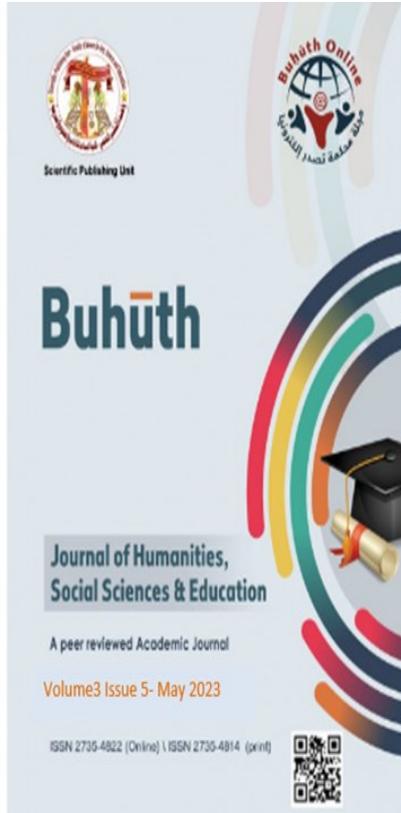




ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)



Factors Influencing the Quality of Communication Activities in the Egyptian Ministry of Civil Aviation "A Field Study"

PhD. Rania Abdel Rahman Abdel Hakim Attia

Department of Arts (Sociology) –Mass Communication Faculty of Women for Arts, Science & Education , Ain Shams University –Egypt.

Raniaabdulrahman77@gmail.com

Prof. Etimad Mohamed Allam

Professor of Sociology, Department Of Sociology, Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams University, Egypt

drallam960@yahoo.com

Prof. Wail Ismail Barry

Prof. of Mass communication, Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams University, Egypt

wailbarry@gmail.com

Dr. Lydia Safwat

Lecturer of Mass Communication, Faculty of Women for Arts, Science & Education, Ain Shams University, Egypt

lydiasa2012@yahoo.com

Receive Date: 24 August 2023, Revise Date: 3 September 2023

Accept Date: 4 September 2023.

DOI: [10.21608/BUHUTH.2023.231423.1551](https://doi.org/10.21608/BUHUTH.2023.231423.1551)

Volume 4 Issue 1 (2024) Pp.26- 55

Abstract

This study aims to identify the communication activities of the Media Management in the Ministry of Civil Aviation as an economic and service institution that includes several companies and affiliated bodies. It also aims to analyze their different patterns and assess their consistency with the standards and indicators of internal audit management and quality governance requirements per ISO 2015:9001 globally. The study is based on the functional structural approach, particularly, in what concerns the contributions of "Talcott Parsons" in the context of total quality and the functional obstacles outlined by "Robert Merton". The research employed a media survey methodology using a questionnaire tool to collect information and data by applying it to all employees in Some general departments in the Ministry, with a total of 100 individuals. The study yielded several results, including: New media channels ranked first with a percentage of 72%, surpassing other communication channels relied upon by the communicators in the ministry. They are the most utilized communication channels for performing media tasks, The production of media materials emerged as one of the most important communication activities in the Ministry of Civil Aviation. It serves as a means of communication with both internal and external audiences and The General Administration of the Media Center engages in informative and news-related communication activities to facilitate the achievement of the organization's goals. It is considered one of the most influential standards in achieving the quality of communication activities issued by the ministry.

Keywords: Quality Principles - Communication Activities - Ministry of Civil Aviation .

العوامل المؤثرة في جودة الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني في مصر

"دراسة ميدانية"

رانيا عبد الرحمن عبد الحكيم عطية

باحث دكتوراه – قسم الاجتماع

كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

Raniaabdulrahman77@gmail.com

أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري

أ.د/ إعتاد محمد علام

كلية البنات – جامعة عين شمس، مصر

كلية البنات – جامعة عين شمس، مصر

wailbarry@gmail.com

drallam960@yahoo.com

د/ ليديا صفوت - مدرس الإعلام

كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

lydiasa2012@yahoo.com

المستخلص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية لإدارة الإعلام في وزارة الطيران المدني كمؤسسة اقتصادية - وخدمية تضم عدة شركات وهيئات تابعة وكذلك رصد أنماطها المختلفة والكشف عن مدى اتساقها مع معايير ومؤشرات إدارة المراجعة الداخلية والحوكمة المنوطة بالجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001:2015 عالمياً، والوقوف على مهارات القائمين بالاتصال وفقاً لاستراتيجية وزارة الطيران المدني، وقد انطلقت الدراسة من مدخل البنائية الوظيفية وخاصة إسهامات روادها "تالكوت بارسونز" في إطار الجودة الشاملة والمعوقات الوظيفية لـ " روبرت ميرتون". واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبانة في جمع المعلومات والبيانات بالتطبيق على جميع العاملين بالإدارات التالية: المركز الإعلامي والمتحدث الرسمي وإدارة العلاقات العامة وإدارة العلاقات الدولية وإدارة المراجعة الداخلية والحوكمة، وإدارة خدمة العملاء والمواطنين والبالغ عددهم (100) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها؛ جاءت وسائل الإعلام الجديد في المرتبة الأولى بنسبة 72% إذ تفوقت على بقية الوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في الوزارة. كونها أكثر الوسائل الاتصالية التي يستخدمونها لأداء المهام الإعلامية، وجاء نشاط إنتاج المواد الإعلامية من أكثر الأنشطة الاتصالية أهمية في وزارة الطيران، حيث يتم من خلالها التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، كما تمارس الإدارة العامة للمركز الإعلامي الأنشطة الاتصالية التعريفية والإخبارية، لسهولة تحقيق أهداف المنظمة من خلالها، وتعد من المعايير الأكثر تأثيراً في تحقيق جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة.

الكلمات المفتاحية: مبادئ الجودة - الأنشطة الاتصالية - وزارة الطيران المدني.

شهد العالم تقدماً واسعاً وثورة غير مسبوقه في مجال الاتصالات وتوظيفه من التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وهو ما أدى إلى تطوير العديد من آلياته، وربطها بالمزيد من الوسائل التكنولوجية الحديثة، وتعتبر إدارة الإعلام بالمؤسسات إحدى أهم القنوات الاتصالية في عالمنا اليوم، فمع نمو وكبر حجم المؤسسات وتنوع جماهيرها التي تتعامل معها، وتغير شكل وأنماط الحياة ومواجهة المنافسة الخارجية، ازدادت صعوبة الاتصال بين أفراد المؤسسات و القائمين عليها وجمهورها الداخلي و الخارجي، ما أدى إلى بروز الاهتمام بإدارات الإعلام بالوزارات والتي اتجهت إلى الاستعانة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة واستغلالها بالشكل الأمثل من أجل تحقيق أهدافها، خاصة في ظل تنامي فاعلية الدور الذي تقوم به الأنشطة الاتصالية بالعلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة ككل، وفي ضوء الاهتمام العالمي بمفهوم الجودة في منظمات الأعمال بهدف تحسين المدخلات والعمليات والمخرجات، والاهتمام الملحوظ من قبل المؤسسات والوزارات المختلفة بضرورة تطبيق مبادئها ومؤشراتها كنهج إداري داخل المؤسسات يسهم في تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمالية. الأمر الذي أدى إلى تزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بجودة الأنشطة الاتصالية، وتنمية مهارات القائمين عليها من أجل تحقيق استراتيجية المؤسسة ورسالتها وفلسفتها وأهدافها التنموية، مما يعظم الإيرادات ويزيد من قدرتها التنافسية.

