

دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين  
دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين في قطاع التعليم المصري  
الباحثة/ياسمين السيد صالح علي  
لدرجة الماجستير في الآداب / الإعلام / العلاقات العامة / حملات إقناعية / جامعة المنصورة  
إشراف  
أ.م.د / نهلة زيدان الحوراني  
أستاذ العلاقات العامة المساعد بقسم الإعلام  
كلية الآداب – جامعة المنصورة

### ملخص البحث :

ينبثق الهدف الرئيس لهذه الدراسة من خلال التعرف دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم في نشر الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم المصري ، ومن ثم فإن تساؤل الدراسة الرئيس ما هو دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم في نشر الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم المصري؟ ، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والذي يعد من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية، والمنهج الوصفي يهدف إلي جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلي العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة ، وهذا المنهج يعتمد في تنفيذه على طرق جمع البيانات ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ( ٤٠٠ ) من العاملين بقطاع التعليم ، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أظهرت نتائج الدراسة مدي مقدرة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية على تلبية الاحتياجات الصحية للعاملين ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٣٨,٨% وفي الترتيب الثاني لا بنسبة ٣٥,٧% وفي الترتيب الثالث أحياناً بنسبة ٢٥,٥% .

### Abstract:

The main objective of this study stems from identifying the role of public relations programs in the education sector in spreading health awareness among workers in the Egyptian education sector.

This study relies on the media survey approach, which is one of the most important approaches used in media studies, and the descriptive approach aims to collect sufficient and accurate data and information about the phenomenon, and then study and analyze what has been collected in an objective manner, in order to reach the factors affecting that phenomenon. In its implementation on the methods of data collection, the study was conducted on a sample of (400) workers in the education sector, and the results of the study concluded that the results of the study showed the extent of the ability of public relations in educational institutions to meet the health needs of workers. The second, no, by 35.7%, and the third, sometimes, by 25.5%.

**تمهيد:**

تشير الدراسات إلى أهمية الاتصال ودوره المركزي في عمليات التغيير الاجتماعي، كأحد الوسائل الكفيلة بتحقيق التسارع في الاتصال بالمجتمعات لتكون أكثر تطوراً وتقدماً في مجالات الحياة المختلفة، وتعد القضايا الصحية من القضايا المستهدفة من قبل البرامج والخطط الاتصالية المتعلقة بالقضايا الصحية في إطار ما يسمى بالاتصال الصحي.

لذلك برزت الحاجة إلى تضافر الأنشطة للمساهمة في توعية الرأي العام ونشر الوعي الصحي وقد بدأت وزارة التربية والتعليم ومنظمات المجتمع المدني العاملة في المجال الصحي بالتعاون مع الأجهزة الإعلامية المختلفة للاهتمام بهذا الأمر. واعتماداً على أهمية الدور التوعوي الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامة للعاملين بقطاع التعليم وما تقدمه من أنشطة وبرامج، والذي من الممكن أن يؤثر بشكل كبير في تقدم وتميز الطلبة، بالإضافة أنه يزيد من ثقة الطلبة مما يساعد في الارتقاء بمستوى العملية التعليمية، فمن هنا جاءت فكرة إعداد هذه الدراسة التي تقوم على بيان دور برامج العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.

**أولاً: الدراسات السابقة**

قامت الباحثة بمسح التراث العلمي في إطار امكانيات الباحثة وموضوع الرسالة:

١- دراسة عمرو صالح باسودان (٢٠٢٢) <sup>(١)</sup> تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام ٢٠٢١ م.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأدوار الحديثة للعلاقات العامة في ظل التطورات التقنية، والتعرف على دور التقنيات الرقمية والتغيرات التقنية في عمل العلاقات العامة ومدى تأثيرها، والكشف عن مدى التفاعل بين المؤسسة وجمهورها من خلال استخدام التقنيات الرقمية ومدى انعكاسه على تطوير أداء المؤسسات الحكومية" وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التي اعتمد الباحثون فيها على المنهج المسحي، وتبرز أهمية الدراسة في تسليط الضوء وإبراز الجهود التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان والدور الذي لعبته التقنية الحديثة في ممارسة العلاقات العامة والانعكاسات التي أثرت سلباً أو إيجاباً في إطار الممارسة.

**أهم نتائج الدراسة:**

الكشف عن التأثير الإيجابي والفاعل للعلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية وتبنيها واعتمادها على التقنيات الرقمية في الممارسة.

- دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين**
- حرص الإدارة العليا بالمؤسسات الحكومية على دعم العلاقات العامة وتسخير كافة الدعم والإمكانات لتفعيل كافة القنوات الاتصالية والإعلامية الإلكترونية وتحسين الصورة الذهنية من خلال تلك القنوات.
- ٢ - دراسة غادة فتح الله محمد (٢٠٢٢) <sup>(١)</sup> بعنوان: أساليب اتخاذ قرارات العلاقات العامة في المؤسسات السياحية المصرية: دراسة للقادة والممارسين.**
- هدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب اتخاذ قرارات العلاقات العامة في المؤسسات السياحية المصرية، وعرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن مفهوم اتخاذ قرارات العلاقات العامة، مقومات القرار الفعال، المؤسسة السياحية، واقتضت طبيعة الدراسة الاعتماد على منهج المسح الإعلامي لأساليب الممارسة، وتمثلت عينة الدراسة في (١٢١) مفردة من العاملين بالشركات العامة و(٢٦٧) مفردة من العاملين بالشركات الخاصة، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة الاستقصاء أو الاستبيان والمقابلة المقننة وأداة المقارنة.
- أهم نتائج الدراسة:**
- أنه بالنسبة لشركات قطاع الأعمال أوضحت أهمية كل خطوة من خطوات الأسلوب العلمي في اتخاذ قرارات العلاقات العامة حيث حصلت جميع الخطوات على نسب مرتفعة جداً.
- كما أن أهم عقبات إتباع الأسلوب العلمي هي أن التقدير الشخصي يكون أكثر تأثيراً عند اتخاذ القرار.
- يلاحظ اتفاق القطاعين الأعمال والخاص في أن كلاً من قياس الإنتاجية وهي عدد السائحين والإدارات والمكاتب الفنية بوزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي والاستفتاءات التي تتم مع منظمي الرحلات ووكلاء السفر في الخارج والمعلومات المتوفرة لدى الحاسب الآلي هي أهم وسائل متابعة قرارات العلاقات العامة المتخذة، كما اتفق كلا القطاعين على أن متابعة تنفيذ هذه القرارات تكون شخصية يقوم بها مدير العلاقات العامة بنفسه في أغلب الأحيان ويفوض آخرين في أحيان قليلة جداً.
- ٣ - دراسة Joelle Wiley Castelli (٢٠٢١) بعنوان: العلاقات العامة الحكومية: تقييم كمي لأدوار ممارس العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية واستخدام نموذج العلاقات العامة <sup>(٣)</sup>.**
- هدفت الدراسة إلى تحديد كيفية أداء ممارسو العلاقات العامة في مؤسسات الحكومات المحلية.
- أهم نتائج الدراسة:**
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم الممارسين مارسوا نموذج اتصال ثنائي الاتجاه، فإنهم يتمتعون بأكبر قدر من الخبرة في نماذج الإعلام العام ووكيل الصحافة.

الباحثة/ياسمين السيد صالح علي

- وجد الباحث أيضاً أن الدور الذي يشغله في أغلب الأحيان "المتصل الأعلى مرتبة" هو مدير العلاقات العامة، على الرغم من أنهم ذكروا أن هناك أشخاص أكثر خبرة في الأقسام الأقل للقيام بالأشياء النموذجية لفنيي العلاقات العامة.
- يحول انخفاض إجمالي عدد السكان ومعدلات الاستجابة دون التعميم الواثق لنتائج هذه الدراسة على مجتمع الاتصال بالحكومة المحلية بالكامل.
- يساهم البحث في مجال العلاقات العامة في الحكم المحلي.

#### ٤- دراسة نسرين زيادة (٢٠٢٢) <sup>(٤)</sup> بعنوان: استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الصحية: دراسة وصفية وتحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبدالحفيظ عبر موقع الفيسبوك

سعت هذه الدراسة لإبراز دور العلاقات العامة الرقمية في نشر الوعي الصحي إبان أزمة جائحة كورونا، مستندين في طرحنا هذا على رصد وتقييم الاستراتيجية الاتصالية التي استخدمها الدكتور حفيظ عيادة عبر صفحته على موقع الفيسبوك للحد من تفشي الوباء وإقامة اتصالات مستمرة مع الجمهور المنتبغ له عبر صفحته الرسمية، وذلك لنشر وتعزيز الوعي الصحي لدى المواطن الجزائري، نموذج يظهر كيفية الاستفادة من التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال، وتوظيفه في تطوير ممارسات ونشاطات العلاقات العامة. مع الكشف عن الدور المنوط للعلاقات العامة الرقمية في التواصل والتفاعل مع المواطنين بصورة تحقق نشر الوعي والتثقيف الصحي، وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي وأداة تحليل المحتوى.

**أهم نتائج الدراسة:**

- وقد أثبتت الدراسة أن العلاقات العامة الرقمية بذلت جهود اتصالية فعالة لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية التي استعملتها بكثرة في ذروة الازم، كذلك اعتمادها على أساليب عدة من ضمنها أسلوب احتواء الأزمة الذي أسهم وبشكل فعال في خلق عمليات اتصالية فعالة في ترسيخ الوعي الصحي، ورفع مستويات المعرفة لدى المواطن الجزائري، والتي من شأنها كبح الانتقال المجتمعي للعدوى وضمان عدم التناقض وإثارة الهلع لدى الجمهور.

#### ٥- دراسة الرشيد داود آدم (٢٠٢٢) <sup>(٥)</sup> بعنوان: دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي للحد من انتشار فيروس كورونا: إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم إنموذجاً "يناير ٢٠٢٠م - نوفمبر ٢٠٢١م".

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الحملات الإعلامية التي نفذتها وزارة الصحة في التوعية الصحية للحد من انتشار فايروس كورونا في ولاية الخرطوم، والتعرف أيضاً على أكثر الوسائل الإعلام فاعلية في نشر الرسالة الصحية بين المواطنين، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وعينة الدراسة هي عينة عمدية قصدية

**دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين**  
تتكون من كل وموظفي إدارة الإعلام والعلاقات العامة وبعض الكوادر الطبية الذين شاركوا في الحملات الإعلامية، وعدد أفرادها (٣٥) فردا واستخدم الباحث الاستبيان كأداة رئيسية في جمع المعلومات والبيانات والملاحظة العلمية كأداة مساعدة لمعرفة آراء المبحوثين تم تحليل البيانات عبر برنامج SPSS وتوصلت الدراسة إلى عدد من **النتائج ومن أهمها:**

- بينت نتائج الدراسة أن الحملات الإعلامية التي نفذتها إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة لها دورا كبيرا في الحد من انتشار فيروس كورونا في ولاية الخرطوم.

- كشفت نتائج الدراسة أن شبكات مواقع التواصل الاجتماعي من أسرع الوسائل فاعلية في نشر الرسائل والإرشادات الصحية إلى مواطني ولاية الخرطوم.

