تقوم بضبط كافة المعلومات قبل التصريح بها"، ثم باقي الأدوار، وجاء اقتراح " توفير الامكانيات المادية والبشرية اللازمة لإدارة العلاقات العامة لتغطية أنشطتها" في مقدمة الاقتراحات التي أقرها الأفراد عينة البحث ، تلاه " تشجيع العاملين بالوزارة على تحسين مستوياتهم العلمية والعملية من خلال توفير برامج تدريبية مناسبة لتخصصاتهم".

ويتضح من النتائج السابقة وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية والتعاون الدولي وبين فاعلية الأداء، وهو ما يدل على وجود درجة عالية من الوعي لدى العاملين بالمؤسسة الدبلوماسية عينة البحث.

توصيات ومقترحات البحث:

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

- 1 - ضرورة تعزيز دور التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، واستخدامها في القيام بوظائف دائرة العلاقات العامة في وزارة الخارجية الليبية، حيث يسرع ويفعل دورها في فاعلية دائرة العلاقات العامة، وتسهل من عملية الاتصال بينها وبين جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي.
- 2 - الاهتمام بالأبحاث والدراسات الخاصة بالعلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحكومية.
- 3 - عقد المزيد من الندوات والمؤتمرات وقت حدوث الأزمات كوسيلة من الوسائل المباشرة للتواصل مع الجماهير.
- 4 - وضع معايير تفصل بين قياس أداء القائمين بالاتصال وقياس أداء الأنشطة الاتصالية وقياس أداء دوائر الوزارة ككل، وذلك لتحديد فعالية أداء كل منهم على حدا إلى أقصى درجة من كفاءة الأداء.
- 5 - تخصيص ميزانية كافية تسمح لدائرة العلاقات العامة بوزارة الخارجية الليبية من تنفيذ كافة نشاطاتها التي تهدف في المرتبة الأولى إلى تحسين صورتها وخدمة جمهورها الداخلي والخارجي.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم أحمد أبو عرقوب. (٢٠٢٠). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، مج ٤٧، ع ٢.
- بندر عويض الجعيد. (2021). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع58، مج3.

- بوسعد جقيقة، (٢٠٢٢). دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة "دراسة حالة المؤسسة العمومية للصناعات الكهرو تقنية، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية.
- حنان موسى عبدالعال (٢٠٢٤) دور العلاقات العامة الرقمية بالوزارات المصرية في تعزيز سمعة الدولة داخليًا "وزارة التنمية المحلية أنموذجًا". مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج ٦٩، ع ٣.
- خالد حامد محمد التركي (٢٠٢٣) أثر الأنشطة الاتصالية للخارجية الكويتية في تحسين الصورة الذهنية عند الجالية الكويتية في مصر أثناء الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- رشا عبد الرحمن حجازي. (2019). مستقبل العلاقات العامة في إطار التحول للاتصالات التسويقية المتكاملة- المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع 17.
- شيماء جبار (٢٠١٩)، دور العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الخارجي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي: كلية العلوم الاجتماعية الإنسانية، الجزائر.
- عباس عمران الزبيدي (٢٠٢٢) دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدبلوماسية

- الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠) أنشطة العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية ودورها في تحسين صورة العراق في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- لاريسا، جورنج وآخرون. (٢٠١٧). نظرية الامتياز ونماذج العلاقات العامة، ت، ترجمة: العنزي، مفوض، مجلة العلاقات العامة والإعلان، ع ٤.
- مديحة أشرف حسن حسين (٢٠٢٣) تقييم فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في توعية الشباب بمخاطر حروب الجيل الرابع والخامس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- المديفر، عماد. (٢٠١٩). ما بعد نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة مراجعة نظرية"، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع ٢٢.
- مرتضى البشير عثمان الأمين، ونصر الدين الفاضل مصطفى. (٢٠٢١). واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، مج ١٧، ع ١.
- نشوى محمد جمعه (٢٠٢٠)، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللاربحية في مصر، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق: كلية الآداب، المجلد ٤٥، العدد ٩٤.
- نهى محمد محمد رزق (٢٠٢٤) علاقة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الإدارات التعليمية بالمنتج الإبداعي والابتكاري في المدارس التابعة لها "دراسة ميدانية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية. مج ١٧، ع ١.

- وليد خلف الله محمد دياب. (٢٠٢١). العلاقات العامة والعمل الدبلوماسي: بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- يارة عبد العزيز ابراهيم (٢٠٢٤) دور العلاقات العامة بالاقنصليات لتنمية السياحة وتوطيد العلاقات "القنصلية الصينية بالإسكندرية نموذجاً"، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، ع ٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Hermanses, B., Jove, B. T., & Lukitasari, M. W. (2024). Public Relations Communication Strategies in Building Consumer Branding: Analysis of Unilever Company. *Ilomata International Journal of Management*, 5(1).
- Le, T. L., & Block, E. (2024). When communist propaganda meets western public relations: Examining Vietnam's government pandemic communication. *Public Relations Inquiry*, 13(1).
- Nuseir, M., Aljumah, A., & El-Refae, G. (2022). Digital marketing and public relations: A way to promote public relations value. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4).
- Susanna smith and John Wells "Communication Strategies for Promoting the image of International Organizations: A Study of the United Nations". *Journal of international Communication* 5, no. 1, (2022).