وتقوم وزارة الطيران المدني بدور أساسي ومحوري كأحد الكيانات الحيوية التي تسعى إلى تحقيق أهداف تنموية في مختلف المجالات في ضوء رؤية الدولة المصرية المستقبلية 2030، من خلال استراتيجية طموحة تهدف إلى النهوض بقطاع الطيران المدني للوصول به إلى المستويات العالمية، وبما يتواءم مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية وتحقيق رضا العملاء عن الخدمات المقدمة، بما يتماشى مع خطة التنمية المستدامة في إطار السياسة العامة للدولة. وهنا تبرز الحاجة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على جودة الأنشطة الاتصالية في قطاع الطيران المدني، كونه من أهم القطاعات الحيوية بالدولة المصرية، حيث تؤثر جودة النشاط الاتصالي بشكل كبير وفعال على أداء المؤسسات، وتسهم في زيادة الإنتاجية وتحقيق الميزة التنافسية. وتقوم الأنشطة الاتصالية بالعديد من الوظائف الاتصالية والإعلامية بهدف الوصول إلى جودة الخدمات ودعم العلاقات والثقة المتبادلة بين وزارة الطيران وجماهيرها.

أولاً: مشكلة الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

صيغت مشكلة الدراسة في ضوء الثغرات التي تبينت من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع؛ كما سيتضح تفصيلاً من خلال عرض أهم ما جاء في تلك الدراسات، فمن هنا تتحدد المشكلة البحثية في محاولة للإجابة عن التساؤل التالي:

ما العوامل المؤثرة على جودة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة والإعلام بوزارة الطيران المدني؟ ولا يأتي الوصول إلى إجابة هذا السؤال إلا بالوقوف على طبيعة الأنشطة الاتصالية المقدمة، والأبعاد المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال وبالمهارات اللازمة التي تساهم في جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة وتسهم في تحقيق الهدف منها، من خلال تطوير أداء الوزارة وتحقيق رؤيتها في ضوء المعايير الدولية للجودة الشاملة والمنبثقة من استراتيجية الوزارة لزيادة كفاءة وفعالية أدائها المؤسسي، ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، للاستفادة مما توصلت إليه من نتائج وما أوصت به مستقبلاً، وخاصة تلك الدراسات التي تشابهت مع موضوع الدراسة الراهنة وأهدافها، واتضح أن الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الخدمية والاقتصادية تعمل على خلق حالة من التواصل بين المؤسسة وجماهيرها؛ بهدف الإعلان عما تقوم به المؤسسة من مهام، وما

تحققه من إنجازات. كما تعمل على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية من القضايا، وخلق رأي عام مؤيد أو معارض لهذه القضية، وكذلك المشاركة في تنمية معارف الجمهور نحو موضوع ما، وهو ما أثبتته دراسة (بدر علي، 2018) في محاولة للتعرف على الدور الاتصالي للأنشطة الاتصالية في مؤسسات المجتمع المدني الليبية، ومدى قدرتها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه المؤسسات، ومن أهم نتائجها: تنوع أشكال ومجالات وسائل الاتصال الجماهيرية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني عينة الدراسة في التواصل مع الجمهور بنسب متفاوتة؛ بينما استهدفت دراسة (إحسان بادع، 2018) التعرف على واقع الأنشطة الاتصالية في السفارات العراقية وعلاقتها بتنمية السياسة الخارجية، والكشف عن الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة والوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارات الإعلام لتنفيذ أنشطتها وبرامجها الاتصالية، والتي جاءت نتائجها بوجود درجة تقييم متوسطة في الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات الإعلام بالمؤسسة، وحصلت إجابات المبحوثين بأعلى نسبة حول ممارسة العلاقات العامة لتغطية الأنشطة الخاصة بوضوح أهداف المؤسسة، يليها العبارات التي تنص على كفاية الميزانية المخصصة لتغطية أنشطة العلاقات العامة.

وفي ضوء الاستخدام الفعلي للأنشطة الاتصالية أوضحت دراسة سليم الببحاج (2017) حول طبيعة توظيف تكنولوجيا الاتصال في شركات الطيران العاملة في ليبيا، من خلال استخدام المواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك الرسمية لهذه الشركات، وأثر هذه الوسائل على الأداء المهني للقائمين بالاتصال، في ضوء ما أضافته هذه الوسائل من أدوات جديدة تخلق الاتصال الحواري التفاعلي بين المؤسسة وجماهيرها ومدى مساهمة هذه الأدوات في بناء علاقات طويلة الأمد مع جماهيرها حيث اتفقت نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (Yiva,2020) التي حاولت تسليط الضوء على نقاط القوة والضعف في الجهات الفاعلة الرقمية في مجال العلاقات العامة بالتطبيق على بعض المؤسسات الثقافية السويدية، بهدف التحقق من المهارات الأساسية للقائمين بالاتصال من أجل تحقيق التواصل الفعال والناجح عبر الإنترنت، وقد أثبتت نتائج الدراسات إلى وجود تأثيرات إيجابية للوسائل التكنولوجية على أداء ممارسي العلاقات العامة حيث جاءت صفحات الفيس بوك بشكل أكبر عن المواقع الإلكترونية، وهو ما أثبتته دراسة (Achor & Nabuko, 2019) حول تقييم دور القائمين بالاتصال كحراس ومراقبين للبوابة الاتصالية في مؤسساتهم من أجل التواصل وتنظيم وإدارة المعلومات في مجال الوسائط الاجتماعية الرقمية، مما يدعم وظيفة حارس البوابة من خلال وسائل التواصل الرقمية، بينما جاءت دراسة (Charest,2016) بالتطبيق على منظمات شمال الولايات المتحدة الأمريكية من خلال إجراء مقابلة مع إثني عشر مدير للعلاقات العامة في محاولة للتعرف على مدى تطور الأداء المهني لمديري وممارسي العلاقات العامة في المنظمات الأمريكية، والوقوف على انعكاس هذا التطور على الخطط الإستراتيجية التي قدمها المبحوثون أثناء مقابلتهم، وذلك على غرار تحقيقهم لمعظم الأهداف الإستراتيجية للمنظمة.

وعن الإشكاليات التي تعترض جودة الأنشطة الاتصالية داخل المؤسسات حاولت دراستنا ((Achor & Nabuko, 2019, Moreno, 2015)) سد الفجوة البحثية بدراسة الدور المزدوج الذي يقوم به ممارسو العلاقات العامة كحراس ومراقبين للبوابة الاتصالية لمؤسساتهم في محاولة للتواصل وتنظيم وإدارة المعلومات في مجال الوسائط الاجتماعية وبيئة الاتصالات التسويقية، بالتطبيق على (2710) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في (43) دولة أوروبية، واللذان أظهرتا ضعف الخبرات التقنية للقائمين بالاتصال من ناحية، ومن الناحية الأخرى ضعف التأهيل الأكاديمي أو اختلاف التخصص كونه تحدياً يعترض استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي دفع (Navarro, 2017) بدراسة وجهات نظر القائمين بالاتصال للتعرف على مدى إتقان أدوات الحوار من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانطباعات الجمهور بالتطبيق على القائمين بالاتصال في أمريكا اللاتينية والتعرف على وجهات نظر الجمهور العام في إسبانيا حول المحتوى والأنشطة التي ينبغي الاعتماد عليها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وانفتنا دراستنا (مریم القمشوعية، 2015) و(سلطان القاسمي، 2017) بهدف

التعرف على مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد في الوزارات العمانية بالتطبيق على (95) من ممارسي العلاقات العامة؛ حيث كشفتنا أن البريد الإلكتروني من أكثر الأنماط الاتصالية الرقمية كما أن هناك اتجاه إيجابي لاستخدامات تطبيقات الإنترنت في المؤسسات؛ بينما جاء موقع لينكد في مقدمة الاستخدام قبل ظهور الفيس بوك والتويتر، كونه وسيلة تسويقية لبناء شبكات التواصل تعتمد عليها العديد من المؤسسات وأصحاب المصالح من أجل التواصل والتفاعل مع جماهيرها. وقد أوصت الدراسة بضرورة تأهيل القائمون بالاتصال بإدارات العلاقات العامة في الوزارات العمانية لاستخدام تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر فاعلية ومرونة.