- كشفت نتائج الدراسة أن إدارة الإعلام والعلاقات العامة لم تستعين بخبراء في مجال الإعلام والاتصال لوضع خطط واستراتيجيات واضحة لتنفيذ الحملات الإعلامية ولصياغة الرسائل الصحية بطرق مقنعة وبأسلوب بسيط ومفهوم لمختلف فئات ومكونات المجتمع داخل ولاية الخرطوم

**٦ - دراسة Loren Gaudet بعنوان: دور خطاب الوعي الصحي في المشاركة بتنمية الوعي الصحي، (٢٠٢١).<sup>(١)</sup>**

هدفت هذه الدراسة إلى استخدام أدوات الدراسة الخطابية للتحقيق في كيف أن الوعي الصحي ، كمفهوم ومجموعة من المعتقدات التي تعزز المثل العليا للصحة ، تتغلغل في الحياة اليومية وتؤثر على طرق الوجود. وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها:-

أستكشف كيف يتم إيصال الوعي الصحي من خلال حملات التسويق الخاصة بالصحة العامة والتجارية ، وأزعم أن مصادر المعلومات تتغير ، وكذلك الأفكار الصحية التي يُطلب منا أن نكون على دراية بها. من خلال تحليل المواقع الإلكترونية الخاصة بـ "المشاركة"، وهي حملة صحية ولياقة بدنية ممولة من القطاع العام، و "فيتبيت"، وهي شركة تنتج تقنيات يمكن ارتداؤها، أوضحت أن هذه المنظمات تزود جمهورها بتعليمات للسلوك الذاتي في السعي وراء الصحة من خلال التقوى التي الوقت مورد يجب إدارته. من خلال هذه التقوى والمشاركة و Fitbit ' تشكل كل مواقع الويب مذبحًا للصحة حيث يتم تمثيل الصحة على أنها شخصية (محسنة) اجتماعيًا وجسديًا ، تكون دائمًا بعيدة المنال ويمكن تحقيقها في المستقبل. أختتم بدعوة إلى الأوصاف النقدية للوعي الصحي لتجاوز القوة التفسيرية لليبرالية الجديدة للصحة ، والتحول إلى عمل راشيل ساندرز ، وأنماري مول ، ودونا هارواي كطرق ممكنة لمقاومة التحسين.

يُلاحظ في الوقت الراهن أنّ هناك حالة من قلة الوعي بأهمية السلامة والرعاية الصحية بالنسبة للعاملين في مجال التعليم، وعدم الإدراك بخطورة هذه الأوضاع وما تسببه لهم من أمراض، وانطلاقاً من الدور المناط بأجهزة العلاقات العامّة الفعّال والمؤثر في بناء وإدارة الأهداف وضع السياسات المختلفة، ودورها في المحافظة على سلامة استمرارية العملية الاتصالية بين العاملين في مجال التعليم والطلاب، برزت الحاجة إلى بيان الدور التوعوي الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامّة، في مجال الصحة والسلامة العامّة لدى العاملين، وما هي البرامج التي تقدمها في سبيل رفع مستوى الوعي الصحي لديهم، وذلك من خلال اعتمادها على وسائل الإعلام المختلفة، وتقديم التوعية الصحية المناسبة لهم، وبالمقابل تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى اعتماد العاملين في قطاع التعليم على الوسائل والأساليب التي تستخدمها برامج العلاقات العامّة في سبيل التوعية الصحية العاملين بقطاع التعليم، لمعرفة نوعية التأثيرات التي تعكسها هذه البرامج.

وفي ضوء ذلك فإن مشكلة الدراسة جاءت لتوضيح طبيعة الدور الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامّة، ومدى اعتمادها على وسائل الإعلام المختلفة في تقديم برامج التوعية الصحية للطلبة في الجامعات الأردنية، من خلال طرح التساؤل الرئيس: **دور برامج العلاقات العامّة في قطاع التعليم في نشر الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم المصري؟**

**ثالثاً : أهمية الدراسة :**

نظراً للحالة الوبائية المنتشرة وهي (فيروس كورونا) في هذه الآونة، وعدم اتخاذ الأفراد الحيطة والحذر تجاه إجراءات الوقاية والسلامة، فنجم حال من قلة الوعي التي تنتضح من خلال بعض تصرفات الأفراد، ومع تزايد الاختلاط الذي يدور بين الطلبة، الذي من الممكن أن يقوم بدوره في زيادة الأمراض وانتشارها بشكل أكبر، فهنا يبرز دور أجهزة العلاقات العامّة، التي من الواجب قيامها بمواجهة كافة الظروف والأزمات، وقيامها في التواصل مع الجهات المختلفة، بالإضافة لدورها في بث، ونشر والقيام بالأنشطة أو البرامج التي من المفترض أن تعود نتائجها بالمنفعة على قطاع التعليم، وفي هذه الدراسة وإيماناً بأهمية دور برامج وأنشطة العلاقات العامّة في نشر التوعية الصحية والمحافظة على السلامة الصحية النفسية والجسدية لدى العاملين بقطاع التعليم، تبرز أهمية الدراسة في بيان:

أهمية موضوع الدراسة الذي بحث في دور برامج العلاقات العامّة في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.

- دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين**
- تُعد هذه الدراسة الأولى التي بحثت في دور برامج العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم، حسب حدود علم الباحث، حيث أن كل الدراسات السابقة تناولت الوعي الصحي لدى الطلاب وليس العاملين.
  - توفر للمسؤولين في الجامعات ومؤسسات التعليم العالي الحلول المناسبة التي تزيد من فعالية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.
  - اثراء النقص في مجال الدراسات الإعلامية ببحوث علمية متخصصة.

