

أدوار ممارسي العلاقات العامة في البيئة الإعلامية الرقمية في المملكة العربية السعودية

دراسة مسحية

فيصل الدغيثر *

إشراف : ا.د. عثمان محمد العربي **

المقدمة

تعتبر العلاقات العامة أحد المجالات الرئيسية والحيوية في إدارة الشركات والمؤسسات الحديثة، حيث تلعب دوراً بارزاً في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة وتحسين تواصلها مع جميع الأطراف. وتتمثل مهام العلاقات العامة في تنمية علاقات مستدامة وجيدة مع مجموعة متنوعة من الجماهير التي تتفاعل مع المؤسسة، مثل الموظفين والعملاء والمستثمرين ووسائل الإعلام والمجتمع المحلي.

دخلت التقنية إلى كافة المجالات ولا سيما العلاقات العامة حيث مكنت التقنية ممارسي العلاقات العامة من قدرة عالية في إيصال رسائلهم إلى الجماهير بطريقة فعالة وقادرة قياسها، وتمكن ممارسي العلاقات العامة على الاستفادة من الامكانيات التي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعية من كسر للقيود الجغرافية وإمكانية تقديم بث مباشر لأنشطة التي تمارسها والقدرة على إعادة صناعة المحتوى وعرضه عبر عدة وسائل إعلامية رقمية مما سهل التواصل مع الجماهير وساعد على تفاعل الجمهور بشكل مختلف مع المحتوى الإعلامي الذي تقدمه العلاقات العامة باختلاف أهدافها من تعزيز الصورة الذهنية أو تحسينها، أو حتى شرح الخدمات والسلع التي تقدمها المنظمة للجمهور والاستفادة أيضاً من قدرة العلاقات العامة الرقمية على معرفة المزيد عن الجمهور وخصائصه واختيار الوسيلة الأمثل للوصول إلى الجمهور.

في هذا السياق، طرأت عدة تغييرات على وضع العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة، حيث ازداد اهتمام المؤسسات والشركات السعودية بدور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة. إن تطور ممارسة العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية تجاوز مرحلة الاهتمام بدورها وأهميتها للمنظمات. فما كادت توجد منظمة عامة أو خاصة أو خيرية في المملكة دون وجود إدارة للعلاقات العامة والاتصال، أو إدارة لوسائل التواصل الاجتماعي، سواء كان ذلك في شكل إدارة مخصصة أو ضمن وظائف فريق الاتصالات والتسويق. أما في المرحلة الحالية، فقد تحول التركيز إلى تحسين جودة الممارسة، والانتقال إلى مستوى "الاحترافية"، كما شهدنا اهتماماً متزايداً بمفاهيم الكفاءة

*باحث الدكتوراه بقسم الإعلام بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود

**أستاذ بقسم الإعلام بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود- الرياض

والخصائص المطلوبة في شخص الممارس للعلاقات العامة (الجعيد و عثمان، 2021). وتتماشي تلك التغييرات مع زيادة برامج دراسة مجال العلاقات العامة والإعلام في الجامعات السعودية في برامج البكالوريوس والدراسات العليا. بالإضافة إلى تنظيم كثير من الفعاليات والمؤتمرات المهنية المتخصصة في مجال العلاقات العامة مثل مؤتمر العلاقات العامة السعودي السنوي وملتقى التواصل المؤسسي، فضلاً عن وجود عدد من الجمعيات المهنية المتخصصة في مجال العلاقات العامة مثل الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان والجمعية التعاونية للعلاقات العامة، وجمعية اتصال للعلاقات العامة.

وتأسيساً على ما سبق، تضع تلك التغييرات المضطربة في مهنة العلاقات العامة على عاتق ممارسي العلاقات العامة مهام كثيرة منها الحاجة لفهم أدوارهم الاتصالية المختلفة في ظل تعدد المتغيرات التقنية التي تؤثر على مهنة العلاقات العامة والعاملين بها، باعتبار أن ممارس العلاقات العامة هو العنصر الرئيس في كل المهام الاتصالية داخل المؤسسة؛ الأمر الذي يدعو إلى ضرورة اهتمام الباحثين والعلماء والمهنيين بدراسة الأدوار التي يقوم بها ممارس العلاقات العامة.

مشكلة الدراسة

واجهت العلاقات العامة تحديات كثيرة منها استعداد ممارسي العلاقات العامة لتحمل المتطلبات الجديدة للبيئة الاتصالية ذات التطور المتسارع التي أظهرت الحاجة لفهم أدوار مهنة العلاقات العامة وقدرة ممارسي العلاقات العامة على التكيف المستمر لهذه المتغيرات المتسارعة، وعلى ممارستها أن يستطيعوا تحقيق الاستفادة الكاملة من وسائل الإعلام الرقمية لتعزيز وتقوية دور المهنة، وأن نجاح الممارسين يعتمد على مستوى فهمهم للجمهور وللتقنيات الجديدة وإلى إدراكهم لأدوار العلاقات العامة الأخرى مثل إدارة وحل المشكلات وحب الاستطلاع، وقد كشف علماء العلاقات العامة أنها مورست عبر أربعة أدوار رئيسية؛ دور الخبير، ودور ميسر الاتصال، ودور حلال المشاكل، وفني الاتصال (Moss & Warnaby, 1997).

وبناءً على الطرح السابق، تسعى هذه الدراسة إلى بحث الأدوار المهنية للعلاقات العامة من خلال فهم الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في البيئة الإعلامية الرقمية وأثارها على ممارسة العلاقات العامة. وعلى هذا الأساس تحدد التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في معرفة ما هي أدوار ممارسي العلاقات العامة في البيئة الإعلامية الرقمية بالمملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من خلال لقاءها الضوء على أدوار ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية في ظل البيئة الإعلامية الرقمية، وبذلك يمكن تحديد الأهمية العلمية والعملية لهذه الدراسة على النحو التالي:

الأهمية العلمية

- تستمد الدراسة أهميتها من تناولها لأحد الموضوعات البحثية المهمة التي تركز على دراسة أدوار العلاقات العامة في ظل البيئة الإعلامية الرقمية السعودية، وتأثيرات البيئة الرقمية على أدوار ممارسي العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية.
- معظم الدراسات تناولت أدوار العلاقات العامة في المؤسسة وليست الفرد، حيث تركزت على الأدوار المؤسسية باستخدام نظرية الامتياز لقرونج (Grunig، Grunig)، و (Dozier، 2003)، في حين أن الدراسة تتناول الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي في السعودية.
- تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تطبق التحليل العنقودي للأدوار الفردية لممارسة العلاقات العامة، فلا يكتفي الباحث بالتحليل العاملي وإنما يستخدم هذه التحليل العنقودي ليقدم صورة تفصيلية لتصنيف الممارسة إلى مجموعات مهنية تحمل خصائص موحدة والكشف عن كيفية ممارسة المهنة في السعودية.

الأهمية العملية

- تكشف هذه الدراسة الأبعاد المهنية المختلفة لممارسة العلاقات العامة، ورصد الأدوار الأكثر شيوعاً بين الممارسين لها في ظل التغيرات المضطربة في بيئة العمل الرقمية، وبهذا يتبين أهميتها وأهدافها وأنشطتها، ومدى مواكبتها للبيئة الرقمية الحديثة.
- تفيد هذه الدراسة في إزالة الخلط الكبير بين الدور الإستراتيجي الهام للعلاقات العامة في المنظمات الحكومية والخاصة، والدور المحدد للعلاقات العامة على أنها مجرد مراسم للاستقبال والترويج.
- إضافة إلى أنه من الممكن أن تساعد على رفع درجة اهتمام المنظمات حيال دور ممارسي العلاقات العامة الإداري والاستراتيجي والفني، وبناء مسار وظيفي متدرج لممارسي العلاقات العامة في المنظمات مما يساعد على رفع كفاءة الموارد البشرية في قطاع العلاقات العامة ورفع إمكاناتهم الاتصالية الرقمية.

متغيرات الدراسة:

المفاهيم الأساسية التي تدور حولها هذه الدراسة هي (أدوار العلاقات العامة، التحليل العنقودي)، ويتم تعريفها اصطلاحياً وإجرائياً على النحو التالي:

الأدوار:

اصطلاحاً: عرف (Lee و Neill، 2016) الأدوار بأنها: التوقعات المعيارية التي تصف وتشرح السلوكيات"، وعرّفها (Tubre & Collins, 2000) أنها: "مجموعة من السلوكيات المتوقعة تأديتها أثناء أداء المهام الوظيفية"

إجرائياً: ويعرفها الباحث أدوار العلاقات العامة إجرائياً بأنها: مجموعة الأدوار والسلوكيات الأفعال التي يقوم بها الممارسون لمهنة العلاقات العامة من أنشطة وواجبات وغيرها، واستخدام

الباحث نموذج بروم ودوزير الذي يتضمن أدوار الواسف الخبير وميسر عملية الاتصال وأدوار حل المشكلات؛ وفني الاتصال.

التحليل العنقودي:

اهتمت الدراسات السابقة بالتحليل العملي للوصول إلى مجموعة من الأدوار التي تمارسها العلاقات العامة. بينما يقوم التحليل العنقودي في هذه الدراسة بتقسيم الممارسين إلى مجموعات تتمايز عن بعضها وتحديد صفاتها.

اصطلاحاً: هو أسلوب إحصائي يقوم بتحليل البيانات وجمع مفردات مجتمع الدراسات على شكل عناقيد حتى تنتهي بغصن واحد وفقاً لعناصر المتغيرات أو صفاتها، ويعمل على تصنيف البيانات وجمع العناصر المجموعات المتجانسة في عنقود واحد، ويضع المتباين منها في عناقيد أخرى، وذلك لاكتشاف الأنماط.

إجرائياً: تقوم الدراسة بتطبيق هذا الأسلوب الإحصائي على الأدوار المهنية لممارسي العلاقات العامة وجمع الخواص والعناصر المشتركة بينهم وتصنيفها على شكل عناقيد.

خطوات تطبيق التحليل العنقودي واستخدامه:

خطوات التحليل العنقودي هي عملية تستخدم لتحديد التجمعات أو الفئات المتشابهة في مجموعة من البيانات غير المنظمة. يتم تطبيق هذه الخطوات في عملية التحليل العنقودي لتجميع البيانات المتشابهة معاً بناءً على معايير محددة. ويُعتبر التحليل العنقودي أداة مفيدة في فهم أدوار ممارسي العلاقات العامة وتحديد الممارسين المتشابهين في سوق العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية.

الخطوات الأساسية في التحليل العنقودي عادةً ما تشمل ما يلي:

- **جمع البيانات:** يتم جمع البيانات المراد تحليلها من المصادر المناسبة وتجهيزها للاستخدام في التحليل العنقودي. يمكن تجميع بيانات الممارسين في مجال العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية بناءً على عدة متغيرات مثل المستوى التعليمي، والخبرة العملية، والمجالات العملية المختلفة.
- **تحديد المتغيرات:** يتم تحديد المتغيرات المهمة التي ستستخدم لتجميع البيانات وتقديمها لعملية التحليل العنقودي. يمكن أن تكون هذه المتغيرات مثل المواصفات الفنية أو الخصائص السلوكية للعينة المدروسة.
- **حساب المصفوفة:** يتم حساب مصفوفة المشابهة بين العينات المختلفة باستخدام معايير محددة. حساب المصفوفة في سياق التحليل العنقودي يتم بواسطة تقنية قياس الشبه (similarity measure) أو مقياس المسافة (distance measure) بين العينات المختلفة. المصفوفة تُستخدم لتقييم درجة التشابه أو الاختلاف بين العينات وتشكيل العلاقات بينها.

- **اختيار عدد العناقيد:** يتم تحديد عدد العناقيد المطلوبة بناءً على البيانات وأهداف الدراسة، كما يتم تسميتها وفق الخصائص والأدوار المشتركة بين العينة.
- **تنفيذ التحليل العنقودي:** يتم تنفيذ الخوارزمية المناسبة للتحليل العنقودي، مثل الخوارزمية الرقمية العشوائية (k-means). يمكن تحديد تجمعات الممارسين المتشابهين وتصنيفهم في فئات محددة. هذا يوفر رؤية أعمق حول الأدوار المختلفة لممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية ويمكن أن يساعد في فهم توزيع المهارات والخبرات في هذا المجال.
- **تفسير وتحليل النتائج:** يتم تفسير وتحليل النتائج المستخلصة من التحليل العنقودي لأدوار ممارسي العلاقات العامة في البيئة الإعلامية الرقمية في المملكة العربية السعودية، ويتطلب ذلك مراعاة السياق الثقافي والاجتماعي والاقتصادي للمملكة. يمكن استخدام مجموعة من المعايير لتفسير وتقييم هذه النتائج، منها: تحليل الأدوار والمهام، وتفسير وتقييم نتائج أدوار ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية ودورها في تعزيز العلاقات مع الجمهور والإعلام والمؤسسات الحكومية والقطاع الخاص.

الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة مرجعًا معرفيًا حيويًا للباحث؛ يمكنه من بناء ودعم متغيرات ومقاييس دراسته، وفي سبيل ذلك يعرض الباحث الدراسات العربية والأجنبية التي ارتبطت بأدوار ممارسة العلاقات العامة، وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور أساسية، كالتالي:

المحور الأول: أدوار العلاقات العامة

المحور الثاني: أدوار العلاقات العامة في البيئة الرقمية

المحور الأول: أدوار العلاقات العامة:

يستعرض هذا المحور مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بأدوار العلاقات العامة في الفترة الزمنية من 1979م إلى 2021م

- دراسة (Smith و Broom، 1979) بعنوان: " اختبار تأثير الممارسين على العملاء".

حيث طبقت نظرية الدور على نطاق واسع عندما بدأ البحث في أدوار ممارسي العلاقات العامة بواسطة (Smith و Broom، 1979) في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد وضعوا أدوار لتصنيف أدوار ممارسي العلاقات العامة الأول دور الخبير في تطوير برامج العلاقات العامة لحل مشكلاتها خاصة عندما يرتبط الخبير في الإدارة العليا ، الثاني هو دور ميسر الاتصال و دوره يقوم على الربط بين المنظمة و جمهورها والحفاظ على اتصال متبادل ثنائي الاتجاه ولهذا دور هام في تزويد أصحاب المصلحة و صناعات القرار بالمعلومات لتحسين جودة القرارات ، الثالث هو دور حلال المشاكل لدوره أهمية يكتسبها من خلال وجوده ضمن فريق الإدارة الاستراتيجية و عبر التعاون مع المدراء الأخرى لتحديد وحل المشاكل التنظيمية

، الرابع هو دور فني الاتصال وحيث يقوم فني الاتصال بالتعامل مع وسائل الإعلام دون معرفة كاملة بالهدف الاستراتيجي من العملية الاتصالية.

• دراسة (Vieira و Grantham، 2014) بعنوان " أدوار العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية باستخدام التحليل العنقودي":

تشكل الدراسة الحالية جهدًا بحثيًا استكشافيًا يهدف إلى الفهم الشامل للأدوار المتنوعة التي يتولاها ممارسو العلاقات العامة (PR) باستخدام أداة الاستبانة والاستفادة من أسلوب التحليل العنقودي للعوامل، سعت الدراسة إلى إلقاء الضوء على الأدوار الرئيسية لممارسي العلاقات العامة. تم إجراء هذه المبادرة البحثية بالتعاون مع جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA)، وشملت مشاركة 256 عضوًا في PRSA. كان الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو تقييم قابلية تطبيق وصحة نظام التصنيف الخاص بالعلاقات العامة الذي اقترحه Beurer-Zullig في عام 2009. بشكل محدد، ركز الفحص على جوانب التخطيط الاستراتيجي، وقياس العلاقات العامة، والتمييز بين الجمهور الداخلي والخارجي. أظهرت النتائج المستمدة من هذه الدراسة التعرف على خمس أدوار أساسية تتبناها ممارسي العلاقات العامة، وهي دور ضابط العلامة التجارية، ووكيل الصحافة، ومسؤول التواصل الداخلي، والمفاوض، ومستشار السياسات. أظهر كل دور صفات فريدة، تشمل الخصائص الشخصية، وأوضاع الاتصال، والوظائف الإدارية والفنية، والمستويات المتصورة للمشاركة في التخطيط الاستراتيجي، والمواقف تجاه أهداف الاتصال وقياس العلاقات العامة

1. بشكل أكثر تحديدًا، يفترض وكيل الصحافة أساساً موقعاً مشابهًا لذلك الفني أو المدير، والذي يتم تكليفه بتوليد تغطية إعلامية مواتية للمنظمات. يتم متابعة هذا الهدف من خلال تنفيذ تدابير نشر متنوعة، بما في ذلك ولكن لا يقتصر على تتبع التفاعل مع الموقع الإلكتروني، وزيادة متابعي وسائل التواصل الاجتماعي، ومراقبة تكرار ظهور المنظمة في تغطية الأخبار. من الجدير بالذكر أن هناك انحراف في السياق الإقليمي يتم ملاحظته، حيث يتألف العاملین الصحفيين الأوروبيين بشكل كبير من المهنيين الذكور الذين لديهم خمس إلى عشر سنوات من الخبرة، في حين تتألف نظرائهم الأمريكيين بشكل رئيسي من النساء بمتوسط عالي بشكل كبير يصل إلى 21 سنة من الخبرة.

2. دور ضابط العلامة التجارية، الذي يتم تصنيفه بشكل رئيسي كفني أو مدير، هو المسؤول بشكل أساسي عن صياغة الرسائل الإقناعية التي تهدف إلى التأثير على سلوك المستهلك المتعلق بمنتجات أو خدمات المنظمة. من الجدير بالذكر أن الأفراد الذين يتولون هذا الدور غالبًا ما يمتلكون ميلاً أكبر للخلفيات المتعلقة بالإعلان مقارنة بالأدوار الأخرى. أفاد ضباط العلامة التجارية الأمريكيين بخبرة أكثر قليلاً في العلاقات العامة من نظرائهم الأوروبيين. ينطوي دور ضابط العلامة التجارية في كثير من الأحيان على إدارة جوانب معينة من برامج الاتصال التسويقي، بما في ذلك الأحداث المتعلقة بالعملاء. على الرغم من امتلاكهم لخبرة تتراوح بين 5-10 سنوات وشهادات في الأعمال أو العلوم الإنسانية أو الاتصالات، فإن ضباط العلامة التجارية الإناء يواجهون

فرص محدودة للتطور المهني والتقدم في المهنة. ومع ذلك، لم يتم التطرق بشكل صريح إلى توزيع الجنس في هذا الدور.

3. دور مسؤول التواصل الداخلي يغلب عليه النساء اللاتي لديهن حوالي 15 عاماً من الخبرة، اللاتي يتعرفن على أنفسهن كفنئين/مديرات. ينخرط هؤلاء الأخصائيات بشكل أساسي في تنفيذ مبادرات الاتصال الداخلي التكتيكي وتعزيز الشعور بالمجتمع داخل المنظمة. بالإضافة إلى التأكيد على أهمية تعزيز مواقف المستفيدين الإيجابية، فإنهن يلعبن دوراً حاسماً في تشكيل المجتمع التنظيمي.

4. المفاوضون ، الذين يعرفون أنفسهم كمدرء و/أو مستشارين بمتوسط خبرة في العلاقات العامة تبلغ 26 عاماً، يحتلون مواقع حيوية في تنفيذ الاستراتيجيات الداخلية والخارجية المشتقة من الخطط الاستراتيجية. هؤلاء المحترفون يساهمون بنشاط في تطوير الخطط التي تسهل المواقف الإيجابية للمستفيدين تجاه المنظمة. يتم تطبيق خبراتهم بكفاءة على الجماهير الداخلية والخارجية. بالاعتراف بأهمية الاحتفاظ بمستوى عالٍ من الرضا بين الأطراف المعنية، يهدف المفاوضون إلى ضمان أن المعلومات المتعلقة بالمنظمة يتم نشرها بفعالية وتصل إلى الجمهور المستهدف.

5. مستشار السياسات ، يعمل بشكل أساسي في التواصل الخارجي والاستراتيجي. هؤلاء المحترفين الذين لديهم خبرة تزيد عن 20 عاماً في العلاقات العامة، يشاركون في تقديم المشورة بشأن قضايا السياسة وكيفية التواصل الأكثر فعالية مع الجماهير الخارجية.

بالإجمال، يمثل هذا التقرير محاولة ثمينة لفهم أدوار العلاقات العامة المختلفة والتي تقوم بها الولايات المتحدة باستخدام التحليل العنقودي. يكشف البحث عن توجهات محددة في هذه الأدوار بناءً على العمر والجنس والخلفية التعليمية ومستوى الخبرة، مما يشير إلى ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث لتوفير نظرة أكثر شمولية وعمقاً على الظروف والعوامل التي تؤثر على هذه التوجهات.

• دراسة (Fieseler et al., 2015) بعنوان " على تحول مفهوم الأدوار في العلاقات العامة":

استهدفت دراسة إلقاء الضوء على تحول مفهوم الأدوار في العلاقات العامة، وتقديم نظرة عامة على هذا التحول وتحليله، واعتمدت الدراسة على مراجعة نظرية الدور في العلاقات العامة، وتحليل للأدوار التي يمارسها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات. بالإضافة إلى تحليل الممارسات الحالية في العلاقات العامة وتأثير التكنولوجيا والتغيرات الاجتماعية والثقافية على تحول مفهوم الأدوار في العلاقات العامة. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على أدوار العاملين في مجال الاتصال في أوروبا، والأدوار المهنية المختلفة، مع التركيز بشكل خاص على تجسيد الأدوار الإدارية. وأجريت على 551 محترفاً في مجال الاتصال في أوروبا. واستخدمت الدراسة التحليل العملي الإحصائي لتحليل البيانات.

وكشفت النتائج عن أربع مهام إدارية مميزة ("التشخيص"، "التوجيه"، "التواصل"، و"التنفيذ")، ممتدة من البحوث السابقة التي تميزت بتميز هذه المهام الإدارية عن المهام التقنية. وتتمثل الأدوار الإدارية في المقام الأول بواسطة التعليم وخبرة العمل، مع انخفاض الفجوة بين النوعين عند القيام بالمهام الإدارية بمفردها، و (2) أن هذه الأدوار ترتبط جزئياً فقط بالراتب ولكنها ترتبط بشكل كبير بالرضا الوظيفي، خاصة عند المشاركة في اتخاذ القرارات الإدارية (المهام التي تتطلب المسؤولية والمساءلة والتنوع الوظيفي. كما أشارت نتائج الدراسة إلى تحول أعمق في مفهوم أدوار العلاقات العامة، حيث يتحول الملف الشخصي للوظيفة المتمركزة حول التنفيذ إلى مهنة أكثر إدارية وتوجيهية استراتيجياً.

• دراسة (Amponsah-Tawiah, K., & Dartey-Baah, 2015) بعنوان "دور الممارسين الرئيسيين في العلاقات العامة في قطاع الخدمات المالية في غانا":

تناولت الدراسة تحليلاً شاملاً لأدوار ممارسي العلاقات العامة في قطاع الخدمات المالية في غانا. وتهدف إلى فهم الأنشطة المحددة التي يقوم بها هؤلاء الممارسين وكيف تساهم هذه الأنشطة في سمعة المنظمة الفعالة، وطبيعة هذه الأدوار الاستراتيجية، والتحديات التي تؤثر على أداء الدور الاستراتيجي. تكشف الدراسة أن ممارسة العلاقات العامة في هذا قطاع الخدمات المالية يستند أساساً إلى دور الفني/المدير، مع وجود عناصر من دور الاستراتيجي الذي وجد في جنوب أفريقيا، ولكن مع تقييد العوامل مثل عدم الانخراط في صنع القرارات وفهم الإدارة للمهنة أداء هذه الأدوار بشكل استراتيجي وقد أجريت هذه الدراسة بناءً على عدم وجود معرفة بالأدوار المحددة التي يقوم بها الممارسون في العلاقات العامة في غانا، مما يؤثر على ممارسة المهنة ويحد من مشاركة الباحثين في النقاش حول هذا الموضوع. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: وجود عدد قليل من الأدلة على انفصال الأدوار الفنية والإدارية في العلاقات العامة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الممارسين يواجهون تحديات مثل عدم فهم الإدارة لقيمة العلاقات العامة، وعدم مشاركة ممارسي العلاقات العامة في عملية صنع القرار، ووجود تحديات تحد من قدرتهم على القيام بالدور الاستراتيجي بالكامل. وأوصت الدراسة بضرورة إجراء بحوث شاملة في هذا المجال فيما يتعلق بالخصائص الفريدة لممارسة العلاقات العامة في أفريقيا.

دراسة (ARTYSHEVA & YURDİGÜL, 2021) بعنوان " تصورات دور ممارسي العلاقات العامة: عينة قيرغيزستان":

تتناول الدراسة دور ممارسي العلاقات العامة في دولة قيرغيزستان لتحديد حالة قطاع العلاقات العامة فيها، وهدفت إلى تحديد الأدوار الأساسية لممارسي العلاقات، وتم تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفي واستندت الدراسة على أدوار بروم وسميث. وأجرت مقابلات شاملة مع 24 ممارساً لتحديد الأدوار الأساسية التي يقومون بها. وكشفت نتائج الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة في قيرغيزستان يقومون بأربعة أدوار من الأدوار الأساسية الخمس، وهي: أدوار الوصف الخبير وميسر عملية الاتصال وأدوار حل المشكلات؛ الدور التشغيلي الذي يتوافق مع دور مزود الخدمة التقنية. كما أظهرت النتائج أن معظم الممارسين يشعرون

بالعزلة والتجاهل من قبل القيادات العليا في المؤسسات التي يعملون بها، ويعانون من التمثيل والتأثير داخل المؤسسات، ويعتبرون غير حيويين في صنع القرارات الاستراتيجية. كما أشار الباحثان على أن العلاقات العامة تعمل كوظيفة مؤقتة في بلدان آسيا الوسطى حيث إن مهنة العلاقات العامة جديدة كما هو الحال في قبرغيزستان، حيث بدأت في التحسن مهنيًا، ولم يتم فهم أهمية العلاقات العامة. ولهذا السبب، يقوم الممارسون للعلاقات العامة في الغالب بأدوار فنية؛ ولا يشاركون في عمليات صنع القرار ويفتتعون بتقديم بعض المعلومات إلى الإدارة.

