

أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية وعلاقتها بتعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين

زينب حسين قطب

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

د. مؤمن جبر عبدالشافي

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المخلص

مقدمة: تعتبر العلاقات العامة إحدى أهم الأفرع في المؤسسات والشركات المختلفة، خاصة بعد التطور التكنولوجي واستفادة العلاقات العامة الرقمية بالقطاعات المختلفة منه، فأصبحت أكثر تطوراً في التواصل مع الجماهير العريضة وأيضاً القدرة على معرفة رجع الصدى للتعرف على السلبيات واليجابيات وتحقيق التأثير المنشود.

الاهداف: هدفت الدراسة إلى التعرف دور أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية (وزارتى الدفاع والداخلية) في تعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين، والكشف عن أسباب استخدام المراهقين للعلاقات العامة وتفضيلاتهم لأدواتها ووسائلها كما تهدف للتعرف أكثر الاستمالات الإقناعية تفضيلاً للمراهقين.

المنهج: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح.

الادوات: استخدمت الدراسة أداة استمارة استبيان بالتطبيق على عينة من المراهقين المستخدمين لوسائل العلاقات العامة وأنشطتها قوامها ٤٠٠ مفردة، وتم التطبيق على العينة من خلال أداة استمارة الاستبيان على مجموعة طلاب وطالبات الجامعات من المرحلة العمرية (٢١- ١٨) في الجامعات الحكومية والخاصة والتعرف على التباين بين آرائهم واتجاهاتهم.

النتائج: جاءت درجة متابعة المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية (الداخلية- الدفاع) بصفة (نعم) بنسبة ٥٤,٨% من إجمالي العينة بالترتيب الأول، يليها بصفة (أحياناً) بنسبة ٤٣,٨%، وأخيراً بصفة (لا) بنسبة ١,٤% من إجمالي العينة، وفيما لفق المبحوثون على طريقة "الراديو" في المركز الخامس بوزن مرجح ٧٨٤ نقطة وبنسبة ١٠,٥٨% لوزارة الدفاع وبوزن مرجح ١٠٢٦ نقطة بنسبة مئوية. من ٩,٤٤% لوزارة الداخلية، كما لفق المبحوثون على طريقة "الصحف" في المرتبة السادسة، وبوزن مرجح ٧٦٤ نقطة، وبنسبة ١٠,٣% لوزارة الدفاع، وبوزن مرجح ٩٢٥ نقطة بنسبة ٨,٤% لوزارة الداخلية. كما جاءت نسبة اهتمام إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية (الدفاع- الداخلية) بتدريب القائمين على العلاقات العامة ٨٩% في وزارة الدفاع، حيث يوجد مراكز متخصصة لتدريب الكوادر الإدارية، وجاءت في وزارة الداخلية بنسبة ٧٥% كما أثبت تخصيص ميزانية للتدريب الدورى وعلى جميع الأصعدة من أجل تحقيق التأثير المنشود، وتبين من نتائج الفروض وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية.

The role of Public relations activities of the security institutions in promoting Egyptian identity among adolescents

Aims: The main objective of the study is to: Identify the role of public relations activities in security institutions in enhancing the Egyptian identity among adolescents, identify the public relations activities provided by security institutions (Ministry of Interior- Ministry of Defense), and monitor the similarities and differences between males and females of the study sample at the level of Egyptian identity They have.

Public relations is one of the most important relationships in institutions and companies, especially after technological development and benefiting from digital public relations in sectors including them. It has become more sophisticated in communicating with broad audiences and being able to hear echoes to identify negatives, positives, influences and references. With the developments of the era and the accompanying technological changes, new means of innovation, promotion and propaganda, and new mechanisms to improve the mental image of the authorities and institutions, public relations began to be looked at in a different way, to develop its function from this framework, in order to provide more effective roles, through various communicative activities. The study aimed to identify the role of public relations activities in security institutions (the Ministries of Defense and Interior) in enhancing the Egyptian identity among adolescents, and to reveal the reasons for adolescents' use of public relations and their preferences for its tools and means. The study used a questionnaire tool by application on a sample of adolescents who use public relations means and their activities, consisting of 400 individuals, and the application was done on the sample through the questionnaire tool on a group of university students from the age group (21- 18) in public and private universities and to get acquainted with them. On the difference between their opinions and tendencies.

- بالمؤسسات الأمنية.
٢. الكشف عن أسباب متابعة المراهقين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية.
٣. معرفة اتجاهات المراهقين عينة الدراسة حيال أنشطة العلاقات بالمؤسسات الأمنية في تعزيز الهوية المصرية.

دراسات سابقة:

١. دراسة أميرة محمد زعزع وداليا أحمد عبد الوهاب (٢٠٢٠)، بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في التصدي للشائعات بالمؤسسات الحكومية المصرية وعلاقتها بتحسين الصورة الذهنية".^(١) هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الشائعات، وخطورتها على صورة المؤسسات الحكومية، والكشف عن تأثير أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية داخل المؤسسات الحكومية. تنتمي الدراسة إلى الدراسات التجريبية، واستخدمت المنهج التجريبي. وتم تطبيق الدراسة على مجموعة من الشائعات الموجهة للمؤسسات الحكومية، ورد المؤسسات الحكومية على تلك الشائعات، وتم الحصول عليها من المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، بالإضافة لعينة عمدية من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٢٠ طالب وطالبة من طلاب جامعة المنصورة، واعتمدت الدراسة على الاختبار القبلي والبعدي لنفي الشائعات بالتطبيق على الشباب الجامعي عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها يساهم نفي الشائعات في تكوين البنية المعرفية وإثرائها وتطويرها لدى الأفراد، وذلك بإمدادهم بالمعلومات الصحيحة، والتي لا يكتبها الفرد بخبرته الشخصية، وتتكون لديه بنية معرفية غنية بالمعلومات، وتؤكد النتائج أنه كلما تعرض الفرد للمعلومات بشكل كثيف وصحيح تتحسن الصورة الذهنية للمؤسسات لديه بشكل أفضل، وإنشاء مركز إعلامي وبحثى تابع لإدارة العلاقات العامة بكل مؤسسة حكومية للسيطرة على الشائعات ويعمل على تتبع مصادرها وتحليلها ونفيها على أسس علمية، ونشر ثقافة التعامل معها، ومهاجمة مصدرها.

