

دور العلاقات العامة الرقمية في تحقيق التميز المؤسسي

بالتطبيق على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - السودان في الفترة من 2020-2021

The role of digital public relations, to realize distinct institution.

Applying on the ministry of higher education and scientific research
during 2020-2021



فخرى عبدالقادر على الفكي*

باحث بقسم دراسات الاتصال ، جامعة الامارات العربية المتحدة

d.fakhri2013@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/10/01 تاريخ القبول 2022/10/03 تاريخ النشر 2022/10/13



ملخص:

تهدف هذه الدراسة للكشف عن دور العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي في المؤسسات بالتطبيق على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الفترة من يناير 2020- ديسمبر 2021 . اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ، تم استخدام الاستبيان لجمع المعلومات من العاملين بوزارة التعليم العالي السودانية والمختصين في مجال الاتصال في الجامعات السودانية، وذلك للتعرف على اتجاهات العلاقات العامة الرقمية وكيفية دعمها لتحقيق أهداف الاتصال المؤسسي. من أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة : الاتجاه نحو العلاقات العامة الرقمية يساعد في الارتقاء بأداء مؤسسات التعليم العالي ويعمل على تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي. من أهم توصيات هذه الدراسة : ربط إدارات العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي في بوتقة واحدة لرسم خارطة عمل استراتيجي يخدم هذه المؤسسات بشقيها الحكومي والأهلي .

الكلمات المفتاحية: (العلاقات العامة الرقمية ، الاتصال المؤسسي ، وزارة التعليم العالي - السودان) .

Abstract:

Titled the role of digital public relations, to realize distinct institution, applying on the ministry of higher education and scientific research during 2020-2021

So the future of institutions under the industrial revolution can be probed, particularly the digital transformation grew essential in the era at all life aspects. In

* المؤلف المراسل

such reality the concept of digital public relations remained coping with emergence of digital media whose apparant specularity is the interactive one. So it was kicked off on two tracks.

Based on universal sample composed of the ministry and educational institutions, the researcher adopted the descriptive analysis with survey approaches involved.

To identify the trends of degital public relations at the public ector, the researcher opted to Sudanese professors majored in public relations and communication at both Sudan and Arab universities taking into consideration the digital media in the light of the present progress.

The study aims to introduce the methods of public relations and new means based on modern techonologies and digital media. Scientific basis to practise digital public relations, in accordance with methodological context is anticipated to make the objectives of institutional communication a reality.

As it endeavors to develop performance, get use of the new media, programs of artificial intelligance and its digital applications.

The significant conclutions:Opting to digital public relations hepls development of higher educational institutions and achieves objectives of the relevant communication.

Recommendations and proposals provided by the study: Link the public administration departments with the higher educational institutions in a melting pot to set out a strategic action plan to serve the public, private and foreignn relevant institutions.

مقدمة :

في ظل عصر الثورة الصناعية أصبح التحول الرقمي سمة من سمات العصر الحديث بل ضرورة من ضروريات الحياة في مختلف المجالات. في ظل هذا الواقع الجديد ظهر مفهوم العلاقات العامة الرقمية مواكباً لظهور الإعلام الرقمي وأصبحت العلاقات العامة الرقمية تستخدم وسائل الإعلام الرقمية والتي من أبرز صفاتها الإعلام التفاعلي الذي ينطلق في اتجاهين حيث أصبح بإمكان جمهور العلاقات العامة التواصل مع المرسل في نفس الوقت وهذا الفرق الجوهرى بين العلاقات العامة الرقمية عن العلاقات العامة التقليدية التي تستخدم أدوات الإعلام التقليدي في ظل فترة الإعلام الخطي الذى ينطلق في اتجاه واحد حيث كان لايمكن معرفة رجع الصدى وأراء الجمهور إلا بعد إجراء دراسات وبحوث تكلف الوقت والجهد .

لعل التحول الذي أحدثه الإعلام الجديد بوسائله المختلفة ومواقع العلاقات العامة الإلكترونية أفرز واقع إعلامي جديد أصبح فيه المواطن مرسلًا ومستقبلًا للرسالة في آن وأحد وفي ظل تطور وسائل الإعلام الرقمية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي ووسائله المختلفة ساهمت التقنيات الحديثة في إبراز وظيفة العلاقات العامة بمختلف المؤسسات على. وفي ظل هذا التطور -تطور «الاعلام الرقمي»- المتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي «السوشيال ميديا» وتسخيرها لخدمة العلاقات العامة، مواكبة لهذا التحول الرقمي ظهر مفهوم العلاقات الرقمية «العلاقات العامة الرقمية» .

في هذه الدراسة تم التطرق إلى دور العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف المؤسسات ومدى فاعليتها في جميع النواحي الخدمية ، في محاولة للتطرق لموضوع العلاقات العامة في المؤسسات والذي بدوره مفهوم وتجربة حديثة ظهرت نتيجة لتطور مفاهيم العلاقات العامة في ظل ظهور تقنيات الإعلام الجديد .

أهمية ودوافع اختيار موضوع الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي :

1- تعتبر واحدة من الدراسات التي تساهم في توضيح وتبيين ماهية الأدوار الجديدة لوظيفة العلاقات العامة الرقمية وعلاقتها بتحقيق أهداف الاتصال المؤسسي .

2- تبيان اتجاهات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية في ظل التطور الذي أحدثته وسائل الإعلام الرقمي في العصر الحديث .

1- تسعى للكشف عن الطرق والأساليب الجديدة التي تتبعها إدارات العلاقات العامة للاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة في تطوير عملها وتحقيق أهداف المؤسسات .

أهداف الدراسة :

من أهم أهداف هذه الدراسة :

1- التعرف على الأسس العلمية لوظيفة العلاقات العامة الرقمية.

2- التعرف على الدور الذي يمكن أن يقوم به العلاقات العامة الرقمية في تعزيز

الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية وتحقيق أهداف الاتصال المؤسسي.