كما أن ممارسي العلاقات العامة في قبرغيزستان يؤدون الأدوار الإدارية مع الأخذ في الاعتبار أن ممارسي العلاقات العامة الذين شاركوا في الدراسة قد تبنا أدوار الوصف الخبير وميسر عملية الاتصال وحل المشكلات. كما إن الواجبات والمسؤوليات التي يؤدونها ضمن دور مقدم الخدمة الفنية تتداخل أيضًا مع أدوار فني العلاقات العامة. ويرتبط ذلك بحقيقة أن مجال العلاقات العامة في قبرغيزستان هو مجال متطور، لكنه لا يزال مفهوم وأهمية المهنة غير مدركة من قبل المؤسسات والجمهور بما فيه الكفاية.

المحور الثاني: أدوار العلاقات العامة في البيئة الرقمية

يستعرض هذا المحور مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالتفاعل بين العلاقات العامة والتكنولوجيا:

• دراسة (Pavlik، 2008) بعنوان: "رسم خرائط تأثير التكنولوجيا على العلاقات العامة"

وتناولت دراسة (Pavlik، 2008) آثار التكنولوجيا على العلاقات العامة من حيث الشكل كمدونات أو مقاطع فيديو مثل YouTube أو الوصول إلى الجمهور من خلال أربعة محاور الأول مدى تأثير التكنولوجيا على دور ممارسي العلاقات العامة بمهامهم وأعمالهم ثانيًا أثر التكنولوجيا على المحتوى و الرسائل التي يتم تطويرها بناء من العلاقات العامة ثالثًا أثر التكنولوجيا على الهيكل التنظيمي و الثقافة للعلاقات العامة رابعًا: أثر التكنولوجيا على علاقة بين المنظمة و جماهيرها و أظهرت الدراسة أن ٩٨٪ من الصحفيين يتصلون بالإنترنت مرة واحدة على الأقل يوميًا ، و يقضون ١٥ ساعة في الأسبوع في قراءة البريد الإلكتروني و ٧٦٪ من المراسلين يستخدمون الإنترنت للعثور على مصادر و خبراء جدد و ٧٣٪ منهم يستخدمها للحصول على البيانات الصحفية، في حين أن ٨١٪ يستخدم خدمات البحث عبر الإنترنت، و أن ٦١٪ يفضلون تلقي الصور عبر الوسائل الرقمية ، وإضافة إلى التأثير على الممارسين كان هناك أثر على المحتوى و الرسالة وذلك بسبب طبيعة الوسيلة التي أصبحت تشكل سمات الرسالة، حيث أوضحت أن الويب ٢ كسر الحواجز و غير سيطرة الوسيلة على الرسالة وذلك بسبب نموذج الاتصال المتوازن، فعلى ممارسي العلاقات العامة وأن يرسلوا الرسائل ويروا صدى الرسائل ويستجيبوا للجمهور وذلك بسبب طبيعة الوسيلة.

• دراسة (Moody و Neill، 2015) بعنوان: " من المناسب لماذا؟ دراسة الأدوار الإستراتيجية في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي"

بحثت دراسة (Neill & Moody, 2015) الأدوار الاستراتيجية المرتبطة بإدارة شبكات التواصل الاجتماعي عبر تحليل ردود المشاركين في الاستبيان من ممارسي العلاقات العامة والموارد البشرية في الولايات المتحدة الأمريكية. حددت الدراسة تسع أدوار استراتيجية والمسؤوليات المرتبطة بها؛ تمثلت في: دور صانع السياسات والمتعاون الداخلي ومختبر التقنيات، ومنظم الاتصال ومدير القضايا، ومحلل العلاقة ومسؤول المقاييس والرقيب ومسؤول التوظيف. قدمت هذه الدراسة رؤى جديدة حول أدوار ومسؤوليات الإدارات المختلفة وكيفية تعاونها لإدارة قنوات التواصل الاجتماعي. وحدد اثنين من الأدوار الجديدة - الرقيب ومسؤول التوظيف - التي أظهرت استجابة لبيئة وسائل الإعلام المتغيرة بسرعة، وأرجعت الدراسة ذلك بسبب إدراج متخصصين في الموارد البشرية في العينة، والذي كان مناسباً بسبب الطبيعة متعددة التخصصات لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي. كما أظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة مسؤولة عن معظم هذه الأنشطة من خلال التعاون الوثيق مع الموارد البشرية، حيث يلعب مديرو الموارد البشرية دوراً حيوياً في تطوير سياسات ووسائل التواصل الاجتماعي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوظيف الموظفين. كما أكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي زادت من قوة ممارسي العلاقات العامة وتأثيرهم بالشركات وعلى الرغم من ذلك فإن العلاقات العامة قد تتطلب تعاون الإدارات الأخرى مثل تقنية المعلومات والتسويق الشؤون القانونية.

كما تتضمن النتائج أن المستجيبين أشاروا إلى أن ما يقرب من نصف شركاتهم بنسبة (46%) تقف على سياسات ووسائل التواصل الاجتماعي، وأقل من 45% قالوا إن الموظفين كانوا على دراية جيدة بسياسات أصحاب العمل المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي. بينما أبدأ المشاركين في مجموعة التركيز أن هناك إرشادات محدودة حول كيفية استخدام قنوات التواصل الاجتماعي لانتقاء الموظفين، حيث توفر قنوات التواصل الاجتماعي بسهولة معلومات عن الدين والعرق والآراء السياسية والقضايا التي لا يمكن طرحها قانونياً في مقابلة العمل.

كما أكدت الدراسة أن الأدوار المحددة بها تتماشى مع دور مدير العلاقات العامة بدلاً من الفني باعتباره الأنشطة التي تنطوي على وضع السياسات، واختيار استراتيجيات الاتصال المناسبة، قياس نتائج الحملات ومنع الأزمات والتعاون مع الإدارات الأخرى من صميم مهام مدير العلاقات العامة.

• دراسة (Lee و Neill، 2016) بعنوان: " الأدوار في وسائل التواصل الاجتماعي: كيف تتطور ممارسة العلاقات العامة "

استهدفت الدراسة اختبار 11 دوراً من أدوار ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال المسح الإلكتروني وتحليل المكونات الأساسية باستخدام عينة من ممارسي العلاقات العامة. واستكشف نطاق المسؤوليات الوظيفية في العلاقات العامة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي وكيف ترتبط تلك الأدوار أو الواجبات الجديدة بأدوار مدير العلاقات العامة وفني الاتصالات. واستخدمت الدراسة استبيانين إلكترونيين. أولاً، تم اختبار العناصر باستخدام عينة

ملائمة من 194 من ممارسي العلاقات العامة من خلال رسائل البريد الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي خلال شهري نوفمبر وديسمبر من عام 2014. وكانت هذه النتائج بمثابة اختبار مسبق لاستبيان المسح. تم توزيع الاستطلاع الثاني عبر دعوة عبر البريد الإلكتروني من عينة عشوائية قوامها 4838 عضوًا في 7 مارس 2015 عبر البريد الإلكتروني. وبلغ معدل الاستجابة 3.47% (168).

قدمت الدراسة أدلة على الاختلافات بين الجنسين في الأدوار. على الرغم من عدم وجود فروق بين الجنسين في تفعيل أدوار إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، قامت النساء بدور فني ووسائل التواصل الاجتماعي أكثر من الرجال. ارتبط دور المدير التقليدي في العلاقات العامة بخمسة من أدوار وسائل التواصل الاجتماعي. في المقابل، وجد أن دور فني الاتصالات التقليدي مرتبط بثلاثة من أدوار وسائل التواصل الاجتماعي: فني وسائل التواصل الاجتماعي، والمراقب وصانع السياسات. وجدت الدراسة دليلاً على أن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم فرصاً لمزيد من القوة والتأثير لممارسي العلاقات العامة على جميع المستويات في المنظمة. قدمت هذه الدراسة دليلاً على سبعة أدوار على وسائل التواصل الاجتماعي والمسؤوليات المرتبطة بها يضطلع بها ممارسو العلاقات العامة. وكانت إحدى مساهمات هذه الدراسة هي النتائج التي قدمت دليلاً على دور جديد، مدير وسائل التواصل الاجتماعي الداخلي. وارتبطت خمسة من هذه الأدوار الجديدة بدور مدير العلاقات العامة التقليدي، لكن ثلاثة منهم فقط (فني وسائل التواصل الاجتماعي وصانع السياسات ومدير الشرطة) مع دور فني الاتصالات.

كما تشير هذه النتيجة إلى أن كبار ممارسي العلاقات العامة يؤدون مسؤوليات إستراتيجية وفنية، وهو ما يتوافق مع الدراسات السابقة (Dozier & Broom، 1995؛ Moss et al. 2005). ومن المهم ملاحظة أن دور فني وسائل التواصل الاجتماعي الذي ظهر يشمل مهامًا أكثر من مجرد كتابة محتوى الوسائط الاجتماعية ونشره. ارتبطت أيضاً العناصر المتعلقة بالتخطيط واختيار أدوات الوسائط الاجتماعية بهذا الدور. يشير هذا إلى أن أولئك الذين يؤدون مهام وسائل التواصل الاجتماعي العملية لا يتم فصلهم عن عملية صنع القرار.

التعليق على الدراسات السابقة

باستعراض الدراسات السابقة والإطلاع على نتائجها برزت بعض النقاط المهمة كالتالي:

تعتمد الدراسات السابقة على المنهج الوصفي وهو ما يعتمد الباحث عليه في الدراسة الحالية. وتستخدم معظم الدراسات أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وهو ما يعتمد عليه الباحث في الدراسة الحالية. وراجع الباحث الدراسات السابقة العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الأدوار المهنية للعلاقات العامة، وقد لاحظ الباحث شيوع البحث عن دراسة الأدوار المهنية في الولايات المتحدة وأوروبا عمومًا واهتمامهم بالكشف عن تفاصيل الأدوار المهنية. وقد وجد الباحث أن الأدوار المهنية الشائعة في الولايات المتحدة هي: الخبير في الإدارة العليا، مسير الاتصال، حلال المشاكل، وفني الاتصال، وصانع السياسات، والرقيب، ومحلل العلاقات، وفي

أوروبا، هي: المفاوض، فني الاتصال، مسؤول العلامات التجارية، ومستشار وصانع السياسات، أخصائي الاتصال الداخلي، الصحفي، الرقيب، مسؤول التوظيف، بالإضافة إلى اختبار الأدوار المهنية التي تم تطبيقها في الدراسات الأمريكية مثل أدوار الخبير وميسر الاتصال وحلال المشاكل وفني الاتصال.

وكذلك توجد دراسات في دول العالم المختلفة، وقد استفاد الباحث من ذلك في تطوير مقياسه للدوار المهنية للعلاقات العامة في السعودية. كما لاحظ الباحث ندرة الدراسات العربية عمومًا والسعودية بشكل خاص في مجال الأدوار المهنية رغم أهميتها.

الإطار النظري

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية الدور لاستكشاف أدوار العلاقات العامة في القطاع العام والخاص في المملكة العربية السعودية في ظل البيئة الإعلامية الرقمية، وفيما يلي تعريف بالنظرية، وكيفية توظيفها في سياق الدراسة الحالية.

أولاً: تطبيق نظرية الدور في العلاقات العامة:

بدأت الدراسات النظرية حول أدوار العلاقات العامة مع جلين بروم في السبعينيات و الثمانينيات ميلادية من القرن الماضي، عندما قام (Broom & Smith, 1979) بتحول ٢٤ نشاط من أنشطة العلاقات العامة إلى أربعة أدوار تمارس من قبل مسؤولي العلاقات العامة هي دور الخبير، و دور ميسر الاتصال، و دور حلال المشاكل، و فني الاتصال، باستخدام نظرية الدور و تطبيقها على العلاقات العامة، والتي أثبتت الدراسات اللاحقة أن ثلاث أدوار وهي دور الخبير، دور ميسر الاتصال، و دور حلال المشاكل يمكن دمجها في دور واحد وهو الدور الإداري حتى أصبحت الأدوار تنقسم إلى قسمين: دور إداري، و دور فني (Broom & Dozier, 1986)، و وفقاً (Dozier & Broom., 2006) أثبتت الدراسات ثبات التباين دور المدير و الفني و بشكل ملحوظ خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية حيث امتازت سيطرت الدور الإداري بالعلاقات العامة.

كما تم تطبيق نظرية الدور من قبل (Camaj et al (2022) في مجال الصحافة، حيث طبقت هذه الدراسة استبيانياً إلكترونياً مع صحفيي البيانات من 62 دولة مع تحليل محتوى مقدمات جوائز صحافة البيانات من منظمة Global Editors Network لاستكشاف ومقارنة مفاهيم الأدوار القياسية لهذا النوع المتخصص من الصحفيين في مجال الأخبار. وكشفت النتائج أن الأدوار المهنية المتمحورة حول الجمهور تفترض نفس الأهمية في الأطارات القياسية لصحفيي البيانات في جميع أنحاء العالم. كما وجدت الدراسة تطابقاً في مفاهيم الأدوار وأداء الأدوار المتعلقة بالدور المدني.