٢. دراسة عبدالله بن عبده بن جردى الحمدي (٢٠٢٠)، بعنوان "مدى استخدام اللغة العربية في إدارات العلاقات العامة في المنشآت الخدمية بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية".^(٢) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام اللغة العربية في إدارات العلاقات العامة في المنشآت الخدمية بالمملكة العربية السعودية، ودراسة دور إدارات العلاقات العامة في المنشآت الخدمية التي تتضمنها عينة الدراسة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها ٦٠٠ مفردة من العاملين والمتعاملين (الجمهور الخارجي) مع إدارات العلاقات العامة في ثلاث من الشركات الخدمية العاملة في قطاعات الاتصالات والفنادق والمستشفيات بالمملكة كمثل المنشآت الخدمية، وذلك بالتطبيق على المقابلة الشخصية واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها انخفاض مستوى استخدام اللغة العربية في إدارات العلاقات العامة بالمنشآت الخدمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وعدم وجود فروق في مستوى استخدام اللغة العربية في إدارات العلاقات العامة بين قطاعات الاتصالات والفنادق والمستشفيات.

٣. دراسة إيمان سامي حسين (٢٠١٧)، بعنوان "دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب: دراسة تطبيقية على العملية العسكرية بالمملكة العربية السعودية: عاصفة الحزم".^(٣) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية في المجتمع السعودي، ورصد أساليب العلاقات العامة الرقمية في تناولها للأزمات السياسية وأزمة عاصفة الحزم، وكذلك التعرف على أدوات العلاقات العامة الرقمية في معالجة أزمة عاصفة الحزم. تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، بينما تم الاعتماد على المنهج المسحي لأنه من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة. يتمثل مجتمع الدراسة في المواقع

تعتبر العلاقات العامة أحد الأفرع الهامة في مجال الإعلام، إذ تزيد أهميتها ودورها في المؤسسات والشركات المختلفة، خاصة مع ازدياد مجال المنافسة من ناحية، والتشويه الذي يطال بعض المؤسسات الأخرى.

ومع تطورات العصر وما صاحبه من متغيرات تكنولوجية، ووسائل جديدة في الابتكار والترويج والدعاية، وآليات جديدة لتحسين الصورة الذهنية للجهات والمؤسسات، بدأ النظر للعلاقات العامة بشكل مغاير، لتتطور وظيفتها عن هذا الإطار، لكي تقدم أدواراً أكثر فاعلية، من خلال الأنشطة الاتصالية المختلفة.

وتعتبر المؤسسات الأمنية (وزارة الدفاع- وزارة الداخلية) في جمهورية مصر العربية من أبرز الأمثلة على تطوير نظرتها لأجهزة العلاقات العامة بداخلها، من خلال سعيها لتعزيز أنشطة تلك الأجهزة بداخلها لتقديم أدوار جديدة تحقق أهداف المؤسسة عبر أدوات اتصالية وإعلامية جديدة فرضتها متغيرات العصر.

ومن هنا فإن الدراسة تسعى إلى التعرف على دور أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية (وزارة الدفاع- وزارة الداخلية) في تعزيز الهوية الوطنية لدى المراهقين المصريين، وذلك من خلال الأنشطة الإعلامية والاتصالية التي تقدمها تلك الأجهزة للجمهور، بالاعتماد على الوسائل المختلفة.

مشكلة الدراسة:

تزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة خلال السنوات الأخيرة، فلم يعد من الممكن اغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي مؤسسة، بالرغم من اختلاف درجة الاهتمام بها، وإدراك مفومها الحقيقي من مؤسسة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى،^(٤) حيث تعد العلاقات العامة حلقة الوصل التي تربط بين المنشأة وبين الجمهور، وهي المسؤولة عن إيجاد التفاهم وتهيئة المناخ المناسب والعلاقات الطيبة المستمرة وتحسين الصورة بصفة دائمة في أذهان الجماهير، وذلك عن طريق رجالها الذين تتحدد مهامهم في وظائف مهمة.^(٥)

وتعتبر الهوية الوطنية أحد أبرز السمات الأساسية في تكوين شخصية الفرد، ومن الضروري تعزيزها داخل جيل النشء وهم مازالوا في مرحلة التشكيل، خاصة في ظل الانفتاح الحادث على مستوى العالم من خلال شبكة الانترنت والتطورات التكنولوجية المتلاحقة.

وللمزيد من التوضيح ولبلورة المشكلة البحثية قامت الباحثة بزيارة لإدارة الشؤون المعنوية التابعة للقوات المسلحة التابعة لوزارة الدفاع، من أجل التعرف على أنشطة العلاقات العامة المقدمة، وتبين تنوع الوسائل والآليات المستخدمة في هذا الصدد، من خلال الحملات الإعلامية والتوعوية الموجهة للجمهور، وما يقدم عبر الموقع الرسمي للوزارة على شبكة الانترنت، وكذلك التوجيهات المتنوعة، بالإضافة إلى تنظيم زيارات ميدانية في الجامعات والمدارس للأماكن والرموز التاريخية والمشروعات القومية.

وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دور أنشطة العلاقات العامة المقدمة في المؤسسات الأمنية في تعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين؟

أهمية الدراسة:

١. الأهمية النظرية: دور المؤسسات الأمنية عينة الدراسة في حياة المواطن والجمهور المصري بشكل عام، ومنهم شريحة وفئة المراهقين، وذلك للتقارب الشديد بينها وبين الجمهور، والتي لها العديد من الإدارات التي تقدم خدمات للجمهور بشكل مباشر، مما يستدعي رصد العلاقة بين تلك المؤسسات والجمهور بصفة عامة والمراهقين على وجه الخصوص.