3- التعرف على طرق العلاقات العامة الرقمية ووسائلها الجديدة المبنية على استخدام

التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام الرقمي.

مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة هذه الدراسة للإجابة على سؤال رئيسي ماهو واقع استفادة المؤسسات من التطور الذي أحدثته وسائل الإعلام الرقمية في تطوير عملها وتحقيق أهداف اتصالها المؤسسي لمعرفة الى اى مدى يمكن قياس ذلك من خلال رصد أوجه الإعلام التفاعلي الذى يكون في اتجاهين في نفس الوقت لتحديد وتأطير دورها الجديد ورؤيتها المستقبلية لتهيئة بيئة العلاقات العامة لمواكبة التطور الرقمي؟

تساؤلات الدراسة :

من بين التساؤلات التي سعت هذه الدراسة للاجابة عليها :

- 1- ماهي أهم الأدوار الجديدة التي يمكن أن تقوم بها العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات المختلفة.
- 2- كيف يمكن استشراف مستقبل وظيفة العلاقات العامة في ظل التحول الرقمي .
- 3- إلى أى مدى واكبت إدارة العلاقات العامة في وزارة التعليم التحولات التي أحدثتها ظهور وسائل الإعلام الجديدة .

المبحث الأول

التأصيل المفاهيمي والنظري للمبحث

سيتم في هذا المبحث التنطرق لمطلبين أساسيين وهما مفاهيم الدراسة والمطلب الثاني عن التميز المؤسسي وهما يمثلان الاطار النظري لهذه الدراسة .

المطلب الأول : مفاهيم الدراسة

تم في هذا المطلب التعرف على المفاهيم الأساسية للدراسة وهى : (العلاقات العامة الرقمية ، الاتصال المؤسسي ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي) .

العلاقات العامة الرقمية :

وفق تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة الرقمية قيام الإدارة المعنية «العلاقات العامة»، بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.(1)

الاتصال المؤسسي :

الاتصال المؤسسي هو ذلك الاتصال الذي يجمع بين الاتصال الإداري الداخلي بأشكاله الثلاثة (صاعد، هابط ، أفقي) وبين اتصال المؤسسة مع المجتمع الخارجي المحيط بها، ويتم بين إدارة المؤسسة وبين جماهيرها سواء أكانت هذه الجماهير داخلية أو خارجية، وبينها وبين البيئة والمجتمع الخارجي المحيط بها على أن يسير في الاتجاهات الثلاثة الصاعدة والهابطة والأفقية، ويظل محكوم بالظروف والإمكانيات المتاحة والمحيطة بالمؤسسة، بما يحقق النجاح والمكاسب المنشودة .(2)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - السودان :

أنشئت وزارة التعليم العالي السودانية عام 1970 للقيام بمهمة وضع السياسات والخطط والبرامج للتعليم العالي و البحث العلمي والتنسيق بين مؤسساته. وتتكون مؤسسات التعليم العالي والبحث

العلمي من الجامعات والمعاهد الحكومية والأهلية والمراكز والمعاهد البحثية التي تنشأ بموجب قوانين وأوامر تأسيس خاصة بها وتمتع هذه المؤسسات بالاستقلالية العلمية والإدارية والمالية وتشرف عليها مجالسها وأجهزتها الإدارية. (3)

تُعدّ العلاقات العامة الرقمية أكثر شمولية وأكثر تنوعاً، مما يمنح ممارسي العلاقات العامة والاتصال إمكانيات هائلة في إيصال رسالتهم إلى الجمهور المستهدف سواء كان داخلي أو خارجي بطريقة فعالة. فلا تقتصر هذه الاستراتيجية على إتقان أساليب التحدث والخطابة والكتابة، من أجل تحسين صورة المنظمة بل تتعداه إلى العمل على المعرفة والتطور تجميعاً وتحليلاً، ومواكبة متطلبات عصرنا الحالي، والتركيز على القيمة والسرعة والإبداع بالاعتماد على التقنيات الحديثة بوسائل الاعلام الرقمي (4)

لا يختلف أي شخص اليوم على مدى التغيير الكبير الذي حدث على مجال الاعلام الحديث والعلاقات العامة. فالعلاقات العامة تعد مقتصرة فقط على تطوير العلاقات الإعلامية وإرسال البيانات الصحافية كما كانت في السابق فتتطور دور العلاقات العامة بتطور وسائل الاعلام وما يحتاجه الافراد، بينما يساعد تنوع وسائل الإعلام والمطبوعات بتغيير نماذج الإيرادات، في الوقت الذي تتعدد فيه قنوات الاعلام الجديدة.

أهمية العلاقات العامة الرقمية:

مع تطور مجال الإعلام والتواصل، وتزايد سرعة الإنترنت وأهميته في كل المجالات و، تُعدّ العلاقات العامة الرقمية اسلوباً جديداً وميدان عمل، يعطى ممارسي العلاقات العامة لطرق جديدة هائلة في إتوصيل رسائلهم إلى الجمهور المستهدف بطرق جديدة تتسم بالجودة وتحقق الانتشار السريع. لم تعد تقتصر ادارات العلاقات العامة على لعب دور المتحدث الرسمي، بل صارت تعمل على تحسين السمعة الالكترونية للمؤسسة، وتمضى أكثر من ذلك للانفتاح على ادوات العصر واستفادات من وسائل المعرفة الحديثة لومواكبة تطوراته المستمرة بالتركيز على القيمة المعرفية والسرعة والإبداع والابتكار وتحقيق التميز المؤسسي والاعتماد على التقنيات الحديثة.

أهداف العلاقات الرقمية :

من بين الأهداف التي تسعى العلاقات العامة الرقمية لتحقيقها :

1. تدعيم أسس التميز في إدارة العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات الرقمية.
2. إدارة أنشطة العلاقات العامة المتنوعة وتنظيم برامجها المختلفة إلكترونياً .
3. رصد اتجاهات الرأي العام تجاه المؤسسات باستخدام الوسائل الرقمية .

