

(دور العلاقات العامة في المشاركة المجتمعية لدعم التنمية المستدامة)

دراسة تطبيقية على مستوى العلاقات العامة وعينة من المواطنين المستفيدين من برامج التنمية المستدامة

رشا عبد المحسن سعد أحمد (*)

مقدمة :

تُعتبر العلاقات العامة من ابسط وأقدم الظواهر الاجتماعية التي ارتبط وجودها بوجود الانسان ، وتطورت واكتسبت اهميتها بتطور المجتمعات وظهور المؤسسات ، فأصبحت تتفاعل مع الرأي العام ؛ باستخدام الوسائل الاتصالية ، والرسائل الإقناعية ، وصياغة الاستراتيجيات والخطط التي تتلائم ومستهدفاتها المرجوة .

وتستطيع العلاقات العامة الفعّالة أن تدعم الخطط التنموية، من خلال صياغة الاستراتيجيات والخطط الملائمة ، وحشد جميع الأدوات التكنولوجية والوسائل الاتصالية المباشرة وغير المباشرة ، وجمع المعلومات واشراك المواطنين في اللقاءات والندوات الخاصة بالبرامج التنموية واختيار مشروعاتها ، لأن ممارسة الأجهزة الحكومية لدورها في إصدار القوانين والانظمة وتفعيل البرامج يتطلب القيام بمهام الشرح والتفسير للمواطنين وزيادة الوعي والمتابعة والتواصل الفعّال والمستمر، وطمأنة المواطنين وصولاً إلى تنفيذ برامج ترتقى بجودة حياتهم ، فالمواطن له الحق في معرفة ما يجري من حوله وما يجري داخل المؤسسات التي يتعامل معها ، كما أن له الحق في تحديد أولوياته بما يضمن له جودة حياته، والعلاقات العامة هي المسؤولة عن أداء هذه المهام ، إلى جانب مسئوليتها عن حث المؤسسة على مشاركة المواطنين في معاناتهم ومشكلاتهم الاجتماعية والاقتصادية وغيرها .

(*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [استراتيجيات العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة (دراسة تطبيقية على وزارة التنمية المحلية وعينة من محافظات مصر)]، تحت إشراف أ.د. فوزي عبد الغني خلاف - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.د. حمدي أحمد عمر - كلية الآداب - جامعة سوهاج & أ.م.د. فؤادة عبد المنعم البكري - كلية الآداب - جامعة حلوان.

أولاً: مشكلة الدراسة

بات من الضروري الاهتمام بالأدوار القومية للعلاقات العامة كونها الكيان الاعتباري لأي مؤسسة ، والسبب المساعد في إبقائها ، لأن جهاز العلاقات العامة بأى مؤسسة هو المسئول الأول عن بناء وتحسين سمعتها وتحقيق اهدافها، وينبع اختيار موضوع الدراسة من اهتمام الدولة فى الوقت الحالى بتنفيذ استراتيجية كبرى لتحقيق التنمية المستدامة: رؤية مصر ٢٠٣٠" تسعى إلى تحسين جودة حياة المواطن المصرى من خلال اطلاق برامج تنموية لتنفيذ مشروعات مخطط لها ، والتي تقوم أساسا على مبدأ التخطيط بالمشاركة ، ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة فى محاولة رصد مدى فاعلية جهاز العلاقات العامة فى تحقيق المشاركة المجتمعية لدعم التنمية المستدامة .

ثانياً: أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى كونها محاولة لرصد دور العلاقات العامة فى المشاركة المجتمعية لدعم برامج التنمية المستدامة ، والكشف عن وجود خطط حقيقية تتبناها العلاقات العامة لدعم هذا الدور ومدى إدراك مسئوليتها له ، كما تتضح الأهمية التطبيقية للدراسة فيما توفره هذه الدراسة من نتائج واستخلاصات قد يتضح منها أوجه القصور فى أدوار العلاقات العامة فى دعم التنمية ، فى محاولة للوصول إلى مجموعة من التوصيات كمحاولة لتطوير أداء العلاقات العامة فى ظل التطور الذى تشهده الدولة فى المجال التنموى، واتباع استراتيجيات فعّالة فى عملها لدعم برامج التنمية المستدامة.

ثالثاً: أهداف الدراسة

ترتكز هذه الدراسة على هدف رئيس وهو الكشف عن الدور الحقيقى للعلاقات العامة فى المشاركة المجتمعية لدعم التنمية المستدامة ، و ينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية ، على النحو التالي:

- ١- الكشف عن مدى إدراك مسئولى العلاقات العامة والمواطنين بمفهوم التنمية المستدامة .
- ٢- رصد فعالية الدور الاتصالي و التشاركي لجهاز العلاقات العامة من خلال قياس مدى وعى المواطنين بتوجهات الدولة التنموية ومشروعاتها المنفّذة بمحافظتهم .
- ٣- رصد دور العلاقات العامة فى إشراك المواطنين فى الخطط التنموية وتحديد أولوياتهم من المشروعات الخاصة بالبرامج التنموية فى محافظتهم .

- ٤- التعرف على مدى مراعاة اختيار الوسيلة الإعلامية والاتصالية حسب نوعية الجمهور.
- ٥- الخروج بتوصيات قد تصلح لتطبيقها علمياً وعملياً، ويمكن تعميمها على أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بمصر.

رابعاً: تساؤلات الدراسة

قامت هذه الدراسة على العديد من التساؤلات والتي تعد الإجابة عليها تحقيقاً لأهداف الدراسة، وهي كمايلي:

- ١- ما مدى إدراك مسئولى العلاقات العامة والمواطنين بمفهوم التنمية المستدامة؟
- ٢- ما مدى فعالية الدور الذى يقوم به جهاز العلاقات العامة لإشراك المواطنين فى الخطط التنموية وتحديد أولوياتهم من المشروعات الخاصة بالبرامج التنموية فى محافظتهم؟
- ٣- ما مدى وعى المواطنين بتوجهات الدولة التنموية ومشروعاتها المنفذة بمحافظتهم ومشاركتهم بها، كقياس للدور التشاركى لجهاز العلاقات العامة؟
- ٤- ما مدى مراعاة اختيار الوسيلة الإعلامية والاتصالية حسب نوعية الجمهور؟
- ٥- هل يبحث المواطنون عن مصدر آخر لاستقاء معلوماتهم عن مشروعات التنمية فى المحافظة؟
- ٦- هل يهتم المواطنون بإبداء آرائهم فى المشروعات؟ وما الطريقة التى يتواصلون بها مع المسئولين؟

خامساً: نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد عن طريق جمع الحقائق و تحليلها و تفسيرها لإستخلاص دلالتها و تصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الظاهرة أو الموقف.(١)

(١) محمد منير حجاب، "اساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ٩٧-١١٥.

أي أنها تعني بدراسة الحقائق الراهنة لطبيعة الظاهرة المدروسة، وتسعي الباحثة من خلال هذه الدراسة إلي وصف الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة ، ووصف المشكلات التي تعانيها العلاقات العامة وتحول دون ممارستها لهذا الدور بشكل سليم .

