

تقييم دور العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات

د/ حميد جاسم حميد الزعابي

كلية الاتصال - جامعة الشارقة

Evaluating the role of public relations in the UAE Ministry of Human Resources and Emiratization

DR / Hamid Jassim Hamid Zaabi

College of Communication- University of Sharjah

ملخص:

يهدف البحث إلى تقييم دور العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات، استخدم المنهج المسح الإعلامي، وتمثل مجتمع البحث في الجمهور الإماراتي الذي لديه تعاملات مع وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات، كما تمثلت عينة البحث على عينة عشوائية من الجمهور المستفيد من وزارة الموارد البشرية والتوطين قوامها ٤٠٠ مفردة، خلال الفترة من 20 يناير إلى 20 مايو 2019، وأستخدم الباحث استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وقد أشارت أهم النتائج على إن العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى بكل مالها من قوة ومن وسائل اتصال للوصول إلى أفضل صورة ذهنية للجمهور والحفاظ على السمعة الطيبة، وتسعى لوضع أهداف واضحة وقوية لتتناسب مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات ومواكبة للعصر ومستحدثه، وتسعى للاهتمام بوضع الخطة السنوية التي تتناسب مع الجمهور ومع المستحدثات وتقوم بالتنسيق مع الجهات الأخرى بالوزارات والهيئات، ومن أهم التوصيات أهمية إعاة البحث العلمي في مجال العلاقات العامة أهمية خاصة وإجراء البحوث قبل إعداد برامج العلاقات العامة وبعدها، للتعرف على ما تم تحقيقه في مجال الاتصال بالجمهور المختلفة، والمشكلات التي تواجه هذا الاتصال، الاستفادة من وسائل الاتصال ودراسة الأساليب الاتصالية داخل المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة - مؤسسات حكومية - وزارة الموارد البشرية والتوطين

Abstract:

The research aims to evaluate the role of public relations in the Ministry of Human Resources and Emiratization in the UAE. The researcher used a questionnaire as a data collection tool. To reach the best mental image of the public and maintain a good reputation, and seeks to set clear and strong goals to suit the public and with ministries and agencies and keep up with the times and updated, and seeks to develop an annual plan that fits with the public and with the innovations and coordinate with other bodies in ministries and agencies, and the most important recommendations Scientific research in the field of public relations is particularly important and

conducting research before and after the preparation of public relations programs, to identify what has been achieved in the field of communication with the various masses, and the problems facing this communication, make use of the means of communication and study the bases Lib communication within institutions.

Keywords: Public Relations - Governmental Institutions - Ministry of Human Resources and Emiratization

المقدمة:

لقد أصبح للعلاقات العامة أهمية بارزة على كافة الأصعدة، حيث ظهرت مؤسساتها العلمية المتخصصة، وأصبح تدريسها في العديد من التخصصات أمراً ضرورياً لإعداد الخريجين لميدان العمل وتزويدهم بما يساعدهم على النجاح فيه والقيام بمتطلبات مهامه.

ويكون بذلك الاعتقاد السائد أن العلاقات العامة هي مجرد إعداد للنشرات وإصدار للكتيبات وإلقاء للخطب اعتقاداً خاطئاً، ولا يعدو إلا أن يكون أحد جوانبها المتعددة المتمثلة في دراسة الجماهير والتعرف على آرائه حول المؤسسة أو السلعة أو الخدمة التي تقدمها ثم نقل هذه الاتجاهات والآراء إلى إدارة المؤسسة، حتى تستعين بها في تعديل سياستها وبرامجها بما يتناسب مع هذه الاتجاهات.

إن العلاقات العامة بهذا الدور الذي تقوم به أصبحت وظيفة حيوية مهمة من وظائف المؤسسة الحديثة تستلزم الاهتمام بها، وكذا إعطاءها مكانة داخل المؤسسة، ولتدعيم هذا الاهتمام، ارتأيت أن أتناول موضوع العلاقات العامة لإثرائه ولتوضيح الوظائف الحقيقية لها، وكذا الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها.

وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مجال وزارة الموارد البشرية والتوطين، وفي إطار الاهتمام بدور العلاقات العامة ومدى فعاليتها في المؤسسات، يهتم البحث الحالية بتقييم العلاقات العامة باعتبار أن عملية التقييم تعتبر وسيلة من خلالها يتم التوصل إلى معرفة مستوى معين من السياسات أو الأداء أو البرامج المراد قياسها للتأكد من مدى تحقيقها للأهداف الموضوعية والمخطط لها، وذلك من منطلق أن دور العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات يتطلب تقييماً للتعرف على مدى اتفاقها مع أهداف العلاقات العامة واحتياجات وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.

إشكالية البحث:

مع زيادة عدد المؤسسات وتنوع نشاطها، ازدادت طبقاً لذلك الجماهير التي تتفاعل معها من جمهورها الداخلي المتكون من جماعات العمال والمسؤولين داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة إلى

جمهورها الخارجي المتكون من مساهمين وعملاء وموزعين ومستهلكين وغيرهم، مما دفع مختلف المؤسسات إلى ضرورة تفعيل اتصال دائم بينها و بين جمهورها.