4. تحقيق علاقات عامة متميزة للمؤسسات المختلفة في الفضاء الإلكتروني من خلال إنشاء وتوظيف المواقع الإلكترونية واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة .
5. بناء الصورة ذهنية للمنظمة وسمعة جيدة عبر وسائل الاعلام الرقمية .
6. تنفيذ وتقييم إدارة حملات العلاقات العامة الإلكترونية للمؤسسات المختلفة.
7. تقديم الخدمات الإلكترونية والتواصل مع الجمهور من خلال وسائل الاعلام الرقمية والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي .
8. بناء جسور الثقة بين المنظمة وجمهورها عن طريق ميزة التفاعل المباشر .

وسائل العلاقات العامة الرقمية :

تستخدم العلاقات العامة الرقمية أدوات ووسائل عديدة مثل استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص، والوصول للجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني.

الأدوار الجديدة للعلاقات العامة الرقمية :

أثرت العلاقات العامة الرقمية على الجمهور الداخلي والخارجي في كافة المجالات ، ويوجد هناك فرص يجب الاستفادة منها ومن أهمها :-

1. اتقان أدوات جديدة: بدلاً من النشرات الصحفية ، وبدلاً من عقد مؤتمر صحفي كامل مما يدخل على الخط الاخبار العاجلة وتعرقل الخطط وتوقف فاعلية وسائل الاعلام .
 2. بناء مهارات جديدة: حيث أصبح من الضروري بالنسبة لممارسي العلاقات العامة الرقمية تعلم مجموعة من المهارات الاتصالية مثل القدرة على التعامل وسائل الاعلام الرقمية وغيرها للاستفادة من الفرص وتعظيم النتائج.
 3. استهلت العلاقات العامة الرقمية طريقة جديدة تماماً للتفكير في المحتوى ، قامت الشركات بتوسيعها في محتوى التدوين وقيادة الفكر الذي يعيش على موقع ويب وذو علامة تجارية ، يعمل على زيادة ظهور البحث والوعي بالعامة التجارية واخذ رأي العملاء.
 4. الالتزام بالنتائج و المخرجات: حيث توجد طرق أسهل ومبتكرة لتقييم نتائج العلاقات العامة الرقمية الخاصة بما يمكن أن ينصب تركيز ممارسي العلاقات العامة على التغيرات القابلة للقياس في آراء الجمهور ومشاركة مقترحاتهم عن تحسين المنظمة للوصول إلى تحسين أداء وأهداف المنظمة .
- دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق وظائف العلاقات العامة :

يمكن القول بأن الذكاء الاصطناعي بدأت جذور أبحاثه من أربعينيات القرن المنصرم ، وفي خمسينياته تم التركيز بصورة أكبر على الشبكات العصبية ، وبعد عقد أي في الستينات ازدادت الأنشطة البحثية في هذا المجال وتوجهت إلى الأنظمة المستندة على تمثيل المعارف والتي استمرت كذلك حتى سبعينيات القرن العشرين .

أما في الثمانينات ومع نشوب الجيل الخامس على يد اليابانيين حدثت طفرات هائلة في الأبحاث الخاصة بالذكاء الاصطناعي والتطبيقات المرتبطة بها سواء كانت ذات غرض عام مثل الأفعال الإدراكية أو التعليقات المنطقية .

العلاقات العامة كانت تتخذ بعد الوسائل التقليدية في تقصى آراء الجمهور من خلال استبيانات الرأي الورقية ، أو الانتظار لتلقي أي شكاوي هاتفية مثلاً من الجمهور لمعرفة آرائهم وتوجهاتهم نحو منتج بعينه أو خدمة تسعى المؤسسة لطرحها في الأسواق أو مخاطبة الرأي العام ، ولكن في العصر الرقمي وبعد استخدام الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع استطاعت العلاقات العامة أن تستفيد منه لمعرفة توجهات الجمهور.(5)

استطاعت العلاقات استخدام تقنيات قام بها الذكاء الاصطناعي مثل الواقع المعزز من أجل تغيير وسائل التفاعل مع الجمهور وتوفير آليات تتيح للعميل مشاهدة المنتج قبل عملية الشراء.(6)

المطلب الثاني

تميز الاتصال المؤسسي

سوف يتم في هذا المطلب توضيح أهمية التميز المؤسسي وصناعته ومراحل وخطوات تحقيقه .

التميز المؤسسي :

يعبر التميز المؤسسي عن الناتج النهائي لكافة الأنشطة داخل المؤسسات بالقطاع الحكومي العام، والتي من شأنها تهدف لنقل البيانات والمعلومات فضلاً عن تبادلها، بهدف شرح وعرض الإجراءات والقرارات الحكومية وتعزيزاً لشرعيتها، وإيماناً بالقيم المعمول بها، بالإضافة إلى الحفاظ على التعاون داخل فئات المجتمع، بما يكفل لهم توافراً في الآراء، فإن لم تعمل جهات الاتصال الحكومية بشكل متميز وإن لم تكن جميعها، سيُفرضي هذا عدم تميز الإدارة بأكملها.(7)

توجهت المنظمات والمؤسسات إلى الارتقاء بالعمل وتقديمه بإمتهان ودقة، لأنه يعد أمراً شديداً الأهمية ، ولا يمكن بأي شكل عدم أخذه بعين الاعتبار أو تجاهله، وخصوصاً أننا نعيش في عصر السرعة والتطور والابتكار والتحضر و العلم والمعرفة ، وفي عصر تكثر فيه الكفاءات لذلك يجب التفرد بالإمتهان على المستوى الفردي كان أم على مستوى الشركات والمنظمات والمؤسسات، وخصوصاً

بعدما تطورت متطلبات أسواق العمل ، بدرجة كبيرة ، لأن الأسواق ومتطلبات الأعمال ؛ لا تقبل إلا بشروط متميزة ومحددة بالنسبة للتوظيف.(8)