كما اهتمت دراسات أخرى بالتعرف على الدور الفعال للقائمين بالاتصال والمسؤولين في إعداد الرسائل الاتصالية وقيام المؤسسات بتقديمها من خلال أنشطة اتصالية مختلفة، حيث أشارت دراسة (عاشور، 2020) إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية وأسلوب عملها وفعالية البرامج التي تقدمها والمشاكل التي تواجه إدارات الإعلام والعلاقات العامة في دولة الأردن، بينما استهدفت دراسة (لجين عبد الحكيم، 2016) التعرف على دور الأنشطة الاتصالية في المنظمات غير الحكومية، في إدارة أزمة اللاجئين السوريين بالأردن من وجهة نظر المبحوثين حيث توصلت إلي (72%) من القائمين بالاتصال يعتمدون على الإنترنت كمصدر للمعلومات، ومنهم (98%) يستخدمون وسائل الاتصال الشخصي عن غيرها من الوسائل.

وهو ما أيدته دراسة (عدي عبد الخالق، 2015) حول توضيح الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها القائمون بالاتصال في المنظمات غير الحكومية بالأردن، وما يتعلق بها من عمليات إدارية، تتمثل في البحث والتخطيط والتنظيم والرقابة والتمويل والتقييم، وكشفت نتائجها عن التعريف بالمنظمة وأن البرامج التي تقدمها إدارات الإعلام تعد من أهم الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة، فضلاً عن دور الأنشطة في رسم صورة ذهنية طيبة عن المنظمة لدى جماهيرها، كما أن هناك تنوع في الوسائل الاتصالية المستخدمة للوصول إلى الجماهير المستهدفة؛ وكان أكثرها استخداماً: الهاتف، البريد الإلكتروني، الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، والبيانات الصحفية، وأشارت دراستنا (Wiyono & Alghamdi, 2023) إلى أهمية تأثير تطبيق القيادة الرقمية على أداء الأنشطة الاتصالية المستخدمة في المدارس بإندونيسيا، بالاعتماد على المنهج المسحي لعينة عمدية قوامها (200) مدرسة في إندونيسيا، حيث أشارت النتائج إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تطبيق مبادئ القيادة الرقمية وتحسين أداء العلاقات العامة فيما يتعلق باختيار الأنشطة الاتصالية الملائمة ومن بينها توظيف الشبكات الرقمية من أجل الوصول إلى الجمهور المستهدف وتكوين صورة ذهنية إيجابية، ولتحقيق الميزة التنافسية من خلال الحصول على الأخبار؛ وهو ما أيدته دراستنا (David & Stefanie, 2023) في محاولتهما للتعرف على مدى اعتماد القائمين بالاتصال على وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقديم الأنشطة الاتصالية للجمهور والتعريف بالمنتجات والعلامات التجارية لعينة عمدية من الشركات الناشئة في ألمانيا، وقد كشفت النتائج عن أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة حول إدارة الأنشطة الاتصالية ودورها الفعال في التعريف بالمنتجات وبناء سمعة طيبة عن الشركات لدى جماهيرها، مما يسهم في رسم الخطط المستقبلية المتعلقة بالشركة مما يزيد من اسم ومكانة الشركة لدى الجمهور.

ثانياً: أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- 1- تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة في مجال الأنشطة الاتصالية لندرة التراث التطبيقي في دراسة العوامل المؤثرة على جودة النشاط الاتصالي في محاولة لإثراء الأدبيات المرتبطة بالعلاقات العامة، من وجهة نظر الباحثة.
- 2- تسعى الدراسة إلى سد ثغرة فيما يتعلق بالوقوف على العوامل المؤثرة في جودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، والتعرف على المهارات اللازمة المؤثرة على جودة النشاط الاتصالي؛ ومن ثم فإنها تضيف بعداً جديداً إلى المعرفة في أدبيات العلاقات العامة.

3- محدودية الدراسات الخاصة بمؤشرات جودة النشاط الاتصالي وأهميتها بوجه عام، ومدى التزام القائمين بالاتصال بمعايير الجودة الشاملة بوجه خاص، حيث تركز أغلب الدراسات بشكل كبير على الاهتمام بالعملية الاتصالية والعوامل المؤثرة عليها من وجهة نظر القائمين بالاتصال.

ثالثاً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تسعى الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن وزارة الطيران المدني من وجهة نظر القائمين بالاتصال، ومدى تحقيقها للأهداف التي تسعى الوزارة إلى تحقيقها، وقد حدد البحث مجموعة من الأهداف تتمثل في :

الهدف الأول: رصد واقع الأنشطة الاتصالية في وزارة الطيران كونها وزارة حكومية خدمية، والكشف عن أنماط الأنشطة الاتصالية بالوزارة، ومدى اتساقها مع معايير ومؤشرات الجودة الشاملة العالمية والمطبقة في الوزارة محل الدراسة المتمثلة في:

(1) الالتزام بالموضوعية والدقة وحرية تدفق المعلومات في نشر الرسائل الاتصالية المختلفة.

(2) تطوير أداء القائم بالاتصال وتنمية ثقافة الابتكار والعمل الجماعي.

(3) تفعيل الدور الرقابي وقياس الأداء.

الهدف الثاني: التعرف على أشكال وأنماط الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة عينة الدراسة وطبيعة إسهامات هذه الأنشطة في تحقيق أهدافها المرجوة.

الهدف الثالث: التعرف على الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها القائمون بالاتصال في وزارة الطيران، والعوامل الخارجية والداخلية المؤثرة على جودتها وتأثير ذلك على جماهير الوزارة وأداء القائمين عليها.

تساؤلات وفروض الدراسة:

سوف تتحقق أهداف الدراسة من خلال الإجابة عن تساؤلاتها:

1. من الجهة المسؤولة عن تحديد ووضع الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني؟
2. ما الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي؟
3. ما الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني؟
4. ما المعايير والمؤشرات الواجب توافرها بالأنشطة الاتصالية كي تحقق أهدافها المطلوبة؟
5. مدى التزام القائمين بالاتصال بتطبيق معايير الجودة الشاملة في الأنشطة الاتصالية؟
6. ما الخطط والإستراتيجيات التي تتبناها وزارة الطيران المدني من أجل تحقيق قدرتها التنافسية؟
7. كيف تسهم الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف وزارة الطيران؟
8. ما تأثير المتغيرات الداخلية المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال المتمثلة في: العوامل التنظيمية والإدارية، والعوامل الخاصة ببيئة العمل والثقافة التنظيمية للوزارة؟
9. ما مبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: ثمة علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عنها.
- الفرض الثاني: ثمة فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية العاملين بالإدارات محل الدراسة لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع- السن - المستوى التعليمي- الدخل الشهري- عدد سنوات الخبرة- الدرجة الوظيفية- عدد الدورات التدريبية).
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معايير الجودة الشاملة المطبقة في وزارة الطيران المدني وأثرها علي جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة كونها نسفاً

اجتماعيا فرعياً يتفاعل مع الأنساق الأخرى ويتأثر بها (الإدارات الأخرى) داخل النسق الأكبر (وزارة الطيران المدني).

خامساً: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

1- تعريف الجودة:

نهج إداري يُمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها وخططها وتلبية احتياجات المستهلك، كما أنها فلسفة وممارسات إدارية لتحقيق أهداف المؤسسة بفعالية، من خلال استغلال الموارد البشرية والمادية المتاحة. وهي عملية مستمرة من التحسين على المدى الطويل يشترك كل من الإدارة والعاملين في إنجاحها، وتهدف لتحقيق رضا وولاء العملاء، كما تهدف إلى الوصول للنجاح بعيد المدى لخدمة العملاء وإرضائهم، حيث إنّ جميع العاملين في المؤسسة يسعون إلى تحسين جودة الخدمات المقدّمة وزيادة الإنتاج وتحسين الثقافة السائدة في العمل. (Prachi, 2023:66)، كما أنها عملية تطوير مستمر وشامل لجميع جوانب المؤسسة القيادية والأنظمة والعمليات والسياسات والإجراءات والعلاقات مع العنصر البشري والهيكل التنظيمي بهدف أساسي هو تحقيق رضا العميل. (Wende, 2009:15)، وإجراءياً تنبثق جودة الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني من سياسة الجودة بالوزارة ككل، ويمكن قياسها من خلال مجموعة من المؤشرات:

المؤشر الأول: الالتزام بالموضوعية والدقة في نقل الرسائل الاتصالية الصادرة عن الوزارة.