سادساً: منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي والذي يُعرّف على أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوظف ظاهرة أو مشكلة محددة ، وتصويرها كميّاً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عنها ، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها، وطرق الحصول عليها " ، والتعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي يمكن اتباعها لمواجهة هذه الظاهرة (١).

سابعاً: أدوات جمع البيانات

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة إستمارة الاستبيان (الاستقصاء) : "من خلال المقابلة المباشرة المقننة لجمع البيانات من عينة الدراسة " نظراً لما يتميز به هذا الأسلوب من جمع بيانات أكثر صدقاً ودقة" (٢) ، " و يعتبر الإستقصاء من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً في منهج المسح، وهو أسلوب يستهدف إستمارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة" (٣).

هذا وقد راعت الباحثة في تصميم الإستمارة تغطية كافة أهداف الدراسة بالإضافة إلي خصائص العينة ، وتم استخدام استمارتين ، إحداها لمسئولي العلاقات العامة ، والأخرى للمواطنين المستفيدين .

- (١) إبتسام صاحب الزويني ، " مناهج البحث التربوي " ، (بغداد : الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠١٨) ، ص ١٥
- (٢) عبد الباسط محمد حسن " أصول البحث الإجتماعي " ، (القاهرة: مكتبة وهبة، ط٧، ١٩٨٠)، ص٣٢٦.
- (٣) محمد عبد الحميد، " البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " ، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص٣٥.

ثامناً: مجالات الدراسة

المجال البشري: تم تحديد مجتمع البحث في هذه الدراسة بمسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال ، وأعضاء وحدات تنفيذ البرامج التنموية بالوزارة والمحافظتين محل الدراسة ، وعينة من المواطنين المستفيدين من مشروعات هذه البرامج التنموية فى المحافظات والمراكز والأحياء التى يعيشون بها .

المجال الزمنى للدراسة : ركزت هذه الدراسة فى تطبيقها على الفترة من ايناير ٢٠٢١ وحتى ٣٠ ابريل ٢٠٢٢ اى أثناء تنفيذ برامج التنمية المستدامة بالمحافظات محل الدراسة .

تاسعاً: مجتمع الدراسة

تم تطبيقها فى وزارة التنمية المحلية باعتبارها الوزارة المسؤولة عن إدارة ومتابعة برامج التنمية المستدامة ، على مسؤولى العلاقات العامة والعاملين بوحدات البرامج والقائمين بالاتصال بها ، وفى ديوان عام محافظة سوهاج وديوان عام محافظة ، كما تم تطبيق الدراسة على عينة المواطنين المستفيدين من المشروعات التنموية .

عاشرأ: عينة الدراسة

تُعتبر العينة عمدية فيما يخص التطبيق على مسؤولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال ، حيث اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الشامل وهو عبارة عن حصر شامل لجميع الأفراد الذين يمثلون مجتمع الدراسة وقوامهم ؛ فى محافظة سوهاج عدد (٢٥) قائم بالاتصال ، وفى محافظة البحيرة عدد (٢٣) قائم بالاتصال ، وفى وزارة التنمية المحلية عدد (١١) قائم بالاتصال .

وتُعتبر العينة عمدية عشوائية فيما يخص التطبيق على المواطنين ، حيث اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح بالعينة ، وقد قصرت الفئة البحثية على المواطنين فى المدن المستفيدة من برامج التنمية محل الدراسة بالمحافظتين ، وتنوعت العينات بين الريف والحضر ، ومثلت أيضاً الذكور والإناث ؛ وذلك للحصول على بيانات أكثر تعمقاً وتفصيلاً لتساؤلات الدراسة ، مع تمثيل المستويات الاقتصادية المختلفة ، وكان قوامها ٤٠٠ مفردة بواقع ٢٠٠ مواطن من كل محافظة ؛ فى محافظة سوهاج منهم (١٢٠) ذكور ، و (٨٠) إناث ، وفى محافظة البحيرة (١٠٠) ذكور ، و (١٠٠) إناث .

حادى عشر: المعالجة الإحصائية

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة معاملات الإحصاء الوصفي Descriptive، حيث يتم معالجة بيانات الدراسة من خلال برنامج SPSS ، والذي يعد من أكثر البرامج الإحصائية إستخداماً في العلوم الإجتماعية، والقائم على توظيف معاملات الإسلوب التكرارى البسيط والنسبة .

ثانى عشر: إجراءات الصدق والثبات

الصدق: المقصود بالصدق صلاحية الإستمارة في تحقيق الهدف الذي صُممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه)^(١) ، حيث تم عرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين فى علوم الإعلام والعلاقات العامة والتنمية ومناهج البحث ، وقد قاموا بدورهم فى مراجعة صحيفة الإستبيان و إضافة بعض التعديلات ، وبذلك تحقق صدق الدراسة .^(٢)

الثبات: والمقصود به هو إمكانية الوصول إلي نفس النتائج عندما يقوم باحث آخر بإتباع نفس إجراءات البحث^(٣) ، وعليه قامت الباحثة بعمل إختبار قبلى للإستمارة على عينة تجريبية ممثلة للعينة الأصلية وقوامها ١٠% ، وبناءا عليه تم تعديل بعض المصطلحات غير الواضحة ، وتوضيح بعض التساؤلات ، وتجنب تكرار بعضها ثم أعيد تجريبيها على نفس العينة مرة اخرى حتى تأكدت الباحثة من ثبات تطبيق الصحيفة بنسبة جيدة لم تقل عن ٩٧% .

(١) سمير محمد حسين، " بحوث الإعلام- دراسات في مناهج البحث العلمي" ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥)، ص١٢٦ .

(٢) الأساتذة محكمى الإستمارات :
أ.د / حنان فاروق جنيد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان ، وعميد كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
أ.د / ثريا أحمد البدوى ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

(٣) محمد عبد الحميد، " مرجع سابق" ، ص٣٦ .

الدراسات السابقة :

(١) دراسة خالد جمال (٢٠٢٢)، بعنوان " تأثير التعرض لحملة "حياة كريمة" في التلفزيون والإنترنت على اتجاهات الشباب نحو أداء الحكومة " (١)

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على التأثير المحتمل للحملات الإعلامية التي ترعاها الحكومة المصرية بهدف الترويج لسياساتها ومشروعاتها القومية ، واختبار مدى نجاح هذه الحملات في الوصول إلى الشباب والتأثير عليهم ، وتتمثل مشكلة هذه الدراسة في معرفة تأثير التعرض لحملة الإعلام الخاصة بمبادرة "حياة كريمة" في التلفزيون والإنترنت على مستوى ثقة الشباب المصري في أداء الحكومة في مجال التنمية، وإدراكهم لكفاءتها السياسية بشكل عام، واتجاهاتهم نحو المبادرة نفسها ومعدلات مشاركتهم المجتمعية فيها، كما تهدف الدراسة إلى رصد معدلات وأنماط التعرض لحملة المبادرة واتجاهات الشباب نحوها ونحو الحكومة بشكل عام، وتم إجراء دراسة ميدانية على عينة متاحة من الشباب الجامعي قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب كليات الإعلام بأسلوب الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى حصول الحملة الإعلامية الخاصة بمبادرة " حياة كريمة "على معدلات متابعة متوسطة إلى مرتفعة في مختلف وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن لدى المبحوثين اتجاهات إيجابية نحو الحكومة بصفة عامة ونحو مبادرة حياة كريمة أيضاً، ولكن معدلات مشاركتهم فيها كانت منخفضة، وأثبتت اختبارات الفروض عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض لحملة وكل من الثقة في الحكومة وكفاءتها السياسية المدركة لدى الشباب، ولكن كان للتعرض لحملة والاتجاه نحوها تأثير على المشاركة المجتمعية لأفراد العينة، كما أثبتت نتائج الدراسة أنه لم يؤثر متغير النوع على كثافة التعرض لحملة أو الاتجاه نحوها أو المشاركة فيها.