#### **رابعاً : أهداف الدراسة :**

- تسعى هذه الدراسة التعرف على دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم، كهدف رئيس وينبثق منه عدد من الأهداف الفرعية الآتية للتعرف على:
١. الكشف عن دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم المصري بمتابعة القضايا الصحية ومساهمتها في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.
  ٢. رصد درجة اهتمام العاملين بقطاع التعليم ببرامج العلاقات العامة وما تقدم من معلومات حول القضايا الصحية.
  ٣. التعرف على درجة اعتماد العاملين على المعلومات التي تقدمها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم.
  ٤. رصد الوسائل الاتصالية التي تستخدمها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم من أجل التوعية الصحية للعاملين فيه.
  ٥. رصد مصادر المعلومات التي يحصل من خلالها العاملين بقطاع التعليم على معلومات حول القضايا الصحية.
  ٦. التعرف على الأسباب والدوافع التي تجعل العاملين بقطاع التعليم يعتمدون على البرامج التي تنظمها أجهزة العلاقات العامة.
  ٧. الكشف عن الأساليب التوعوية التي تتخذها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم في توعية العاملين صحياً.
  ٨. التعرف على التأثيرات المعرفية التي تعود على العاملين نتيجة البرامج التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية في قطاع التعليم.
  ٩. التعرف على التأثيرات الوجدانية التي تعود على العاملين من البرامج التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية في قطاع التعليم.
  ١٠. التعرف على التأثيرات السلوكية التي تعود على العاملين من البرامج التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية في قطاع التعليم.

الباحثة/ياسمين السيد صالح علي

#### خامساً : تساؤلات الدراسة :

- ينبثق عن تساؤل الدراسة الرئيس والمتمثل في : ما دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم في نشر الوعي الصحي لدى العاملين؟ مجموعة من الأسئلة الفرعية وذلك على النحو التالي:
١. ما دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم بمتابعة القضايا الصحية ومساهمتها في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين؟
  ٢. ما درجة اهتمام العاملين بقطاع التعليم ببرامج العلاقات العامة وما تقدم من معلومات حول القضايا الصحية؟
  ٣. ما درجة اعتماد العاملين على المعلومات التي تقدمها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم عبر موقعه الرسمي؟
  ٤. ما الوسائل الاتصالية التي تستخدمها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم من أجل التوعية الصحية للعاملين فيها؟
  ٥. ما مصادر المعلومات التي يحصل من خلالها العاملين بقطاع التعليم على معلومات حول القضايا الصحية؟
  ٦. ما الأسباب والدوافع التي تجعل العاملين بقطاع التعليم يعتمدون على البرامج التي تنظمها أجهزة العلاقات العامة؟
  ٧. ما الأساليب التوعوية التي تتخذها أجهزة العلاقات العامة في قطاع التعليم في توعية العاملين صحياً؟

#### سادساً : فروض الدراسة

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام العاملين بقطاع التعليم ببرامج العلاقات العامة وبين ما تقدمه تلك البرامج من معلومات حول القضايا الصحية.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر دور برامج أجهزة العلاقات العامة في التوعية الصحية لدى العاملين بقطاع التعليم.
٣. يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي العاملين الصحي وبين اعتمادهم على وسائل أجهزة العلاقات العامة.
٤. يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم المصري ومساهمتها في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.
٥. يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) التي تعود على العاملين نتيجة البرامج التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية في قطاع التعليم.

#### سابعاً : المدخل النظري للدراسة :

تتمحور هذه الدراسة حول دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم ودورها في نشر الوعي الصحي بين العاملين، وقد تم استخدام نظرية الاعتماد باعتبار أن



### دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين

أجهزة العلاقات العامة هي الوحدات الإدارية التي في قطاع التعليم التي تستخدم وسائل الاعلام المختلفة، التي تمتد العاملين من خلالها بالمعلومات والبيانات التي تهمهم في عملية التوعية، بالإضافة أن أجهزة العلاقات العامة يمكن أن تستخدم الوسائل الاعلامية المختلفة في الاتصال والتواصل مع العاملين، ولأن نظرية الاعتماد قائمة على الربط بين وسائل الاعلام والمجتمع والنظم الاجتماعية، فإنها هنا تقوم في محاولة لشرح اسباب اشباع الحاجة لدى الأفراد من هذه الوسائل الاعلامية، والعمل على فهم العلاقة بين الاعلام والجمهور وتركز على اجابة سؤال واحد وهي لماذا يتابع الجمهور وسائل الاعلام؛ فلذلك من هنا يمكن من خلال نظرية الاعتماد معرفة مدى اعتماد العاملين على الوسائل التي تبثها اجهزة العلاقات العامة في الحصول على التوعية الصحية<sup>(٧)</sup>.

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في أوائل السبعينات من خلال مؤسسها ميلفن ديفلير وساندر بول روكيتش، وكما يوحى من اسم النظرية، إذ يقوم نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام، والنظم الاجتماعية، الجمهور، أي أن كلا من وسائل الاعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع انجاز أعمالها وتحقيق اهدافها دون الاعتماد على بعضها البعض، الذي أصبح ملزماً في المجتمع الحديث، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم العلاقات مع نظام وسائل الاعلام جميعاً أو مع أحد اجزائها مثل الصحف الراديو التلفزيون<sup>(٨)</sup>.

وتعرف علاقة الاعتماد على أنها العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على الاعلام وعلى وسائل الاعلام للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتسعى وسائل الاعلام الى تحقيق ثلاثة أهداف هي جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، ويعتمد الغرض الاساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الاعلام والجمهور والمجتمع، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الاعلام على المجتمع ويتحدد تأثير وسائل الاعلام على المجتمع بثلاثة تأثيرات: التأثير المعرفي، والسلوكي، والوجداني، وتأثير الاتصال الجماهيري في الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة لحد كبير لدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام<sup>(٩)</sup>.