وقدمت دراسة (Neuberger et al (2023) نتائج مقارنة بين بلدان مختلفة في وسط أوروبا (النمسا، n = 10، ألمانيا، n = 25، نيوزيلندا (n = 7)، أستراليا (n = 25)، والمحيط الهادئ (n = 5)، بالإضافة إلى مجموعة من المقابلات من الصين (n = 10)، وتستند إلى مجموعة من المقابلات السردية لمجموعة واسعة من المتحدثين، بما في ذلك الصحفيين

ومستشاري العلاقات العامة والناشطين والمؤثرون الاجتماعيين. وأظهرت النتائج أن الاتصال المهني يتم تفسيره على أنه تعاوني، وأن القصص تُعد واحدة من أكثر السمات شيوعاً في هذه الممارسات. كما أشارت الدراسة إلى تحول الأدوار المهنية بشكل متزايد لتصبح دور "المنسق" في بيئات الإعلام المتغيرة باستمرار.

نموذج أدوار ممارسي العلاقات العامة

تعددت نماذج أدوار ممارسي العلاقات العامة وبالغالب كانت مبنية على المفهوم الذي طوره (Smith و Broom، 1979) لأدوار العلاقات العامة من نظرية الدور الاجتماعية (Katz & Kahn, THE SOCIAL PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS, 1966) ، و تسعى الدراسة لتقديم نموذج مقترح للبيئة الاتصالية في المملكة العربية السعودية و يتناسب مع البيئة الإعلامية الرقمية و يعمل النموذج على تقسيم الأدوار إلى أربعة ادوار هي الخبير المشخص و ميسر الاتصال و دور حلال المشاكل، و فني الاتصال.

الخبير المشخص: هذا الدور يمنح المسؤول عنه الصلاحيات اللازمة للتعامل مع المشاكل و الأزمات و يعمل الخبير على مراجعة و تحليل العوامل الداخلية و الخارجية و يقوم الخبير بتقديم مقترحات لحل المشاكل إلى الإدارة العليا، يقوم الخبير بتقديم وجهة نظرهم حيال ما يظهر ما يتم إنتاجه إعلامياً ، ولا يشارك الممارسين في تنفيذ البرامج الاتصالية مع ذلك يقومون بإبلاغ الإدارة العليا عن الوضع القائم و حول ما يجب القيام به، وعند ظهور الأزمات فإن الخبير لا يتدخل بشكل مباشر لحل المشكلة عوضاً عن ذلك من الممكن أن يقوم الخبير بمشاركة إدارات أخرى مثل الإدارة القانونية عند ظهور الأزمة، و عادة لا يقوم الخبير المشخص بإجراء دراسات عن الوضع القائم ولكن يقوم بالتدخل في المشاكل عند ظهورها، يركز هذا الدور على وسائل الإعلام و العملاء بشكل رئيسي، و يهتم صاحب هذا الدور في الصورة الذهنية عن المنظمة، و معرفة تفضيلات الجمهور، و وضع المنظمة في وسائل الإعلام.

فني الاتصال: بخلاف الأدوار الأخرى فإن هذا الدور يركز على الأعمال الفنية مثل إعداد البيانات الصحفية، كتابة و تحرير الأخبار، إعداد الكتيبات و المطبوعات، التصوير و تصميم المواد ، و يشارك أصحاب هذا الدور في أنشطة العلاقات العامة الداخلية و الخارجية مثل المؤتمرات و الاجتماعات و الدورات التدريبية و تنظيم ورش العمل و مشاريع المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، و قد يعمل فني الاتصال على إعداد المواد المرئية بأنفسهم أو الإشراف على أعمال الوكالات الخارجية عند إعدادها، كما يتضمن هذا الدور مسؤولية النشر و العلاقة مع وكالات الأنباء و الصحف.

ميسر الاتصال: يقوم هذا الدور بإدارة عملية اتصال ثنائية الاتجاه، و دورهم كمصدر رسمي للمعلومات هو دور أساسي وكافة ما يصدر من المنظمة يكون صادر منهم أو تحت إشرافهم، عادة ما يقومون بالتنسيق مع الإدارات الأخرى و الإدارة العليا و يتلقون ملاحظاتهم و التوجيهات حيال المواد الإعلامية داخل المنظمة و خارجها، و يقوم هذا الدور بالإشراف

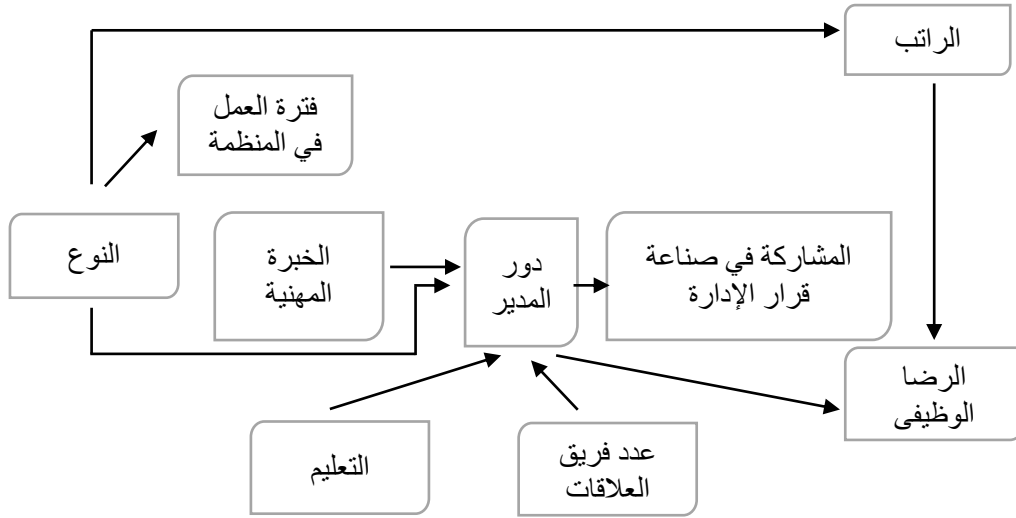
على وسائل التواصل الاجتماعي و تلقي الشكاوى و الاقتراحات و الاستجابة لمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي بما يحقق اتصال ثنائي الاتجاه و مناقشة ما يصل من رسائل مع الإدارات الأخرى و الإدارة العليا حتى يتمكن الممارس من حل المشاكل التي تواجههم والتي قد تؤثر على سمعة المنشأة.

دور حلال المشاكل: يعتمد الدور على التعاون مع الإدارات الأخرى لشرح المشاكل و يختلف دور حلال المشاكل عن الخبير المشخص أنهم لا يتمتعون بنفس الصلاحيات الخبير لحل المشاكل، كما أنهم غير مسؤولين عن صنع القرار، ومع ذلك فإنهم غالباً من ضمن الإدارة العليا و لديهم القدرة على التواصل مع الإدارات، و يقول الدور بمساعدة المدراء الآخرين على تقديم حلول من وجهة نظر العلاقات العامة، لا يتمتع أصحاب.

ثانياً: توظيف النظرية في سياق الدراسة الحالية:

تقوم هذه الدراسة بشكل رئيسي على نموذج بروم و سميث و المبني على نظرية الدور من العلوم الاجتماعية، و يقوم النموذج بتصنيف أدوار العلاقات العامة، و عرض مهام و مجال كل دور من الأدوار و خصائص ممارسيه، تصف الدراسة الدور الذي يقوم به الممارس و تعتمد على تصنيف الدور إداري أو فني ، أو يقوم بمزج الدورين معاً، حيث قسم بروم و دوزير الأدوار إلى إداري و فني ، حيث سيتم تقسيم الأدوار الخبير المشخص و ميسر الاتصال و دور حلال المشاكل، و فني الاتصال.

تشكل هذه الأدوار ممارسي العلاقات العامة أساس نموذج العلاقات العامة الخاص بـ Dozier & Broom (1995)، والذي يظهر في الشكل التالي:



نموذج أدوار العلاقات العامة (Dozier & Broom 1995)

ويقترح هذا النموذج مجموعة من المتغيرات المؤثرة على الرضا الوظيفي والراتب الوظيفية بين الممارسين في العلاقات العامة، وتتأثر أدوار ممارسي العلاقات العامة بشكل مباشر بمتغيرات الخبرة المهنية والتعليم والجنس وعدد موظفي العلاقات العامة. وقد تم اختبار نموذج تمثيل الأدوار لأول مرة باستخدام بيانات أمريكية عام 1979 (Broom 1982) وتم تكراره لاحقاً في استطلاع عضوية جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) في عام 1991 (Dozier & Broom, 1995)

كانت متغيرات النوع الاجتماعي والخبرة المهنية أهم عاملين محددتين لأدوار المدير في عام 1979، وقد ضعف تأثير متغير النوع الاجتماعي بمرور الوقت، ففي عام 1991، كانت الآثار المباشرة لمتغيرات التعليم وحجم موظفي إدارات العلاقات العامة على دور مدير العلاقات العامة أعلى بكثير من تأثيرات النوع. في هذا الإطار، أثبتت عدة انتقادات تتعلق بالنتائج الرئيسية لنموذج العلاقات العامة الخاص بـ (Dozier & Broom 1995) تتعلق بالأدوار، وأهمية أن تكون انعكاساً للأنشطة الحقيقية التي يؤديها الممارسون. ويتسق ذلك، مع ما طرحه (Leichty & Springston 1996) حول أن الكثير من المعلومات المفيدة قد تضيع من خلال تصنيف الممارسين على أنهم إما مديريين أو فنيين.

محاوير الإطار المعرفي للدراسة:

المحور الأول: نظرية الدور

- مقدمة نظرية الدور.
- لمحة تاريخية عن نظرية الدور.
- أهمية دراسة نظرية الدور.
- المفاهيم الأساسية لنظرية الدور.
- تطبيقات نظرية الدور في مجالات مختلفة.
- انتقادات وحدود نظرية الدور.

المحور الثاني: العلاقات العامة:

- مفهوم العلاقات العامة.
- تطور العلاقات العامة.
- أدوار العلاقات العامة.
- دور ممارسي العلاقات العامة.
- تأثير التكنولوجيا على العلاقات العامة.

المحور الثالث: التحليل العنقودي

- المفهوم والأهمية.
- نماذج الاستفادة من التحليل.

مقدمة:

١) تعريف نظرية الدور:

تعتبر نظرية الدور مفهوم نفسي اجتماعي يسعى إلى شرح كيفية تحديد ومعرفة الأفراد لأدوارهم الاجتماعية. وتستند هذه النظرية إلى فكرة تشكيل الأفراد من خلال المعايير والتوقعات المرتبطة بالأدوار الاجتماعية التي يؤديها، مثل: الابن، والابنة، والطالب، والموظف... الخ (Turner J، 1994) ووفقاً لنظرية الدور، تتسم الأدوار بالديناميكية والتطور بشكل مستمر، حيث تتشكل من خلال السياق التاريخي والثقافي والمجتمعي الذي تؤدي فيه (Berger و Luckmann، 1966)

وقدم العلماء، مثل جورج هربرت ميد وإرفينج جوفمان، إسهامات مهمة في تطوير نظرية الدور. وركز عمل ميد على المنظور التفاعلي الرمزي، وأكد على دور التفاعلات الاجتماعية في تشكيل إحساس الفرد بالذات وايضاً تحديد الأدوار. وفي السياق نفسه، استكشف بحث جوفمان أداء الأدوار في الحياة اليومية والطرق التي يدير بها الأفراد الانطباعات في البيئات الاجتماعية (Goffman، 1959).

بشكل عام، لا تزال نظرية الدور مجالاً مهماً للدراسة في مجالات علم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا، لأنها توفر رؤية واضحة لتعقيدات السلوك البشري والطرق التي ينتقل بها الأفراد في الأدوار المتعددة التي يؤديها (Turner J، 1994). كما تُعد نظرية الدور عنصرًا أساسيًا من العلوم الاجتماعية، وتساعدنا في فهم العلاقات والسلوكيات للأفراد في المجتمع (Berger و Luckmann، 1966).، توفر دراسة نظرية الدور نظرة ثاقبة للتوقعات والمعايير والسلوكيات المرتبطة بأدوار محددة وكيف تشكل العلاقات و سلوك الافراد (Goffman، 1959).

لمحة تاريخية عن نظرية الدور:

1- نشأة وتطور نظرية الدور:

ترجع جذور هذه النظرية إلى أعمال علماء النفس والاجتماع في أوائل القرن العشرين، ولا سيما أفكار جورج هربرت ميد وإرفينج جوفمان George Herbert Mead and Erving Goffman. وقدم جورج هربرت ميد، عالم الاجتماع الأمريكي البارز، مفهوم تولي الأدوار في نظريته "السلوك الاجتماعية". وقال إن سلوكيات الناس تتشكل من خلال الأدوار التي يقومون بها في المجتمع والتوقعات المرتبطة بهذه الأدوار.

ويعتقد ميد Mead أن الأفراد يتعلمون كيفية أداء أدوارهم من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتم تشكيل هذه السلوكيات المكتسبة من خلال معايير وقيم واعراف المجتمع (Mead، 1934)(George Herbert Mead, 1934).

بينما كان العمل البحثي لإرفينج جوفمان عالم الاجتماع الكندي أكثر اتساعاً، من خلال مدخل أهمية تقديم الذات -Self Presentation واستراتيجيات حفظ الوجه Face-Saving Strategies في أداء الأدوار الاجتماعية. وذكر جوفمان بأن الأفراد ينخرطون في العرض الذاتي من أجل الحفاظ على صورة ذاتية إيجابية وتجنب الإحراج أو فقدان الذات في التفاعلات الاجتماعية (Goffman، 1959).