٢. الأهمية التطبيقية: الخروج بنتائج تفيد العاملين في مجال العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة في كيفية تحقيق الاستفادة القصوى من أنشطة العلاقات العامة في تعزيز بعض المفاهيم والتواصل مع الجمهور.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على تفضيلات المراهقين للوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة

والإدارات المحلية في ٥٠ مدينة أمريكية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أظهر أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل منها ظروف العمل، ومدى توفر المعارف والمهارات لدى العاملين وطبيعة الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أربعة تكتيكات اتصالية مستخدمة لدى الإدارات محل الدراسة: وهى نشر المعلومات عن المنظمة، تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة، دعم مشاركة الجمهور والحوار معه وأخيراً، دعم التعاون والتواصل بين العاملين بالإدارة أو الجهة الحكومية.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. ركزت معظم الدراسات السابقة على العلاقات العامة بأشكالها المختلفة في محاولة لرصد التعرف على تأثيرها ودورها في تحقيق بعض المهام، بينما لم يظهر الربط بينها وبين مفهوم الهوية سواء الوطنية أو المصرية.
٢. استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية واختيار نوع ومنهج الدراسة أيضاً.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدل متابعة المراهقين لأنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية؟
٢. إلى أى مدى يرى المراهقين أن هناك دوراً لأجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية في تعزيز الهوية المصرية لديهم؟
٣. ما الأساليب التي يفضلها المراهقين عينة الدراسة في أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية؟

فروض الدراسة:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية.

التعريفات الإجرائية:

١ أنشطة العلاقات العامة: المقصود بها مجموعة الأنشطة الإعلامية المختلفة التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية (وزارة الدفاع- وزارة الداخلية) والتي تهدف لتحسين صورة المؤسسة، وتساهم في تعزيز الهوية المصرية لدى الجمهور بشرائحه المختلفة، وذلك من خلال مجموعة من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

٢ الهوية المصرية: هى مجموعة السمات والقيم والعادات والتقاليد التي تميز جمهورية مصر العربية، وتتمثل في ثمانية أبعاد، هي: (الانتماء والوطنية- الثقافة المصرية- الدين والعقيدة- اللغة العربية- الأخلاقيات- الحفاظ على الدولة واستقرارها- المشاركة بين الشعب والدولة في عملية التنمية- عادات وتقاليد المجتمع).

نوع منهج الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، بينما تعتمد على منهج المسح بالعينة.

متغيرات الدراسة:

- ١ المتغير المستقل: أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية.
- ٢ المتغير الوسيط: النوع (ذكور- إناث).
- ٣ المتغير التابع: الهوية المصرية لدى المراهقين.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات، ورصد تقضيات المراهقين للوسائل التي تستخدمها أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية، ودور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية المصرية لديهم.

مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة الميدانية في المراهقين المتعرضين لأنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية (وزارة الدفاع- وزارة الداخلية) بجمهورية مصر العربية، في المرحلة السنوية ١٨ عاماً من الذكور والإناث، بينما تتمثل عينة الدراسة الميدانية في عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين، وذلك من محافظة القاهرة الكبرى.

الإلكترونية السعودية، كما يضم مجتمع الدراسة الشباب السعودي. تم اختيار عينة عمدية من الشباب قوامها ٤٠٠ مفردة. واستخدمت الدراسة أداتي استمارة الاستبيان وصحيفة تحليل المضمون لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها ارتفاع نسبة الأشخاص الذين فضلوا المواقع المتنوعة لتصل نسبتها إلى ٥٩,٥% يليها المواقع السياسية والتي سجلت نسبة ٥٦,٨%، يليها المواقع الاجتماعية والتي كانت نسبتها ٥٣,٨%، وتساوت المواقع الاخبارية والمواقع الدينية حيث كانت نسبتهم ٥٢,٥%، وبلغ عدد الأشخاص الراضين بشدة عن معالجة المواقع الإلكترونية السعودية أعلى نسبة حيث وصلت إلى ٥٠%، يليهم الأشخاص الراضين بنسبة ٣٥,٥%، ويوجد حرص واضح لدى المواقع الإلكترونية السعودية على استغلال كامل الامكانيات المتاحة على شبكة الانترنت.

٤. دراسة مها مختار حسن (٢٠١٥)، بعنوان "أثر تقديم المؤسسات الأمنية المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها: دراسة تحليلية ميدانية"^(١) هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل علاقة الأطر الاخبارية المستخدمة في تغطية أداء المؤسسة الأمنية باتجاهات الشاب تجاه المؤسسة، والكشف عن تأثير عدد من المتغيرات الوسيطة التي تحكم العلاقة بين الأطر الصحفية لتغطية أداء المؤسسة الأمنية واتجاهات الشباب المصري نحوها، وهى متغيرات المعرفة السياسية والانغماس السياسى والمتغيرات الديموجرافية، وكذلك التعرف على المكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاتجاهات الشاب نحو أداء المؤسسة الأمنية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بينما استخدمت أداتين لجمع البيانات هما صحيفة الاستقصاء، وتحليل الخطاب الخبري، بالإضافة إلى تحليل المضمون. وتمثلت عينة الدراسة فى عينة من صحف (الأخبار: قومي)، (الوفد: حزبي)، (المصري اليوم: خاصة)، وتمثلت عينة الأحداث الخاضعة للدراسة فى (قطاع الأمن العام- الأمن المركزى- مصلحة السجون- قطاع أمن المنافذ والشرطة المتخصصة (المرور والدفاع المدني)- شرطة الرئاسة- قطاع الأمن الاجتماعى- قطاع مباحث أمن الدولة وجهاز الأمن الوطني). وتمثلت فترات التحليل فى (ثورة يناير ٢٠١١- فترة حكم المجلس العسكرى- فترة حكم الاخوان- فترة ما بعد ٣٠ يونيو)، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية فى عينة من الشباب من طلاب وأطباء ومهندسين ومبرمجين بدءاً من سنة ١٨ سنة حتى سن ٣٥ سنة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب نحو المؤسسة الأمنية، وبين كل من الصحف (القومية- الحزبية- الخاصة)، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء تداخل العوامل السياسية والتاريخية والاجتماعية التي تساهم فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو المؤسسة الأمنية، حيث أن القضايا الأمنية قضايا جدلية وخلافية وتنتم بالخصوصية منذ قديم الأزل، وأن أكثر الوسائل التي اعتمد عليها الشباب ليستقى منها معلوماته من الأحداث الأمنية جاءت وفقاً للترتيب التالي: الانترنت بنسبة ٧٣,٨%، ثم التلفزيون بنسبة ٦١,٨%، ثم الصحف ٣٥,٤%، ثم الأهل والأصدقاء بنسبة ٣٢,٤%، وأخيراً الاحتكاك المباشر برجال الأمن بنسبة ١٧,١%، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعى على رأس المواقع التي يتابع الشباب من خلالها الأحداث الأمنية فى البلاد وأداء المؤسسة الأمنية بمعدل ٦٩%، ثم جاءت فيديوهات YouTube فى المركز الثانى بمعدل ٤١,٧%، ثم المواقع الإخبارية بمعدل ٣٦,٦%، ثم جاءت المواقع الرسمية لقطاعات وزارة الداخلية بمعدل ٧,٦%، وجاء فى المركز الأخير المدونات بنسبة ٢,٨%.