(٢) دراسة حاتم على حيدر مقبل الصالحى (٢٠٢١) بعنوان " تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة " . (٢)

تمثلت قضية هذه الدراسة فى رصد وتقييم مؤشرات إدارة العلاقات فى الجامعات الأهلية اليمنية المتمثلة فى أنماط العلاقة وأبعاد جودتها والإستراتيجيات

(١) خالد جمال ، " تأثير التعرض لحملة "حياة كريمة" فى التلفزيون والإنترنت على اتجاهات

الشباب نحو أداء الحكومة "، (مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد ٦٣، عدد ٢)، ٢٠٢٢م

(٢) حاتم على حيدر مقبل الصالحى ، " تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة " ، (رسالة دكتوراه ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ، ٢٠٢١.

المستخدمة في تنمية وإدارة العلاقة ، والكشف عن تأثير استراتيجيات إدارة العلاقة في بناء سمعة الجامعات لدى الطلاب .

وهدفت الدراسة إلى رصد وتقييم عملية إدارة العلاقة في الجامعتين " عينة الدراسة " من خلال رصد وقياس مكونات إدارة العلاقة (استراتيجيات إدارة العلاقة ، وأنماط العلاقة ، وأبعاد جودة العلاقة) من وجهة نظر طرفي العلاقة (مسؤولي الجامعتين ، والطلاب) ، ومعرفة فاعلية استراتيجية ادارة العلاقة في بناء سمعة الجامعتين " عينة الدراسة " لدى الطلاب .

تم اختيار الجامعات الأهلية لتطبيق الدراسة ، واستبعاد الجامعات الحكومية ؛ نظرا لأن الجامعات الحكومية في اليمن شهدت خلال الفترة الأخيرة الكثير من التغيرات ، وتم اختيار حالتين للدراسة ، وتم استخدام العينة العشوائية متعددة المراحل ، ٤٨٠ مفردة ، واستخدم الباحث في جمع البيانات اسلوب المقابلات المتعمقة .

ومن اهم النتائج التي توصل اليها : تصدر الاتصال الشخصي المراتب الأولى في قائمة مصادر معرفة الطلاب بالجامعة ، وهذه النتيجة تفسر ان المعرفة حول المنظمات هي التي تشكل المدركات والنطباعات لدى جماهيرها الأساسية ، ثم جاءت وسائل الإعلام التكنولوجي في المرتبة الثانية متقدمة على وسائل الاعلام التقليدية ، وفيما يخص النتائج المتعلقة بالاستراتيجيات توصل الباحث الى ان الجامعة لاتتجاوب مع انتقادات الطلاب " من استراتيجية الايجابية " ، ولاتتشرك الجامعة مع الطلاب في حل القضايا المرتبطة بالطرفين "من استراتيجية مشاركة المهام " ، لايستفيد الطلاب من الأنشطة التي تشاركها الجامعة مع المؤسسات الأخرى" من استراتيجيات بناء الشبكات " .

(٣) دراسة حب الدين يعقوب، و محمد عبد العاطي(٢٠١٧) بعنوان " العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٥ (دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي) " (١)

تناول هذا البحث العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية، تمثلت مشكلة الدراسة في أن إدارة العلاقات العامة في البنك السوداني الفرنسي تعاني من قصور يحد من تحقيق هدف كسب ثقة الجمهور بالمصرف هو هدف أساسي للبنك، وتكمن أهمية الدراسة في أنها تعد من

(١) حب الدين علي محمد يعقوب و محمد عبد العاطي عبد الله المكي، " العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٥ " ، : دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي- (مجلة كلية العلوم الإدارية جامعة افريقيا العالمية - العدد (١) السودان - رمضان ١٤٣٨ هـ) يونيو ٢٠١٧ م

الدراسات القليلة على حد علم الباحثين التي تناولت موضوع العلاقات العامة ودورها في زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية، فضلاً عن أنه يدعم المكتبة العربية بمرجعية علمية تفيد الباحثين والمهتمين بأمر العلاقات العامة مستقبلاً ، كما يوفر البحث بيانات ومعلومات مفيدة لمتخذي القرارات حول أهمية العلاقات العامة بالمصارف، وهدفت الدراسة إلى معرفة الدور الحالي للعلاقات العامة في المؤسسات المصرفية والتعرف على جوانب القصور والمعوقات في العلاقات العامة بالقطاع المصرفي والتوجيه بمعالجتها ومعرفة المشاكل والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة بالمصارف وتحول دون تحقيق دورها.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ أهمها أن للعلاقات العامة دوراً في كسب ثقة الجمهور من خلال الإسهام في ترسيخ الصورة الذهنية للبنك في ذهن الجمهور، تتضح أهمية وجود العلاقات العامة بالمصرف من خلال إسهامها في كسب رضا العملاء، وأن هنالك خطط لتفعيل دور العلاقات العامة للبنك السوداني الفرنسي من خلال وجود أهداف واضحة وقابلة للقياس.

وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها يوصي الباحث إدارة العلاقات العامة بتحديد وظائفها ومهامها والدور الذي تقوم به بالبنك وتعريف العملاء بها، وضرورة تزويد البنك بالموظفين الأكفاء المتميزين من خلال الترويج للبنك وتحسين صورته لدى كافة جمهور العملاء عن طريق العلاقات العامة مما يساعد في دفع سرعة أداء الخدمة المصرفية وجودتها لرضا العميل وكسب ثقته، وضرورة الاهتمام بإدارة العلاقات العامة باعتبارها نشاطاً أساسياً من أنشطة المنشأة.