ان نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام يهدف إلى تفسير متى؟ ولماذا؟ يتعرض الأفراد لوسائل الاعلام؟ وتأثيرات هذا التعرض يؤثر على معتقداتهم وسلوكهم تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الاعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية. فتعد نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نظرية شاملة، حيث تساعد على فهم تأثيرات الاعلام واستخدامه، فتجاوز بذلك دراسة تأثير وسائل الاعلام في المجتمع، الى دراسة تأثير المجتمع في وسائل الاعلام، حيث تعكس الاتجاه العلمي السائد في العلوم

الاجتماعية الحديثة بالنظر للحياة الاجتماعية كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليس مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج<sup>(١٠)</sup>.

### مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

وأشارت ان مميزات النظرية وكما حددها خبراء الاعلام والبحث عن مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام في:

١. تركز النظرية على الظروف البنائية والتاريخية اضافة للمتغيرات الشخصية والفردية، فانها تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة بالنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليس مجرد نماذج متصلة من الأسباب والنتائج.

٢. استخدمت النظرية الدراسات الأمبريقية، فقد استطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل: الاعتماد، والاستخدام، والتعرض، ووضعت مقاييس لتلك المتغيرات والتأثيرات؛ فالاعتماد على وسائل الاعلام يقصد به درجة الاهمية لوسيلة معينة كمصدر للمعلومات عن مختلف الاحداث والقضايا بالنسبة للفرد، والاستخدام يقصد به معدل المتابعة، ويختلف عن التعرض انه من الممكن أن يتعرض الفرد لعدد من الوسائل ولكنه يعتمد على غيره في حصوله على المعلومات.

٣. اعطت القوة والسيطرة لوسائل الاعلام على مصادر المعلومات، وأنها تؤثر بشكل كبير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الاعلام نفسها<sup>(١١)</sup>.

٤. تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة في المجتمع مما يؤدي ذلك إلى تكامل الانظمة مع بعض<sup>(١٢)</sup>.

وقد استفادت الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد من خلال تفسير شكل العلاقة بين الطلبة في قطاع التعليم واعتمادهم على اجهزة العلاقات العامة، التي تعمل على استخدام وسائل الاعلام المختلفة في عملية الاتصال والتواصل مع الطلبة، بالإضافة إلى نشر وتوضيح انشطتها التي تقوم بها من اجل توعية الطلبة، باستخدام الأساليب والطرق المختلفة في تنمية الوعي والادراك لديهم حول الصحة العامة، والتأثير عليهم سلوكيا ووجدانيا ومعرفيا، حيث وجدت الباحثة أن تأثيرات نشاطات العلاقات العامة في التوعية الصحية ستحدد مسار الرسالة الحالية في بحثها لدور العلاقات العامة في التوعية الصحية في قطاع التعليم من حيث المبادئ التالية المستمدة من النظرية:

- التصورات التي يكونها الطلاب عن دور العلاقات العامة في جامعاتهم في التوعية الصحية عموما.
- وهل إذا غيرت نشاطات ومنشورات العلاقات العامة من أفكار ذهنية لدى الطلبة فيما يتعلق بدورها في تعزيز الوعي الصحي؟
- هل تكون لدى الطلبة وجهات نظر جديدة أو مستحدثة عن التوعية الصحية بعد تعرضهم لنشاطات العلاقات العامة؟

**نوع الدراسة:**

تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات والبحوث الوصفية ، حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين في قطاع التعليم المصري ، مما يساعد الباحثة على جمع الحقائق والبيانات ومحاولة تفسيرها وإيجاد العلاقات بين المتغيرات المختلفة، وتحليلها، وتفسير هذة النتائج ومقارنتها واستخلاص مؤشرتها ودلالاتها باستخدام أساليب القياس والتصنيف ومن ثما تعميمها على مجتمع الدراسة<sup>(١٣)</sup>، وتتمثل هنا أهمية البحوث الوصفية كونها تحقق مصداقية النتائج كما تساعد على التنبؤ بالظاهرة في المستقبل، وهو ما يتفق مع الدراسة الحالية والتي تسعى الى رصد وقياس دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين في قطاع التعليم المصري.

**منهج الدراسة:**

تعتمد الدراسة على منهج المسح الاعلامي لكونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية ويساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة محل الدراسة<sup>(١٤)</sup>.

ومنهج المسح الإعلامي يهدف إلى دراسة الواقع والتوصل إلى بيانات يمكن وصفها وصفاً دقيقاً وتفسيرها والتعبير عنه كيفياً أو تعبيراً رقمياً، كما يعرف المنهج الوصفي بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المعتمد على المعلومات الكافية والدقيقة لدراسة ظاهرة أو موضوع محدد وذلك خلال فترة أو فترات زمنية معلومة من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة<sup>(١٥)</sup> ، بهدف التحقيق من اهداف الدراسة، والوقوف على صحة فروضها، وصولاً إلى استخلاص النتائج وتفسيرها لذي اعتمدت الدراسة على توظيف المنهج الاعلامي المسحي على مجتمع عينة الدراسة .

**مجتمع الدراسة:**

يعرف مجتمع الدراسة بأنه الجمهور ويمثل الجمهور المستهدف من الدراسة بهدف تعميم الدراسة على كل مفرداته<sup>(١٥)</sup>، وسوف يتم تطبيق الدراسة الميدانية على جميع العاملين بقطاع التعليم في المجتمع المصري في مختلف التخصصات وعلى اختلاف سنوات خبرتهم.

**عينة الدراسة:**

تعتبر العينة: "جزء من مجتمع الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً، ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله"<sup>(١٦)</sup>.

استخدمت الباحثة العينة لتمثيل مجتمع البحث لأنه من الصعب في معظم الأحوال تطبيق الدراسة على جميع مفردات المجتمع نظراً لعددها الكبير، كما أن العينة توفر

الباحثة/ياسمين السيد صالح علي  
الوقت والنفقات والجهد، وسوف يتم تطبيق الدراسة الراهنة على عينة قوامها (٤٠٠) من العاملين بقطاع التعليم وسوف يتم الاختيار بطريقة عشوائية موزعة على أربعة محافظات بجمهورية مصر العربية الأولى القاهرة (العاصمة)، والثانية الدقهلية (الدلتا)، والثالثة الإسكندرية (الوجه البحري)، والرابعة محافظة بني سويف حيث تمثل إحدى محافظات (الصعيد).