وفي العقود التي تلت مساهمات ميد وجوفمان، استمرت نظرية الدور في التطور وتم تطبيقها على مجموعة واسعة من الظواهر الاجتماعية، بداية من دور النوع الاجتماعي في تشكيل السلوك إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام. وفي السنوات الأخيرة، أدى ظهور سياسات الهوية وزيادة ظهور المجموعات المهمشة إلى وضع دراسة نظرية الدور في مقدمة الخطاب الاجتماعي والسياسي، مما يبرز أهمية فهم الأدوار التي يلعبها الأفراد في تشكيل المجتمع (Rice، 2018).

2) أهمية نظرية الدور:

تكمن أهمية نظرية الدور فيما يلي:

- قدرتها على توفير إطار عمل شامل لتحليل وفهم السلوك البشري؛ مما يسمح لنا بدراسة كيفية تأثير الأعراف والتوقعات والالتزامات الاجتماعية على السلوك الفردي، وكيف يمكن لهذه التأثيرات أن تشكل بناء المؤسسات الاجتماعية وتطورها.
- تسلط نظرية الدور الضوء على الطرق التي يتم بها بناء الأدوار الاجتماعية والحفاظ عليها، وتقديم رؤى قيمة لتفاعل القوة الاجتماعية ودورها في تشكيل السلوك البشري (Biddle & Thomas, 1986).
- قدرة نظرية الدور على تقديم منظور نقدي للعلاقة بين الفرد والمجتمع؛ من خلال دراسة كيفية تأثير الأدوار الاجتماعية على السلوك وكيف يمكن للسلوك تشكيل الأدوار الاجتماعية (Stryker، Symbolic interactionism: A social structural version، 1980).
- توفر لنا نظرية الدور فهماً أعمق للتفاعل المعقد بين العوامل الفردية والمجتمعية، وتزداد أهمية ذلك في العصر الحالي سريع التغير، حيث نواجه بشكل متزايد تحديات اجتماعية جديدة ومعقدة تتطلب فهماً دقيقاً للسلوك البشري (Sullivan و Hodson، 2000).
- وأخيراً، تمثل دراسة نظرية الدور ضرورة لفهم العلاقات والسلوكيات المعقدة للأفراد في المجتمع، حيث تقدم النظرية إطاراً شاملاً لتحليل وفهم السلوك البشري، وتلقي الضوء

على الطرق التي يتم بها بناء الأدوار الاجتماعية والحفاظ عليها، وتوفر منظورًا نقديًا للعلاقة بين الفرد والمجتمع (Stryker و Burke، 2000) لهذه الأسباب، تتزايد أهمية دراسة نظرية الدور للباحثين والمهتمين باستكشاف العلاقات الديناميكية بين الأفراد والمجتمع والسلطة (Mouzelis، 1995).

3) المفاهيم والمبادئ الأساسية لنظرية الدور:

1- المفاهيم:

تُعد نظرية الدور منظور اجتماعي يركز على العلاقات بين الأفراد وأدوارهم المجتمعية والسلوك المتوقع منهم خلال أدائهم لهذه الأدوار. نشأت النظرية في خمسينيات وستينيات القرن الماضي، مع وجود إسهامات في وقت مبكر من قبل علماء الاجتماع مثل جورج هربرت ميد George Herbert Mead وإرفينج جوفمان Erving Goffman وبيتر إم بلاو Peter M. Blau.

وحدد العلماء الثلاثة (Blau, 1964; Erving Goffman, 1959; G H Mead, 2009) المفاهيم والمبادئ الأساسية لنظرية الدور على النحو التالي:

- **الأدوار Roles:** وهي مجموعة من السلوكيات والحقوق والالتزامات التي يتوقع من الأفراد القيام بها في سياق اجتماعي معين.
- **هوية الدور Role Identity:** ويعني تصور الذات في دور معين، وتتشكل من التجارب الشخصية والمواقف والتوقعات الشخصية.
- **أداء الدور Role Performance:** السلوك الفعلي الذي يظهره الفرد في دور معين.
- **تضارب الأدوار Role Conflict:** موقف تتعارض فيه مطالب دورين أو أكثر، مما يؤدي إلى صعوبة الوفاء بالتزامات الفرد.
- **إجهاد الدور Role Strain:** شعور بالتوتر أو الضغط يعاني منه الأفراد نتيجة تضارب المطالب من أدوار متعددة.
- **مجموعة الأدوار Role Set:** مجموعة الأدوار التي يشغلها الفرد، والتي تحدد معًا هويته الاجتماعية الشاملة.
- **توقعات الدور Role Expectations:** توقعات المجتمع الخفية أو الصريحة حول قيام الأفراد بأدوار محددة.

في هذا السياق، تعتبر نظرية الدور مهمة لدراسة السلوك البشري؛ لأنها تساعد في شرح وتفسير أسباب قيام الأفراد بالطريقة التي يتصرفون بها، وكيف يشكل البناء الاجتماعي السلوك

الفردى. كما أن فهم تفاعلات التغيير الاجتماعي من فوائده نظرية الدور، حيث يمكن أن يكون للتغييرات في التوقعات المرتبطة بأدوار معينة آثار بعيدة المدى على الأفراد والمجتمع ككل.

٢- تعريف الأدوار Definition of roles:

الأدوار هي مجموعة التوقعات والالتزامات التي تحدد وضع الفرد داخل النظام الاجتماعي أو المجموعة. إنها سلوكيات مكتسبة يتم وصفها ثقافيًا واجتماعيًا، وتشكل كيفية تفاعل الناس مع بعضهم البعض. توفر الأدوار طريقة للأفراد لفهم مكانتهم في المجتمع ومعرفة السلوكيات المتوقعة منهم في المواقف المختلفة (Schaefer، 2018)

وفي سياق نظرية الدور، يُنظر إلى الأدوار على أنها تفاعلية وتعتمد على السياق، مما يعني أنها يمكن أن تتغير وتتكيف بناءً على خبرات وتجارب الشخص وعلاقاته وعوامل الموقف. بالإضافة إلى ذلك، لا يتم تحديد الأدوار أو تحديدها فقط من خلال علم الأحياء أو علم الوراثة، ولكن تتشكل من خلال القوى الثقافية والاجتماعية والتاريخية. كما تلعب الأدوار دورًا مهمًا في تشكيل هويات الأفراد ومفاهيمهم الذاتية، لأنها تؤثر على كيفية رؤية الأفراد لأنفسهم وكيف يُنظر إليهم من قبل الآخرين. علاوة على ذلك، يمكن أن يكون للأدوار أيضًا تداعيات على السلطة، حيث يمكنها توزيع القوة والتأثير داخل النظام الاجتماعي (Schaefer، 2018)

باختصار، يُعد مفهوم الأدوار أحد الجوانب الأساسية لنظرية الدور، ويقدم طريقة للأفراد لفهم تعقيدات الحياة الاجتماعية والتعامل معها.

٣- توقعات الدور وأداء الدور:

توقعات الدور وأداء الدور هما مفهومان أساسيان في نظرية الدور. وتشير توقعات الدور Role Expectations إلى القواعد والسلوكيات والمسؤوليات المرتبطة بدور معين داخل نظام اجتماعي. ويشمل توقعات الآخرين، وتوقعات الفرد حول دوره. بينما يشير أداء الدور Role Performance إلى السلوك الفعلي والأعمال التي يعرضها الفرد في دور معين (Erving Goffman، 1959)، (Snoek، Quinn، Wolfe، Kahn، Rosenthal، 1964).

وتعتبر دراسة توقعات الدور وأداء الدور مهمة في فهم التفاعلات الديناميكية والعلاقات بين الأفراد في النظام الاجتماعي؛ مما يساعد ذلك في إلقاء الضوء على العوامل المختلفة التي تؤثر على سلوك الأدوار والطرق التي يمكن للأفراد من خلالها تلبية أو البعد عن أدوارهم المتوقع (Kahn، Wolfe، Quinn، Snoek، Rosenthal، 1964).

ويمكن أن يوفر فهم توقعات الدور والأداء نظرة عميقة حول كيفية تفاوض الأفراد وإدارة أدوارهم، بالإضافة إلى تأثير سلوكيات أدوارهم على النظام الاجتماعي الأكبر. وتجدر الإشارة إلى أن العلاقة بين توقعات الدور وأداء الدور معقدة، وقد تختلف اعتمادًا على الفرد ودوره والسياق الذي يعمل فيه (Kahn، Wolfe، Quinn، Snoek، Rosenthal، 1964).

لذلك تتطلب دراسة توقعات وأداء الدور نهجًا دقيقًا ومتعدد التخصصات، يتضمن مداخل علم الاجتماع وعلم النفس والمجالات الأخرى المرتبطة به.

٤- تعارض الدور وإجهاد الدور **Role conflict and role strain**:

تعارض الدور وإجهاد الدور هما من المفاهيم الرئيسية في نظرية الدور. ويشير تعارض الدور إلى الموقف الذي يحدث عندما يواجه الفرد مطالب أو توقعات متضاربة مرتبطة بالأدوار المختلفة التي يقوم بها (Merton، 1957). على سبيل المثال، قد يشغل الفرد أدوارًا متعددة مثل أحد الوالدين والموظف والمتطوع المجتمعي. في بعض المواقف، قد تتعارض مطالب وتوقعات هذه الأدوار مع بعضها البعض، مما يسبب ضغوطًا وتوترًا للفرد (Turner J.)، (1974)

بينما يشير إجهاد الدور إلى المشاعر السلبية أو التوتر أو الصعوبات التي يواجهها الأفراد غير القادرين على تلبية متطلبات وتوقعات أدوارهم. على سبيل المثال، قد يشعر الطالب بالارتباك بسبب متطلبات المدرسة والعمل والمسؤوليات الأسرية، مما يؤدي إلى الشعور بالتوتر والقلق (Alderfer، 1972).

من المهم دراسة تضارب الأدوار وإجهاد الدور حيث يمكن أن يكون لهما تأثيرات كبيرة على رفاهية الفرد وصحته العقلية. ومن خلال فهم هذه المفاهيم، يمكن للباحثين والممارسين تطوير حلول لمساعدة الأفراد على إدارة هذه التحديات وتحسين نوعية حياتهم بشكل عام (Kahn، Snoek، Quinn، Wolfe، و Rosenthal، 1964).

٥- أداء وتوقعات الدور:

توقعات الدور وأداء الدور هي مفاهيم جوهرية في نظرية الدور (House، Rizzo، و Lirtzman، 1970). وتشير توقعات الدور إلى المعتقدات والأعراف المرتبطة بدور اجتماعي معين. وتحدد هذه التوقعات ما السلوكيات والأفعال التي تعتبر مناسبة للأفراد في دور (Allen و Meyer، 1991)، وغالبًا ما يكون لها تأثير مهم على سلوك الفرد. على سبيل المثال، قد تتضمن توقعات الدور توقعات العدالة والحياد والكفاءة المهنية (Rizzo et al.)، (1970).

بينما يشير أداء الدور إلى السلوك الفعلي وأفعال الفرد في دور معين. ويمكن أن يشمل هذا السلوك العلني، مثل ما يقوله الشخص ويفعله، بالإضافة إلى السلوك الخفي، مثل الأفكار والمشاعر.

وتُعرف الفجوة بين توقعات الدور وأداء الدور باسم تناقض الدور **Role Discrepancy**. وعندما تتساوى مسارات توقعات الدور وأداء الدور، يُقال إن الفرد يؤدي دوره بفعالية. وعندما يكون هناك تناقض بين التوقعات والأداء، يمكن أن يؤدي إلى تضارب في الأدوار وإجهاد الدور (Rizzo et al.)، (1970).

بشكل عام، تعتبر توقعات الدور وأداء الدور مفاهيم مهمة في نظرية الدور لأنها تساعد في شرح كيفية تنقل الأفراد في الأدوار الاجتماعية المعقدة، وكيف يتخذون قرارات بشأن سلوكهم، وكيف يستجيبون للضغوط الاجتماعية (Allen و Meyer، 1991) ويمكن أن يكون لدراسة توقعات الدور وأداء الدور تأثيرات مهمة على مجموعة واسعة من المجالات، بما في ذلك علم الاجتماع وعلم النفس والإدارة.

انتقادات وحدود نظرية الدور Criticisms and Limitations of Role Theory

1- انتقادات لصلابة الدور والتوافق:

ثمة انتقادات عديدة لنظرية الدور منذ نشأتها؛ تتعلق بشكل أساسي بصلابة الدور Role Rigidity الذي يقوم به الفرد ومدى قدرته على التوافق والانسجام مع التغييرات. أحد الانتقادات الأساسية هو أن التركيز على توقعات الدور وأداء الدور قد يؤدي إلى صلابة الدور، حيث يكون الأفراد غير قادرين على التكيف مع الظروف المتغيرة ويكونون مقيدين في سلوكهم من خلال الالتزام الصارم بالتوقعات المرتبطة بدورهم. ويمكن أن تعيق هذه الصلابة الإبداع الفردي والمرونة والابتكار وتمنع الأفراد من التعبير عن مهاراتهم وقدراتهم الفريدة (E Goffman, 1959).