٥. دراسة (Gustavo and Eric (2013)، بعنوان "Social Media use in local government: Linkage of technology, task, and Organizational context"^(٢). حملت عنوان استخدام الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعى، إلى التعرف على التكتيكات المستخدمة عبر هذه الوسائل، وذلك من خلال استبيان على عينة من ٢٥٠ مفردة من مديرى الحكومات

بوزن مرجح ٩٢٧ نقطة بنسبة ١٢,٥١%، ثم وسيلة "الصفحة الرسمية للمؤسسات الأمنية على موقع فيسبوك" في الترتيب الثالث بوزن مرجح ٨٢٧ نقطة بنسبة ١١,١٦%، وجاءت في الترتيب الرابع وسيلة (مؤتمرات وندوات) بوزن مرجح ٨٢٠ نقطة بنسبة ١١,٠٧%، ثم وسيلة "الإذاعة" في الترتيب الخامس بوزن مرجح ٧٨٤ نقطة بنسبة ١٠,٥٨%، وجاءت وسيلة "الصحف" في الترتيب السادس بوزن مرجح ٧٦٤ نقطة بنسبة ١٠,٣١%، ثم وسيلة (قناة الوزارة على موقع اليوتيوب) بوزن مرجح ٧٦٣ نقطة بنسبة ١٠,٣٠%. أما في الترتيب الثامن فجاءت وسيلة (مطبوعات وملصقات) بوزن مرجح ٧٤٧ نقطة بنسبة ١٠,٠٨%، وأخيرا جاءت وسيلة (الصفحة الرسمية على موقع "تويتر") بوزن مرجح ٧٤٢ نقطة بنسبة ١٠,٠١%.

درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بوزارة الداخلية:

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بوزارة الداخلية

الترتيب	وزارة الداخلية							درجة المتابعة	الوسائل
	الوزن المرجح		نادرا		دائما		ك		
	الوزن المئوي	النقاط	%	ك	%	ك			
٦	٨,٥١	٩٢٥	٣٨,٤	١٥١	٣٩,٨	١٥٧	٢١,٨	٨٦	الصحف
٢	١٧,٣٥	١٨٨٥	٣,٣	١٣	٤٣,٩	١٧٣	٥٢,٨	٢٠,٨	التلفزيون
٥	٩,٤٤	١٠٢٦	٢٧,٤	١٠٨	٤٦,٧	١٨٤	٢٥,٩	١٠,٢	الإذاعة
٩	٥,٠٨	٥٥٢	٣٠,٥	١٢٠	٥٧,٤	٢٢٦	١٢,١	٤٨	مطبوعات وملصقات
٨	٥,٩٦	٦٤٨	٢٥,١	٩٩	٥٩,٤	٢٣٤	١٥,٥	٦١	مؤتمرات وندوات
١	٢٠,٤٨	٢٢٢٥	٥,١	٢٠	٣٢,٧	١٢٩	٦٢,٢	٢٤٥	شبكة الانترنت
٣	١٤,١٥	١٥٣٧	٢٠,١	٧٩	٣٨,٨	١٥٣	٤١,١	١٦٢	الصفحة الرسمية للمؤسسات الأمنية على موقع فيسبوك
٧	٦,٥٠	٧٠٦	٤٢,٢	١٦٦	٤٢,٦	١٦٨	١٥,٢	٦٠	الصفحة الرسمية على موقع تويتر
٤	١٢,٤٧	١٣٥٥	٣٥,٥	١٤٠	٣٠,٢	١١٩	٣٤,٣	١٣٥	قناة الوزارة على موقع اليوتيوب
	١٠٠				١٠٨٥٩				مجموع الأوزان

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها: جاء درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية، وفقا لما أحرزته من تكرارات الأوزان المئوية كالاتي: وسيلة "شبكة الانترنت" في الترتيب الأول بوزن مرجح ٢٢٢٥ نقطة بنسبة ٢٠,٤٨% لوزارة الداخلية، واتفق المبحوثين على وسيلة "التلفزيون" في الترتيب الثاني بوزن مرجح ١٨٨٥ نقطة بنسبة ١٧,٣٥%، ثم وسيلة "الصفحة الرسمية للمؤسسات الأمنية على موقع فيسبوك" في الترتيب الثالث بوزن مرجح ١٥٣٧ نقطة بنسبة ١٤,١٥% لوزارة الداخلية، وفي الترتيب الرابع حيث جاءت وسيلة (قناة الوزارة على موقع "اليوتيوب") بوزن مرجح ١٣٥٥ نقطة بنسبة ١٢,٤٧%، ثم وسيلة "الإذاعة" في الترتيب الخامس بوزن مرجح ١٠٢٦ نقطة بنسبة ٩,٤٤%. كما اتفق المبحوثين على وسيلة "الصحف" في الترتيب السادس بوزن مرجح ٩٢٥ نقطة بنسبة ٨,٥١% لوزارة الداخلية، ثم جاءت وسيلة (الصفحة الرسمية على موقع "تويتر") بوزن مرجح ٧٠٦ نقطة بنسبة ٦,٥٠%. أما في الترتيب الثامن جاءت وسيلة (المؤتمرات والندوات) بوزن مرجح ٦٤٨ نقطة بنسبة ٥,٩٦% لوزارة الداخلية، وأخيرا جاءت وسيلة (مطبوعات وملصقات) بوزن مرجح ٥٥٢ نقطة بنسبة ٥,٠٨%.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في دور أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية في تعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين.