هذا الجمهور الذي عرف نقلة نوعية، من الجمهور الذي ينتظر ما تجود به المؤسسات من معلومات إلى الجمهور الذي يطالب بها، وأصبح بذلك لا يكتفي بمعلومات سطحية عن السلع والخدمات، وعن المؤسسات أيضا، وإنما يلج في جزئياتها وتفصيلها، ولا يتسنى لها هذا إلا إذا أحدثت إدارة للعلاقات العامة وعملت على خلق جو من التكيف والتفاهم بينها وبين جماهيرها، وإعلامهم بسياساتها ومشروعاتها المستقبلية وأوجه نشاطاتها المختلفة، وفق تخطيط علمي مدروس، هذا الأخير الذي يعمل على توطيد العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها، وانجاز بحوث ميدانية تدرس فيها هذا الجمهور وتطلعاته ورغباته وحاجاته وأفكاره وتقيم تفاهم متبادل بتفعيل اتصال ثنائي دائم بينه وبين المؤسسة من اجل تحقيق النجاح والاستمرارية.

وتعتبر الإمارات واحدة من الدول العربية التي عرفت تغيرات معتبرة في أواخر الثمانينات بدخولها مجال التخصص، الأمر الذي فتح مجال المنافسة المحلية والدولية للمؤسسات الإماراتية، وهو ما جعل بعضها يسير على خطوات كبرى المؤسسات العالمية بمحاولة الاهتمام بالعلاقات العامة كإدارة فعالة وللحاق بركب الدول المتقدمة.

فإذا كان الدافع لوجود إدارة للعلاقات العامة هو حاجة المؤسسة الماسة للتعريف بنفسها في المجتمع بصفة عامة، وخصوصا في ظل التحولات المستمرة كشخصية متميزة عن غيرها، تمنحها القدرة على كسب تأييد جماهيرها ومنافسة باقي المؤسسات الأخرى.

وتتحدد مشكلة البحث في تقييم دور العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات، وذلك في محاولة لرصد الممارسة الفعلية لأجهزة العلاقات العامة، وإمكاناتها ومعوقاتها.

أهمية البحث:

-الأهمية العلمية :

تتحدد الأهمية العلمية فيما يلي:

- ندرة الدراسات التقييمية المتعلقة بأداء أجهزة العلاقات العامة في الإمارات .

- تركيز معظم الدراسات على تحليل أنماط الاتصال وأساليبه في إدارات العلاقات العامة وقد تغافل معظمها تقييم الأداء.

- الأهمية التطبيقية:

- تقدم البحث الحالية رؤية تقييمية عن جهاز العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين في المجتمع الإماراتي في محاولة لوضع تصور لتفعيل دور هذه الأجهزة بالمؤسسات الحكومية.

- تقديم مقترحات للمسؤولين في المؤسسات الحكومية ومجال العلاقات العامة لتطوير دور أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى تقييم دور العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات من خلال الجمهور.

الدراسات السابقة:

Anderson (2018) Workplace adversity and resilience in public relations: Accounting for the lived experiences of public relations practitioners⁽¹⁾

يستهدف هذا الدراسة الكشف عن المعوقات التي تعوق موظفي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية وإلقاء الضوء على كيفية تجاوزهم لتلك المعوقات .

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

يواجه أخصائي العلاقات العامة تحديات في أماكن العمل أثناء قيامهم بتنمية العلاقات العامة وحل النزاعات وإدارة الأزمات، مما يتطلب من أخصائي العلاقات العامة أن يتميز بالمرونة، ومن أكثر الشدائد في مكان العمل في العلاقات العامة من وجهة نظر الممارسين، وتفحص كيف تعمل على تفعيل المرونة، فإن أخصائي العلاقات العامة يواجهون الكثير من المعوقات والمشاكل أثناء العمل وفي أماكن العمل، ومعظمها ناتج عن الإدارة والجمهور، ويتميز موظفي العلاقات العامة بالمرونة وقدرتهم على تجديد النشاط وقد وسعت تلك المرونة، ويرجع ذلك إلى تعدد الدورات المستمرة التي يدرسها أخصائي العلاقات العامة أثناء الوظيفة.

Geah Pressgrove,other (2018) "New research and opportunities in public relations and visual communication"⁽²⁾

تستهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على دور العلاقات العامة والاتصال بالمؤسسات الحكومية.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة : أن العوائق الأساسية التي تواجهها الحكومة في الاتصالات الحكومية، هي التدخل السياسي وثقافتها البيروقراطية، فالعلاقات العامة والاتصال طريقة لنقل كلا المجالين إلى الأمام، معًا وبشكل منفصل، وتهدف تلك الوظائف إلى التواصل الصحي، والتواصل مع الأزمات، ووسائل الإعلام الاجتماعية، والمسؤولية، وتوصي الدراسة بالمحافظة على دور العلاقات العامة المتوازن في منعطف السياسة والمصلحة العامة، وتوسع دورها داخل الحكومة كمركز

(1)Sylvia Jiankun Guo,Lindsey B. Anderson (2018) : Workplace adversity and resilience in public relations: Accounting for the lived experiences of public relations practitioners, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 2, June 2018, pp 236-246..

(2)Geah Pressgrove ,Melissa Janoske, Matthew J. Haught (2018) New research and opportunities in public relations and visual communication, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 3, September 2018, pp 317-320.

للاتصال لمجموعة واسعة من المنظمات الحكومية، حتى مع توسعها وإعادة تنظيمها، فقد تم انتقادها لكونها لسان حال الحكومة وليس مصدرا موثوقا للمعلومات الواقعية، في ظل الإشراف المباشر على مختلف الحكومات بقيادة الجيش، الحفاظ على دور العلاقات العامة المتوازن في منعطف السياسة والمصلحة العامة.