النظرية التنموية Developmentalism Theory

ظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات ، حيث كان لا بد للدول النامية من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية ويتناسب مع الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية ، وتنتمي هذه النظرية إلى النظريات المفسرة لحرية الإعلام، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "واك برايل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعديّ الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية ، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التقليدية ، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

ويرجع ظهور مفهوم "الإعلام التنموي" لأول مرة على يد الباحث "ولبر شرام" الذي ألف كتاباً عن وسائل الإعلام والتنمية عام ١٩٧٤ ، لافتاً الأنظار

إلى ان الاعلام يشكل احد الدعائم الاستراتيجية لبناء مشاريع التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية لكل المجتمعات، حيث ينظر شرام إلى وسائل الاتصال الجماهيرى في خدمة التنمية الوطنية باعتبارها " وكلاء للتغيير الاجتماعى " وهذا النوع من التغيير الذى ينتظر منها أن تعاون على تحقيقه هو الانتقال الى عادات وممارسات جديدة ، فلا بد أن يكمن وراء مثل هذه التغييرات فى السلوك تغييرات فى المواقف والمعتقدات والمهارات والأوضاع الاجتماعية ، وحدد شرام ثلاث مهام أو وظائف تستطيع أن تؤديها او تعاون فيها وسائل الاتصال فى خدمة التنمية ؛ وظيفة الإعلام والتي تتمثل فى توسيع الأفاق وتركيز الانتباه ورفع تطلعات الجماهير ، ووظيفة اتخاذ القرارات والتي تتصل بتغيير الاتجاهات الراسخة ، ثم وظيفة التعليم والتي تعاون بشكل كبيرة فى جميع أنماط التعليم والتدريب .(١)

نظرية التنمية في مرحلة ما بعد الحداثة : مع بداية عصر العولمة كظاهرة جديدة تشكل نمط سياسى واقتصادى وثقافى للنموذج الغربى، وتأثيرات ذلك على سيادة الدول، وتأثرت نظرية التنمية بتلك التغييرات وموضوعاتها وقضاياها، فظهرت مفاهيم جديدة فى الخطاب التنموى، "كالتنمية المستدامة". وظهر دور مؤسسات المجتمع المدنى فى التنمية ودعم الديمقراطية، وتزايدت تأثيرت المؤسسات الدولية وتبنى البرنامج الإنمائى للأمم المتحدة مفهوما جديدا للتنمية يعرف بـ"التنمية البشرية"، والذى يعتبر النمو الاقتصادى وسيلة لتحقيق الجوانب المختلفة للتنمية البشرية، والتي تحقق التنمية المستدامة بتعزيز الحكم الرشيد .

فروض النظرية :

- أن وسائل الإعلام يجب ان تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية .
- أن حرية وسائل الإعلام ينبغي ان تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب ان تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافياً.
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

(١) عاطف عدلى العبد ، نهى عاطف العبد ، " الإعلام التنموى والتغيير الاجتماعى -الأسس النظرية والنماذج التطبيقية " ، (القاهرة : دار الفكر العربى ، ط٢٠٠٧، ٥) ، ص٣٦-٣٧

- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة لخدمة للأهداف التنموية.

وتعتقد الباحثة أن أهم ما يميز هذه النظرية هو إقرارها بدور الإعلام في دعم التنمية ، وهو ما يتلائم مع ما تحاول الدراسة الحالية إثباته ، كما أنها تعدّ النظرية الوحيدة التي تعترف بالتنمية الشاملة والتغيير الإجتماعي، رغم وجود بعض القصور في هذه النظرية والذي تجسّد في تقييد حرية وسائل الإعلام وخضوعها للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والإحتياجات الإقتصادية للمجتمع.

المفاهيم والتعريفات الخاصة بالدراسة

مفاهيم العلاقات العامة "Public Relations"

في عرض المفاهيم والتعريفات وجب التنويه إلى أن هناك ثلاثة أنواع ؛ تعاريف لُغوية " ويقصد بها تحديد المفهوم في اللغة "، وتعاريف اصطلاحية ويقصد بها " تحديد المفهوم حسب المهمة الوظيفية وطبقاً لرأى القائم بالإتصال، والنوع الثالث هو التعريف الإجرائي " والذي يحدد المفهوم باستخدام المتبع في قياسه وملاحظته وتسجيله ، كما أن المفاهيم الإجرائية غير مقيدة بالشروط الخاصة بالمفاهيم العلمية، ولكنها يجب أن تكون واضحة إلى أقصى حد لدى الباحث" ، ونعرض هناك بعضاً من التعاريف الإصطلاحية للعلاقات العامة ، والتعريف الإجرائي له في رأى الباحثة .

عرّفها "علي عجوة " بأنها الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المنظمة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الإتصالات المستمرة ، و السياسات و الأفعال المرغوبة لتلبية إحتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن و مشروع.(١).

وعرّفها " سعاد راغب الخطيب " بأنها عملية نشر المعلومات و الافكار و الحقائق المشروحة مفسرة لجمهور المؤسسة ، وكذلك نقل المعلومات والاراء و الحقائق من الجماهير إلى المؤسسة ، وذلك بغية الوصول إلى الانسجام او التكيف الاجتماعي بين المؤسسة و الجماهير.(٢).

(١) علي عجوة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، (القاهرة: عالم الكتب، ط٤، ٢٠٠٤)، ص٢٤.

(٢) سعاد راغب الخطيب ، " مبادئ العلاقات العامة " ، (عمان : دار البداية ، ط ١، ٢٠٠٩) ، ص ٧ .

وقد عرّفت "جمعية العلاقات العامة الدولية" العلاقات العامة بأنها "وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى من خلالها المؤسسات والمنظمات الأهلية والخاصة والحكومية لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها ، والاستمرار فى حفظ هذا التفاهم والتعاطف والتأييد ، وذلك من خلال معرفة اتجاه الرأى العام ، لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط" (١)

مفاهيم التنمية المستدامة "sustainable development"

- التنمية المستدامة (٢)

هى الجهود الرامية إلى الحفاظ على تماسك المجتمع وقدرته على العمل من أجل تحقيق الأهداف المشتركة، من خلال تلبية الاحتياجات الفردية المتعلقة بالصحة والرفاهية والتغذية والمأوى والتعليم.

- التنمية المستدامة (٣)

هى التنمية التي تقوم اساسا على وضع حوافز تقلل من التلوث وتقلل من حجم النفايات والمخلفات وتقلل من حجم الاستهلاك الراهن للطاقة وتضع ضرائب تحد من الاسراف فى استهلاك الماء والموارد الحيوية .

- المشاركة المجتمعية " Community participation " (٤)

يشير المفهوم إلى اسهام المواطنين افرادا وجماعات تطوعاً فى الجهود التنموية ، سواء بالرأى او بالعمل او بالتمويل ، او غير ذلك من الامور التي تؤدى الى تنمية المجتمع ، وتحقيق اهداف ، من منطلق ان السياسات العامة تمس كل فرد من افراد المجتمع فى جميع مناحى الحياة .

(١) محمود يوسف ، " المدخل فى العلاقات العامة "، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٣ ص ١٧ .