الحدود البشرية: تتمثل في عينة من المراهقين من المرحلة العمرية (١٨-٢١) سنة.

الحدود المكانية: تتمثل في محافظة القاهرة الكبرى.

الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة التي تم تطبيق فيها الدراسة وهي في الفترة ما بين ١/٤/٢٠٢١ إلى ٢٠/٤/٢٠٢١.

نتائج الدراسة:

مدى متابعة المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية (الداخلية-الدفاع):

جدول (١) توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى متابعة المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية (الداخلية-الدفاع)

مدى متابعة الأنشطة العلاقات العامة	ك	%
نعم	٢١٩	٥٤,٨
أحيانا	١٧٥	٤٣,٨
لا	٦	١,٤
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها أن درجة متابعة المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية (الداخلية-الدفاع) جاءت بصفة (نعم) بنسبة ٥٤,٨% من إجمالي العينة بالترتيب الأول، يليها بصفة (أحيانا) بنسبة ٤٣,٨%، وأخيرا بصفة (لا) بنسبة ١,٤% من إجمالي العينة.

درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بوزارة الدفاع:

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بوزارة الدفاع.

الترتيب	وزارة الدفاع							درجة المتابعة	الوسائل
	الوزن المرجح		نادرا		دائما		ك		
	الوزن المئوي	النقاط	%	ك	%	ك			
٦	١٠,٣١	٧٦٤	٣٢,٥	١٢٨	٤١,١	١٦٢	٢٦,٤	١٠,٤	الصحف
٢	١٢,٥١	٩٢٧	١,٨	٧	٦١,٢	٢٤١	٣٧	١٤,٦	التلفزيون
٥	١٠,٥٨	٧٨٤	٢٦,٦	١٠٥	٤٧,٤	١٨٨	٢٥,٦	١٠,١	الإذاعة
٨	١٠,٠٨	٧٤٧	٣٠,٥	١٢٠	٤٩,٥	١٩٥	٢٠	٧,٩	مطبوعات وملصقات
٤	١١,٠٧	٨٢٠	١٤,٥	٥٧	٦٢,٩	٢٤٨	٢٢,٦	٨,٩	مؤتمرات وندوات
١	١٣,٩٣	١٠٣٢	٢,٣	٩	٣٣,٥	١٣٢	٦٤,٢	٢٥,٣	شبكة الانترنت
٣	١١,١٦	٨٢٧	٢٢,١	٨٧	٤٥,٩	١٨١	٣٢,٠	١٢,٦	الصفحة الرسمية للمؤسسات الأمنية على موقع فيسبوك
٩	١٠,٠١	٧٤٢	٣٨,١	١٥٠	٣٥,٥	١٤٠	٢٦,٤	١٠,٤	الصفحة الرسمية على موقع تويتر
٧	١٠,٣٠	٧٦٣	٣٢,٥	١٢٨	٤١,٤	١٦٣	٢٦,١	١٠,٣	قناة الوزارة على موقع اليوتيوب
	١٠٠				٧٤٠٦				مجموع الأوزان

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها أن جاء درجة متابعة المبحوثين عينة الدراسة للوسائل الآتية التي تعتمد عليها العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية، وفقا لما أحرزته من تكرارات الأوزان المئوية كالاتي: وسيلة "شبكة الانترنت" في الترتيب الأول كأهم وسيلة بوزن مرجح ١٠٣٢ نقطة بنسبة ١٣,٩٣% بالنسبة لوزارة الدفاع، وجاءت وسيلة "التلفزيون" في الترتيب الثاني

٢١ أهم أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية:

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية

الترتيب	الاتجاه	الدلالة	قيمة (ت)	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		مؤيد		العبارة
						%	ك	%	ك	%	ك	
٢	مؤيد	٠,٠٠٠*	٣٢,٠٥٦	٠,٤٤٧٩١	٢,٧٢٣٤	٠	٠	٢٧,٧	١٠,٩	٧٢,٣	٢٨٥	لأتعرف على آخر الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الأمنية
٦	مؤيد	٠,٠٠٠*	٢١,١٧٩	٠,٤٩٩٥٤	٢,٥٣٣٠	٠	٠	٤٦,٧	١٨٤	٥٣,٣	٢١٠	لإدراك الجهود التي تقوم بها المؤسسات لتحقيق الأمن والاستقرار
٥	مؤيد	٠,٠٠٠*	٢٢,١١٥	٠,٥٧٦٣٤	٢,٦٤٢١	٥,١	٢٠	٢٥,٦	١٠,١	٦٩,٣	٢٧٣	تزيد من ثقافتى حول مصر وحضارتها
١	مؤيد	٠,٠٠٠*	٣٧,٧٩٨	٠,٤١١٨٥	٢,٧٨٤٣	٠	٠	٢١,٦	٨٥	٧٨,٤	٣٠٩	أستطيع من خلالها الحصول على معلومات عن الأحداث الجارية التي تحدث في الدولة
٣	مؤيد	٠,٠٠٠*	٢٨,٥٧٨	٠,٤٦٨٩٢	٢,٦٧٥١	٠	٠	٣٢,٥	١٢٨	٦٧,٥	٢٦٦	أعرف الجديد من الخدمات التي تقدمها المؤسسات وكيفية الاستفادة منها
٧	مؤيد	٠,٠٠٠*	١٨,٠٢٣	٠,٦١٢١٦	٢,٥٥٥٨	٦,٤	٢٥	٣١,٧	١٢٥	٦١,٩	٢٤٤	بسبب حبي لتلك المؤسسات والحرص على متابعة أنشطتها
٤	مؤيد	٠,٠٠٠*	٢٣,٠٨٩	٠,٥٤٩٨٦	٢,٦٣٩٦	٣,٦	١٤	٢٨,٩	١١٤	٦٧,٥	٢٦٦	لأنها تزيد من روح الانتماء للوطن لدي
٩	مؤيد	٠,٠٠٠*	١٠,٨٥٥	٠,٦٦٣٦٧	٢,٣٦٢٩	١٠,٤	٤١	٤٢,٩	١٦٩	٤٦,٧	١٨٤	اعتدت على متابعة تلك الأنشطة
١١	محايد	٠,٠٠٠*	٧,٢٩٦	٠,٦٤٩٠٨	٢,٢٣٨٦	١١,٩	٤٧	٥٢,٣	٢٠,٦	٣٥,٨	١٤١	أقوم بمشاركة بعض من الأنشطة عبر صفحتى الشخصية
٨	مؤيد	٠,٠٠٠*	١٢,٥١٨	٠,٦٠٧٦٩	٢,٣٨٣٢	٦,٦	٢٦	٤٨,٥	١٩١	٤٤,٩	١٧٧	لكى أأخبر من حولى عن بعض الأنشطة
١٠	محايد	٠,٠٠٠*	٧,٦٧٤	٠,٧٠٢٤٩	٢,٢٧١٦	١٤,٧	٥٨	٤٣,٤	١٧١	٤١,٩	١٦٥	أقوم بالمشاركة بالتعليق على تلك الأنشطة
	مؤيد	٠,٠٠٠*	٣٢,٤٥١	٠,٣٢٣٠٥	٢,٥٢٨١							مدى أهم أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية

(لكى أأخبر من حولى عن بعض الأنشطة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٣٨، أما

عبارة (اعتدت على متابعة تلك الأنشطة) فجاءت بالترتيب التاسع بمتوسط حسابى ٢,٣٦، بتجاه مؤيد، ثم (أقوم بالمشاركة بالتعليق على تلك الأنشطة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٢٧، بتجاه محايد وأخيراً سبب (أقوم بمشاركة بعض من الأنشطة عبر صفحتى الشخصية) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٢٣، بتجاه محايد.

تشير متوسطات العبارات (١ إلى ٩) الى الموافقة على أهم أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية حيث تراوحت المتوسطات العبارات بين (٢,٣٦ : ٢,٧٨). فى حين اشارت متوسطات العبارات (١٠ إلى ١١) الى حيادية أهم أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية حيث تراوحت المتوسطات العبارات بين (٢,٢٧ : ٢,٢٣).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج؛ من أهمها: جاء فى مقدمة أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية سبب (أستطيع من خلالها الحصول على معلومات عن الأحداث الجارية التي تحدث فى الدولة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٨، بتجاه مؤيد. بينما جاء فى المرتبة الثانية سبب (لأتعرف على آخر الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الأمنية) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٢، يليها (أعرف الجديد من الخدمات التي تقدمها المؤسسات وكيفية الاستفادة منها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٧، بتجاه مؤيد. أما فى الترتيب الرابع فجاء (لأنها تزيد من روح الانتماء للوطن لدي) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٣، يليه (تزيد من ثقافتى حول مصر وحضارتها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٤، ثم (لإدراك الجهود التي تقوم بها المؤسسات لتحقيق الأمن والاستقرار) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٣، بتجاه مؤيد، وجاء فى الترتيب السابع سبب (بسبب حبي لتلك المؤسسات والحرص على متابعة أنشطتها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٥، يليها

٢٢ الأساليب التي تفضلها المبحوثين عينة الدراسة فى أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية:

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم الأساليب التي تفضلها المبحوثين عينة الدراسة فى أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية (ن=٣٩٤)

الاساليب	درجة الموافقة	نعم		لا		الوزن المرجح
		%	ك	%	ك	
الاستشهاد بأدلة ووقائع	٢٥١	٦٣,٧	١٤٣	٣٦,٣	٦٤٥	١٨,٨٥
عرض قصص وبطولات الشهداء	٢٢٩	٥٨,١	١٦٥	٤١,٩	٦٢٣	١٨,٢١
عرض بيانات وأرقام	١٦٦	٤٢,١	٢٢٨	٥٧,٩	٥٦٠	١٦,٣٦
التأكيد على عادات وتقاليد المجتمع	١٥٢	٣٨,٦	٢٤٢	٦١,٤	٥٤٦	١٥,٩٦
التركيز على النواحي العاطفية	١٤٩	٣٧,٨	٢٤٥	٦٢,٢	٥٤٣	١٥,٨٧
الاهتمام بالنواحي الدينية	١١٠	٢٧,٩	٢٨٤	٧٢,١	٥٠٤	١٤,٧٣
مجموع الأوزان			٣٤٢١			١٠٠

٢٢ مدى رؤية المبحوثين عينة الدراسة أن هناك دور لأجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية:

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى رؤية المبحوثين عينة الدراسة أن هناك دور لأجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية

دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية	ك	%
نعم لها دور كبير	٢٧٢	٦٩,٠
لها دور إلى حد ما	٨٥	٢١,٦
ليس لها دور	٣٧	٩,٤
الإجمالي	٣٩٤	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج؛ من أهمها: أن مدى رؤية المبحوثين عينة الدراسة أن هناك دور لأجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية بصفة (نعم لها دور كبير) بنسبة ٦٩% يليها بصفة (لها دور إلى حد ما) بنسبة ٢١,٦% وأخيراً بصفة (ليس لها دور) بنسبة ٩,٤%.

٢٣ موقف المبحوثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية لديهم:

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة طبقاً لموقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية في تعزيز الهوية المصرية لديهم