كما تنتقد النظرية على مستوى توافق الأدوار Roles Conformity، حيث يتوافق الأفراد مع التوقعات المرتبطة بدورهم؛ حتى لو كانوا لا يتماشون مع قيمهم ومعتقداتهم الشخصية. ويمكن أن يؤدي هذا إلى فقدان الشخصية، ويؤثر سلبًا على الرفاهية الشخصية والرضا الوظيفي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي توافق الأدوار أيضًا إلى استمرار عدم المساواة الاجتماعية وتعزيز هياكل السلطة التقليدية والتسلسل الهرمي (E Goffman, 1959).

2- انتقادات تتعلق بعالمية نظرية الدور: هناك انتقادات تتعلق بعالمية نظرية الدور Universality of Role Theory، ويشير البعض إلى أن مفاهيم ومبادئ نظرية الدور قد لا تكون قابلة للتطبيق في جميع السياقات الثقافية والاجتماعية للدول الأخرى، وأن النظرية قد تكون أكثر قابلية للتطبيق في المجتمعات الغربية والصناعية (Hofstede, 1984).

وعلى الرغم من هذه الانتقادات، تظل نظرية الدور إطارًا مهمًا ومستخدمًا على نطاق واسع في علم الاجتماع وعلم النفس والسلوك التنظيمي والعلاقات العامة. ومن خلال توفير فهم شامل للتوقعات والسلوكيات المرتبطة بالأدوار المختلفة، يمكن لنظرية الدور إعلام وتوجيه البحوث والممارسات في هذه المجالات، مما يؤدي إلى فهم أعمق للعلاقات ولسلوك الاجتماعي (E Goffman, 1959; George Herbert Mead, 1934).

الخلاصة:

أهمية نظرية الدور في فهم السلوك البشري:

تحظى نظرية الدور بأهمية كبيرة في فهم السلوك البشري لأنها تهتم بالأدوار التي يؤديها الأفراد، وكيف تشكل هذه الأدوار أفكارهم ومشاعرهم وأفعالهم. وتستكشف النظرية العلاقات

بين توقعات الدور، وأداء الدور، وتعارض الأدوار، وإجهاد الدور، وكيف تؤثر هذه العوامل على السلوك. وترتبط دراسة نظرية الدور بمجموعة من المجالات، منها: علم الاجتماع وعلم النفس والسلوك التنظيمي والعلاقات العامة، ولها تطبيقات عملية في مجالات مثل الإدارة والقيادة والعمل الاجتماعي والرعاية الصحية (Mead, 1934; Goffman, 1959).

وتكمن أهمية نظرية الدور في قدرتها على مساعدتنا في فهم تعقيد التفاعلات الاجتماعية والعلاقات بين الأفراد وبيئاتهم الاجتماعية. وتلقي الضوء على الطرق التي تؤثر بها التوقعات والمعايير المجتمعية على سلوك الفرد ويساعدنا على فهم كيفية إنشاء الأفراد لأدوارهم في المجتمع والتفاوض بشأنها والحفاظ عليها. بالإضافة إلى ذلك، توفر دراسة نظرية الدور إطارًا لدراسة التفاعل بين توقعات الدور، وأداء الدور، وتناقض الدور، وإجهاد الدور، وكيف يمكن أن تؤثر هذه العوامل على سلوكنا وعلاقاتنا مع الآخرين (Mead, 1934; Goffman, 1959).

ملخص النقاط الرئيسية:

- نظرية الدور هي مجال متعدد التخصصات يستكشف الطرق التي يفهم بها الأفراد ويؤدون أدوارهم الاجتماعية داخل بناء اجتماعي معين. وتمتلك النظرية جذور في علم الاجتماع وعلم النفس والسلوك التنظيمي، وقد تم تطويرها من قبل الباحثين الرئيسيين مثل جورج هربرت ميد وإرفينج جوفمان وجون دولارد.
 - تستكشف النظرية المفاهيم الأساسية مثل الأدوار، وتوقعات الدور، وأداء الدور، وتضارب الأدوار، وإجهاد الدور. وتعرف الأدوار على أنها مجموعة من السلوكيات والحقوق والالتزامات المرتبطة بوضع اجتماعي معين. وتوقعات الدور هي السلوكيات المتوقعة من الفرد بالنظر إلى دوره الاجتماعي، بينما يشير أداء الدور إلى السلوك الفعلي للفرد في أداء دور معين (Eagly & Wood, 2012).
 - يشير تضارب الدور وإجهاد الدور إلى التوتر الذي ينشأ عندما يجذب الفرد في اتجاهات مختلفة من خلال توقعات الأدوار المتعددة، أو عندما يواجهون صعوبة في أداء دور معين.
- في الختام، تظل نظرية الدور إطارًا مهمًا لفهم التفاعلات الاجتماعية والطرق التي يؤدي بها الأفراد أدوارهم الاجتماعية. في حين أن لها حدودها، إلا أنها توفر رؤى قيمة للعلاقات بين السلوك الفردي والتوقعات الاجتماعية والبنى الاجتماعية.

مفهوم العلاقات العامة:

تشير العلاقات العامة (Public relations (PR إلى ممارسات الاتصال الاستراتيجي التي تستخدمها المنظمات لبناء علاقات مع مختلف أصحاب المصلحة والحفاظ عليها، مثل الموظفين والعملاء و وسائل الإعلام والجمهور العام. ويتحمل ممارسو العلاقات العامة PR professionals مسؤولية إدارة تدفق المعلومات بين المنظمة وأصحاب المصلحة

من خلال استخدام قنوات الاتصال المختلفة، بما في ذلك وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي والأحداث المختلفة (Falkheimer & Mats, 2014).

وتعد ممارسة العلاقات العامة جهد مدروس ومخطط ومستدام لتأسيس والحفاظ على التفاهم المتبادل بين المنظمة والجمهور (Jefkins, 1983).

وتمتلك مهنة العلاقات العامة تاريخ طويل، حيث تعود جذورها إلى أوائل القرن العشرين. ومع ذلك، فقد تطور دور العلاقات العامة بشكل كبير بمرور الوقت؛ في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والمشهد الإعلامي. في الوقت الحاضر، من المتوقع أن يكون ممارسو العلاقات العامة على دراية جيدة بمجموعة من أساليب الاتصال Communication Tactics، بما في ذلك العلاقات الإعلامية Media Relations وإدارة الأزمات Crisis Management وإدارة العلامات التجارية Brand Management واستراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Strategy (Cutlip, 2013).

وثمة نقاش مستمر حول ما إذا كانت العلاقات العامة هي في الواقع مهنة، أو مجرد وظيفة. ويشير البعض إلى أن العلاقات العامة تفتقر إلى التعليم الرسمي ومتطلبات الترخيص الشائعة في المهن الأخرى، مثل القانون أو الطب. ويشير آخرون إلى أن العلاقات العامة تتطلب معرفة ومهارات متخصصة، وأن العديد من ممارسي العلاقات العامة PR professionals يحملون درجات علمية متقدمة في مجالات مثل الاتصال أو التسويق (Dozier et al., 2013).

كما يوجد أيضًا جمعيات مهنية، مثل جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) Public Relations Society of America، التي تضع المعايير الأخلاقية، وتوفر فرصًا للتطوير المهني لممارسي العلاقات العامة. على سبيل المثال، تطلب جمعية العلاقات العامة الأمريكية من أعضائها الالتزام بالميثاق الأخلاقي Code of Ethics والمشاركة في التطوير المهني المستمر (Berg, 2009).

وعلى الرغم من هذه الحجج، فمن الواضح أن مهنة العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في المنظمات والمجتمع الحديث. ويتحمل ممارسو العلاقات العامة مسؤولية مساعدة المنظمات على التواصل بفعالية مع أصحاب المصلحة والتغلب على تحديات العلاقات العامة المعقدة. وبالتالي، يمكن الإشارة إلى أن العلاقات العامة هي في الواقع مهنة Profession، وإن كانت قد لا تتناسب مع القالب التقليدي للمهن الأخرى (Kruckeberg, 1998).

في النهاية، تلعب مهنة العلاقات العامة دورًا حيويًا في المجتمع الحديث، حيث تساعد المنظمات على الاتصال بفاعلية مع أصحاب المصلحة والتغلب على تحديات العلاقات العامة المعقدة. في ظل وجود نقاش حول النظر إلى العلاقات العامة على أنها مهنة، فمن الواضح أن العلاقات العامة تتطلب معرفة ومهارات متخصصة، وأن العديد من ممارسي العلاقات العامة يحملون درجات علمية وينتمون إلى جمعيات مهنية تضع المعايير الأخلاقية وتوفر فرصًا للتطوير المهني (Schauster et al., 2020).

نظرية الدور في العلاقات العامة:

نظرية الدور Role Theory هي نظرية اجتماعية تشرح كيف تؤثر سلوكيات الأفراد بالأدوار التي يلعبونها في المجتمع. ففي سياق العلاقات العامة، يمكن أن تساعد نظرية الدور في شرح كيفية تأثير سلوكيات ممارسي العلاقات العامة بالأدوار التي يلعبونها داخل منظماتهم وداخل صناعة العلاقات العامة الأكبر.

ووفقاً لنظرية الدور، يتبنى الأفراد سلوكيات واتجاهات مختلفة بناءً على الأدوار التي يقومون بها. في حالة ممارسي العلاقات العامة، قد تؤثر أدوارهم داخل منظماتهم وفي صناعة العلاقات العامة على سلوكياتهم واتجاهاتهم نحو أصحاب المصلحة ووسائل الإعلام ومهنتهم (Murphy, 1991).

على سبيل المثال، قد يتبنى ممارسو العلاقات العامة سلوكيات واتجاهات مختلفة بناءً على ما إذا كانوا يعملون في المنزل لمنظمة أو يعملون في وكالة. وقد يتبنون سلوكيات واتجاهات مختلفة بناءً على مستوى خبرتهم في صناعة العلاقات العامة. بشكل عام، تساعد نظرية الدور في شرح كيفية تأثير سلوكيات واتجاهات ممارسي العلاقات العامة بالأدوار التي يلعبونها داخل منظماتهم وداخل صناعة العلاقات العامة الأكبر. ويمكن أن يساعد فهم هذه الأدوار الممارسين في العلاقات العامة على فهم سلوكياتهم وسلوكيات زملائهم، وكذلك كيفية الاتصال الفعال مع مختلف أصحاب المصلحة (Mishra et al., 2014).

التحليل العنقودي Cluster Analysis :

التحليل العنقودي: هو طريقة إحصائية تُستخدم لتجميع البيانات في عناقيد أو مجموعات بناءً على أوجه التشابه داخل البيانات. وتستخدم هذه الطريقة بشكل شائع في استخراج البيانات والتعلم الآلي والتعرف على الأنماط لتحديد الأنماط والعلاقات في البيانات (Yim & Ramdeen, 2015).

وهناك عدة أنواع من طرق التحليل العنقودي، بما في ذلك طرق التقسيم، والطرق الهرمية، والأساليب القائمة على الكثافة. تتضمن طرق التقسيم، مثل k-mean clustering، تقسيم البيانات إلى عدد محدد مسبقاً من المجموعات بناءً على معايير معينة. بينما تتضمن الأساليب الهرمية، مثل التجميع أحادي الارتباط والتجميع الكامل للارتباط، ويتضمن إنشاء تسلسل هرمي للعناقيد والمجموعات وتجميع نقاط البيانات في مجموعات بناءً على المسافة بينها. وتتضمن الطرق المستندة إلى الكثافة، مثل DBSCAN، تحديد المجموعات بناءً على كثافة نقاط البيانات داخل منطقة معينة (Ester et al., 1996).

وتتمثل إحدى المزايا الرئيسية للتحليل العنقودي في أنه يمكن أن يساعد في تحديد الأنماط والعلاقات في البيانات التي قد لا تكون واضحة على الفور. ويمكن استخدامه أيضاً لتقليل أبعاد البيانات وتسهيل تصورها وتفسيرها.

ومع ذلك، هناك أيضًا العديد من القيود على التحليل العنقودي. أحد القيود الرئيسية هو أنه يتطلب من المستخدم تحديد عدد العناقيد، الأمر الذي قد يكون صعبًا إذا لم تكن البيانات قابلة للفصل بوضوح إلى مجموعات متميزة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون نتائج التحليل العنقودي مهمة لاختيار قياس المسافة وتهيئة الخوارزمية (Yim & Ramdeen, 2015).

بشكل عام، يُعد تحليل العنقودي أداة مفيدة لتحديد الأنماط والعلاقات داخل البيانات، ولكن من المهم النظر بعناية في حدودها وقيودها عند تطبيقها على مجموعات بيانات العالم الحقيقي.

استخدامات التحليل العنقودي:

أحد الاستخدامات الشائعة للتحليل العنقودي هو تقسيم العملاء Customer Segmentation. على سبيل المثال، قد تستخدم الشركة التحليل العنقودي لتجميع عملائها في قطاعات مختلفة بناءً على عاداتهم الشرائية أو الخصائص الديموغرافية أو المتغيرات الأخرى ذات الصلة. ويمكن أن يساعد ذلك الشركة في تخصيص جهودها التسويقية لمجموعات محددة من العملاء وزيادة فعالية حملاتها. وثمة استخدام آخر للتحليل العنقودي في التنقيب عن النصوص Text Mining ومعالجة اللغة الطبيعية Natural Language Processing. على سبيل المثال، يمكن استخدامه لتجميع المستندات أو الرسائل النصية في عناقيد أو مجموعات بناءً على الكلمات والعبارات التي تحتوي عليها، مما يسهل تحديد الاتجاهات والأنماط في كميات كبيرة من البيانات النصية (Roberts, 1995).