Luke Capizzo (2018)"Reimagining dialogue in public relations: Bakhtin and open (3
(3) dialogue in the public sphere"

تستهدف الدراسة دور الحوار في علاقات المنظمة بالجمهور وتسعي لاختبار سبل اتجاهات العلاقات والحوار والتعرف على تأثيرها علي تقييم سلوك الجمهور المستهدف.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

تشير النتائج إلى أن دور أخصائي العلاقات العامة والحوار يؤثران علي تقييم الجمهور وسلوكه تجاه المنظمة، مما يشير لضرورة تفعيل العلاقة عبر عملية الحوار، يتطلب مدخل الحوار إشراك الجمهور في الاتصال عبر طرح تساؤلاتهم وعرض وجهات نظرهم حتي يسهم هذا التفاعل في زيادة التفاهم بين الطرفين، ممارسة العلاقات العامة تحتاج استكشاف وسائل إضفاء الطابع الشخصي علي التفاعل بين المنظمة والجمهور، فلم يعد من المناسب تبني استراتيجية واحدة تناسب جميع فئات الجمهور وإنما يجب أن يخطط الاتصال والتفاعل التنظيمي لجمهور محدد وان يركز علي احتياجات هذه الجماهير.

تساؤلات البحث:

1. ما الخصائص الديموغرافية للجمهور بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات؟
2. ما الصورة الذهنية لوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات لدى الجمهور الإماراتي؟
3. ما أهداف وأنشطة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات؟
4. ما الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة ومجال التعامل مع الجمهور بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات؟

5. ما وسائل الاتصال والإعلام للعلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة

الإمارات؟

6. ما السبل التي تسعى وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات من خلالها لتوثيق

العلاقة مع الجمهور الإماراتي؟

مفاهيم البحث:

1- مفهوم التقييم :

نشاط منظم يستند لمنهجية علمية تهدف للتعرف على طبيعة العمليات المرتبطة بالسياسات العامة وآثارها والبرامج الفعلية المرتبطة بالتنفيذ⁽⁴⁾.

كما يعرف بأنه عملية ذات طابع علمي وتطبيقي تهدف إلى فحص البرامج والمشروعات والعمليات التنفيذية المرتبطة بالسياسة العامة ودراسة نتائجها وما يترتب عليها من العوائد والفوائد⁽⁵⁾.

يرى الباحث أن عملية التقييم إجرائياً بأنها: مؤشرات محددة يتم من خلالها قياس مستوى الأداء أو البرامج والأنشطة للتأكد من مدى تحقيقها للأهداف الموضوعية والمخطط لها في حدود الإمكانيات المتاحة.

2- مفهوم العلاقات العامة :

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلال المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بالحفاظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر ومن أجل مقابلة المصالح بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها⁽⁶⁾.

تعريف آخر : يذهب (هريت باوس) إلى أن العلاقات العامة في أبسط معانيها : هي بناء السمعة الطيبة والتي تحرص أي مؤسسة على تطويرها وتحسينها لدى جماهيرها⁽⁷⁾.

(4) محمد قاسم القريوتي. (2006). رسم وتنفيذ وتقييم تحليل السياسات العامة، الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 277.
(5) أحمد محمد عامر الماوري. (2012). تقييم سياسات تخفيض العمالة في المنظمات العاملة مع التطبيق على الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، ص53.
(6) عبد الرزاق محمد الدليمي. (2005). العلاقات العامة والعولمة، عمان : دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص31.
(7) شدون على شبية. (2005). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية، 2005، ص42.

ويمكن تحديد العلاقات العامة إجرائياً بأنها عبارة عن وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تهتم بدراسة الأوضاع الحالية للمنظمة، وحل المشكلات سواء داخل المؤسسة أو بين المؤسسة والجمهور، واقتراح الحلول المناسبة للإدارة، وإمدادها بتيار مستمر من المعلومات والبيانات، مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام.

3- مفهوم وزارة الموارد البشرية والتوطين :

وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات : هو جهاز حكومي يقوم باعداد حصر لجميع موظفي الدولة ووضع توصيف وظيفي لكل وظيفة، ووضع الشروط الوظيفية لكل وظيفة، وشغل الوظائف الشاغرة، وبه حصر لجميع وظائف الدولة بشاغلها واجازاتهم ومرتباتهم ومستحققاتهم واجازاتهم وترقياتهم وقوانين العمل .

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- 1- نوع البحث : يندرج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية حيث تستهدف تقييم دور العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.
- 2- منهج البحث: تم الاعتماد علي منهج المسح (8).
- 3- أدوات جمع البيانات : استمارة استبيان: لجمع البيانات من المستفيدين(الجمهور الخارجي).
- 4- مجتمع البحث : يتمثل مجتمع البحث في الجمهور الإماراتي الذي لديه تعاملات مع وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.
- 5- عينة البحث : تم جمع بيانات البحث خلال الفترة من 20يناير إلى 20مايو 2019 على عينة من الجمهور عشوائية من المستفيدين من وزارة الموارد البشرية والتوطين (٤٠٠ مفردة) (9).

• صدق الاستبيان:

وقد تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة والمتخصصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال (10)، حيث قاموا بفحص العبارات الخاصة باستمارتي الاستبيان، وتم استبعاد بعض الأسئلة

(8) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1، (عالم الكتب ، القاهرة)، 2000، ص159.
(9) سمير محمد حسين: مرجع سبق ذكره، 1993، ص298.

10 أسماء المحكمين لاستمارة الاستبيان

1. أ.د/ سامي السيد عبد العزيز أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
2. أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

والجمل، التي قرروا إنها لا تقيس التقييم محل البحث كما أعيدت صياغة بعض الأسئلة، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة.