(٢) عامر خضير الكبيسى وآخرون ، "دراسات حول مداخل التنمية المستدامة " ، (المملكة العربية السعودية : دار جامعة نايف للنشر ، ٢٠١٩)، ص ١٥٢

(٣) مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت ، " التنمية المستدامة مفهوما وأبعادها ومؤشراتها" ، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر ، ٢٠١٧)، ص ١٢

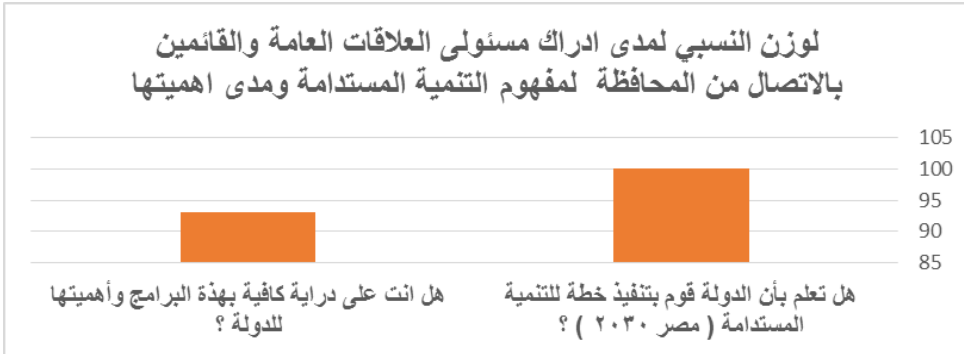
(٤) سلوى ثابت ، "مدخل الى مشاركة مجتمعية فى رسم السياسات العامة ، " دليل الديمقراطية " ، عبدالمعزم المشاط - مؤلف مشترك ، ط١ (القاهرة : مركز القاهرة لثقافة الديمقراطية ، مكتبة الشروق الدولية) ، ٢٠١١ ، ص ٥٩ ..

الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (١)

يبين مدى إدراك مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال لمفهوم التنمية المستدامة ومدى أهميتها

الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا	نعم	التكرارات والنسب المئوية	
نعم	١٠٠	.٠٠٠٠	١.٠٠٠٠	٥٩	٠	٥٩	التكرار	هل تعلم بأن الدولة تقوم بتنفيذ خطة للتنمية المستدامة (مصر ٢٠٣٠) ؟
				%١٠٠	%٠.٠	%١٠٠	النسبة المئوية	
نعم	٩٣	.٢٥٣٦	.٩٣٢	٥٩	٤	٥٥	التكرار	هل انت على دراية كافية بهذه البرامج وأهميتها للدولة ؟
				%١٠٠	%٦.٨	%٩٣.٢	النسبة المئوية	



من خلال البيانات التي يعرضها الجدول السابق والمتعلق بمدى إدراك مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال من المحافظة لمفهوم التنمية المستدامة ومدى أهميتها يتبين أن مدى علم افراد عينة الدراسة بأن الدولة تقوم بتنفيذ خطة للتنمية المستدامة مصر ٢٠٣٠ ؛ جاء بنسبة كبيرة جداً بلغت ١٠٠% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة الكلية، كما تشير البيانات أن نسبة دراية أفراد العينة بهذه البرامج وأهميتها للدولة جاءت بنسبة ٩٣%.

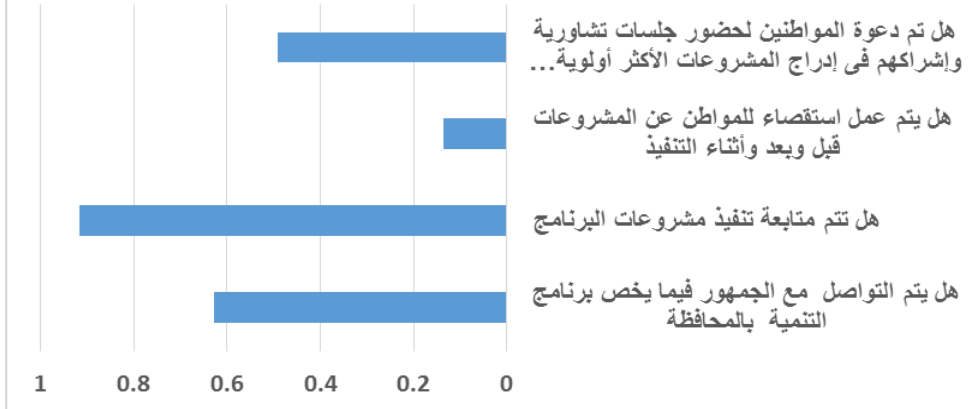
جدول رقم (٢)

يوضح واقع أدوار العلاقات العامة فى دعم برامج التنمية المستدامة ومتابعتها ومدى تواصلها مع المواطنين وكيفية استخدامها لوسائل الإعلام ومدى حريتها

الإتجاه السائد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا	نعم	التكرارات والنسب المئوية	
نعم	٤٨٧٧	٦٢٧	٥٩	٢٢	٣٧	التكرار	هل يتم التواصل مع الجمهور فيما يخص برنامج التنمية بالمحافظة
			%١٠٠	٣٧.٣	٦٢.٧	النسبة المئوية	
نعم	٢٨٠٩	٩١٥	٥٩	٥	٥٤	التكرار	هل تتم متابعة تنفيذ مشروعات البرنامج
			%١٠٠	٨.٥	٩١.٥	النسبة المئوية	

الإتجاه السائد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا	نعم	التكرارات والنسب المئوية	
لا	.٣٤٥٣	.١٣٦	٥٩	٥١	٨	التكرار	هل يتم عمل استقصاء للمواطن عن المشروعات قبل وبعد وأثناء التنفيذ
			%١٠٠	٨٦.٤	١٣.٦	النسبة المئوية	
لا	.٥٠٤٢	.٤٩٢	٥٩	٣٠	٢٩	التكرار	هل تم دعوة المواطنين لحضور جلسات تشاورية وإشراكهم في إدراج المشروعات
			%١٠٠	٥٠.٤٨	٤٩.٢	النسبة المئوية	

يوضح واقع أدوار العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة ومتابعتها ومدى تواصلها مع المواطنين وكيفية استخدامها لوسائل الإعلام ومدى حريتها



يبين الجدول السابق المتعلق بواقع أدوار العلاقات العامة في دعم برامج التنمية المستدامة ومتابعتها ومدى تواصلها مع المواطنين وكيفية استخدامها لوسائل الإعلام ومدى حريتها الى أن متابعة تنفيذ مشروعات البرنامج جاء في المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ ٠.٩١٥، وانحراف معياري ٠.٢٨٠٩، والاتجاه السائد نعم، وفي المرتبة الثانية جاء التواصل مع الجمهور فيما يخص برنامج التنمية بالمحافظة حيث جاء بمتوسط حسابي ٠.٦٢٧، وانحراف معياري

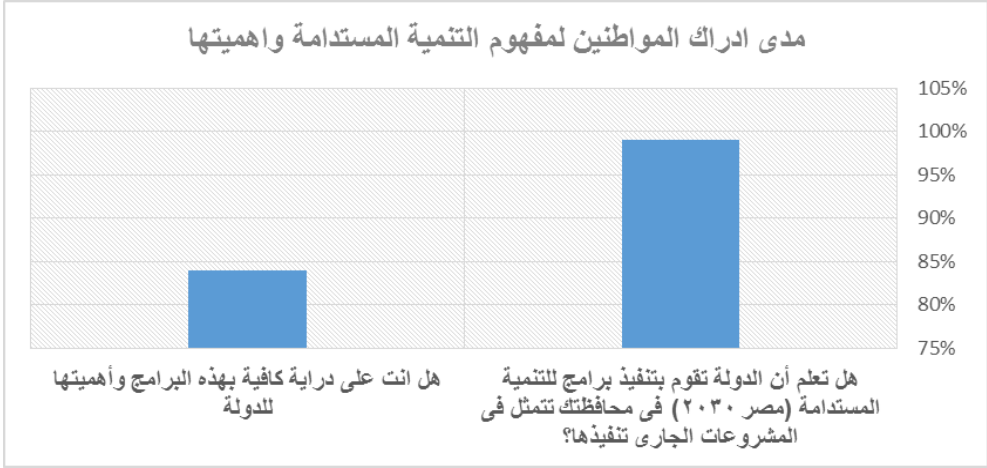
دور العلاقات العامة فى المشاركة المجتمعية لدعم التنمية المستدامة