يستخدم التحليل العنقودي بشكل متكرر أيضًا في علم الأحياء وعلم الوراثة لتجميع الكائنات أو التسلسلات الجينية بناءً على أوجه التشابه داخل البيانات. على سبيل المثال، يمكن استخدامه لتجميع الأنواع بناءً على تسلسل الحمض النووي الخاص بها أو لتحديد الأنماط في بيانات التعبير الجيني. وبشكل عام، يحتوي التحليل العنقودي على مجموعة واسعة من التطبيقات في مختلف المجالات، بما في ذلك التسويق والتنقيب عن النصوص وعلم الأحياء. ويمكن أن يكون أداة قيمة لتحديد الأنماط والعلاقات في البيانات وفهم مجموعات البيانات الكبيرة والمعقدة (Yim & Ramdeen, 2015).

من يستخدم التحليل العنقودي:

التحليل العنقودي هو طريقة إحصائية تُستخدم لتجميع البيانات في عناقيد أو مجموعات بناءً على أوجه التشابه داخل البيانات. ويتم استخدامه في مجموعة متنوعة من المجالات، بما في ذلك التنقيب عن البيانات والتعلم الآلي ومعرفة الأنماط.

ويشمل استخدام التحليل العنقودي مجموعة من الأشخاص الذين قد يستخدمونه، وهم (Niemann et al., 1994):

1- علماء البيانات ومهندسو التعلم الآلي Data scientists and machine learning engineers: يستخدم هؤلاء الممارسون التحليل العنقودي لتحديد الأنماط والعلاقات داخل

البيانات، مثل تجميع العملاء في مجموعات مختلفة بناءً على عاداتهم الشرائية أو تجميع المستندات بناءً على الكلمات والعبارات التي تحتوي عليها.

2. **ممارسو التسويق Marketing professionals** : يمكن استخدام التحليل العقودي لتجميع العملاء في مجموعات مختلفة بناءً على خصائصهم وسلوكهم، مما يساعد المنظمات على توجيه جهودها التسويقية لمجموعات محددة من العملاء.

3. **علماء الأحياء وعلماء الوراثة Biologists and geneticists** : كثيرًا ما يُستخدم التحليل العقودي في علم الأحياء وعلم الوراثة لتجميع الكائنات أو التسلسلات الجينية بناءً على أوجه التشابه داخل البيانات.

4. **علماء الاجتماع Social scientists** : يمكن استخدام التحليل العقودي لتجميع الأفراد أو المجموعات بناءً على خصائص مثل التركيبة السكانية أو الاتجاهات أو السلوكيات.

بشكل عام، يتم استخدام التحليل العقودي من قبل مجموعة واسعة من الأشخاص في مختلف المجالات لتحديد الأنماط والعلاقات داخل البيانات وفهم مجموعات البيانات الكبيرة والمعقدة.

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة

تعد الدراسة من الدراسات الاستكشافية تهدف إلى تحليل خصائص وصفات مجموعة معينة التي تساعد على رصد الخصائص المتعلقة بطبيعة الظاهرة التي يتم دراستها وتوفير بيانات قابلة للقياس الكمي ومن ثم الاستدلال علمياً بها والحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها.

تعمل الدراسة على اكتشاف الأدوار الرئيسية لممارسين العلاقات العامة في السعودية باستخدام أسلوب التحليل العقودي لجمع بيانات عن مفردات الدراسة وربط المتجانس منها وتقسيم المتباين حتى يتم تصنيفها هذه مفردات وجمعها على شكل عناقيد تبدأ بتفرعات وتنتهي بغصن واحد دون معرفة سابقة من الباحث عن مجتمع البحث مما يعزز الدور الاستكشافي لهذه الدراسة ويجعلها من الدراسات الاستكشافية عن أدوار العلاقات العامة.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي والذي يهدف إلى تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات حيث ستقوم الدراسة الحاليه بمسح ممارسين العلاقات العامة في القطاعين العامة والخاصة لمعرفة أدوارهم وسماتهم عبر أدوات الاستبانة والمقابلة.

مجتمع الدراسة

مجتمع هذه الدراسة هم ممارسو العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية في الوزارات و الهيئات الحكومية و الشركات الكبرى وفقاً لحجم رأس مالها ذلك لسرعة تبني القطاع الخاص للتحويل الرقمي لترشيد النفقات ورفع الكفاءة الإنتاجية كما أكدته تقرير (WEF، 2016)

أداة الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على أداتين هما الاستبيان والمقابلة كالتالي:

أ- أداة الاستبيان:

الاستبانة لجمع البيانات ممارسي العلاقات العامة للوصول إلى البيانات حيث تساعد الاستبانة على الحصول على بيانات دقيقة حول أدوار ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية، وكذلك رصد سماتهم و استخدمت أداة الاستبانة لقدرتها على جمع البيانات بشكل محدد يمكن الباحث من الوصول إلى معالجة احصائياً بشكل دقيق و بدرجة مصداقية عالية و من خلالها يستطيع الباحث استكشاف الفروق بين أدوار ممارسي العلاقات العامة في الوزارات و ادوار ممارسي العلاقات العامة في الهيئات و الشركات، و تسهل الإستبانة استخدام التحليل العنقودي لكشف الأدوار و المتغيرات لكل ممارس، حيث ستتشكل عنقود وفقاً للأدوار التي يقوم بها بما يجمع المفردات المتجانسة بالاستناد على المتغيرات و عناصر التي يتميز بها كل مفردات الدراسات، و سيتم تقسيم محاور الاستبانة على الشكل التالي:

المحور الأول: الخصائص الديموغرافية

سيتم طرح أسئلة شخصية مثل الجنس (ذكر أو أنثى) و الفئة العمرية (٣٠ و أقل – ٤٠-٣١ – و ٤١-٥٠ و ٥١-٦٠ و ٦١ وأكثر) و المستوى التعليم (أستاذ جامعي – بكالوريوس – ماجستير – دكتوراه – غيرها) ، تخصص (الاعلام – علوم إنسانية – علوم طبيعية) عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة، و مدى اهتمام الممارس بحضور دورات تدريبية عن العلاقات العامة، و عن اشتراكه في المجالات العلمية للعلاقات العامة أو حضوره للمؤتمرات و ندوات بما يساعده على معرفة آخر ممارسات العلاقات العامة الحديثة .

عينة الدراسة

سوف تستخدم الدراسة العينة العشوائية من ممارسي العلاقات العامة بحيث يكون مجتمع الدراسة مكوناً من مجموعات غير متطابقة، من ثم تكون مفردة كل طبقه متوزعه بتجانس قدر الإمكان، وسيتم تحديد حجم العينة من خلال الاعتماد على معادلة جمعية علم النفس الأمريكية والتي تسهل الحصول على حجم العينة المطلوب اعتماداً على حجم المجتمع الكلي.

المحور الثاني: الكيان التنظيمي للمنظمة و سمات المنظمة عبر الأسئلة التالية:

- نوع المنظمة (حكومية، قطاع خاص، هيئة، بيوت خبرة (شركة استشارات)، منظمة غير ربحية مثل الجمعيات و المؤسسات الغير ربحية)
- نوع القطاع أو الصناعة (التعليم ، الصحة ، الاتصالات و تقنية المعلومات، الزراعة، الصناعة و المعادن، الخدمات مثل الكهرباء و الماء، القطاع العسكري، الترفيهية و الفنون، المنظمات الخيرية)
- عدد موظفي المنظمة

المحور الثالث : الوظيفة

سيتم طرح أسئلة عن الوظيفة والأنشطة التي يقوم بها ممارس العلاقات العامة و سيتم تقسيم هذا المحور إلى أربعة أدوار و سؤالهم باستخدام مقياس ليكرت الخماسي مقياس ليكرت الخماسي و هي (دائماً) برقم (٥) حتى (مطلقاً) برقم (١):

دور الخبير: يتناول القسم من المحور معرفة مدى قيام الممارس بالأنشطة التالية:

- إسهام الممارس في تقديم الاستشارات إلى الإدارة العليا فيما يخص التحديات والمشاكل.
- الحضور والمساهمة في اجتماعات الإدارة العليا بشأن صنع السياسات للمنظمة.
- مساهمة الممارس في توعية المدراء بشأن كيفية تعاوي الاعلام مع قراراتهم الاستراتيجية.
- وجود مقعد مخصص للممارس في مجلس الإدارة أو المجلس التنفيذي للإدارة.
- مسؤولية الممارس عن تنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية.
- مدى قرب الممارس من المسؤول الأول وكذلك المدراء التنفيذيين لضمان توضيح تأثير العلاقات العامة والإعلام على القرارات الاستراتيجية.
- أهتمام الممارس في مراعاة الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة عند قيامه في بناء استراتيجية العلاقات العامة.

دور فني الاتصال: يتناول القسم معرفة مدى قيام الممارس بالأنشطة التالية:

- قيامه في اعداد المواد الإعلامية مثل تحرير الاخبار وتصميم المطبوعات والتصوير.
- مشاركة الممارس في أنشطة العلاقات العامة مثل المؤتمرات وورش العمل.
- الاشراف على المواد الإعلامية التي انتاجها من خارج المنظمة.
- مسؤولية الممارس عن العلاقة مع وكالات الانباء والصحف.

دور ميسر الاتصال: يتناول القسم معرفة مدى قيام الممارس بالأنشطة التالية:

- اهتمام الممارس في الاتصال المباشر و التفاوض مع أصحاب المصلحة خارج المنظمة.
 - مسؤولية الممارس في التعاطي مع المشاكل و التحديات غير المتوقعة كانت داخلية و خارجية.
 - قيام الممارس بمساعدة المنظمة في إدارة القضايا و النزاعات مع أصحاب المصلحة الخارجيين.
 - دور الممارس في متابعة البيئة الإعلامية التي قد تؤثر المنظمة
 - استخدام الممارس لعلاقاته الشخصية لتحليل و جمع البيانات حول المنظمة
- دور حلال المشاكل:** يتناول القسم معرفة مدى قيام الممارس بالانشطة التالية:
- مسؤولية الممارس عن مساعدة زملاءه لمعالجة الأخطاء التي تسببوا بها وأضرت في المنظمة.
 - مسؤولية الممارس عن التواصل و تبادل المعلومات مع الآخرين و التفاوض معهم للحصول عليها
 - قيام الممارس بحضور الاجتماعات التي تخص إدارة العلاقات العامة ومناقشة ما يخص صلاحيات و ميزانية العلاقات العامة.

ب- أداة المقابلة:

ستقوم أداة المقابلة بتقديم أسئلة مقننه لممارسي العلاقات العامة حول أدوارهم المهنية في البيئة الإعلامية الرقمية، إضافة الى التحديات المهنية الجديدة التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة في البيئة الرقمية.

كما تساهم أداة المقابلة في الحصول على معلومات وفيرة وشاملة عن جوانب الدراسة لم تظهر للباحث، ولما توفره من إمكانية شرح الأسئلة وتوضيح ما قد يشكل غموضاً لدى الباحث أو اثناء الموضوع بأمتلئ، بالإضافة لارتفاع نسبة الاستجابة من العينة التي سيلتقي بها الباحث.

المعالجات الإحصائية

سوف تستخدم الدراسة أسلوب التحليل العاملي الاستكشافي لكشف العلاقة في متغيرات أدوار العلاقات العامة (R-technique) وأسلوب التحليل العنقودي (Cluster Analysis) لندرة الدراسات التي تعتمد على هذا الأسلوب الإحصائي والذي يعتبر متعدد المتغيرات ويقوم هذا الأسلوب على تجميع مفردات البحث على شكل عنقود يبدأ متفرعاً وينتهي بغصن واحد وفقاً لخصائص متغيرات الدراسة و فكرة التحليل العنقودي أنها تبدأ دون وجود معرفة مسبقة بعدد المفردات في مجتمع الدراسة، وبالتالي يعد أسلوب استكشافي، نظراً لدوره

في تصنيف عناصر بيانات المتغيرات إلى مجموعات متجانسه داخل مجموعة واحدة و تكون متباينة ومختلفة بالنسبة للمجاميع الأخرى (الطواني، 2018).

إجراءات الصدق والثبات

تقوم الدراسة أسلوب الصدق الظاهري من خلال الاستفاده من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة ومن ثم عرضها على المحكمين في مجال الدراسة والذي يقوم على اتفاق المحكمين على أن الأداة صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله.

وسيتم قياس صدق الاتساق الداخلي بعد التأكد من الصدق الظاهري بتطبيق الأداة على عينة استطلاعية ثم حساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الارتباط بين كل محور بالدرجة الكلية للأداة.

ويقاس ثبات الأداة من خلال استخدام معامل ثبات الفا كرونباخ

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية

- عبدالعزیز, هاشم. (2021). محو الأمية الرقمية: مدخلا لتقيق متطلبات العصر الرقمي. *رابطة التربويين العرب*, 55-78.
- الحواني, ماجي. (2018). استخدام أسلوب التحليل العنقودي Cluster Analysis في تصنيف محافظات جمهورية مصر العربية. *المجلة العلمية للاقتصاد و التجارة*, 469-517.
- عباس, إيمان. (2021). توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الادوار المهنية للعلاقات العامة. *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*, 383-422.
- المطيري, عبدالرحمن. (2018). استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*, 37-80.
- الصيفي, حسن. (2015). تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية وإستخدامها. *الجمعية السعودية للاعلام والاتصال*, 143 - 182.