يتوجب علينا وعلى جميع المجتمعات أن تجاري التغييرات وتواكب التطورات التي تحدث سواء في الوقت الراهن أم في المستقبل و بطريقة مستمرة ؛ والتركيز على هدف بلوغ التميزو تحقيق الأصالة في العمل ؛ لأن ميادين الأعمال المختلفة لا تقبل إلا المتميزين الذين يمتلكون العديد من المهارات المتنوعة في أهم المجالات، القادرين على تلبية احتياجات العمل وتنفيذ المهام الموكلة إليهم بطريقة متميزة.(9)

صناعة التميز المؤسسي :

لقد اعتدنا من وقت لآخر سماع الأخبار عن المؤسسات التي سطع نجمها ونالت مكانة مرموقة في الأسواق المحلية والعالمية ، لما قامت به من الإنجازات المتفردة والأعمال الناجحة. (10)

خطوات ومراحل التميز المؤسسي :

يرى البعض أن التميز المؤسسي لا بد من أن يعبر خلال درجات و مراحل متتالية حتى يبلغ أعلى مستوياته ومن بين تلك المراحل:

الخطوة الأولى :

في هذه الخطوة يتم تكوين فرق العمل في المؤسسات لرئاسة كفاءة الأداء والتحديث عليه ، وعلى هذه الايام أن تعمل على نشر التوعية الضرورية لغرض تحقيق التميز في الأداء ووضع الخطط الكاملة للوصول للتطويرات في الأداء المؤسسي.

الخطوة الثانية :

تعتبر هذه الخطوة هي خطوة التقييم الذاتي للمؤسسات، وما لاشك فيه أن هذه الخطوة تعتبر شديدة الأهمية والخطورة لإنجاز التميز، والوجود في الإنجازات المنشودة في المؤسسات، فعن طريق الإختبارات الذاتية تستطيع المؤسسات أن تتعرف على مكانم القوة ونقاط الضعف لديها في أقسامها المتعددة.

الخطوة الثالثة :

في هذه الخطوة يتم فيها تحديد الأهميات التطويرية للمؤسسة ، وبها يعرف مواطن القوة في الأداء المؤسسي، و الأماكن التي بحاجة إلى ترقية وتحديث، وفي هذه الخطوة يتم تحديد الثغرات السلبية التي تأثر في تطور المؤسسة وتكون عائقا للأهداف والرؤية .

الخطوة الرابعة :

يتم فيها تحديد الأولويات التطويرية للأداء المؤسسي تحديد الأوقات الزمنية لتنفيذ تلك الخطط المرسومة وتعيين الأهداف العامة ، وتحديد مكانة الأداء المخمن الوصول إليه في النهاية ، وتطبيق تلك الخطط المرسومة في الواقع ، كما يتم تعيين الممارسات الإستراتيجية المتبعة في العمل ، وتقسيم المهام وتعيين وقت الإنجاز المطلوب.

الخطوة الخامسة:

تعتبر هذه الخطوة مواصلة التقويم الأدائي ذو العلاقة بإتمام الخطط المرسومة للتطوير ، وفي هذه المرحلة يتم تشكيل فصائل متمرسين ، لمتابعة تقييمات الأداء ، وتقييم الممارسات الفعلية المرسومة بالخطوة ، كما يتم الإتفاق على الطرق المتبعة والأدوات التي سيتم استخدامها في عملية التقييمات ، وتحليلها ، للوصول إلى أفضل قدر ممكن من القرارات، المتوافقة معها. ويكون ذلك للتأكد من الاستمرارية في الأداء الذي ينتج عنه بلوغ أعلى المستويات في المؤشرات ، لضمان الأداء المؤسسي والجودة. (11)

المبحث الثاني

الدراسة التطبيقية وإجراءاتها المنهجية

يعد هذا المبحث الجزء الثاني من الدراسة ولقد احتوى على مطلبين المطلب الأول اشتمل على محتويات الدراسة المنهجية وإجراءاتها وتم في المطلب الثاني عرض وتحليل النتائج ومناقشتها :

المطلب الأول : الإجراءات المنهجية :

مجالات الدراسة :

المجال المكاني: تم اختيار وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - السودان لاجراء الدراسة التطبيقية.
المجال الزمني: الفترة من يناير 2020 - ديسمبر 2021م .

المجال البشري : يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بوزارة التعليم العالي السودانية وأساتذة الاتصال بالجامعات السودانية .

منهج الدراسة :

المنهج : هو المداخل المعتمدة التي يستخدمها الباحث في بناء النسق المعرفي في أي جملة ' والإجراءات والأساليب التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها.(12)
المنهج الوصفي : تستخدم البحوث الوصفية للتعرف على حقائق تفصيلية عن واقع محدد وتقديم وصف المشكلات والصعوبات وإصدار أحكام تقييمية .(13)

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي للتعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي بالتطبيق على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي خلال الفترة الزمنية للبحث و جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها بالدراسة التتبعية .

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث في هذه الدراسة العديد من الأدوات ومن بينها :

أ/ الاستبيان :

يتمثل في مجموعة من الأسئلة في موضوع ما توجه إلى عدد من الناس لاستطلاع آرائهم والحصول على معلومات تخدم الباحث في حل مشكلته ، واسئلة الاستبيان إما أن يكون مفتوحاً أو مغلقاً (14).

ب/ المقابلة :

تعتبر المقابلة محادثة حية وجهاً لوجه ولكن لهدف محدد وتتم المقابلة بين الباحث الذي يعرف ما يريد وبين المستجيب الذي لديه معلومات مرغوبة.(15)

في هذه الدراسة تم استخدام هذه الأداة لمعرفة آراء الخبراء والمختصين في مجال العلاقات العامة وأساتذة الجامعات بكليات الإعلام وممارسي العلاقات العامة بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي .

ج/ الملاحظة أو المشاهدة العلمية :

تتمثل الملاحظة في معرفة الظاهرة ومعرفة مدى صفاتها وخواصها الخفية وتمتاز الملاحظة العلمية بالدقة وصدق الهدف الذي تريد تحقيقه وتجمع بين الحس والعقل، وهي الملاحظة الدقيقة الظاهرة مع الاستعانة بأساليب البحث العلمي والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة .(16)

تصميم الاستمارة :

تم إعداد استمارة الاستبيان وفق أسس مناهج البحث العلمي. وصياغة الأسئلة على ضوء موضوع البحث وعنوانه وأهدافه وتسؤلاته . تم تحكيم صحيفة الاستبيان بواسطة عدد من الأساتذة المختصين في مجال الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة ثم تصميم استمارة الاستبيان بشكلها النهائي . (17)

المعالجات الاحصائية للبيانات :

بعد جمع الباحث للاستبانة من أفراد عينة الدراسة تم تفرغ في جدول وتحليلها إحصائياً بعد إدخالها جهاز الحاسوب حيث استخدم في ذلك برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية(SPSS)

المطلب الثاني: (عرض النتائج وتحليل البيانات)

سيتم في هذا المطلب توصيف البيانات ومناقشة النتائج .

لمعرفة آراء أفراد العينة حول محاور الاستبانة، ومن ثم الإجابة عن أسئلة الدراسة، قام الباحث بفحص استجابات أفراد العينة حول جميع عبارات محاور الاستبانة ومن ثم حساب التكرارات وتطبيق اختبار (كا2)) لتحديد مدى الدلالة الإحصائية لعبارات كل محور، وذلك من خلال مقارنة قيمة (كا2) المحسوبة مع قيمتها المقروءة من الجداول الإحصائية عند درجة حرية (4) وتحت مستوى دلالة 0.05 حيث قام الباحث بعرض النتائج وتحليل البيانات لمحاور الدراسة التطبيقية على النحو التالي :

أولاً - المحور الأول : البيانات الأساسية (البيانات الديمغرافية)

جدول رقم (1) يوضح أفراد العينة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة %
اقل من 30	3	2.8
30 و اقل من 35	28	26.4
35 و اقل من 40	3	2.8
40 و اقل من 45	21	19.8
45 فأكثر	51	48.1
المجموع	106	100.0

يلاحظ من الجدول أعلاه قلة الفئة العمرية أقل من ثلاثين عاماً حيث كانت نسبتها 2.8 وفي تقديري ربما يعود ذلك لعدم طرح وظائف جديدة للخريجين .

جدول رقم (2) يوضح أفراد العينة حسب النوع:

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	74	69.8
انثى	32	30.2
المجموع	106	100.0

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه تفوق نسبة عدد افراد العينة من الذكور على الاناث

جدول رقم (3)

يوضح أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	المؤهل الاكاديمي
.9	1	ثانوي
17.9	19	جامعي
24.5	26	ماجستير
56.6	60	دكتوراه
100.0	106	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ ارتفاع نسبة الحاملين مؤهلات عليا حيث بلغت نسبة الحاصلين على الماجستير 24.5% ونسبة الحاصلين على الدكتوراه 56.6% وهذا مؤشر جيد

جدول رقم (4)

يوضح أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

النسبة %	التكرار	المؤهل المهني
49.1	52	استاذ جامعي
5.7	6	موظف علاقات عامة
4.7	5	باحث
13.2	14	مدير
3.8	4	تقني
22.15	25	موظف
100.0	106	المجموع

وضح الجدول أعلاه توزيعات عدد أفراد العينة على ضوء المسمى الوظيفي حيث بلغت نسبة أساتذة الجامعات في كليات الاعلام نسبة 49.1% بينما كان مجموع نسبة الموظفين في مؤسسات التعليم العالي نسبة 50.9% بما فيهم مديري الإدارات وممارسي العلاقات العامة بالتعليم العالي

جدول رقم (5) يوضح أفراد العينة حسب الخبرة العملية .

النسبة %	التكرار	الخبرة
1.9	2	أقل من 5 سنوات
4.7	5	5 وأقل من 10 سنوات

10 وأقل من 15 سنة	55	51.9
15 سنة واطل من 20	11	10.4
20 سنة فأكثر	33	31.1
المجموع	106	100.0

من الجدول أعلاه نلاحظ ارتفاع نسبة سنوات الخبرة لأفراد العينة وكانت نسبة الخبرة أقل من خمسة سنوات بنسبة 1.9% وهذا يتفق مع تحليل الجدول رقم (1) الخاص بالفئة العمرية جدول رقم (6) يوضح أفراد العينة حسب عدد الدورات التدريبية

عدد الدورات	التكرار	النسبة %
دورة واحدة	53	50.0
دورتان	12	11.3
ثلاث	13	12.3
اربع	28	26.4
المجموع	106	100.0

من خلال الجدول يتضح أن 50% من أفراد العينة قد تلقوا دورة تدريبية واحدة في مجال العلاقات العامة وهذه النتيجة تبين احتياج الممارسين في مجال العلاقات العامة الى المزيد من التدريب لممارسة التطبيقات العملية للعلاقات العامة الرقمية في أداء مهامهم .

المحور الثاني: أهمية العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها في المؤسسات :

للإجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة والذي نصه ” ما أهمية العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها في المؤسسات؟ “قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لعبارات المحور الأول مستخدماً اختبار(كا2) والجدولان التاليان يبينان نتيجة التحليل:

جدول رقم (7) يوضح التكرارات التي حصل عليها الباحث من استجابات أفراد العينة حول المحور الثاني أهمية العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها في المؤسسات .