● ثبات الاستبيان:

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة عبر فترة زمنية من إجابتهم عليها، وذلك على عينة قوامها ثلاثون مفردة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات نتائج استمارتي الاستقصاء على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات 95%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

سوف يتم تفريغ بيانات الاستبيانات والعمل على معالجتها باستخدام حزمة البرامج وخاصة الأساليب الإحصائية التآلية (SPSS25) :

-
3. أ.د/ سلوى العوادلي أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الآداب ، جامعة القاهرة.
 4. أ.د/ حنان فاروق محمد أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
 5. أ.د/ سحر فاروق الصادق أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الآداب ، جامعة حلوان.
 6. أ.م.د/ كريمان فريد أستاذ مساعد العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

نتائج البحث الميدانية على الجمهور الإماراتي

1: الخصائص الديموغرافية للجمهور بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.

الخصائص النوعية لأفراد عينة البحث من الجمهور:

جدول رقم (1)

تكرارات ونسب عينة البحث للجمهور وفقا للخصائص الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية	النوع	ك	%
النوع	ذكور	221	55.25
	إناث	179	44.75
	الإجمالي	400	100
العمر	اقل من 25 عام	209	52.25
	25 - 35 عام	191	47.75
	الإجمالي	400	100
المؤهل العلمي	متوسط	35	8.75
	ثانوي	51	12.75
	بكالوريوس	281	70.25
	ماجستير	19	4.75
	دكتوراه	14	3.5
	الإجمالي	400	100

مما يتضح للباحث من خلال النتائج أن النسبة الأكبر للجمهور هم الذكور الشباب التي تتراوح أعمارهم اقل من 25 عام، وانهم حاصلين على البكالوريوس، مما يدل من وجهة نظر الباحث أن وزارة الموارد البشرية والتوطين قامت بدورها بصورة كبيرة وواضحة حيث أن اغلب الجمهور الذي يتعامل معه هم اقل من 25 عام أي تمت تغطية وتلبية رغبات المراحل العمرية الأكبر من تلك الفئة العمرية.

2: الصورة الذهنية لوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات لدى الجمهور الإماراتي.

(ن = 400)

جدول رقم (2)

مجال تحقيق السمعة الطيبة والصورة الذهنية لوزارة الموارد البشرية والتوطين

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1.	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة المراجعين.	387	96.7	12	3	1	0.25	2.97	0.87	1186	98.8		
2.	لدى العاملين بوزارة الموارد البشرية والتوطين انطباع إيجابي عن إدارة العلاقات العامة.	386	96.5	11	2.75	3	0.75	2.96	0.88	1183	98.6		
3.	تقوم إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بالإعلام عن أهداف وزارة الموارد البشرية والتوطين ونشاطاتها.	375	93.7	24	6	1	0.25	2.94	0.38	1174	97.8		
4.	تسعى إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين على نشر الوعي بأنظمة وزارة الموارد البشرية والتوطين وقوانينها.	355	88.7	30	7.5	15	3.75	2.85	0.78	1140	95.0		
5.	تحرص إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين على تزويد المجتمع الإماراتي بالأخبار والمستجدات عن وزارة الموارد البشرية والتوطين.	341	85.3	47	11.75	12	3	2.82	0.79	1129	94.1		
6.	تسعى إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين إلى إيصال انطباعات جيدة لدى الجمهور عن وزارة الموارد البشرية والتوطين من خلال الحملات التوعوية.	274	68.5	81	20.25	45	11.25	2.57	0.98	1029	85.8		
مجموع الأوزان								2.9	0.96	6841	95		

من خلال النتائج أن وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات سمعتها وصورتها الذهنية طيبة لدى الجمهور الإماراتي ويرجع ذلك إلى دور إدارة العلاقات العامة حيث إنها حرصت على كسب ثقة الجمهور، والسعي لجعل الانطباع الإيجابي عن إدارة العلاقات العامة، وقيامها بالإعلام عن أهداف وزارة الموارد البشرية والتوطين ونشاطاتها، وسعيها لنشر الوعي بأنظمة وزارة الموارد البشرية والتوطين وقوانينها، والحرص على تزويد المجتمع الإماراتي بالأخبار والمستجدات عن وزارة الموارد البشرية والتوطين، وسعيها لإيصال انطباعات جيدة لدى الجمهور عن وزارة الموارد البشرية والتوطين من خلال الحملات التوعوية، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى بكل مالها من قوة ومن وسائل اتصال للوصول إلى أفضل صورة ذهنية للجمهور والحفاظ على السمعة الطيبة لها من خلال استخدام الإدارة للوسائل الاتصالية والإعلامية والاستفادة من علوم الاتصال والإعلام

الحديثة، وهو ما يتفق مع دراسة (Luke Capizzo, 2018)، ومع دراسة (Sylvia Jiankun)
(Guo,Lindsey B,Anderson,2018)، ودراسة (Geah Pressgrove ,other .2018).

3: أهداف وأنشطة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.

جدول رقم (3)

مجال أهداف وأنشطة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		الانحراف المعياري	الناتج	(ن = 400)
		ك	%	ك	%	ك	%	المتوسط الحسابي				
1.	تقوم إدارة العلاقات العامة ومكتب الاستقبال بالتنظيم والإشراف على زيارات المراجعين.	371	92.75	14	3.5	15	3.75	3.75	15	0.96	1156	96.3
2.	تقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية.	345	86.25	51	12.75	4	1	1	4	0.69	1141	95.1
3.	تنظم وتشرّف إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة.	341	85.25	41	10.25	18	4.5	4.5	18	0.79	1123	93.6
4.	تنظم إدارة العلاقات العامة التواصل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية المراجعين.	319	79.75	71	17.75	10	2.5	2.5	10	0.67	1109	92.4
5.	تسعى وزارة الموارد البشرية والتوطين ممثلة في إدارة العلاقات العامة على تنظيم الاتصال بالوزارات والهيئات والمنظمات الأخرى.	310	77.5	58	14.5	32	8	8	32	0.97	1078	89.8
6.	إدارة العلاقات العامة تصدر منشورات لبرامج وتدريبات on line.	250	62.5	88	22	62	15.5	15.5	62	0.88	988	82.3
مجموع الأوزان										2.7	6595	91.6