Bibliography

- Grunig, J. (2006). Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations As a Strategic Management Function. *Journal of Public Relations Research*, 151-176.
- Dühring, L. (2015). Lost in translation? On the disciplinary status of public relations. *Public Relations Inquiry*, 5–23.
- WEF. (2016). *The Future of Jobs*. From Global Challenge Insight Report: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf
- Brante , T. (2011). Professions as Science-Based Occupations. *Professions and Professionalism*, 4-20.
- Dozier, D., & Broom, G. (1995). Evolution of the manager role in public relations practice. *Journal of Public Relations Research*, *Journal of Public Relations Research* , 3-26.
- Moss, D., & Warnaby, G. (1997). The Role of Public Relations in Organizations. In *Public Relations; Principles and Practice*. P.J. Thomson learning.
- Grunig, J., & Hunt , T. (1984). *Managing Public Relations* . Rinehart and Winston.
- Neill, M., & Lee, N. (2016). Roles in Social Media: How the Practice of Public Relations Is Evolving. *PR JOURNAL*, 1-25.
- Neill, M., & Moody, M. (2015). Who is Responsible for What? Examining Strategic Roles in Social Media Management,. *Public Relations Review*, 109-118.

- Anani-Bossman, A. (2022). An Empirical Investigation of Public Relations Roles: A Case Study of the Financial Service Sector of Ghana. *Corporate Reputation Review*, 94-105.
- Tubre, T., & Collins, J. (2000). Jackson and Schuler (1985) Revisited: A Meta-Analysis of the Relationships Between Role Ambiguity, Role Conflict, and Job Performance. *Journal of Management*, 155-169.
- Broom, G., & Smith, G. (1979). Testing the practitioner's impact on clients. *Public Relations Review*, 47-59.
- Broom, G., & Dozier, D. (1986). Advancement for public relations role models. *Public Relations Review*, 37-56.
- Dozier, D., & Broom, G. (2006). The centrality of practitioner roles to public relations theory. *Public relations theory*, 137-170.
- Grunig, L., Grunig, J., & Dozier, D. (2003). *Excellent public relations and effective organisations—A study of communication management in three countries*.
- Verčič, D., & Grunig, J. (1996). Global and specific principles of public relations: Evidence from Slovenia. *International public relations: A comparative analysis*, 31-65.
- Hogg, G., & Doolan, D. (1999). Playing the part: practitioner roles in public relations. *European Journal of Marketing*, 597-611.
- Fieseler, C., Beurer-Zuellig, B., & Meckel, M. (2009). Typologies of Communicators in Europe. *Corporate Communications An International Journal*, 158-175.
- Vieira, E., & Grantham, S. (2013). Defining public relations roles in the U.S.A. using cluster analysis. *Public Relations Review*, 40.
- Pavlik, J. (2008). MAPPING THE CONSEQUENCES OF TECHNOLOGY ON PUBLIC RELATIONS. *Institute for Public Relations*, 2-17.
- DeSanto, B., Moss, D., & Newman, A. (2007). Building an Understanding of the Main Elements of Management in the Communication/Public Relations Context. A Study of U.S. Practitioners' Practices. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 439-454.
- ARTYSHEVA, Y. (2021). Role Perceptions of Public Relations Practitioners: Kyrgyzstan Sample. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1573-1592.
- Katz, D., & Kahn, R. (1966). *THE SOCIAL PSYCHOLOGY OF ORGANIZATIONS*. New York: Wiley.

- Turner, J. H. (1994). Role theory: Expectations, identities, and behaviors. In Handbook of sociology . Sage Publications., 147-174.
- Luckmann, & Berger. (1966). Social construction of reality; a treatise in the sociology of knowledge. Anchor Books.
- Goffman. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. NY: Anchor Book.
- Biddle. (2013). *Work and occupations: An introduction to the sociology of work*. Sage publications.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Sage Publications.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Stryker. (1980). *Symbolic interactionism: A social structural version*. San Francisco, CA: W. H. Freeman.
- Hodson , & Sullivan. (2000). Practical intelligence in the construction of mastery in socially valued work roles. *Intelligence*, 71-99.
- Stryker, & Burke. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 284-297.
- Mouzelis. (1995). *Sociological theory: What went wrong? Diagnosis and remedies*. London: Routledge.
- Rice, S. (2018). *Gender in society: Theories, concepts, and research Edition: 3rd*. Sage Publications, Inc.
- Blau, P. (1964). *Exchange and power in social life*. John Wiley and Sons.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Glencoe, IL: Free Press.
- Schaefer, R. (2018). *Sociology: A brief introduction*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kahn, R., Wolfe, D., Quinn, R., Snoek, J., & Rosenthal, R. (1964). *Organizational stress: Studies in role conflict and ambiguity*. John Wiley & Sons.
- Katz, D., & Kahn, R. (1978). *The social psychology of organizations (2nd ed.)*. New York, NY.: John Wiley & Sons.
- Merton, R. (1957). *Social theory and social structure (Enlarged ed.)*. New York.: Free Press:.
- Turner, J. (1974). The significance of the social structure of communication in human action. I. In G. L. Aronson, *Handbook of social psychology* (pp. 1-17). Addison-Wesley.

- Alderfer, C. (1972). *Existence, relatedness, and growth: Human needs in organizational settings*. . New York, NY.: Free Press.
- Rizzo, J., House, R., & Lirtzman, S. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 150-163.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. . *Human Resource Management Review*, 61-89.
- Stryker, S., & Statham, A. (1985). Symbolic interactionism: A social structural version. In A. Stryker & R. Serpe (Eds.), *Handbook of symbolic interactionism* (pp. 269-284). Beverly Hills, CA: Sage. In S. & Serpe, *Handbook of symbolic interactionism* (pp. 269-284). Beverly Hills, CA.: Sage.
- Turner, J., & West, D. (2014). *Theories of deviance (7th ed.)*. Boston, MA.: McGraw-Hill Education.
- Alfonso, G., & Suzanne, S. (2008). Crisis communications management on the web: how internet-based technologies are changing the way public relations professionals handle business crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 16(3), 143–153.
- Amponsah-Tawiah, K., & Dartey-Baah, K. (2015). The role of senior public relations practitioners in strategic management: Evidence from the financial services sector of Ghana. *Journal of Communication Management*, 19(4), 357-375.
- ARTYSHEVA, M., & YURDİGÜL, A. (2021). Role Perceptions of Public Relations Practitioners: Kyrgyzstan Sample. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(4), 1573–1592.
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. (2015). *Strategic public relations management: Planning and managing effective communication campaigns*. Routledge.
- Berg, K. T. (2009). Finding connections between lobbying, public relations and advocacy. *Public Relations Journal*, 3(3), 1–19.
- Berry, M. J. A., & Linoff, G. S. (2004). *Data mining techniques: for marketing, sales, and customer relationship management*. John Wiley & Sons.
- Blau, P. (1964). *Power and exchange in social life*. New York: J Wiley & Sons.
- Briones, R. L., Kuch, B., Liu, B. F., & Jin, Y. (2011). Keeping up with the digital age: How the American Red Cross uses social media to build relationships. *Public Relations Review*, 37(1), 37–43.

- Broom, G. M. (1982). A comparison of sex roles in public relations. *Public Relations Review*, 8(3), 17–22.
- Camaj, L., Martin, J., & Lanosga, G. (2022). Professional Ideals of Data Journalists Around the Globe: Congruencies and Divergences Between Role Conceptions and Narrated Role Performances. *Journalism Studies*, 23(12), 1450–1471.
- Cameron, G. T., Sallot, L. M., & Curtin, P. A. (1997). Public relations and the production of news: A critical review and theoretical framework. *Annals of the International Communication Association*, 20(1), 111–155.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2013). *It's not just PR: Public relations in society*. John Wiley & Sons.
- Cutlip, S. M. (2013). *The unseen power: Public relations: A history*. Routledge.
- Davis, A. (2002). *Public relations democracy: Politics, public relations and the mass media in Britain*. Manchester University Press.
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995). Evolution of the manager role in public relations practice. *Journal of Public Relations Research*, 7(1), 3–26.
- Dozier, D. M., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (2013). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Routledge.
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 2.
- Ester, M., Kriegel, H.-P., Sander, J., & Xu, X. (1996). A density-based algorithm for discovering clusters in large spatial databases with noise. *Kdd*, 96(34), 226–231.
- Falkheimer, J., & Mats, H. (2014). From public relations to strategic communication in Sweden the emergence of a transboundary field of knowledge. 35(2), 123–138.
- Fieseler, C., Lutz, C., & Meckel, M. (2015). An inquiry into the transformation of the PR roles' concept. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(1), 76–89.
- Fukukawa, K., Balmer, J. M. T., & Gray, E. R. (2007). Mapping the interface between corporate identity, ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 1–5.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books, 1959.
- Goffman, Erving. (1959). *The presentation of self in everyday life: Selections*.

- Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2003). *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Routledge.
- Grunig, L. A. (2013). Activism: How it limits the effectiveness of organizations and how excellent public relations departments respond. In *Excellence in public relations and communication management* (pp. 503–530). Routledge.
- Grunig, L. A. (2020). Power in the public relations department. In *Public relations research annual* (pp. 115–156). Routledge.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Ehling, W. P. (2013). What is an effective organization? In *Excellence in public relations and communication management* (pp. 65–90). Routledge.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values* (Vol. 5). sage.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for measuring relationships in public relations*. Gainesville, FL: Institute for public relations.
- Jefkins, F. (1983). What is Public Relations? In *Public Relations for Marketing Management* (pp. 1–11). Springer.
- Kruckeberg, D. (1998). The future of PR education: Some recommendations. *Public Relations Review*, 24(2), 235–248.
- Leichty, G., & Springston, J. (1996). Elaborating public relations roles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(2), 467–477.
- Li, C., Cropp, F., Sims, W., & Jin, Y. (2012). Perceived professional standards and roles of public relations in China: Through the lens of Chinese public relations practitioners. *Public Relations Review*, 38(5), 704–710.
- Lim, J. S., & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768–776.
- Mead, G H. (2009). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist* (Vol. 1): University of Chicago press.
- Mead, George Herbert. (1934). *Mind, self, and society* (Vol. 111). University of Chicago press Chicago.
- Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: The expanded role of internal communications. *International Journal of Business Communication*, 51(2), 183–202.

- Murphy, P. (1991). The limits of symmetry: A game theory approach to symmetric and asymmetric public relations. *Journal of Public Relations Research*, 3(1-4), 115-131.
- Neuberger, C., Bartsch, A., Fröhlich, R., Hanitzsch, T., Reinemann, C., & Schindler, J. (2023). The digital transformation of knowledge order: a model for the analysis of the epistemic crisis. *Annals of the International Communication Association*, 1-22.
- Niemann, Y. F., Jennings, L., Rozelle, R. M., Baxter, J. C., & Sullivan, E. (1994). Use of free responses and cluster analysis to determine stereotypes of eight groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(4), 379-390.
- Rawlins, B. (2008). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 71-99.
- Roberts, J. A. (1995). Profiling levels of socially responsible consumer behavior: a cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 3(4), 97-117.
- Schauster, E., Neill, M. S., Ferrucci, P., & Tandoc, E. (2020). Public relations primed: An update on practitioners' moral reasoning, from moral development to moral maintenance. *Journal of Media Ethics*, 35(3), 164-179.
- Shin, J.-H., Heath, R. L., & Lee, J. (2011). A contingency explanation of public relations practitioner leadership styles: Situation and culture. *Journal of Public Relations Research*, 23(2), 167-190.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2003). A theoretical framework for global public relations research and practice. In *The global public relations handbook* (pp. 37-56). Routledge.
- Theunissen, P., & Noordin, W. N. W. (2012). Revisiting the concept "dialogue" in public relations. *Public Relations Review*, 38(1), 5-13.
- Wright, D. K. (2011). History and development of public relations education in North America: A critical analysis. *Journal of Communication Management*, 15(3), 236-255.
- Yim, O., & Ramdeen, K. T. (2015). Hierarchical cluster analysis: comparison of three linkage measures and application to psychological data. *The Quantitative Methods for Psychology*, 11(1), 8-21.

- الجعدي, ب., & عثمان, ي. (2021). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية. مجلة البحوث الإعلامية, 58(3), 1284-1229 .
<https://doi.org/10.21608/jsb.2021.184604>
- الحري, ه. (2008). دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية: دراسة وصفية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام, 30, 527-481.
- الشهيب, خ. ع. ع. ا. (2022). دور نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي : المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان. 2022(23), 358-325 .
<https://doi.org/10.21608/sjocs.2022.245707>
- العنزي, م. (2006). العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية – دراسة في الاتجاهات الإدارية وواقع الممارسة الفعلية. جامعة الملك سعود، كلية الإدارة.
- القحطاني, ع. (2003). واقع ممارسة ادوار العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص: دراسة تطبيقية مقارنة على اجهزة العلاقات العامة في المنشآت الكبرى بمدينة الرياض. جامعة الملك سعود.