٤٨٧٧.٠، والاتجاه السائد نعم، وفى المرتبة الثالثة جاء دعوة المواطنين لحضور جلسات تشاورية وإشراكهم فى إدراج المشروعات الأكثر أولوية وإحتياجاً حيث جاء بمتوسط حسابي 0.492، وانحراف معياري ٥٠.٤٢، والاتجاه السائد حول العبارة "لا"، وفى المرتبة الرابعة جاء عمل استقصاء للمواطن عن المشروعات قبل وبعد وأثناء التنفيذ بمتوسط حسابي ٠.١٣٦، وانحراف معياري بلغ ٠.٣٤٥٣، والاتجاه السائد حول العبارة "لا".

جدول رقم (٣)

يوضح مدى إدراك المواطنين لمفهوم التنمية المستدامة وأهميتها

المجموع	الوزن النسبي	الإجمالي		التكرارات والنسب المئوية	
		نعم	لا		
٤٠٠	%٩٩.٠	٣٩٦	٤	التكرار	هل تعلم أن الدولة تقوم بتنفيذ خطة للتنمية المستدامة (مصر ٢٠٣٠) فى محافظتك تتمثل فى المشروعات الجارى تنفيذها ؟
%١٠٠		%٩٩.٠	%١.٠	النسبة المئوية	
٤٠٠	%٨٤.٠	٣٣٦	٦٤	التكرار	هل انت على دراية كافية بهذه البرامج وأهميتها للدولة ؟
%١٠٠		%٨٤.٠	%١٦.٠	النسبة المئوية	



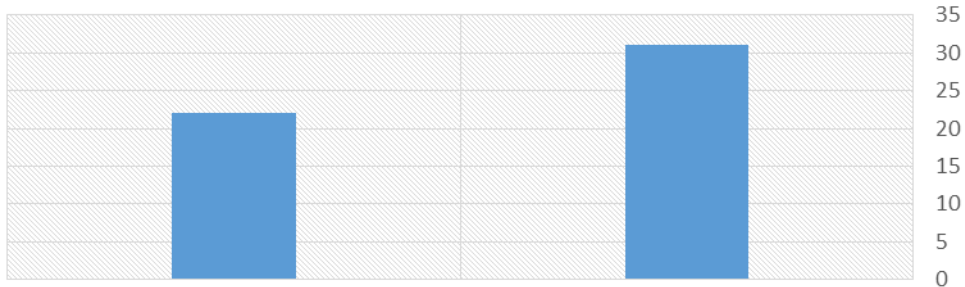
من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلق بمدى إدراك المواطنين لمفهوم التنمية المستدامة وأهميتها يتضح أن ٩٩% من إجمالي عينة الدراسة يعلمون أن الدولة تقوم بتنفيذ برامج للتنمية المستدامة (مصر 2030) في محافظتهم تتمثل في المشروعات الجارى تنفيذها ، في حين يتبين أن ٨٤% من إجمالي عينة الدراسة على دراية كافية بهذه البرامج وأهميتها للدولة.

جدول رقم (٤)

يوضح مدى إشراك المواطنين في وضع أولويات مشروعات البرامج التنموية

المجموع	الوزن النسبي	الإجمالي		التكرارات والنسب المئوية	
		نعم	لا		
٤٠٠	%٣١.٠	١٢٤	٢٧٦	التكرار	هل يتم دعوتكم من قبل مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالإتصال من المحافظة لحضور جلسات تشاورية لاختيار المشروعات التى تنفذ ضمن برنامج التنمية المستدامة فى محافظتكم ؟
%١٠٠		%٣١.٠	%٦٩.٠	النسبة المئوية	
٤٠٠	%٢٢.٠	٨٨	٣١٢	التكرار	هل مقترحاتكم لأولويات المشروعات يتم إدراجها فى الخطة ؟
%١٠٠	%٢٢.٠	%٢٢.٠	%٧٨.٠	النسبة المئوية	

مدى اشراك المواطنين في وضع أولويات مشروعات البرامج التنموية



هل يتم دعوتكم من قبل مسئولى العلاقات العامة هل مقترحاتكم لأولويات المشروعات التى تنفذ ضمن برنامج التنمية المستدامة فى محافظتكم ؟

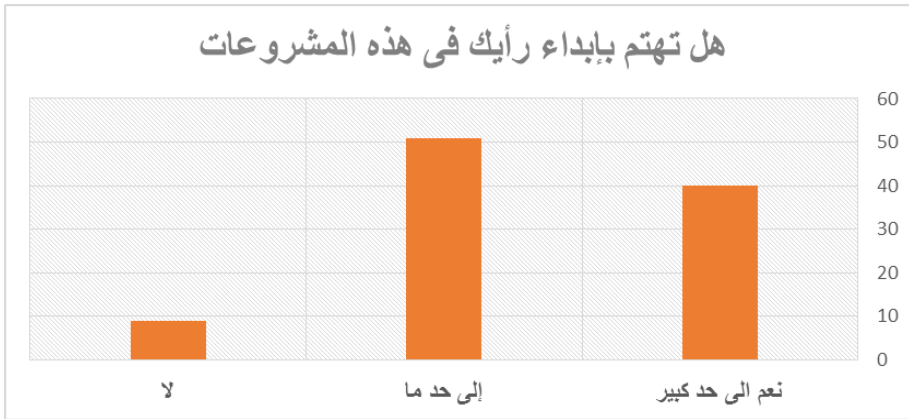
هل مقترحاتكم لأولويات المشروعات يتم إدراجها فى الخطة ؟

تشير البيانات المعروضة بالجدول السابق والمتعلقة بمدى إشراك المواطنين في وضع أولويات مشروعات البرامج التنموية الى أن ٣١% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة يتم دعوتهم من قبل مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالإتصال من المحافظة لحضور جلسات تشاورية لاختيار المشروعات التي تنفذ ضمن برنامج التنمية المستدامة فى محافظتهم، كما تشير البيانات الى أن نسبة ٢٢% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة يتم إدراج مقترحاتهم لأولويات المشروعات فى الخطة.