يتضح للباحث من خلال النتائج إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات أن لها أهداف واضحة وتسعى لتحقيقها ويسعى القائمين بالاتصال بإدارة العلاقات العامة على متابعة الجمهور وتنظيم الاتصال بين الوزارات والهيئات وعمل حملات إعلامية، ويتضح ذلك من خلال الأنشطة الاتصالية الموضوعية بإدارة العلاقات العامة، وتقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية، وتنظم إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة، وتنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية لتوعية المراجعين، ويسعى وزارة الموارد البشرية والتوطين ممثلة في إدارة العلاقات العامة على تنظيم الاتصال بالوزارات والهيئات والمنظمات الأخرى، وتصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات ومنشورات on line، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين لها أهداف واضحة وقوية وتتناسب مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات ومواكبة للعصر ومستحدثة، وهو ما يتفق مع دراسة (Luke Capizzo, 2018)، ودراسة (Sylvia Jiankun) (Guo,Lindsey B,Anderson,2018)، ودراسة (Geah Pressgrove ,other .2018).

4: الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة ومجال التعامل مع الجمهور بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.

جدول رقم (4)
مجال تعامل الجمهور بوزارة الموارد البشرية والتوطين
(ن = 400)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1.	تتبنى إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين خطة سنوية لاستقبال الجمهور	400	100	0	0	0	0	0	0	0.97	1200	100
2.	تنسق إدارة العلاقات العامة مع الأقسام الأخرى بوزارة الموارد البشرية والتوطين لمتابعة عملية ترشيح الخريجين والراغبين في العمل لدى الجهات الحكومية.	400	100	0	0	0	0	0	0	0.68	1200	100
3.	تقوم إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بإبداء المساعدة للجمهور وتبسيط الإجراءات	383	95.75	17	4.25	0	0	0	0	0.97	1183	98.6
4.	تسعى إدارة العلاقات العامة متمثلة بموظفيها إلى إعطاء فكرة عن وزارة الموارد البشرية والتوطين لموظفي الوزارات والجهات الحكومية الأخرى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي للوزارة.	354	88.5	36	9	10	2.5	2.5	10	0.76	1144	95.3
5.	تقوم إدارة العلاقات العامة بالتواصل مع الجمهور للاطلاع على مشاكلهم.	311	77.75	77	19.25	12	3	3	12	0.59	1099	91.6
6.	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع الخريجين وتقدم لهم المساندة.	214	53.5	98	24.5	88	22	22	88	0.97	926	77.2
7.	تقوم إدارة العلاقات العامة بالتوعية لدور وزارة الموارد البشرية والتوطين.	145	36.25	115	28.75	140	35	35	140	0.69	805	67.1
مجموع الأوزان		90	7557	0.99	2.7							

يتضح للباحث من خلال النتائج إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات تقوم بتقديم الخدمات بجودة عالية وبصورة متطورة وتسعى إلى التعامل مع الجمهور بإيجابية وتقديم أفضل الخدمات لهم، حيث تتبنى إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين خطة سنوية لاستقبال الجمهور، وتنسق إدارة العلاقات العامة مع الأقسام الأخرى بوزارة الموارد البشرية والتوطين لمتابعة عملية ترشيح الخريجين والراغبين في العمل لدى الجهات الحكومية، وتقوم إدارة العلاقات العامة في وزارة الموارد البشرية والتوطين بإبداء المساعدة للجمهور وتبسيط الإجراءات، وتسعى إدارة العلاقات العامة متمثلة بموظفيها إلى إعطاء فكرة عن وزارة الموارد البشرية والتوطين للجمهور، وتقوم إدارة العلاقات العامة

بالتواصل مع الجمهور للاطلاع على مشاكلهم، وتتواصل إدارة العلاقات العامة مع الخريجين وتقدم لهم المساندة، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام بوضع الخطة السنوية التي تتناسب مع الجمهور ومع المستحدثات وتقوم بالتنسيق مع الجهات الأخرى بالوزارات والهيئات، وتقدم يد المساعدة وتقوم بتبسيط الإجراءات للجمهور، وتقوم بالتعرف على المشاكل التي تواجه الجمهور للتعرف على أسباب المشاكل التي تواجههم لتفاديها في المستقبل ووضع خطط مستقبلية لتفاديها وتحسين الألية الموضوعية، مع الاهتمام بالتواصل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك من وجهة نظر الباحث إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها لا تكلف أموال بالإضافة إلى سرعة انتشار المعلومة وسرعة الاستجابة من الجمهور والوصول بالإرشادات إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وفي أقل وقت وتكلفة وسرعة التواصل والرد على الاستفسارات، وهو ما يتفق مع دراسة (Luke Capizzo, 2018).

5: وسائل الاتصال والإعلام للعلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات.