جدول (١)  
يوضح السمات الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة

السمات الشخصية		ك	%
النوع	ذكر	٢٠٠	٥٠
	أنثى	٢٠٠	٥٠
السن	من ٢٥-٣٥	١٠٠	٢٥,٠
	من ٣٦-٤٥ سنة	٢٠٨	٥٢,٠
	من ٤٦-٥٥ سنة	٥٤	١٣,٥
	من ٥٦ فأكثر	٣٨	٩,٥
المستوي التعليمي	متوسط	٩٦	٢٤,٠
	جامعي	٢٥١	٦٢,٨
	فوق جامعي	٥٣	١٣,٣
الحالة الاجتماعية	أعزب	٩٨	٤١,٣
	متزوج	٢٦٧	٦٦,٧
	مطلق	٥٥	٢٣,٢
	أرمل	١	٠,٣
المستوي الاقتصادي	منخفض	١٣١	٣٢,٨
	متوسط	١٦٦	٤١,٥
	مرتفع	١٠٣	٢٥,٨
الوظيفة	إداري	١٨	٤,٥
	معلم	١١٩	٢٩,٨
	مدير مدرسة	١٦٧	٤١,٧
	مدير إدارة	٩٦	٢٤,٠
إجمالي العينة = ٤٠٠			

### أداة الدراسة:

#### استمارة الاستبيان:

تعتمد الدراسة على استخدام الاستبيان الذي يقصد به: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يتطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث<sup>(١٧)</sup>، وثم الاعتماد على الاستبيان لأنه يعد إحدى المواقع الفعالة في جمع البيانات في إطار الدراسات الوصفية كما يعد أداة ملائمة لمنهج المسح الاجتماعي، إضافة إلى أنه يؤدي الغرض للحصول على المعلومات التي تتطلبها الدراسة وهو مناسب لطبيعة مجتمع البحث وخصائص العينة.

#### حدود الدراسة:

**الحدود الموضوعية:** تتناول الدراسة موضوع دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين في قطاع التعليم المصري.

**الحدود المكانية:** سوف يتم تطبيق هذه الدراسة في مؤسسات التعليم المصري المختلفة.

**الحدود الزمنية:** هي الفترة الزمنية التي يستغرقها تطبيق الدراسة والتي تتمثل في الفترة من ٢٠٢٣/١/١ وحتى ٢٠٢٣/٥/١.

#### اختبارات الصدق والثبات:

إن صدق استمارة تحليل المضمون يعني أن تكون الاستمارة تقيس بدقة الموضوع الذي تم تصميمها لقياسه فإن الاستمارة تتصف بالصدق من خلال قيام الباحث بفحص استمارة التحليل بدقة ومضاهاة فئات الاستمارة بتساؤلات الدراسة والتأكد من شمولها للفئات الرئيسية والفرعية، أما فيما يخص الثبات فإنه يعني أن الاستمارة تعطي النتائج نفسها أو قريبة منها إذا تم تطبيقها على مادة معينة في أوقات مختلفة، أو بواسطة باحثين مختلفين.

كما يتم التحقق من صدق استمارة التحليل من خلال عرضها على المختصين المعروفين والخبرة والممارسة، كذلك المختصين في المجال الذي تعني به الاستمارة سواء كان المجال الإعلامي أو الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي، وبناءً على هذه الإجراءات يتم عمل التعديلات التي من شأنها أن تجعل استمارة تحليل أكثر قدرة على قياس الموضوع المطلوب قياسه.

#### تاسعاً : مفاهيم الدراسة :

**العلاقات العامة :** كما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة: "أنها طريقة السلوك واسلوب للإعلام والاتصال يهدف لإقامة علاقات مفعمة بالثقة، والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المنظمة.

الباحثة/ياسمين السيد صالح علي

أما التعريف الإجرائي، فيقصد به: وحدة العلاقات العامة في قطاع التعليم التي تقوم على عملية الاتصال والتواصل ما بين الطلبة وادارة الجامعة، وبيان دورها بعملية التوعية الصحية للأفراد، أو رفع مستوى الوعي والادراك لديهم حول أهمية الصحة الجسدية والنفسية بما تعود عليهم من فائدة.

الوعي الصحي: "يكون في قدرة الفرد نفسه وأسرته ومجتمعه المحلي، على الوصول للمعلومات وفهمها والاستفادة منها بطرائق تعزز التمتع بصحة جيدة تصونها" (منظمة الصحة العالمية).

أما التعريف الإجرائي له، فيقصد به: الاجراءات او السلوكيات التي يقوم بها الفرد نتيجة ما يتم التعرض اليه من معلومات من وسائل الاعلام او اجهزة العلاقات العامة، الذي يؤدي إلى زيادة الثقافة والوعي الصحي من أجل السير نحو نظام صحي متكامل.