الترتيب	متوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة	
		%	ك	%	ك	%	ك		
١١	٢,٦٨٧٨	٥,١	٢٠	٢١,١	٨٣	٧٣,٩	٢٩١	زاد لدى شعور الانتماء بعد مشاهدة عدد من الأعمال الدرامية التى تساهم فيها إدارة العلاقات العامة للجيش والشرطة	الانتماء الوطني
٢٠	٢,٥٣٨١	٢,٠	٨	٤٢,١	١٦٦	٥٥,٨	٢٢٠	أحب الأغاني الوطنية التى تعرض على شاشة التليفزيون وأردت كلماتها	
١٩	٢,٦٢٩٤	٦,٣	٢٥	٢٤,٤	٩٦	٦٩,٣	٢٧٣	الانتماء للوطن مفهوم يشمل الحفاظ على الدولة واستقرارها	
٢١	٢,٥٣٣٠	٤,١	١٦	٣٨,٦	١٥٢	٥٧,٤	٢٢٦	تعرضى لأنشطة العلاقات العامة زاد من معلوماتى عن هوية مصر	الثقافة المصرية
٢٣	٢,٣١٨٠	٦,٦	٢٦	٥٠,٠	١٩٧	٤٣,٤	١٧١	اهتم بمعرفة المبادرات والحملات وعن إمكانية المشاركة فيها	
١٢	٢,٦١٩٣	١,٥	٦	٣٥,٠	١٣٨	٦٣,٥	٢٥٠	هوية مصر الفرعونية تمتد من خلال الانجازات ومشروعات مصر القومية	
٥	٢,٦٨٢٧	١,٠	٤	٢٩,٧	١١٧	٦٩,٣	٢٧٣	الشعب المصرى شعب متدين يسعى لإحياء شعائره	الدين والعقيدة
٣	٢,٧١٣٢	١,٨	٧	٢٥,١	٩٩	٧٣,١	٢٨٨	لا فرق بين مسلم ومسيحى داخل مصر	
٤	٢,٦٩٨٠	١,٠	٤	٢٨,٢	١١١	٧٠,٨	٢٧٩	عقيدة الشعب المصرى قائمة على التسامح والوسطية	
١	٢,٧٧١٦	١,٠	٤	٢٠,٨	٨٢	٧٨,٢	٣٠٨	اللغة العربية هى اللغة الرسمية للدولة	اللغة العربية
٢٤	٢,١٥٩٩	٢٩,٢	١١٥	٢٥,٦	١٠١	٤٥,٢	١٧٨	تفضل استخدام اللغات الأجنبية أو الفرنكو فى أنشطة العلاقات العامة	
٧	٢,٧٤١١	٥,١	٢٠	١٥,٧	٦٢	٧٩,٢	٣١٢	مصطلحات العامية المصرية تميزنا عن بقى الدول العربية	
١٠	٢,٦٤٤٧	٢,٣	٩	٣١,٠	١٢٢	٦٦,٨	٢١٣	مصر دولة مضيافة وترحب بجميع شعوب العالم	الأخلاق
١٤	٢,٦١١٧	١,٥	٦	٣٥,٨	١٤١	٦٢,٧	٢٤٧	احترام الكبير والتكافل أحد سمات الشعب المصرى	
٦	٢,٧٠٥٦	٢,٨	١١	٢٣,٩	٩٤	٧٣,٤	٢٨٩	مصر تحترم دول العالم والاتفاقيات التى أبرمتها	
٩	٢,٦٣٤٥	١,٠	٤	٣٤,٥	١٣٦	٦٤,٥	٢٥٤	المؤسسات الأمنية تساهم فى المشروعات القومية للدولة	الحفاظ على الدولة واستقرارها
١٦	٢,٦٣٢٠	٤,٦	١٨	٢٧,٧	١٠٩	٦٧,٨	٢٦٧	مصر دولة تنتم بالأمن والأمن لها مؤسسات أمنية قوية تساهم فى فرض الاستقرار والأمن داخليا وخارجيا	
٨	٢,٦٩٠٤	٢,٥	١٠	٢٥,٩	١٠٢	٧١,٦	٢٨٢	الشعب والمؤسسات الأمنية خط الدفاع الأول عن الدولة	
١٧	٢,٥٩١٤	١,٠	٤	٢٨,٢	١١١	٧٠,٨	٢٧٩	التعاون والترابط سمة أساسية بين مؤسسات الدولة وشعبها	المشاركة بين الشعب والدولة فى عملية التنمية
٢	٢,٧٢٥٩	١,٥	٦	٢٤,٤	٩٦	٧٤,١	٢٩٢	امتلاك المؤسسات الأمنية لجهاز علاقات عامة إلكترونية يساهم فى التواصل بينها وبين جمهور المراهقين	
٢٢	٢,٤٦١٩	١٤,٥	٥٧	٢٤,٩	٩٨	٦٠,٧	٢٣٩	المشروعات الجديدة توفر مزيد من فرص العمل	
١٨	٢,٥٩٦٤	٣,٦	١٤	٣٣,٢	١٣١	٦٣,٢	٢٤٩	المرأة المصرية مكون أساسى فى الدولة ولها دور فى تقدم المجتمع	عادات وتقاليد المجتمع
١٣	٢,٦٨٥٣	٥,٨	٢٣	١٩,٨	٧٨	٧٤,٤	٢٩٣	الشعب المصرى له عادات وتقاليد تميزه عن بقى الشعوب	
١٥	٢,٦٨٠٢	٦,١	٢٤	١٩,٨	٧٨	٧٤,١	٢٩٢	المصريين لديهم ولاء وانتماء لدولتهم فى كل وقت	
	٢٦١٦٨								مدى موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية في تعزيز الهوية المصرية لديهم

(المصريين لديهم ولاء وانتماء لدولتهم فى كل وقت) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٨، يليه (مصر دولة تنتم بالأمن والأمن لها مؤسسات أمنية قوية تساهم فى فرض الاستقرار والأمن داخليا وخارجيا) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٣، ثم (التعاون والترابط سمة أساسية بين مؤسسات الدولة وشعبها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٩، بتجاه موافق، وجاء فى الترتيب الثامن عشر عبارة (المرأة المصرية مكون أساسى فى الدولة ولها دور فى تقدم المجتمع) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٩، يليه (الانتماء للوطن مفهوم يشمل الحفاظ على الدولة واستقرارها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٢، ثم (أحب الأغاني الوطنية التى تعرض على شاشة التليفزيون وأردت كلماتها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٣، بتجاه موافق، ووفى الترتيب الواحد والعشرون جاءت عبارة (تعرضى لأنشطة العلاقات العامة زاد من معلوماتى عن هوية مصر) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٥٣، يليه (المشروعات الجديدة توفر مزيد من فرص العمل) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٤٦، ثم (اهتم بمعرفة المبادرات والحملات وعن إمكانية المشاركة فيها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٣٦، وأخيرا عبارة (تفضل استخدام اللغات الأجنبية أو الفرنكو فى أنشطة العلاقات العامة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,١٥، بتجاه محايد.