جدول رقم (5)

مجال وسائل الاتصال والإعلام لوزارة الموارد البشرية والتوطين (ن = 400)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%						
1.	تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بأنشطتها بشكل كاف.	400	100	0	0	0	0	0	0	3	0.79	1200	100
2.	تستخدم إدارة العلاقات العامة البريد الإلكتروني للتواصل مع العاملين في وزارة الموارد البشرية والتوطين والجمهور.	368	92	18	4.5	14	3.5	3.5	14	2.89	0.99	1154	96.2
3.	تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام وزارة الموارد البشرية والتوطين وإداراتها.	250	62.5	71	17.75	79	19.75	19.75	79	2.43	0.81	971	80.9
4.	تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تغطي فيها أخبار وأنشطة وزارة الموارد البشرية والتوطين والعاملين فيها.	0	0	39	9.75	361	90.25	90.25	361	1.10	0.73	439	36.6
5.	تستخدم إدارة العلاقات العامة الأشرطة المسموعة والمرئية كأداة تعريفية.	0	0	0	0	0	0	0	0	1.00	0.82	400	33.3
مجموع الأوزان										2.1	0.81	4164	69.4

يتضح للباحث من خلال النتائج إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات تقوم باستخدام وسائل التواصل الحديثة بصورة كبيرة وتهمل وسائل الاتصال التقليدية لتقديم الخدمات للجمهور، حيث تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بأنشطتها بشكل كاف، وتستخدم إدارة العلاقات العامة البريد الإلكتروني للتواصل مع العاملين في وزارة الموارد البشرية والتوطين والجمهور، وتصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام وزارة الموارد البشرية والتوطين وإداراتها، وتصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تغطي فيها أخبار وأنشطة وزارة الموارد البشرية والتوطين والعاملين فيها، وتستخدم إدارة العلاقات العامة الأشرطة المسموعة والمرئية كأداة تعريفية، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام باستخدام وسائل الاتصال الحديثة فمواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والإيميل وذلك لسهولة الاتصال مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات الأخرى ولسرعة الاستجابة وسرعة الرد والتواصل ولتوثيق المعلومات وعدم التأخر في الرد أو تلبية الاحتياجات وحل المشاكل، وهو ما يتفق مع دراسة (Sylvia Jiankun Guo, Lindsey B, Anderson, 2018)، ودراسة (Geah Pressgrove, 2018).

6: سبل سعى وزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات لتوثيق العلاقة مع الجمهور الإماراتي.

جدول رقم (6)
مجال توثيق العلاقة مع المجتمع

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحدا ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقا	النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1.	تعتمد إدارة العلاقات العامة على وسائل الإعلام المتنوعة للتواصل مع المجتمع الإماراتي.	400	100	0	0	0	0	0	0	3.00	0.81	1200	100.0
2.	تبذل إدارة العلاقات العامة جهداً مقصوداً لاختيار الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة للتواصل مع المجتمع الإماراتي	388	97	12	3	0	0	0	0	2.97	0.97	1188	99
3.	تشارك إدارة العلاقات العامة بنشاطات اجتماعية مع المجتمع الإماراتي.	295	73.75	96	24	9	2.25	2.25	9	2.72	0.72	1086	90.5
4.	تعقد إدارة العلاقات العامة معارض للتعريف بخدمات وزارة الموارد البشرية والتوطين بين الحين والآخر.	298	74.5	74	18.5	28	7	28	7	2.68	0.76	1070	89.2
5.	تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع الإماراتي.	110	27.5	218	54.5	72	18	72	18	2.10	0.86	838	69.8
6.	تجري إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.	84	21	214	53.5	102	25.5	102	25.5	1.96	0.94	782	65.2
مجموع الأوزان										2.6	0.82	6164	85.6

يتضح للباحث من خلال النتائج إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات تسعى لتوثيق العلاقة مع الجمهور والمجتمع وتسعى للوصول إلى المثالية والجودة المتميزة من خلال وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة ومن خلال استخدام أفضل وسائل الإعلام والاتصال، حيث تعتمد إدارة العلاقات العامة على وسائل الإعلام المتنوعة للتواصل مع المجتمع الإماراتي، وتبذل إدارة العلاقات العامة جهداً مقصوداً لاختيار الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة للتواصل مع المجتمع الإماراتي، وتشارك إدارة العلاقات العامة بنشاطات اجتماعية مع المجتمع الإماراتي، وتعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات وزارة الموارد البشرية والتوطين بين الحين والآخر، وتشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع الإماراتي، وتجري إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام بالجمهور وتوثيق العلاقة مع المجتمع من خلال استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة والمتطورة والمتنوعة، واستخدام الرسالة الإعلامية

الصحيحة والمناسبة التي تتوافق مع المجتمع الإماراتي، وقيام العلاقات العامة بإجراء بحوث لتوقع الأحداث والمشكلات ووضع تصور لمواجهتها، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة تتطبع المنهج العلمي والاكاديمي من خلال وضع الخطة والتصور ووضع آلية مواجهة المشاكل والعراقيل التي تحول بينها وبين الوصول للهدف المنشود.

الاستنتاجات:

- أن الخصائص الديموغرافية للجمهور الخارجي لوزارة الموارد البشرية والتوطين النسبة الأكبر للجمهور هم الذكور الشباب التي تتراوح أعمارهم اقل من 25 عام.
- إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى بكل مالها من قوة ومن وسائل اتصال للوصول إلى افضل صورة ذهنية للجمهور والحفاظ على السمعة الطيبة لها من خلال استخدام الإدارة للوسائل الاتصالية والإعلامية والاستفادة من علوم الاتصال والإعلام الحديثة.
- إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى لوضع أهداف واضحة وقوية وتتناسب مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات ومواكبة للعصر ومستحدثة.
- إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام بوضع الخطة السنوية التي تتناسب مع الجمهور ومع المستحدثات وتقوم بالتنسيق مع الجهات الأخرى بالوزارات والهيئات، وتقدم يد المساعدة وتقوم بتبسيط الإجراءات للجمهور، وتقوم بالتعرف على المشاكل التي تواجه الجمهور للتعرف على أسباب المشاكل التي تواجههم لتفاديها في المستقبل.
- وتقوم بوضع خطط مستقبلية لتفاديها وتحسين الآلية الموسوعة، مع الاهتمام بالتواصل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لأنها لا تكلف أموال بالإضافة إلى سرعة انتشار المعلومة وسرعة الاستجابة من الجمهور والوصول بالإرشادات إلى اكبر عدد ممكن من الجمهور وفي اقل وقت وتكلفة وسرعة التواصل والرد على الاستفسارات.
- إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كمواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والإيميل وذلك لسهولة

الاتصال مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات الأخرى ولسرعة الاستجابة وسرعة الرد والتواصل ولتوثيق المعلومات وعدم التأخر في الرد أو تلبية الاحتياجات وحل المشاكل.