جدول رقم (٥)

يوضح هل تهتم بإبداء رأيك فى هذه المشروعات

النسبة المئوية	التكرار	هل تهتم بإبداء رأيك فى هذه المشروعات
٤٠.٠	١٦٠	نعم الى حد كبير
٥١.٠	٢٠٤	إلى حد ما
٩.٠	٣٦	لا
١٠٠	٤٠٠	المجموع

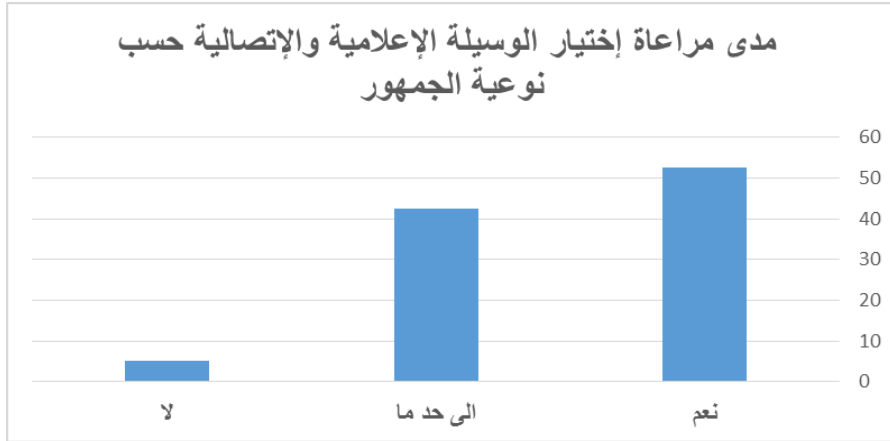


من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بمدى اهتمام أفراد العينة بإبداء آرائهم حول المشروعات يتبين أن نسبة ٥١% من المواطنين أفراد العينة يهتمون إلى حد ما بإبداء آرائهم فى المشروعات، ونسبة ٤٠% يهتمون إلى حد كبير بإبداء آرائهم حول تلك المشروعات، ونسبة ٩% لا يهتمون بإبداء آرائهم حول تلك المشروعات.

جدول رقم (٦)

يوضح مدى مراعاة اختيار الوسيلة الإعلامية والاتصالية حسب نوعية الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	
٥٢.٥	٣١	نعم
٤٢.٤	٢٥	الى حد ما
٥.١	٣	لا
١٠٠.٠	٥٩	المجموع



من خلال بيانات الجدول السابق والمتعلقة بمدى مراعاة اختيار الوسيلة الإعلامية والاتصالية حسب نوعية الجمهور أن نسبة ٥٢.٥% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة أجابوا بنعم ، ونسبة ٤٢.٤% أجابوا بـ " إلى حد ما" ، ونسبة ٥.١% يرون أنه ليس هناك مراعاة في اختيار الوسيلة الإعلامية والاتصالية حسب نوعية الجمهور.

مناقشة النتائج

١- أثبتت نتائج الدراسة الحالية والخاصة بمسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال ، أن جميع أفراد العينة على علم بالخطة التنموية ؛ وهوما تُفسّره الباحثة إيجابياً بارتفاع درجة الوعى لدى القائمين بالاتصال ، وأنهم يمتلكون من الأدوات التى من الممكن أن تمكنهم من خدمة قضايا التنمية ؛ إن تم توظيفها بالشكل السليم ، وهو ما ستكشف حقيقته النتائج التالية للدراسة ، وأثبتت نتائج الدراسة الخاصة بالمواطنين أن الغالبية العظمى من أفراد العينة على علم بخطة مصر ٢٠٣٠ ، وأن ما يتم تنفيذه من مشروعات تنموية فى محافظتهم ينتمى لهذه الخطة ، وعلى دراية كافية بمدى أهميتها للدولة ، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تكشف عن مدى وعى المواطن بما يدور حوله ، كما تكشف عن نجاح إعلام الدولة فى زيادة ادراك المواطنين بأهمية هذه الخطة التنموية .

٢- أثبتت نتائج الدراسة الخاصة بالمواطنين ، أنه بنسبة قليلة جداً لاتتخطى ٥٠% على مستوى المحافظتين محل الدراسة يتم دعوة المواطنين لحضور جلسات تشاورية تخص اختيار المشروعات فى محافظاتهم ، وأنه بنسبة ٧٨% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة أفادوا أنه لا يتم ادراج مقترحاتهم لأولويات المشروعات فى الخطة ، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتفق مع ما تم الإشارة إليه سابقاً ؛ أن مصر ٢٠٣٠ ، هي أجندة وطنية تعكس خطة استراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة فى كل المجالات ؛ أى أنها خطة ذات مشروعات محددة مسبقاً ، غير قابلة لإدراج مقترحات جديدة ، وهو ما تراه الباحثة متناقضاً مع ترسيخ مفهوم التخطيط بالمشاركة كأحد أهم مفاهيم " رؤية مصر ٢٠٣٠ " وأهم آلياتها المُعلنة ، كما يشير إلى عدم إستخدام " استراتيجية المشاركة فى المهام " ، كما تعزو الباحثة ذلك إلى وجود تقصيراً إن صح القول مُتعمد من جانب مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال فى التواصل مع المواطنين فيما يخص اختيار المشروعات ، ووجود نوعاً من التهميش لآرائهم وأخذ مقترحاتهم وأولوياتهم للمشروعات الأكثر احتياجاً بعين الإعتبار، حيث تُفرض عليهم مشروعات معينة تتكامل بها خطة الدولة بشكل عام ، وتأكدت هذه النتيجة بنتيجة أخرى أثبتتها إجراءات الدراسة والخاصة بمدى رضا أفراد العينة عن المشروعات الجارى تنفيذها فى إطار البرامج التنموية ، حيث جاءت النسبة الأعلى من أفراد العينة بالمحافظتين بـ " نعم إلى حد ما " ، وأثبتت نتيجة أخرى توصلت إليها الدراسة الحالية عدم اهتمام أفراد العينة محل الدراسة بالمحافظتين بإبداء آرائهم فى المشروعات إلى حد كبير ، وكانت هناك نسبة قليلة لم تهتم بإبداء آرائها على الإطلاق فى تلك المشروعات .

٣- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٩% من افراد العينة الإجمالية للدراسة ، أفادوا بعدم تواصل مسئولى العلاقات العامة والقائمين بالاتصال من المحافظة

معهم بشكل مباشر فيما يخص مشروعات البرنامج في محافظتهم ، وترى الباحثة أن هذه النسبة تُعد دلالة على وجود قصوراً في التواصل المباشر مع المواطنين ، أى وجود خلل في الاستراتيجية الاتصالية إن وجدت ، وهو ما اعتبرت الباحثة إهمالاً لبعض فئات المواطنين التي لا تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في التواصل .

٤- إتفقت نتائج الدراسة الحالية للمواطنين إجمالاً وتفصيلاً لكل محافظة على حدة ، أن مصدر معلوماتهم عن مشروعات برامج التنمية المستدامة التي تُنفذ في محافظتهم ، جاء في المرتبة الأولى لوسائل التواصل الاجتماعي ، بينما جاء الاتصال الشخصي مع المسؤولين مباشرة في المرتبة الأخيرة ، وهو ما تُفسره الباحثة بوجود توجُّهاً رقمياً لبث المعلومات وإعتماد التواصل فيما بين المؤسسة وجمهورها ، ولكن وجود قصوراً في استخدام الاتصال الشخصي قد يكون مجحفاً لبعض فئات المواطنين التي لا تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في التواصل ، وهو ما يعكس عدم إكمال الإستراتيجية الاتصالية ويؤثر على نجاحها .