تشير متوسطات للعبارات (١ إلى ٢٣) الى الموافقة على موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية لديهم حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (٢,٣٦: ٢,٧٧) فى حين اشارت متوسطات للعبارة ٢٤ الى حيادية مدى موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية لديهم حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين ٢,١٥، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية حول جميع عبارات مدى موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج؛ من أهمها: تنوع موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية فى تعزيز الهوية المصرية لديهم فجاء فى الترتيب الأول عبارة (اللغة العربية هى اللغة الرسمية للدولة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٧، يليها (امتلاك المؤسسات الأمنية لجهاز علاقات عامة إلكترونية يساهم فى التواصل بينها وبين جمهور المراهقين) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٢، بينما جاء فى المرتبة الثالثة عبارة (لا فرق بين مسلم ومسيحى داخل مصر) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧١، يليها (عقيدة الشعب المصرى قائمة على التسامح والوسطية) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٩، ثم (الشعب المصرى شعب متدين يسعى لإحياء شعائره) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٨، بتجاه موافق. أما فى الترتيب السادس فجاء (مصر تحترم دول العالم والاتفاقيات التى أبرمتها) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٠، يليه (مصطلحات العامية المصرية تميزنا عن بقى الدول العربية) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٧٤، ثم (الشعب والمؤسسات الأمنية خط الدفاع الأول عن الدولة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٩، بتجاه موافق، وجاء فى الترتيب التاسع عبارة (المؤسسات الأمنية تساهم فى المشروعات القومية للدولة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٣، يليه (مصر دولة مضيافة وترحب بجميع شعوب العالم) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٤، ثم (زاد لدى شعور الانتماء بعد مشاهدة عدد من الأعمال الدرامية التى تساهم فيها إدارة العلاقات العامة للجيش والشرطة) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٨، بينما فى الترتيب الثانى عشر عبارة (هوية مصر الفرعونية تمتد من خلال الانجازات ومشروعات مصر القومية) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦١، يليه (الشعب المصرى له عادات وتقاليد تميزه عن بقى الشعوب) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦٨، ثم (احترام الكبير والتكافل أحد سمات الشعب المصرى) وذلك بمتوسط حسابى ٢,٦١، بتجاه موافق. أما فى الترتيب الخامس عشر عبارة

- بالمملكة العربية السعودية- عاصفة الحزم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧).
٣. عبدالله بن عبيد بن جردى الحمدي، "مدى استخدام اللغة العربية في إدارات العلاقات العامة في المنشآت الخدمية بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية"، **حولية كلية اللغة العربية بجرجا**، (العدد ١٣، ديسمبر ٢٠٢٠)، صص ١٣٣٢١، ١٣٣٦٧.
٤. علي عجوة. "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص ١٣.
٥. فؤادة عبدالمعنى البكري. "العلاقات العامة في المنشآت السياحية"، ٢٠٠٤، صص ٢٧، ٢٨.
٦. مها مختار حسن، "أطر تقديم المؤسسات الأمنية المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحوها: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٥).

7. Gustavo Henrique Maultasch Oliveria & Eric W. Welch. "Social Media use in local government: Linkage of technology, task, and Organizational context", **Government Information Quarterly** (2013). Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X13000804?via%3Dihub>.

الهوية المصرية لديهم حيث أن مستوى الدلالة أقل من ٥% وهي دالة أو بمعنى آخر قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمة (ت) الجدولية وهذا يدل على مدى موافقة عينة الدراسة على مدى موقف الباحثين عينة الدراسة من دور أنشطة العلاقات.

التحقق من صحة الفروض:

II توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية"، وقد قامت الباحثة بالتحقق من هذا الفرض من خلال دراسة علاقة الارتباط بيرسون بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية، يوضح الجدول التالي نتائج الاختبار.

جدول (٨) معامل ارتباط بيرسون بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية

دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية المصرية	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة الاحصائية
الانتماء الوطني	٠,٣٢٨	*٠,٠٠٠
الثقافة المصرية	٠,١٩٩	*٠,٠٠٠
الدين والعقيدة	٠,٢٠٥	*٠,٠٠٠
اللغة العربية	٠,١٦٨	*٠,٠٠٠
الإخلاقيات	٠,٣٠٢	*٠,٠٠٠
الحفاظ على الدولة واستقرارها	٠,٢٩٤	*٠,٠٠٠
المشاركة بين الشعب والدولة في عملية التنمية	٠,٢٧٩	*٠,٠٠٠
عادات وتقاليد المجتمع	٠,١٨٢	*٠,٠٠٠
تعزيز الهوية المصرية بشكل عام	٠,٣٦٢	*٠,٠٠٠

* تشير الى المعنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي وجود علاقة ارتباط بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥% وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية، ووجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) بين دور أجهزة العلاقات العامة بوزارتى الدفاع والداخلية وبين دور أنشطة العلاقات العامة لهم في تعزيز الهوية المصرية حيث إشارة معامل الارتباط موجبة، وهذا يعنى وجود علاقة طردية.

خاتمة الدراسة:

تظهر أهمية الاستفادة من أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة، لما لها من أدوار مهمة في توعية وتدعيم القيم لدى الجمهور بكافة شرائحه المختلفة، بشرط حسن استخدامها بشكل مناسب، واختيار الوسائل المناسبة لتوصيل المعلومات والأهداف المطلوبة.

توصيات الدراسة:

١. إجراء دراسة مقارنة بين العلاقات العامة التقليدية والإلكترونية بالتطبيق على المؤسسات الحكومية والخاصة، للتعرف على تفضيلات الجمهور لهما، وآليات تحقيق الاستفادة منهم.
٢. تعظيم الاستفادة من قبل القائمين للاتصال لأنشطة العلاقات العامة، وعدم اقتصرها فقط على تحسين صورة المنظمة أو المؤسسة، وتقديم مفاهيم لتعزيز الثقافة والوعي لدى الجمهور بكافة شرائحه.

مصادر ومراجع:

١. أميرة محمد زرع وداليا أحمد عبدالوهاب، "فاعلية العلاقات العامة في التصدي للشائعات بالمؤسسات الحكومية المصرية وعلاقتها بتحسين الصورة الذهنية"، **مجلة بحوث كلية الآداب**، (جامعة المنوفية، العدد ١٢٢، ٢٠٢٠)، صص ٣: ٢٦.
٢. إيمان سامى حسين، "دور العلاقات العامة الرقمية فى الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب: دراسة تطبيقية على العملية العسكرية