• إن إدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين تسعى للاهتمام بالجمهور وتوثيق العلاقة مع المجتمع من خلال استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة والمتطورة والمتنوعة، واستخدام الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة التي تتوافق مع المجتمع الإماراتي، وقيام العلاقات العامة بإجراء بحوث لتوقع الأحداث والمشكلات ووضع تصور لمواجهتها.

• إدارة العلاقات العامة تطبق المنهج العلمي والاكاديمي من خلال وضع الخطة والتصور ووضع آلية مواجهة المشاكل والعراقيل التي تحول بينها وبين الوصول للهدف المنشود.

المقترحات :

في ضوء النتائج التي خلص إليها البحث يمكن للباحث أن يطرح مجموعة من المقترحات التي يمكن أن تسهم في تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام بإدارة العلاقات العامة بوزارة الموارد البشرية والتوطين بدولة الإمارات، وذلك للنهوض بالمؤسسات وتحقيق التنمية الشاملة.

المقترحات الموجهة للقيادات:

1. توحيد المسميات التنظيمية لإدارات أو الأقسام أو الوحدات القائمة بنشاط العلاقات العامة تحت مسمى "العلاقات العامة" وإلغاء المسميات الأخرى التي لا تتفق مع المفهوم الصحيح للعلاقات العامة.

2. توفير الإمكانيات اللازمة لإدارات العلاقات العامة وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسؤوليات التي تقع على عاتقها، حتى يتسنى لها تأدية مهامها على اكمل وجه.

3. تعاون الإدارات المختلفة في المؤسسات مع إدارات العلاقات العامة حتى يتسنى لها القيام بواجباتها على اكمل وجه.

مقترحات العلاقات العامة:

1. إقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالمؤسسات.

2. ضرورة إغارة البحث العلمي في مجال العلاقات العامة أهمية خاصة وإجراء البحوث قبل إعداد برامج العلاقات العامة وبعدها، للتعرف على ما تم تحقيقه في مجال الاتصال بالجماهير المختلفة، والمشكلات التي تواجه هذا الاتصال.
3. الاستفادة من وسائل الاتصال ودراسة الأساليب الاتصالية داخل المؤسسات.
4. إنشاء نظام خاص بالقبول للشكاوى ورفع مختلف الانشغالات والشكاوى إلى الإدارة العليا.
5. إصدار إدارة العلاقات العامة مجلة دورية-شهرية الكترونية أو نصف سنوية -الالكترونية وذلك للاتصال بفئات الجمهور المتنوعة وتزويدها بكافة البيانات والمعلومات وذلك لتشجيع القراء على إرسال الأسئلة والاستفسارات وحتى الشكاوى للرد عليها.
6. عقد مؤتمر سنوي لمديري إدارات العلاقات العامة لتبادل الآراء والخبرات، وللقيام بكافة المهام سالفة الذكر، على إدارة العلاقات العامة أن توكلها إلى مختصين في مجال العلاقات العامة، مع إقامة ندوات ودورات تكوينية بصفة دورية للعاملين بها، من أجل رفع كفاءتهم، وإطلاعهم على كافة الطرق المستحدثة.

مقترحات للقائمين بالاتصال والإعلام:

1. الحصول على تأييد الرأي العام، ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة، وذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه.
2. شرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة.
3. شرح القوانين الجديدة وأي تغييرات أو تعديلات في القوانين، بالإضافة إلى شرح مسوغات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.
4. تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الاتصال المعروفة .
5. إرشاد المواطنين لما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة.
6. تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلي أم الخارجي.
7. إعلام المواطنين والخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة حتى يمكن أن يسهم فيها ويفيد منها بالكامل.
8. تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف وتلفزة وغيرها.

9. الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية اذا تعرضت لأي انتقاد من قبل الآخرين.
10. رصد ما ينشر أو يبحث من خلال وسائل الاتصال، ومتابعته وتقييمه والرد عليه اذا لزم الأمر.
11. تقييم أثار لتحقيق الأهداف من خلال تقديم معلومات دقيقة بصورة مستمرة ومنتظمة.
12. تقديم المشورة للمسؤولين فيما يتعلق بردود الفعل الحالية والمستقبلية المتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة.
13. بناء سمعة طيبة للمؤسسة .
14. مشاركة العاملين بالمناسبات الاجتماعية.

المراجع:

كتب:

- شدران على شيبه .(2005). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية، 2005، ص42.
- شريف أحمد العاصي(2006) ، الترويج والعلاقات العامة: مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية.
- عبد الرزاق محمد الدليمي .(2005). العلاقات العامة والعولمة، عمان : دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص31.
- محفوظ جودة، و حسن الزعبي، و ياسر المنصور،(2008) منظمات الأعمال المفاهيم والوظائف(ط 2) دار وائل للنشر، عمان، ص 15.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1، (عالم الكتب ، القاهرة)، 2000، ص159.