المؤشر الثاني: تطوير أداء القائم بالاتصال وتنمية ثقافة الابتكار والعمل الجماعي.

المؤشر الثالث: تفعيل الدور الرقابي وقياس الأداء.

2- الأنشطة الاتصالية: تستهدف تحقيق العمومية والانتشار لفكرة أو قضية معينة أو موضوع، وذلك عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين. (سمير محمد، 2014: 56). كما أنها الأشكال الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة بهدف تحقيق التوافق والتجانس بين المؤسسة والجمهور عن طريق تبادل الرسائل الاتصالية من المؤسسة إلى الجمهور والعكس، باستخدام كل الوسائل والفنون الاتصالية المتاحة. (عبد الرازق الدليمي، 2005: 45). وتعرف أيضاً بأنها كل ما تقوم به العلاقات العامة من وظائف وفعاليات مستخدمة وسائل الاتصال المختلفة بهدف التأثير الإيجابي على الجمهور (أحمد أمين، 2010: 20). ويتمثل النشاط الاتصالي في جمع الأنباء والبيانات والتعليمات والقرارات وبنائها ومعالجتها في الإطار الملائم من أجل فهم الظروف المحيطة، وتمكين متلقي الخبر من اتخاذ القرار السليم.

ومن ثم تعرف الأنشطة الاتصالية إجراءً بأنها: كل المهام الإعلامية والأنشطة الصادرة عن الإدارة العامة للإعلام في وزارة الطيران المدني؛ بهدف توضيح سياسة الوزارة وأنشطتها واستراتيجيتها والخدمات التي تقدمها من أجل تحسين صورتها لدى جمهورها؛ وتتمثل هذه الأنشطة في تحرير الأخبار والبيانات الصحفية، والتغطيات الإعلامية لأنشطة الوزارة، وإصدار مجلة إلكترونية شهرية – والمؤتمرات واللقاءات التليفزيونية، والحوارات الصحفية المرتبطة بأنشطة الوزارة ووزير الطيران، ووضع البيانات والمعلومات على الموقع الإلكتروني، ورسائل التهنة في الأعياد والمناسبات المختلفة، وإعداد دعوات صحفية، والرد الإعلامي، والعروض التقديمية التوضيحية، والأفلام التسجيلية، وبرقيات التهنة، فضلاً عن الصور والفيديوهات المختلفة. وتعد المرأة التي تعكس وجهة نظر الوزارة وفلسفتها وسياساتها العامة تجاه المشروعات والخدمات المقدمة بما يحقق أهدافها التنموية، ويسهم في زيادة قدرتها التنافسية، ويعزز من جودة خدماتها بما يحقق رضا جميع عملائها.

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

زاوجت الدراسة بين رؤية تالكوت بارسونز للتنظيم كنسق اجتماعي مفتوح في إطار مدخل الجودة الشاملة، والمعوقات الوظيفية لروبرت ميرتون، إذ حاولت الباحثة تفسير النتائج من منطلق الإطار النظري للوصول إلى بعض القضايا التي قد توجه بحثاً مستقبلياً.

أولاً: رؤية تالكوت بارسونز للتنظيم بوصفه نسقاً اجتماعياً مفتوحاً في إطار مدخل الجودة الشاملة:

انطلق بارسونز من رؤيته عن التنظيم بوصفه نسقاً اجتماعياً له اتجاه أساسي هو تحقيق هدف ما أو مجموعة أهداف، وهو مكون من أقسام أو إدارات بمثابة أنساق فرعية لكل منها هدف محدد، إلا أنها تتساند وتتكامل وظيفياً لتحقيق الهدف العام للتنظيم، وهذا الهدف يمثل سمة أساسية من سمات التنظيم كما يشمل في الوقت ذاته جانبين؛ أولهما العلاقات الخارجية التي تشير إلى علاقة التنظيم بالمجتمع، وثانيهما البناء الداخلي للتنظيم بوصفه نسقاً اجتماعياً يتشكل من ثلاثة أنساق فرعية: النسق الإداري، والنسق التقني، والنسق المؤسسي. (اعتماد علام، إجلال حلمي، 2013: 19)، كما أوضح بارسونز أن القيم السائدة في التنظيم هي التي تمنح أهداف التنظيم طابعاً شرعياً، لأنها تؤكد على إسهام النسق التنظيمي في تحقيق المتطلبات الوظيفية التي يسعى النسق الأكبر (وهو المجتمع) إلى تحقيقها، هذا يفترض بدوره توافر قدر من الانسجام بين قيم التنظيم وقيم المجتمع الذي يوجد فيه، وهذا هو ما قصده بارسونز حين عرف التنظيم بأنه نسق اجتماعي منظم، أنشئ من أجل تحقيق أهداف محددة. (السيد الحسيني، 1985: 75)؛ وأخذ بارسونز يعالج القضية الرئيسية في الاتجاه الوظيفي، وهي العلاقة بين الأنساق الفرعية والنسق الأكبر، وكيفية حدوث التكامل بين هذه الأنساق جميعاً، وتفسير تكامل الأفراد والجماعات داخل التنظيم بصورة مطلقة (محمد عبد المعبود، 2001: 22)

وتعد وزارة الطيران تنظيم (نسق اجتماعي مفتوح) يسعى لتطبيق معايير الجودة وأهدافها ومتطلبات أساسية متعلقة بالمؤسسة وجمهورها وبسوق العمل تحاول تحقيقها، وتتكون من أنساق فرعية (الإدارات العامة) مثل الإدارة العامة للمركز الإعلامي والمتحدث الرسمي والإدارة العامة للمراجعة الداخلية، والحوكمة والإدارة العامة للعلاقات الدولية، والإدارة العامة للعلاقات العامة كما أن الوزارة لها هيكل تنظيمي يوضح خطوط السلطة والاتصالات الرسمية، وتتسم هذه الخريطة بالمرونة لمواكبة مستجدات ومتطلبات مخرجات الوزارة من سوق صناعة النقل الجوي إقليمياً ومحلياً وعالمياً، كما يوجد المطبقة بوزارة الطيران لبعض المعايير الحاكمة للإدارات والعاملين والجمهور وتوجيههم في إطار تفاعلهم مع بعضهم البعض لتحقيق رؤية الوزارة ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية وغاياتها، وتحاول الوزارة اقتناص الفرص المتاحة في البيئة الخارجية، من خلال الحصول على الاعتمادات الدولية وشهادات الأيزو في مختلف أنشطة الطيران المدني لضمان جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وكذلك تحاول الحد من الآثار السلبية لتهديدات وتحديات البيئة الخارجية.

ولقد ساعدت رؤية بارسونز عن النسق الاجتماعي الباحثة في النظر إلى وزارة الطيران المدني كنسق اجتماعي كبير يتكون من أنساق ووحدات فرعية متمثلة في الإدارات المختلفة داخل الوزارة تتكامل وتتفاعل مع بعضها بالاعتماد المتبادل فيما بينها من أجل تحقيق الهدف الأكبر ألا وهو الأهداف الإستراتيجية ورؤية وزارة الطيران، ويجب أن تعمل الوزارة على حل أربع مشكلات وهي:

- 1- تحقيق الأهداف: بالتعرف على الأهداف التي تسعى الوزارة إلى تحقيقها ومدى تحريك الموارد المتاحة واستغلالها بقيام (إدارات الإعلام والجودة الشاملة) بالوزارة؛ كونها أنساق فرعية تتفاعل من أجل تحقيق أهداف النسق الأكبر (وزارة الطيران المدني).
- 2- التكامل: التعرف على مدى التنسيق وتوحيد الجهود والعلاقات بين العاملين داخل الإدارات المختلفة بوزارة الطيران.