#### عاشراً : نتائج الدراسة :

##### أ - نتائج الدراسة الميدانية :

- أظهرت نتائج الدراسة مدي مساهمة العلاقات العامة في الحفاظ على الصورة الحسنة لوزارة التربية والتعليم ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٧٨.٧% ، وفي الترتيب الثاني لا بنسبة ٢١.٣%.
- أكدت نتائج الدراسة دور العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية في تنمية ارتباط العاملين بها ففي الترتيب الأول لها دور كبير بنسبة ٥٥% وفي الترتيب الثاني لها دور متوسط بنسبة ٢٣.٠% وفي الترتيب الثالث ليس لها دور بنسبة ١٠% .
- أشارت نتائج الدراسة طبيعة الاتصال الذي تطبقه إدارة العلاقات العامة بين الإدارة والعاملين في المؤسسات التعليمية ففي الترتيب الأول اتصال عن طريق المنشورات الرسمية بنسبة ٥٢.٥% وفي الترتيب الثاني اتصال المؤسسة مباشر بينهم بنسبة ٢٦.٣% وفي الترتيب الثالث لا يوجد اتصال بنسبة ٢١.٣%.
- أكدت نتائج الدراسة الطرق والوسائل الأنسب في تبليغ المعلومات للعاملين بوزارة التربية والتعليم حسب درجة الاتفاق والاختلاف جاء في الترتيب الأول في الوزن النسبي استخدام مواقع التواصل في تبليغ المعلومات بنسبة ٨١,٧% ، بينما جاء في الترتيب الثاني في الوزن النسبي إجراء المقابلات والندوات وذلك بنسبة ٧٤,٤% ، بينما جاء في المرتبة الثالثة في الوزن النسبي كتابة وتعليق النشرات والتقارير بنسبة ٧٣,٩% ، وجاء في المركز الرابع في الوزن النسبي إصدار الكتيبات والصحف والمقالات الإعلامية وذلك بنسبة ٦٧,٦% .
- أشارت نتائج الدراسة إلي الإجراءات التي تتخذها إدارة العلاقات العامة في عمليات التوعية الصحية للعاملين حسب درجة الاتفاق والاختلاف جاء في الترتيب الأول في الوزن النسبي مراجعة نشرات وتقارير المؤسسة بنسبة بلغت ٩١,١% من إجمالي

### دور العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي لدى العاملين

- إجابات الباحثين عينة الدراسة، بينما جاء في الترتيب الثاني تحديد العاملين القابلين للتأثر بالأمراض وتحديد طرق الاتصال بها بنسبة ٩٠,٦%، بينما جاء في المرتبة الثالثة في الوزن النسبي وضع خطة مسبقة بهدف تجنب الأزمات الصحية بنسبة ٨٣,٢%، بينما في المرتبة الرابعة في الوزن النسبي وضع دليل وقائي وإرشادي للأمراض المنتشرة وذلك بنسبة ٨١,٩%.
- أسفرت نتائج الدراسة وسائل الإعلام الجديد المستخدمة بوزارة التربية والتعليم لنشر الوعي الصحي ففي الترتيب الأول التدوين المصغر بنسبة ٥٠,٥%، وفي الترتيب الثاني المدونات بنسبة ٤٥% وفي الترتيب الثالث مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة ٣٤%، وفي الترتيب الرابع المنتديات بنسبة ٣١%، وفي الترتيب الخامس والأخير مجتمعات المحتوي بنسبة ٢٩,٢%.
- أظهرت نتائج الدراسة مدي مقدرة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية على تلبية الاحتياجات الصحية للعاملين ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٣٨,٨% وفي الترتيب الثاني لا بنسبة ٣٥,٧% وفي الترتيب الثالث أحياناً بنسبة ٢٥,٥%.
- أسفرت نتائج الدراسة مدي وجود تواصل بين العلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم مع المؤسسات الصحية ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٤٢,٣% وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة ٣٧,٥% وفي الترتيب الثالث لا بنسبة ٢٠,٢%.
- أشارت نتائج الدراسة الي التوعية الصحية بالوزارة حسب درجة الاتفاق والاختلاف احتلت عبارة المركز الأول في الوزن النسبي اقامة الندوات الصحية بالمؤسسة بطريقة مستمرة وذلك بنسبة ٨٠,٩%. بينما كانت عبارة الاهتمام بالرعاية الصحية للعاملين في المرتبة الثانية في الوزن النسبي وذلك بنسبة ٨٧,٣%، بينما جاء في المركز الثالث في الوزن النسبي تنظيم حملات كشف دوري للعاملين بالمؤسسة بنسبة ٧٣,٢%، واحتلت عبارة المساهمة في نشر الثقافة الصحية المركز الرابع في الوزن النسبي وذلك بنسبة ٧٢,٥%.
- تشير نتائج الدراسة الي مدي اتباع النصائح والتعليمات التي تقوم بها العلاقات العامة في ففي الترتيب الأول إلي حد ما بنسبة ٤٤,٢% وفي الترتيب الثاني نعم بنسبة ٣٩,٨% وفي الترتيب الثالث لا بنسبة ١٦,٠%.
- أظهرت نتائج الدراسة مدي رضي عينة الدراسة عن وسائل التوعية الصحية للعلاقات العامة ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٤٤,٨% وفي الترتيب الثاني الي حد ما بنسبة ٣٧,٥% وفي الترتيب الثالث لا بنسبة ١٧,٧%.
- اسفرت نتائج الدراسة مدي الاستفادة من التوعية الصحية للعلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم ففي الترتيب الاول استفدت بطريقه متوسطة بنسبة ٥٢,٥%، وفي

الباحثة/ياسمين السيد صالح علي

الترتيب الثاني استفدت بطريقه جيده بنسبة ٢٦,٣% وفي الترتيب الثالث استفدت بطريقه ضعيفة بنسبة ٢١,٣%.

- توضح نتائج الدراسة المعلومات الصحية المكتسبة ففي الترتيب الأول معلومات عامه بنسبة ٧٧,٥% وفي الترتيب الثاني معلومات خاصه بنسبة ٢٢,٥% .
- اسفرت نتائج الدراسة مدى تطبيق المعلومات الصحية التي اكتسبتها من إدارة العلاقات العامة ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٥٢,٥% وفي الترتيب الثاني لا بنسبة ٤٧,٥% .
- أشارت نتائج الدراسة أن موظفي العلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم لديهم القدرة لتنمية الوعي الصحي للعاملين ففي الترتيب الأول لا بنسبة ٥١,٧% وفي الترتيب الثاني إلى حد ما بنسبة ٢٤,٧% وفي الترتيب الثالث نعم بنسبة ٢٣,٥% .
- أظهرت نتائج الدراسة مدى مساهمة المعلومات الصحية التي تنتشرها العلاقات العامة بفاعلية في كسب ثقة العاملين بالقطاع التعليمي في الترتيب الأول موافق بنسبة ٩٢,٨% .