محمد قاسم القريوتي .(2006). رسم وتنفيذ وتقييم تحليل السياسات العامة،

الإمارات : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 277.

هناك حافظ بدوي (2001) العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية

ومجالات تطبيقية ، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص18.

الدراسات المنشورة:

حزام الحشر (2004) : برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها، دراسة

مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة برئاسة الحرس الوطني بالرياض،

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

سعيدة حبيب محمد حبيب (2014) : أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة .

دراسة مقارنة للمؤسسات الرسمية في محافظتي عدن وصنعاء، رسالة ماجستير ،

جامعة عدن، قسم الصحافة والإعلام، تخصص علاقات عامة.

عباس بن رجاء الحربي (2008) : دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

بالمملكة العربية السعودية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث

الإعلام، ص ص256-295.

كاترين وليد مخيمر (2014) : دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في

المؤسسات الحكومية الفلسطينية- وزارة الصحة الفلسطينية دراسة حالة، رسالة

ماجستير، غزة : أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا.

محمد زيدان سالم طارق ومحمد أيوب أبو هديوس (2010) : تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين - دراسة ميدانية على فروع البنك في قطاع غزة، غزة: مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2.

محمد قيراط (2005) : ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة : المعوقات التنظيمية المشاكل، الهيكلية وآفاق المستقبل، الشارقة : جامعة الشارقة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد 2، العدد 3.

نجوى الفضل الحسين الفضل (2014). دور الاتصال التفاعلي في تطوير العلاقات العامة في شركات الاتصالات السودانية في الفترة من 2011-2013، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا.

هدى الزبير نور الهادي (2010). وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالسودان، رسالة ماجستير ، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، الخرطوم السودان.

الدراسات غير المنشورة:

إبراهيم محمود المصري (2004) : أساليب الاتصال في المؤسسات الخدمية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية : قسم الدراسات الإعلامية.

أحمد محمد محمد عامر الماوري (2012). تقييم سياسات تخفيض العمالة في المنظمات العاملة مع التطبيق على الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، ص 53.

جدعان فاضل الشمري (2016) : دور العلاقات العامة في دعم جهود خطة التنمية الوطنية بدولة الإمارات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس. كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام.

دينا محمد كامل الخطاط (2009) : الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية المصرية - دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية القومية واتخاذ الإذاعة والتلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.

سعيد بن سالم الساعدي. (2014). دور الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في شرطة عمان السلطانية في تنمية وعي الجمهور بالقضايا الأمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، قسم الدراسات الإعلامية.

سليم معمر خير البجباح (2017) : تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة : دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام.

سليمان فيجان فيصل (2008) : الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في قطاع الأمن السعودي - دراسة تطبيقية على قضية المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

السيد السعيد عبد الوهاب (2010) : الدور الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاسات على الصورة الذهنية لممارسات لدى مندوبي وسائل الإعلام، رسالة

دكتوراه غير منشورة، القاهرة : جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.

السيد السعيد عبد الوهاب محمد (2005) : استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات والكوارث – نموذج مقترح بقطاع النقل والمواصلات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، شعبة الإعلام.

فرج محمد مسعود إبراهيم (2017) : مدى إدراك القيادات الإدارية بصندوق الضمان الاجتماعي لمفهوم وأهمية العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام والعلاقات العامة.

فؤاد على حسين سعدان. (2009) . أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية – دراسة مسحية على عينة من أجهزة العلاقات العام في القطاعين العام والخاص، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

نيرمين على عجوة (2005) : دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على قطاع السياحة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

References:

Alfredo Arceo. (2004)" Public relations in Spain : an introduction, " public relation review, vol .30, issue 2, June .) pp 293-302..

Baiba Petersone, (2004) "The Status of Public Relations in Latvia" Unpublished Master's Thesis (Maryland : Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, college park.).

C. Mellado, S. Barria. (2011) “ Deployment of Professional Roles in the Practice of Public Relations in Chile” (Chile: University of Santiago, School of Journalism, Public relation review 38).

Geah Pressgrove ,Melissa Janoske, Matthew J. Haught (2018) New research and opportunities in public relations and visual communication, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 3, September 2018, pp 317-320.

Kirk Hallahan, (2000)“ Enhancing Motivation, Ability, and Opportunity to Process Public Relations Messages” (Colorado : Colorado State University, Department of Journalism & Technical Communication Public Relations Review, Volume 26, Issue 4, Winter.

Knut Gabrielsen . (2004)"Loyalty Versus Conflict in Norwegian Practitioners" (Public Relations Review , Vol.30.) pp.303-311..

Krishnamurthy Sriramesh, Liu Enxi. (2004)“ Public Relations Practices and Socioeconomic Factors: A case study of different organizational types in Chinghai” (Journal of Communication Studies ,Vol. 3 Issue 4, 2004) pp. 44-76..

Luke Capizzo (2018)Reimagining dialogue in public relations: Bakhtin and open dialogue in the public sphere, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 4, November 2018, pp 523-532.

Ming Yiwa and Kwame Baah-Boakye. (2008) “Public Relations in Ghana : Workrelated Cultural Values and Public Relations Models” (**Public Relations Review** ,Vol. 35, no.1.).

Stephen D. Bruning , Melissa Dials & Amanda Shirka . (2008) “Using dialogue to build organization–public relationships, engage publics, and positively affect organizational outcomes” (**Public Relations Review** , Volume 34, Issue 1 , March) pp. 25-31..

Sylvia Jiankun Guo,Lindsey B. Anderson (2018) : Workplace adversity and resilience in public relations: Accounting for the lived experiences of public relations practitioners, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 2, June 2018, pp 236-246.

.