3- الكمون: التعرف على إمكانية قيام إدارات الإعلام بوزارة الطيران المدني بالمحافظة على أنماط ورؤى المنظمة من خلال قياس قدرة نجاح الإدارات المختلفة داخل الوزارة في الحفاظ على النسق الأكبر(الوزارة)، وذلك أيضًا مع الاهتمام بالمعلومات المرتدة ودورها في مساعدة الوزارة على الاستفادة من تجاربها وزيادة قدرتها على التكيف والاستمرار.

وتستند مفاهيم الجودة (ضمان الجودة وجودة الحياة ومجتمع الجودة) إلى أسس نظرية مختلفة، إذ يعتبر مفهوم ضمان الجودة واحدًا من مكونات الإطار التصوري لنظرية الأنساق الاجتماعية، والتي تنظر إلى التنظيمات (اقتصادية، اجتماعية، سياسية- تعليمية... إلخ) على أنها أنساق اجتماعية مفتوحة، كما أنها مدخلاً يركز على العمليات ويعزز من تحسين عمليات الوصول إلى المنتج النهائي مثل التخطيط والتطوير والإنتاج، ويعد اختيار مفهوم إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management (TQM)، و يعود الفضل في تأسيسه إلى الأمريكي " إدوار ديمينج" الذي تبنت مؤسسات كثيرة في اليابان أفكاره ومفاهيمه؛ فقاموا بتطبيقها عمليًا في المنشآت الصناعية والخدمية واستطاعوا النهوض بها. (Anvari,2012:10)

كما أن الجودة باعتبارها إحدى عمليات التنظيم، ترتبط بمدخلات ومخرجات تنظيم الوزارة كما تسهم في بناء الثقة بين المؤسسة والعملاء لضمان جودة الخدمة وتحقيق رضا جميع الأطراف المعنية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة مما يسهم في تحقيق التنافسية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.

2- روبرت ميرتون والمعوقات الوظيفية.

لقد استفادت الدراسة الراهنة أيضًا من مقولات ميرتون وتبني التحليل الوظيفي لبعض الخصائص البيروقراطية المتمثلة التي يصبح الفرد جراءها غير قادر على معرفة الهدف الفعلي الأمثل للتنظيم، بما يجعله يشعر بالاغتراب، ليس فقط عما يقوم به من عمل بل وعن التنظيم ككل، كما أن تدرج السلطة "الهيراركية" يؤدي إلى عدم تحقق الكفاءة التنظيمية ووجود معوقات وظيفية من خلال إصرار من هم في قمة التنظيم والامتثال لأوامرهم من قبل العاملين في المستويات التنظيمية الأقل. إن هذا النموذج يوجه الدراسة الحالية بضرورة دراسة البنية التنظيمية لوزارة الطيران المدني من حيث الوقوف على موقع ومكانة الإدارة العامة للمركز الإعلامي والمتحدث الرسمي داخل الهيكل التنظيمي، وأثر موقعها التنظيمي على جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة فضلًا عن التعرف على الأدوار التي يؤديها القائمون على جودة الأنشطة الاتصالية في ضوء التعرف على مستوى الاتصال داخل الهيكل التنظيمي ومدى فاعليته وفقًا للنظام الإداري السائد وطبيعته من قبل الإدارة العليا إلى الإدارات الفرعية داخل التنظيم.

سابعًا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، وتهدف إلى وصف بناء ظاهرة معينة وتركيبها من خلال رصد أنماط الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المؤسسة وقطاعاتها، والتعرف على أثرها في تحقيق فاعلية الاتصال لدى جمهور المؤسسة من وجهة نظر الإدارة العليا والقائمين بالاتصال، والتأكد من فاعلية تلك الأنشطة في تحقيق اتصال فعال بين المؤسسة وجمهورها بما يساهم في اتخاذ القرار ويحقق المشاركة الفعالة، من خلال الحصول على المعلومات الكافية والدقيقة عن متغيراتها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، وتستهدف التعرف على معايير الجودة الشاملة في ضوء الأنشطة الاتصالية الصادرة عن إدارات الإعلام بالوزارة، وقد تم اختيار وزارة الطيران المدني كمجال لإجراء الدراسة، كونها مؤسسة حكومية تمتلك وحدات اقتصادية وخدمية، ويعتبر قطاع الطيران أحد الدعائم الأساسية لاقتصاديات الدولة المصرية، وتسعى الوزارة وفقًا لاستراتيجية طموحة ورؤية واضحة إلى

التطوير والتحديث بما يتماشى مع متطلبات أهداف التنمية الشاملة و"رؤية مصر المستقبلية 2030" في مختلف قطاعاتها ومؤسساتها، وتسعى أيضاً إلى تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد وتطوير البنية التحتية وتعظيم مواردها في ضوء الالتزام بأسس ومعايير نظم الجودة بحيث تتفاعل مع النظم الأخرى، ومنها نظم الإدارة العامة للمكتب الإعلامي والمتحدث الرسمي وإدارة العلاقات العامة بما يحقق أهدافها الطموحة.

2. منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل للتعرف على الوضع الراهن للأنشطة الاتصالية ومؤشرات جودة الخدمة في وزارة الطيران المدني.

3. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الإدارة العامة للمراجعة الداخلية والحوكمة وتتبع وزير الطيران مباشرة والإدارة المركزية لشئون مكتب الوزير وينسب منها إدارات عامة وهي؛ الإدارة العامة للمركز الإعلامي والمتحدث الرسمي والإدارة العامة للعلاقات العامة والإدارة العامة للعلاقات الدولية والاتفاقيات والإدارة العامة لخدمة العملاء والمواطنين بوزارة لطيران المدني المصرية.

4. مبررات اختيار مجتمع الدراسة:

دخول وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة مرحلة جديدة من مراحل التطور التكنولوجي والهيكلية - في ضوء رؤية مصر المستقبلية نحو التنمية الشاملة لجميع مؤسسات وقطاعات الدولة المصرية خاصة في ظل إعادة هيكلة الوزارات والهيئات والجهات التابعة، في إطار جهود انتقال الوزارات المصرية إلى العاصمة الإدارية الجديدة ومختلف وحدات الجهاز الإداري للدولة في ثوب جديد، حيث تم بدء تأهيل العاملين المنقلين على حزمة برامج التطبيقات وتدريبهم عملياً على كيفية إجادة استعمال التطبيقات المقرر تعميمها في العاصمة الجديدة، بحيث يصبح الموظفون المنقلون على دراية كاملة بآليات تشغيل واستخدام تلك البرامج، بما يتماشى مع الطفرة التكنولوجية الحديثة وعصر التحول الرقمي، فضلاً عن تنوع الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة في ضوء الرقمنة الحديثة لوسائل الاتصال التي تستخدم وزارة الطيران كأهم وسائل التسويق الحديثة والمتمثلة في أجهزة الحاسب الآلي، وشبكة الإنترنت، وتتمثل وسائل الاتصال الحديثة في: الموقع الرسمي لوزارة الطيران، وصفحات التواصل الاجتماعي " فيس بوك- تويتر- إنستجرام- تليجرام- يوتيوب" ؛ مما يسهم في تطوير جودة النشاط الاتصالي بالوزارة.