م	العبارة	درجة التواجد		
		الموافقة بشدة	الموافقة	محا لا لاوافق بشدة
1	منح التحول الرقمي طرقاً جديدة لممارسة وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي السودانية	53	47	4
2	أقسام العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي السودانية بحاجة إلى تبني المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة نتاج التحول الرقمي .	80	24	2
3	الاتجاه نحو العلاقات العامة الرقمية يساعد في الارتقاء بأداء مؤسسات التعليم العالي ويعمل على تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي	50	34	15
4	تلعب العلاقات العامة الرقمية دوراً مهماً في تحسين صورة مؤسسات التعليم العالي	50	40	13
5	تتمتع العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي بتخطيط وتنفيذ البرامج الرقمية التي تلبي رغبات الجمهور	50	29	17

جدول رقم (8) يوضح قيمة كا² المحسوبة و كا² المقروءة والتفسير والنتيجة بالنسبة للمحور

الثاني

م	الموافقة بشدة	درجة التواجد				لاوافق بشدة	قيمة كا ² المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كا ² المقروءة	التفسير	النتيجة
		محايد	لاوافق	الموافقة							
	53	4	2	47	-	84.113 ^a	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	80	2		24		91.547 ^b	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	50	15	7	34		42.302 ^a	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	50	13	3	40		55.434 ^a	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	50	17	10	29		34.755 ^a	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	

يتضح من الجدولين (8،7) أن قيمة "كا²" المحسوبة أكبر من "كا²" المقروءة من الجدول الأول الإحصائية في كل العبارات وبما أن الدلالة الاحصائية تكون لصالح التكرار الأكبر، فإن أفراد العينة قد كانت إجاباتهم في بالموافقة بشدة على أن ما ذكر من عبارات تحقق أهمية العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها.

المحور الثالث: أنشطة وخدمات العلاقات العامة الرقمية :

للإجابة عن تساؤلات هذا المحور من أسئلة الدراسة والذي نصه: ” ما أنشطة وخدمات العلاقات العامة الرقمية قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لعبارات المحور الثاني مستخدماً اختبار(كا2) والجدولان التاليان يوضحان نتيجة التحليل

جدول رقم (9)

يوضح تكرارات إستجابات أفراد العينة حول عبارات المحور الثالث

م	العبرة	درجة التواجد		
		الموافقة بشدة	الموافقة	محايد
		لاوافق بشدة	لاوافق	
1	تتّم إدارة العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي بنشر الأخبار الإلكترونية لجماهيرها	60	40	6
2	تتّم العلاقات العامة بتنظيم الفعاليات المختلفة باستخدام التقنية الرقمية .	49	31	14
3	أنت راضي عن خدمة التقديم الإلكترونية للقبول في الجامعات التي تقدمها وزارة التعليم العالي السودانية .	42	36	16
4	تتّم مؤسسات التعليم العالي بتقديم خدمات استخراج الشهادات وتوثيقها إلكترونياً	25	34	32
5	تتّم مؤسسات التعليم العالي بالرد إلكترونياً على استفسارات الجمهور	34	35	23

جدول رقم (10)

يوضح قيمة (كا2) ودلالاتها الإحصائية في عبارات المحور الثاني

م	الموافقة بشدة	درجة التواجد			لاوافق بشدة	لاوافق	قيمة كا2 المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كا2 المقروءة	التفسير	النتيجة
		الموافقة	محايد	لاوافق							
		لاوافق	محايد	لاوافق							
	60	40	6			42.189 ^b	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	49	31	14	12		33.698 ^a	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	42	36	16	9	3	54.660 ^c	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	
	25	34	32	15		8.340 ^a	3	9.488	غير دالة	الإحابة غير محددة	
	35	34	23	12	2	38.245 ^c	3	9.488	دالة	الموافقة بشدة	

يتضح من الجدولين (10 ، 9) أعلاه أن هناك فروقاً دالة إحصائياً لصالح التكرار الأكبر، أي أن أفراد العينة قد كانت إجاباتهم بالموافقة بشدة فيما عدا العبارة التي تحمل الرقم(4) كانت غير دالة إحصائياً وذلك على أن ما ذكر من عبارات يوضح أنشطة وخدمات العلاقات العامة الرقمية.

المحور الرابع: الوسائل الرقمية في العلاقات العامة :

للإجابة عن تساؤلات هذا المحور من أسئلة الدراسة والذي نصه ” ما الوسائل الرقمية في العلاقات العامة؟“ قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لعبارات المحور الثالث مستخدماً اختبار (كا2) والجدولان التاليان يوضحان نتيجة هذا التحليل .

جدول رقم (11)

يوضح تكررات إستجابات أفراد العينة لعبارات المحور الثالث

م	العارة	درجة التواجد		
		الموافقة بشدة	محايد	لاوافق بشدة
	الموقع الإلكتروني	28	48	5
	صفحة الوزارة / الفيس بوك	33	26	19
	منصة يوتيوب	20	41	5
	المدونات الشخصية	27	37	15
	النشرات والكتيبات	41	31	6
	الصحف الإلكترونية	51	38	4
	المصادر الإلكترونية الإعلامية	62	40	4

جدول رقم (12) يوضح قيمة (كا2) ودلالاتها الإحصائية في عبارات المحور الثالث

م	الموافقة بشدة	الموافقة	درجة التواجد			الاحتمال غير محددة	القياس	النتيجة
			لاوافق بشدة	محايد	لاوافق			
	28	48	5	25	35.057 ^a	دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	33	26	19	28	3.811 ^a	دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	20	41	5	29	38.717 ^c	دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	27	37	15	27	9.170 ^a	غير دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	41	31	6	28	24.642 ^a	دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	51	38	4	13	53.623 ^a	دالة	قيمة كا2 المقرونة	
	62	40	4	4	48.528 ^b	دالة	قيمة كا2 المقرونة	

يتضح من الجدولين رقم (11، 12) أعلاه أن هناك فروقاً دالة إحصائياً لصالح التكرار الأكبر، أي أن أفراد العينة قد كانت إجابتهم بالموافقة بشدة والموافقة فيما عد العبارة التي تحمل الرقم(4) غير دالة إحصائياً على أن ما ذكر من عبارات يوضح الوسائل الرقمية في العلاقات العامة ،ويرى الباحث أن ما تمت الموافقة عليه من يثبت فعلاً مدى تواجد الوسائل الرقمية في العلاقات العامة .