٥- أثبتت نتائج الدراسة الحالية إجمالاً وتفصيلاً ، أن " اللقاءات المباشرة مع المواطنين " ، أكثر وسيلة اتصالية يُفضلها المواطنون ، وهو ما تُفسره الباحثة في احتياج المواطنين إلى من يستمع إليهم ويمدِّهم بالمعلومات بشكل مباشر عن ما يتم تنفيذه من مشروعات، وتعزو الباحثة ذلك إلى عدم حصولهم على رد فعل من المؤسسة بالوسائل التقليدية كوسائل التواصل الاجتماعي .

٦- إتفقت نتائج الدراسة الحالية للمواطنين إجمالاً وتفصيلاً لكل محافظة على حدة ، أن المعلومات التي حصل عليها أفراد العينة عن المشروعات التنموية في محافظتهم تعتبر كافية وشاملة إلى حد ما وليس إلى حد كبير ، وكذلك بالنسبة لمدى اقتناعهم بمحتوى الرسالة الإعلامية عن تلك المشروعات ، وهو ما تُفسره الباحثة بعدم اهتمام مسؤولي العلاقات العامة والقائمين بالاتصال بإتاحة المعلومات الكافية للمواطنين ، وهو ما يعنى عدم اهتمامهم بوعى وفهم المواطنين بالشكل الكافي الذى يجعلهم قادرين على المشاركة فى الخطط والبرامج التنموية .

التوصيات

- ١- ان تصوغ العلاقات العامة استراتيجية لاشراك المواطن ، لتنمية شعوره بأنه الأساسى فى الوطن ، واقناعه ان كل ما يدور حوله من أجل تحقيق رفاهيته وتحسين جودة حياته .
- ٢- ضرورة اعتماد العلاقات العامة على الاتصال المباشر واللقاءات التفاعلية مع المواطنين ، والتي تدعم إحساس المواطنين بأهميتهم ، وتوطد الإنتماء و الثقة بينهم وبين المؤسسة ، وتكفل الوصول الى هذه الفئة من المواطنين ، التي لا تعتمد على وسائل التواصل التكنولوجية .
- ٣- ضرورة صياغة استراتيجية مدروسة لاستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية ، حسب مراحل الخطة وتراعى الوصول لكافة المواطنين ، ذو محتوى واضح وسهل الفهم ، وتدعم كسبهم لدعم التنمية ومشروعاتها الجارى تنفيذها بالمحافظة .
- ٤- ضرورة إشراك المواطنين فى جميع مراحل الخطة التنموية ، والإستماع لمقترحاتهم من اولويات المشروعات الأكثر احتياجاً لهم ، ودراسة امكانية ادراجها فعلياً لكسب ثقتهم .
- ٥- ضرورة تدريب العاملين بأجهزة العلاقات العامة على صياغة الاستراتيجيات الخاصة بمشاركة المهام والاستراتيجية التنموية ، وكافة الاستراتيجيات التي تخدم التنمية .
- ٦- ضرورة تأهيل وتدريب العاملين بأجهزة العلاقات العامة على ابتكار استراتيجيات جديدة لدعم خطط التنمية .
- ٧- ضرورة اعتماد العلاقات العامة على الاتصال المباشر واللقاءات التفاعلية مع المواطنين ، والتي تدعم إحساس المواطنين بأهميتهم ، وتوطد الإنتماء و الثقة بينهم وبين المؤسسة ، وتكفل الوصول الى هذه الفئة من المواطنين ، التي لا تعتمد على وسائل التواصل التكنولوجية .
- ٨- ضرورة صياغة استراتيجية مدروسة لاستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية ، حسب مراحل الخطة وتراعى الوصول لكافة المواطنين ، ذو محتوى واضح وسهل الفهم ، وتدعم كسبهم لدعم التنمية ومشروعاتها الجارى تنفيذها بالمحافظة .
- ٩- ضرورة إدراج مفهوم المشاركة المجتمعية وزيادة الوعى به لدى المسؤولين والمواطنين .

قائمة المراجع

- إيتسام صاحب الزويني ، " مناهج البحث التربوي " ، (بغداد : الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١٨) .
- حاتم على حيدر مقبل الصالحى ، " تقييم فاعلية إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور فى بناء سمعة المنظمة " ، رسالة دكتوراه ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٢١ .
- حب الدين علي محمد يعقوب و محمد عبد العاطي عبد الله المكي ، " العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية في الفترة من ٢٠١٠-٢٠١٥ " ، : دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي - مجلة كلية العلوم الإدارية جامعة افريقيا العالمية - العدد (١) السودان - رمضان ١٤٣٨ هـ يونيو ٢٠١٧ .
- خالد جمال ، " تأثير التعرض لحملة "حياة كريمة" في التلفزيون والإنترنت على اتجاهات الشباب نحو أداء الحكومة "، مجلة البحوث الإعلامية ، المجلد ٦٣ ، (عدد ٢) ، ٢٠٢٢ .
- سعاد راغب الخطيب ، " مبادئ العلاقات العامة " ، (عمان : دار البداية ، ط ١ ، ٢٠٠٩) .
- سلوى ثابت ، "مدخل الى مشاركة مجتمعية فى رسم السياسات العامة ، دليل الديمقراطية " ، عبدالمنعم المشاط - مؤلف مشترك ، (القاهرة : مركز القاهرة لثقافة الديمقراطية ، مكتبة الشروق الدولية ، ط ١ ، ٢٠١١) .
- سمير محمد حسين ، " بحوث الإعلام - دراسات في مناهج البحث العلمي " ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥) .

- عاطف عدلى العبد ، نهى عاطف العبد ، " الإعلام التتموى والتغير الاجتماعى -أسس النظرية والنماذج التطبيقية "، (القاهرة : دار الفكر العربى، ط٥، ٢٠٠٧).
- عامر خضير الكبيسى وآخرون ، "دراسات حول مداخل التنمية المستدامة"، (المملكة العربية السعودية : دار جامعة نايف للنشر ، ٢٠١٩).
- عبد الباسط محمد حسن " أصول البحث الإجماعى "، (القاهرة: مكتبة وهبة، ط٧، ١٩٨٠).
- علي عجوة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، (القاهرة: عالم الكتب، ط٤، ٢٠٠٤).
- محمد عبد الحميد، " البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية "، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠).
- محمد منير حجاب ،" اساسيات البحوث الإعلامية والإجماعية"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).
- محمود يوسف ، " المدخل فى العلاقات العامة "، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٣).
- مدحت أبوالنصر، ياسمين مدحت ، " التنمية المستدامة مفهوما وأبعادها ومؤشراتها" ، (القاهرة:المجموعة العربية للتدريب والنشر ، ٢٠١٧).
- Matilda Kolić Stanić - Anton Florijan Barišić, " **Social Relations Codes** ",(**Responsibility and Loyalty in Public Business Systems Research** | Vol. 10 No. 2) 2019.