5. المجال البشري لمجتمع الدراسة:

أجرت الباحثة حصراً شاملاً بتاريخ الأول من مارس عام 2022 لجميع العاملين من المسؤولين أو القائمين بالأنشطة الاتصالية بصفة رسمية في مختلف المستويات الإدارية حيث تم إعداد صحيفة الاستبانة بالتطبيق على جميع العاملين في الإدارات العامة التالية؛ إدارة المراجعة الداخلية والحوكمة، وإدارة المركز الإعلامي والمتحدث الرسمي، وإدارة العلاقات العامة والإدارة العلاقات الدولية والاتفاقيات، وإدارة خدمة العملاء والمواطنين بوزارة لطيران المدني؛ وقد تم حصرهم من خلال الكشف الخاصة الموجودة في الوزارة، وبلغ إجمالي عددهم (100) مفردة وفقاً للجدول التالي:

جدول (1) الخصائص الديموغرافية والوظيفية من وجهة نظر أفراد مجتمع الدراسة

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	49	49
	أنثى	51	51
	المجموع	100	100
السن	أقل من 30 سنة	7	7
	من 30 لأقل من 40 سنة	54	54
	من 40 لأقل من 50 سنة	35	35
	من 50 لأقل من 60 سنة	4	4
	المجموع	100	100
المستوى التعليمي	حاصل على مؤهل عالي	76	76
	حاصل على ماجستير أو دكتوراه	24	24
	المجموع	100	100
عدد سنوات الخبرة في التخصص	أقل من 5 سنوات	7	7
	من 5 لأقل من 10 سنوات	32	32
	من 10 لأقل من 20 سنة	42	42
	20 سنة فأكثر	19	19
	المجموع	100	100
الدرجة الوظيفية	مدير عام	11	11
	مدير إدارة	30	30
	رئيس قسم	11	11
	أخصائي	48	48
	المجموع	100	100
عدد الدورات التدريبية التي التحقت بها خلال السنوات الثلاث الماضية	لم التحق بأي دورة	22	22
	من دورة إلى 3 دورات	42	42
	4 دورات فأكثر	36	36
	المجموع	100	100

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى:

- تفوق نسبة الإناث على الذكور، حيث جاءت ب 51%، بينما جاءت نسبة الذكور ب 49%.
 - جاءت الفئة العمرية (من 30 لأقل من 40 سنة) في الترتيب الأول لعينة الدراسة بنسبة 54%، تليها الفئة العمرية (من 40 لأقل من 50 سنة) بنسبة 35%، ثم جاءت الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) في الترتيب الثالث بنسبة 7%، وأخيراً جاءت الفئة العمرية (من 50 لأقل من 60 سنة) بنسبة 4%.
 - وبالنسبة للمستوى التعليمي لعينة الدراسة، جاء الحاصلون على (مؤهل عال) في الترتيب الأول بنسبة 76%، بينما كانت نسبة الحاصلين على (ماجستير أو دكتوراه) 24%.
 - وجاءت الدرجة الوظيفية (أخصائي) في الترتيب الأول لأفراد البحث بنسبة 48%، يليها درجة (مدير إدارة) بنسبة 30%، ثم جاءت درجة (مدير عام) و(رئيس قسم) في الترتيب الثالث بنسبة 11% لكل منهما.
 - بينما جاء الحاصلون على (من دورة إلى 3 دورات) في الترتيب الأول بنسبة 42%، تلاهم الحاصلون على (4 دورات فأكثر) في الترتيب الثاني بنسبة 36%، ثم من لم يحصلوا على دورات بنسبة 22%.
6. أدوات جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات من القائمين بالاتصال في وزارة الطيران المدني، والتي خصصت للكشف عن واقع الأنشطة الاتصالية في الوزارة، لكونهم المعنيين والمطالبين بالقيام بالأنشطة الاتصالية الموجهة للجمهور سواء الداخلي أو الخارجي.

ثامناً: نتائج الدراسة:

1- الجهة المسؤولة عن تحديد ووضع الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني:

جدول (2) الجهة المسؤولة عن تحديد ووضع الأنشطة الاتصالية بالوزارة بالنسبة لأفراد الدراسة

الجهة المسؤولة عن تحديد ووضع الأنشطة الاتصالية بالوزارة	ك	%
وزير الطيران المدني	17	17
المستشار الإعلامي للوزارة	42	42
الوكيل الدائم	2	2
مساعدو الوزير	5	5
مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام	19	19
العاملون في إدارات العلاقات العامة والإعلام	12	12
المركز الإعلامي بالوزارة	3	3
المجموع	100	100

يتضح من الجدول رقم (2) الجهات المسؤولة عن وضع الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، وقد جاء (المستشار الإعلامي للوزارة) في المرتبة الأولى لهذه الجهات بحسب إجابات أفراد مجتمع الدراسة بنسبة 42%، بينما جاء (مدير إدارة العلاقات العامة) في المرتبة الثانية بنسبة 19%، بينما جاء (وزير الطيران المدني) في المرتبة الثالثة بنسبة 17%، أما (العاملون في إدارات العلاقات العامة والإعلام) فقد جاءوا في المرتبة الرابعة بنسبة 12%، يليهم (مساعدو الوزير) في المرتبة الخامسة بنسبة 5%، ثم جاء (المركز الإعلامي بالوزارة) في المرتبة السادسة بنسبة 3%، وفي المرتبة الأخيرة نسبة 2% لوظيفة (الوكيل الدائم)

- وتوضح هذه النتيجة فاعلية دور القائمين بالاتصال في التخطيط للأنشطة الاتصالية بالمؤسسة، وهو ما يعكس التزاماً وتنسيقاً واضحاً في توزيع الاختصاصات في وزارة الطيران ، لأن وظيفة التخطيط ووضع الأنشطة الاتصالية هي من صميم عمل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة، ولا يمنع ذلك التنسيق بينها وبين الإدارات الأخرى.
- وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات والتي أشارت إلى عدم قيام غالبية القائمين بالاتصال في العلاقات العامة بالمؤسسات بإجراء بحوث الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة المتمثلة في البحوث والتخطيط والاتصال والتقييم؛ بينما يستعان بمستشار خارجي يقوم بإجراء تخطيط الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، كدراسة (هاجر قنجر، 2010)، (ماجدة مراد، 2007)، كما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستا (Steinhoff, 2019)، (Sheena)، والتي أفادتتا بهيمنة أعضاء مجلس إدارة المؤسسات، لكونهم القائمين بالتخطيط والإشراف على تنفيذ النشاط الإعلامي، ولا يترك للمختصين بالعمل الإعلامي.

2- الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي:

جدول (3) الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي بالنسبة لأفراد مجتمع البحث

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاستخدام								الوسائل الاتصالية
				مطلقاً		نادراً		أحياناً		دائماً		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	88.6	0.72	2.6	4	4	3.0	3	16	16	77	77	منصات التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - واتساب - إنستجرام- تليجرام)
مرتفع	83.9	0.81	2.5	3	3	11	11	17	17	69	69	موقع المؤسسة الإلكتروني
مرتفع	80.9	0.76	2.4	1	1	14	14	26	26	59	59	الصحف
مرتفع	78.9	0.66	2.3	0	0	10	10	43	43	47	47	المؤتمرات
متوسط	76.3	0.85	2.2	3	3	17	17	28	28	52	52	البريد الإلكتروني Email
متوسط	68.9	0.85	2	5	5	18	18	42	42	35	35	المجلات
متوسط	68.3	1.04	2	13	13	13	13	30	30	44	44	القنوات التلفزيونية
متوسط	66.9	0.79	2	3	3	22	22	46	46	29	29	المطبوعات الخاصة بالمؤسسة (مطويات - نشرات - تقارير كتب - مجلات)
متوسط	66.9	0.68	2	1	1	20	20	56	56	23	23	الندوات
متوسط	64.3	0.84	1.9	3	3	30	30	38	38	29	29	المصقات
متوسط	62.3	0.77	1.8	3	3	28	28	48	48	21	21	اللقاءات الاجتماعية
متوسط	61.9	1	1.8	14	14	23	23	26	26	37	37	الإذاعات
متوسط	58.9	0.75	1.7	5	5	27	27	54	54	14	14	الحفلات
منخفض	53.6	0.87	1.6	9	9	38	38	36	36	17	17	ورش العمل
منخفض	48.6	0.85	1.4	12	12	42	42	34	34	12	12	الحلقات النقاشية
منخفض	46.3	1	1.3	24	24	28	28	33	33	15	15	الرسائل القصيرة SMS
منخفض	42.6	1	1.2	30	30	26	26	30	30	14	14	الإعلانات
منخفض	37.0	0.88	1.1	29	29	36	36	30	30	5	5	المسابقات

ن=100

تشير نتائج الدراسة كما هو موضح في الجدول إلى ما يلي:

- جاءت منصات التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - واتساب - إنستجرام- تليجرام)) في المرتبة الأولى للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، حيث جاء الاتجاه العام للاستخدام مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.7، ووزن نسبي 88.7 وذلك بنسبة 77% للاستخدام الدائم، في حين جاء الاستخدام أحياناً بنسبة 16%، وجاء من يستخدمونه نادراً بنسبة 3%، بينما أفادت نسبة 4% بعدم الاستخدام مطلقاً.
- في المرتبة الثانية للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي جاء(موقع المؤسسة الإلكتروني)، حيث جاء الاتجاه العام للاستخدام مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.52، ووزن نسبي 83.9 بنسبة 69% للاستخدام الدائم، في حين جاء الاستخدام أحياناً بنسبة 17%، وجاء من يستخدمونه نادراً بنسبة 11%، بينما أفادت نسبة 3% بعدم الاستخدام مطلقاً.
- جاءت (الصحف) في المرتبة الثالثة للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، حيث جاء الاتجاه العام للاستخدام مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.43، ووزن نسبي 80.9 وذلك بنسبة 59% للاستخدام الدائم، في حين جاء الاستخدام أحياناً بنسبة 26%، وجاء من يستخدمونه نادراً بنسبة 14%، بينما أفادت نسبة 1% بعدم الاستخدام مطلقاً.

- بينما جاءت (المؤتمرات) في المرتبة الرابعة للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، حيث جاء الاتجاه العام للاستخدام مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 78.9 وذلك بنسبة 47% للاستخدام الدائم، في حين جاء الاستخدام أحياناً بنسبة 43%، وجاء من يستخدمونه نادراً بنسبة 10% .
- وحصل (البريد الإلكتروني Email) على المرتبة الخامسة للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، بينما جاء الاتجاه العام للاستخدام متوسطاً بمتوسط حسابي 2.3، ووزن نسبي 76.3 وذلك بنسبة 52% للاستخدام الدائم، في حين جاء الاستخدام أحياناً بنسبة 28%، وجاء من يستخدمونه نادراً بنسبة 17%، بينما أفادت نسبة 3% بعدم الاستخدام مطلقاً.
- وتعد هذه النتيجة منطقية، إذ تتصدر مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام الحديثة في الاستخدام من جانب الجماهير المختلفة، ويزداد انتشارها واستخدامها يوماً بعد يوم، لما تتمتع به من مميزات، كالمجانية، التفاعلية، اللاتزامنية، القدرة على الوصول، وغيرها من السمات التي تجعلها دائماً في الصدارة، وبطبيعة الحال تسعى المؤسسات إلى استغلالها كوسيلة اتصالية مهمة يمكن من خلالها الوصول إلى جماهير متنوعة.
- وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من (نوره عبد الله، 2022)، و(وفاء صلاح ، ونشوى عبد العظيم، 2020) و(سمية كامل، 2015)، حيث جاءت التقارير والأخبار في المرتبة الأولى، تلاهما مواقع التواصل الاجتماعي، والراديو والتلفزيون، والمجلات الدورية، ثم تلتها الكتب والكتيبات، بينما قل إنتاج أفلام عن المؤسسة، وعدم إصدار تقارير سنوية، بينما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أحمد عتوم، 2010) حيث أكدت اعتماد إدارات العلاقات العامة والإعلام على الوسائل الجماهيرية بشكل كبير مقابل الوسائل الشخصية، حيث تستخدم الاتصال المواجهي كوسيلة للاتصال بالجماهير الداخلية، في حين تعتمد الوسائل الجماهيرية بشكل أكبر في الاتصال بالجماهير الخارجية.

3- الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني:

جدول (4) يوضح الأنشطة الاتصالية الصادرة عن وزارة الطيران المدني من وجهة نظر أفراد البحث

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معدل القيام بالأنشطة الاتصالية						الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني	
				مطلقاً		أحياناً		دائماً			
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	87.7	0.6	2.6	9	9	19	19	72	72	متابعة ما ينشر عن المؤسسة والمؤسسات المنافسة في وسائل الإعلام.	على مستوى الرصد والتحليل.
مرتفع	84.7	0.7	2.5	12	12	22	22	66	66	رصد وتحليل كافة البيانات الصادرة والواردة من وإلى المنظمة.	
مرتفع	83.99	0.7	2.5	14	14	20	20	66	66	رصد إنجازات المؤسسة ونشرها.	
متوسط	75.7	0.8	2.3	21	21	31	31	48	48	دراسة رغبات وحاجات جماهير المؤسسة.	
متوسط	74.0	0.8	2.2	25	25	28	28	47	47	قياس اتجاهات الرأي العام.	
متوسط	71.7	0.8	2.2	25	25	35	35	40	40	قياس اتجاهات العاملين بالمؤسسة.	على مستوى التخطيط والبرمجة
مرتفع	85.0	0.6	2.6	6	6	33	33	61	61	التخطيط والتنظيم للأحداث الخاصة.	
مرتفع	81.7	0.7	2.5	11	11	33	33	56	56	التخطيط لإدارة الأزمات.	
مرتفع	80.3	0.7	2.4	14	14	31	31	55	55	التخطيط لمواجهة التحديات المعاصرة.	
متوسط	77.3	0.7	2.3	13	13	42	42	45	45	تخطيط الأنشطة والبرامج الاتصالية للمؤسسة.	
متوسط	76.7	0.7	2.3	17	17	36	36	47	47	بناء الجداول التنفيذية للأنشطة والبرامج الخاصة بالمؤسسة.	على مستوى الإدارة والتنظيم.
مرتفع	81.0	0.7	2.4	12	12	33	33	55	55	إدارة الأزمات والمواقف الطارئة.	
مرتفع	78.0	0.7	2.3	16	16	34	34	50	50	إدارة المشكلات والشائعات.	
متوسط	76.3	0.8	2.3	18	18	35	35	47	47	إدارة برامج الاتصال.	
متوسط	75.0	0.8	2.3	23	23	29	29	48	48	إدارة موقع المنظمة على الإنترنت.	

العوامل المؤثرة في جودة الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني في مصر "دراسة ميدانية"

متوسط	71.0	0.7	2.1	21	21	45	45	34	34	إدارة عمليات التفاوض.	علي مستوى التصميم والإنتاج.
متوسط	71.0	0.7	2.1	20	20	47	47	33	33	إدارة عمليات التغيير.	
مرتفع	79.0	0.8	2.4	20	20	23	23	57	57	تجهيز المواد المجهزة للنشر في وسائل الإعلام	علي مستوى الاتصال.
متوسط	76.3	0.8	2.3	22	22	27	27	51	51	كتابة وتصميم كافة مطبوعات المؤسسة.	
متوسط	75.0	0.8	2.3	20	20	35	35	45	45	بناء عناصر هوية المنظمة الاسم، الشعار	علي مستوى الاتصال.
مرتفع	81.0	0.8	2.4	17	17	23	23	60	60	إعداد الردود على ما ينشر حول المؤسسة.	
مرتفع	79.3	0.8	2.4	20	20	22	22	58	58	نشر وتوزيع المعلومات عن المؤسسة.	
مرتفع	78.3	0.8	2.4	18	18	29	29	53	53	بناء جسور الثقة مع مؤسسات المجتمع المدني	
متوسط	77.3	0.8	2.3	24	24	20	20	56	56	إعداد النشرات والكتيبات عن المؤسسة.	
متوسط	75.7	0.9	2.3	27	27	19	19	54	54	دعوة وسائل الإعلام لتغطية فعاليات أنشطة المؤسسة.	
متوسط	74.7	0.9	2.2	27	27	22	22	51	51	التواصل مع الإعلاميين في وسائل الإعلام المختلفة.	علي مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات الهامة
مرتفع	82.7	0.7	2.5	11	11	30	30	59	59	تنظيم استقبال ضيوف المؤسسة.	
مرتفع	81.7	0.7	2.5	10	10	35	35	55	55	تنظيم الندوات والمؤتمرات والمعارض.	
مرتفع	80.3	0.7	2.4	14	14	31	31	55	55	إعداد وتنظيم المناسبات الخاصة.	
مرتفع	78.3	0.8	2.4	22	22	21	21	57	57	تنظيم المؤتمرات الصحفية.	علي مستوى التنسيق
متوسط	71.3	0.8	2.1	27	27	32	32	41	41	تنظيم زيارات مجتمعية لتعريف الجمهور بأنشطة المؤسسة.	
مرتفع	82.0	0.7	2.5	10	10	34	34	56	56	الاهتمام بالعاملين والعمل على توطيد الثقة مع الإدارة.	علي مستوى التنسيق
مرتفع	81.7	0.7	2.5	15	15	25	25	60	60	تنسيق العلاقات بين إدارات المؤسسة.	
مرتفع	80.7	0.8	2.4	17	17	24	24	59	59	متابعة الشكاوى والمشكلات لجماهير المؤسسة	
متوسط	75.7	0.7	2.3	17	17	39	39	44	44	تنفيذ ومتابعة البرامج التدريبية لموظفي المؤسسة.	
متوسط	75.3	0.8	2.3	22	22	30	30	48	48	رصد المبدعين والمبتكرين من العاملين.	