المحور السادس: مشكلات العلاقات العامة الرقمية التي تحول دون تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي:

للإجابة عن السؤال السادس من أسئلة الدراسة والذي نصه ” ما مشكلات العلاقات العامة الرقمية التي تحول دون تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي ؟ قام الباحث بإجراء التحليل

الإحصائي لعبارات المحور السادس مستخدماً التكرارات والنسبي المثوية والجدول التالي يوضح نتيجة هذا التحليل :

جدول رقم (17)

يوضح تكرارات استجابات أفراد العينة لعبارات المحور السادس

م	العارة	التكرارات	النسب
1	ضعف تدريب العاملين في العلاقات العامة على الوسائل الرقمية	19	17.9
2	عدم كفاية الوسائل الاتصالية الرقمية	17	16.0
3	عامل السن يؤثر على قدرات العاملين في العلاقات العامة لمواكبة التطور التقني	15	14.2
4	المهام اليومية التقليدية تحول دون وجود وقت كافي لممارسة العلاقات العامة الرقمية	34	32.1
5	يفضل مديرو العلاقات العامة الوسائل التقليدية على الحديثة	21	19.8

النتائج والتوصيات

أولاً - النتائج :

من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة مايلي :

1- بينت الدراسة أهمية العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها في المؤسسات

من وجهة نظر أفراد العينة من خلال الآتي :

أ/ منح التحول الرقمي طرقاً جديدة لممارسة وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي السوداني

ب/ أكدت الدراسة أن وحدات وأقسام العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي السودانية بحاجة إلى تبني المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة نتاج التحول الرقمي .

ج / أمن أفراد العينة إلى أن الاتجاه نحو العلاقات العامة الرقمية يساعد في الارتقاء بأداء مؤسسات التعليم العالي ويعمل على تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي، ويعمل على تحسين صورة مؤسسات التعليم العالي.

2- أكدت الدراسة رضاء الجمهور عن الخدمات التي تقدمها الوزارة باستخدام التقنية الرقمية في مجالات الإعلام والنشر الإلكتروني وخدمة التقديم الإلكتروني للقبول لمؤسسات التعليم العالي فيما أشاروا إلى ضعف الخدمة الإلكترونية لتوثيق الشهادات والمؤهلات الأكاديمية .

3- من أهم الخدمات التي تقدمها وزارة التعليم العالي باستخدام التقنية الإلكترونية :
أ/ بنشر الأخبار الإلكترونية للجمهور .

ب/ بتنظيم الفعاليات المختلفة .

ج/ خدمة التقديم الإلكتروني للقبول في الجامعات والمعاهد العليا .

د/ خدمة الرد الآلي لاستفسارات الجمهور .

4- بين أفراد العينة موافقتهم عن رضائهم بشدة استخدام إدارة العلاقات العامة بالتعليم العالي للوسائل الرقمية ماعدا وسيلتي (اليوتيوب والمدونات الإلكترونية) وجاء ترتيبها على النحو التالي :

أ/ المنصات الإلكترونية الإعلامية .

ب/ الصحف الإلكترونية .

ج/ النشرات والكتيبات.

د/ صفحة الوزارة على الفيس بوك .

هـ/ الموقع الإلكتروني للوزارة على شبكة الويب .

5- أكدت الدراسة على الدور الذي تقوم به الرسائل الرقمية في العلاقات العامة لتحقيق أهداف الاتصال التنظيمي في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وذلك من خلال الأدوار الآتية :

أ/ تعمل الرسائل الرقمية إلى زيادة الثقافة المهنية لدى العاملين بمؤسسات التعليم العالي السودانية .

ب/ تعمل الرسائل الرقمية على تنشيط الاتصال الصاعد والهابط والأفقي في مؤسسات التعليم العالي السودانية .

ج/ تهدف الرسائل الرقمية التي توجهها العلاقات العامة إلى توسيع دائرة مشاركة العاملين في عمليات اتخاذ القرارات .

د/ تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد الرسائل الرقمية التي تعمل على تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بمؤسسات التعليم العالي السودانية .

6- من أهم مزايا العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي بوزارة التعليم

العالي والبحث العلمي بالترتيب وفق وجهة نظر أفراد العينة :

أ/ تعمل توفير الوقت والجهد.

ب/ تحقيق جودة الخدمات الإلكترونية .

ج/ تحقيق الانتشار الواسع والعالمية .

د/ تعزيز التفاعلية بين القوائم بالاتصال والجمهور .

هـ/ تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة .

7- بينت الدراسة إنه من أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية و

تحول دون تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي وفق وجهة نظر المبحوثين من أفراد العينة على النحو

الآتي :

أ/ المهام اليومية التقليدية تحول دون وجود وقت كافي لممارسة العلاقات العامة الرقمية بنسبة

32.1% .

ب/ اتجاه بعض المديرين بتفضيل استخدام الوسائل التقليدية العلاقات العامة وضعف دعمهم

وتشجيعهم للوسائل الحديثة للعلاقات العامة الرقمية بنسبة 19.8% .

ج/ ضعف تدريب العاملين في العلاقات العامة على استخدام الوسائل الرقمية بنسبة 17.9% .

د/ عدم توفر الوسائل الاتصالية الرقمية الكافية التي تساعد ممارسي العلاقات العامة في تأدية

مهامهم بنسبة 16.0% .

هـ / عامل السن يؤثر على قدرات العاملين في العلاقات العامة لمواكبة التطور التقني بنسبة

14.2% .

ثانياً - التوصيات والمقترحات :

من أهم التوصيات والمقترحات التي قدمتها هذه الدراسة :

1- النظر في إعادة هيكلة ادارة العلاقات العامة والإعلام بوزارة التعليم العالي

والمؤسسات السودانية المماثلة لها بما يناسب التحولات الرقمية في العصر الحديث .