#### **ب - نتائج فروض البحث :**

- أظهرت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام العاملين بقطاع التعليم ببرامج العلاقات العامة وما تقدمه تلك البرامج من معلومات حول القضايا الصحية.
- أظهرت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لأثر دور برامج أجهزة العلاقات العامة في التوعية الصحية لدى العاملين بقطاع التعليم.
- أسفرت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي العاملين الصحي وبين اعتمادهم على وسائل أجهزة العلاقات العامة.
- أشارت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور برامج العلاقات العامة في قطاع التعليم المصري ومساهمتها في تنمية الوعي الصحي لدى العاملين بقطاع التعليم.
- أظهرت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الخامس بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) التي تعود على العاملين نتيجة البرامج التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للتوعية الصحية في قطاع التعليم.



### ج - توصيات البحث:

١. تعزيز قدرات العلاقات العامة بموارد بشرية متخصصة بالإعلام الجديد ومن ذوي الخبرة فيه ، جنباً إلى جنب مع تعزيز قدرات القائم بالاتصال في مهام العلاقات العامة خاصة على مستوى مقرات المؤسسات الحكومية .
٢. تهيئة الأجواء التطويرية والتأهيلية للقائمين بالاتصال في أقسام ودوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال عقد حوارات وورش متخصصة لتطبيقات الإعلام الجديد والقدرات التي يمكن استثمارها في تحقيق وظائف العلاقات العامة بإجادة وحرفية .
٣. العمل على استثمار تطبيقات الإعلام الجديد مثل الفيس بوك والتويتر والانستجرام والصحافة الإلكترونية في إبراز نشاطات المؤسسات الحكومية للجمهور الخارجي ضمن الحدود المتاحة مع الأخذ بالاعتبار طبيعة عمل كل مؤسسة .
٤. الحرص على تحفيز القائمين بالاتصال في العلاقات العامة على تطوير قدراتهم التقنية والفنية ووضع جدول زمني لتقييمهم ومكافأة المتميز منهم مادياً ومعنوياً .
٥. تخصيص مساحة معينة ضمن خطط المؤسسة فيما يتعلق بتطوير قدرات التواصل وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة ، وتخصيص الموارد المالية والبشرية والفنية لها ، وتأهيل كادر متخصص لذلك .
٦. تأهيل إمكانات القائم بالاتصال في تشفير أو زيادة نسبة الأمان لتطبيقات الإعلام الجديد ضمن الحدود المتاحة لغرض واستثمار تطبيقات الإعلام الجديد في تحقيق أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بأقل التكاليف .
٧. العمل على زيادة الجهود المقررة لتهيئة أجواء الحكومة الإلكترونية والتي بلا شك تعد من الخطوات المهمة التي تسعى الدولة إلى تطبيقها والعمل بها في المؤسسات الحكومية .

### مراجع البحث:

١. عمرو صالح باسودان، تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام ٢٠٢١ م، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٢٠٢٢ .
٢. غادة فتح الله محمد، أساليب اتخاذ قرارات العلاقات العامة في المؤسسات السياحية المصرية: دراسة للقادة والممارسين، جامعة سوهاج، كلية الآداب، مجلة كلية الآداب، ٢٠٢٢ .
3. Joelle Wiley Castelli, (2021), Government Public Relations: A Quantitative Assessment Of Government Public Relations Practitioner Roles And Public Relations Model Usage, <https://www.researchgate.net/publication/254706921>

٤. نسرين زيادة ، استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الصحية: دراسة وصفية وتحليلية لصفحة الدكتور عيادة عبدالحفيظ عبر موقع الفيسبوك ، جامعة ابراهيم سلطان شيبوط، الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠٢٢
٥. الرشيد داود ، دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي للحد من انتشار فيروس كورونا: إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم إنموذجا "يناير ٢٠٢٠م. - نوفمبر ٢٠٢١ م، مركز بحوث ودراسات دول حوض البحر الأحمر وجامعة كسلا، مجلة القلزم للدراسات الاسلامية، ٢٠٢٢.
6. Loren Gaudet, The piety of optimization: The rhetoric of health awareness in ParticipACTION and Fitbit, February 2021.
٧. علي كنعان . (٢٠١٩). نظريات الاعلام. ط١ عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
٨. وليدة حدادي (٢٠١٩). الحملات الاعلامية المرورية في ضوء مستلزمات الخدمة العمومية في الجزائر: رؤية نقدية. مجلة دراسات. (١٠). ٢٣٨ - ٢١٧
٩. محمد الشبيري (٢٠١١). اعتماد الجماهير اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للازمات. كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط. رسالة ماجستير غير منشورة.
١٠. وليدة حدادي (٢٠١٩). الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا الجديدة. ط١، عمان مركز الكتاب الأكاديمي.
١١. ميساء البشير (٢٠١٨). اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على الصف الجامعية ومعرفتهم بالقضايا الطلابية، كلية الآداب. الجامعة الإسلامية بغزة. رسالة ماجستير غير منشورة.
١٢. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط٣ القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦.
١٣. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة : دار عالم الكتب، ٢٠٠٠.
١٤. تيسير أبو عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، ط١، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
١٥. السيد احمد مصطفى عمر ، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
١٦. شيماء ذو الفقار رقيب ، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩.
١٧. جودت عزت عطوى، أساليب البحث العلمي، ط١، عمان: دار الثقافة ٢٠٠٩.