2- تطوير وحدات إدارة العلاقات العامة والعلام بوزارة التعليم العالي ونظيراتها من

المؤسسات السودانية والعربية باضافة أقسام جديدة تواكب التطور الرقمي بدلاً عن

وحدات الإعلام التقليدي مثل قسم للرؤية البصرية وقسم للعلاقات العامة الرقمية يختص

- بإدارة المحتوى الرقمي وتصميم الرسالة الرقمية وقسم للنشر الرقمي وقسم للرصد والمتابعة الرقمية .
- 3- ربط إدارات العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي في بوتقة واحدة لرسم خارطة عمل استراتيجي يخدم هذه المؤسسات بشقيها الحكومي والأهلي والأجنبي .
- 4- ضرورة تحسين بيئة العمل بتوفير أدوات ووسائل الإعلام الرقمية
- 5- الاهتمام بتدريب العاملين في مجال العلاقات العامة على استخدام الوسائل الرقمية وتطبيقاتها المختلفة .
- 6- توفير التمويل اللازم لتطوير العلاقات العامة .
- 7- توفير وسائل العلاقات العامة الرقمية وإنشاء منصات للتواصل الإلكتروني وتفعيل وسائل التواصل الرقمية .
- 8- تقاسم الخدمات الإلكترونية المختلفة للجمهور وتلبية احتياجاتهم باستخدام وسائل العلاقات العامة الإلكترونية .
- 9- تكوين هيئة إشرافية لتطوير العمل بإدارات الاتصال المؤسسي من أساتذة الاتصال والعلاقات العامة بالجامعات الموجودين داخل وخارج السودان .
- 10- الاستفادة من التجارب الناجحة في مجال العلاقات العامة الرقمية والاتصال المؤسسي الناجح مثل تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة .

الخاتمة :

تناولت هذه الدراسة دور العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف الاتصال المؤسسي بالتطبيق على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي .

احتوت هذه الدراسة على ثلاث محاور حول مفهوم العلاقات العامة الرقمية ودورها في صناعة التميز المؤسسي بينما تناول المحور الأخير منها الدراسة التحليلية وعرض البيانات ومناقشتها مع واقع ممارسة العلاقات العامة الرقمية في مؤسسات التعليم العالي من خلال الدراسة الوصفية التحليلية لصحيفة الاستبيان. أشارت الدراسة في نهايتها إلى جملة من المقترحات والتوصيات الخاصة بتطوير الأداء في مجال العلاقات العامة باستخدام التقنية الرقمية وذلك لمواكبة التحول الرقمي في العصر الحديث. من خلال هذه الدراسة قصد الباحث التأكيد على أهمية البحث العلمي في وضع الأسس العلمية

للممارسة التطبيقية للعلاقات العامة الرقمية المهنية بوحدات الاتصال المؤسسي في المؤسسات المختلفة وفي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بصفة خاصة .

المراجع والمصادر:

- (1) موقع فنون العلاقات العامة على الشبكة الدولية للمعلومات ، <https://3alagat.blogspot.com>
 - (2) موقع مجلة المنهل على الشبكة الدولية للمعلومات ، <https://almanalmagazine.com>
 - (3) موقع البحث ويكيبيديا على الشبكة الدولية للمعلومات ، <https://ar.wikipedia.org>
 - (4) حسين محمود هيثمي كتاب العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ص 98 سنة 2017 .
 - (5) غريب ، غريب (2003م) . الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، جمهورية مصر العربية ، ص 43.
 - (6) فتحي ، محمد (2018م) . الذكاء الاصطناعي.. مبدع في العلاقات العامة مقال منشور | صحيفة الخليج (alkhaleej.ae) ، الاطلاع الساعة 1:00 بتاريخ 22 مايو 2021م.
 - (7) Riordan, M. (2008): «Odierno bien Pero communion mal: analisis de las Rutina's de la Comunicaciones Governmental», Revest del CLAD Reformat y Riorda 2008 p28
 - (8) بادي، سوها م (2014) الاستخدام الحكومي العربي لتكنولوجيا المعلومات في عالم فائق الاتصال التقرير العالمي لتكنولوجيا...مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات ، مج1، ع1، المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات، الصفحات: 67 - 92 .
 - (9) سمير حسين وخالد مرغلاني، إدارة العلاقات العامة، في الأجهزة الحكومية المملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة، الطبعة 2، بدون تاريخ.162..
 - (10) سمير حسين و خالد مرغلاني، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة، الطبعة 2، ص 163 .
 - (11) حسين، سمير وخالد مرغلاني، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة، الصفة حة رقم 163.
 - (12) د. عبدالرحمن أحمد عثمان : مناهج البحث العلمي (الخرطوم: دار جامعة إفريقيا العالمية) ص 100.
 - (13) د. صالح بن أحمد العساف : مدخل الي علم البحث العلمي (الرياض: دار البيكان 1995)ص 193.
 - (14) عبد الطيف محمد العبد " مناهج البحث العلمي" (القاهرة' : مكتبة النهضة طبعة بدون تاريخ) ص 4
 - (15) د. أحمد بدر "مناهج البحث في علم المعلومات" ص 178 .
 - (16) د. وجيه محجوب "أصول البحث العلمي ومناهجه ، الأردن دار المناهج للنشر التربوي بدون تاريخ ط1ص 169
 - (17) قام بتحكيك استمارة الدراسة وأوصوا بصلاحياتها لتحقيق أهداف الدراسة الأستاذة الأجلء الاتية اسمؤهم :
- 1- د.مرتضى الشنبر الحسن أستاذ مشارك بقسم الاعلام بجامعة وادى النيل .
 - 2- الاستاذ الدكتور خليل محمد أمين الشئون العلمية والعميد السابق لكلية الاعلام بجامعة غرب كردفان السودان.
 - 3- الأستاذ الدكتور أحمد عمر الاستاذ بقسم العلاقات العامة بكليات برودة الأهلية بالمملكة العربية السعودية .
 - 4- د. خالد ابراهيم استاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال بجامعة الشارقة دولة الإمارات العربية المتحدة