ويستعرض جدول (4) عدداً من الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها وزارة الطيران وجاءت على النحو التالي:

أولاً: علي مستوى الرصد والتحليل:

- قد أوضحت نتائج الدراسة الميدانية بالجدول رقم (4) أنه قد جاء النشاط الاتصالي (متابعة ما ينشر عن المؤسسة والمؤسسات المنافسة في وسائل الإعلام) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الرصد والتحليل، بينما جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.63، ووزن نسبي 87.7% وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 72%، بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 19%، وأخيراً لم تقم نسبة 9% من أفراد مجتمع الدراسة لهذا النشاط مطلقاً؛ كما كشفت النتائج بأنه جاء نشاط (رصد وتحليل كافة البيانات الصادرة والواردة من وإلى المنظمة) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الرصد والتحليل، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.54، ووزن نسبي 84.7% وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 66% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 22%، وأخيراً جاء من لم يقم بهذا النشاط مطلقاً من أفراد الدراسة بنسبة 12%.
- كما جاء نشاط (رصد إنجازات المؤسسة ونشرها) في المرتبة الثالثة للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الرصد والتحليل، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.52، ووزن نسبي 83.99% وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 66% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 20%، وأخيراً لم يقم بهذا النشاط مطلقاً بنسبة 14% من أفراد مجتمع البحث وتعد هذه النتيجة منطقية، إذ يعكس الجدول السابق تحقيق الرصد والتحليل في وزارة الطيران المدني بنسبة جيدة، وهو أمر طبيعي، لأن النشاط الاتصالي الخاص بالرصد والتحليل هو الأساس الذي يتم بناء وتخطيط بقية الأنشطة الاتصالية بناء عليه، فهو نشاط اتصالي مهم يمكن للمؤسسة من

خلاله متابعة جميع ما ينشر عنها في وسائل الإعلام، والتجهيز لعملية النشر، ومن جهة أخرى يمكن وضع الخطط للأنشطة الاتصالية الأخرى بناء على المعلومات المتوفرة من خلاله.

ثانياً: على مستوى التخطيط والبرمجة:

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه جاء نشاط (التخطيط والتنظيم للأحداث الخاصة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التخطيط والبرمجة، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.6، ووزن نسبي 84.99 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 61% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 33%، وأخيراً جاء عدم القيام به مطلقاً من أفراد مجتمع البحث بنسبة 6%.
- جاء نشاط (التخطيط لإدارة الأزمات) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التخطيط والبرمجة، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.6، ووزن نسبي 81.7 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 56% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 33%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 11% من أفراد الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- وأوضحت النتائج كما هو مبين بالجدول بأن نشاط (التخطيط لمواجهة التحديات المعاصرة) جاء في المرتبة الثالثة للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التخطيط والبرمجة، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 80.3 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 55% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 31%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 14% من أفراد الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- وبعد الاهتمام بنشاط التخطيط مؤشراً إيجابياً، إذ يمثل التخطيط مرحلة مهمة جداً من مراحل الأنشطة الاتصالية، ويمكن من خلاله تحقيق عدة مميزات، منها: المساعدة على تركيز استخدام الموارد فيما يضمن تحقيق الأهداف المنشودة، ومتابعة عملية تنفيذ المهام بشكل مستمر، والمساعدة على اتخاذ القرارات، وتحديد الأولويات، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية، والمساعدة على تحقيق الفهم الواضح والإدراك التام للأهداف والغايات المنشودة.

ثالثاً: على مستوى الإدارة والتنظيم:

- وكشفت نتائج الدراسة حصول نشاط (إدارة الأزمات والمواقف الطارئة) على المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الإدارة والتنظيم، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.43، ووزن نسبي 80.99 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 55%، بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 33%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 12% من أفراد الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- وجاء نشاط (إدارة المشكلات والشائعات) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الإدارة والتنظيم، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.34، ووزن نسبي 77.99 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 50%، بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 34%، وأخيراً لم تقم نسبة 16% من أفراد الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- كما جاء نشاط (إدارة برامج الاتصال) في المرتبة الثالثة للأنشطة الاتصالية من وجهة نظر أفراد مجتمع الدراسة على مستوى الإدارة والتنظيم، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط متوسطاً بمتوسط حسابي 2.3، ووزن نسبي 76.3 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 47% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 35%، وأخيراً جاءت بنسبة 18% من أفراد الدراسة لم تقم بهذا النشاط مطلقاً.
- ويعكس الاهتمام بنشاط التنظيم والإدارة التزاماً كبيراً من جانب وزارة الطيران بالمتابعة الدقيقة لتحقيق خطط الوزارة، حيث تكمن أهمية النشاط الاتصالي الخاص بالتنظيم والإدارة في أنه يتابع

تحقيق الأهداف المحددة بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، وفق منهج مُحدّد، وضمن بيئة معينة، كما أن الإدارة مسؤولة عن التنظيم والتنسيق والتوجيه للموارد المادية والبشرية للوصول إلى أفضل النتائج بأقصر الطرق وأقل تكلفة، والإدارة الناجحة هي أساس نجاح المنظمة وتفوقها.

رابعاً: على مستوى التصميم والإنتاج:

- جاء نشاط (تجهيز المواد للنشر في وسائل الإعلام) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التصميم والإنتاج، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 78.99 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 57% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 23%، وأخيراً لم تقم نسبة 20% من أفراد الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- جاء نشاط (كتابة وتصميم كافة مطبوعات المؤسسة) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التصميم والإنتاج، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط متوسطاً بمتوسط حسابي 2.29، ووزن نسبي 76.3 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 51% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 27%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 22% من أفراد مجتمع الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- ويعد نشاط إنتاج المواد الإعلامية من أكثر الأنشطة الاتصالية أهمية في أية مؤسسة، فهي الوسائل التي يتم من خلالها التواصل مع الجمهور، سواء الداخلي أو الخارجي، وهي النشاط الاتصالي الأكثر شهرة وانتشاراً لإدارة العلاقات العامة، وتعكس هذه النتيجة اهتمام الوزارة بهذا النشاط الاتصالي.

خامساً: على مستوى الاتصال:

- جاء نشاط (إعداد الردود على ما ينشر حول المؤسسة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الاتصال، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 80.99 وجاءت معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 60% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 23%، وأخيراً لم تقم نسبة 17% من أفراد مجتمع الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- جاء نشاط (نشر وتوزيع المعلومات عن المؤسسة) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الاتصال، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.9، ووزن نسبي 79.3 وجاءت معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 58% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 22%، وأخيراً جاءت بنسبة 20% من أفراد الدراسة لم تقم بهذا النشاط مطلقاً.

سادساً: على مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات المهمة:

- جاء نشاط (تنظيم استقبال ضيوف المؤسسة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات المهمة، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.9، وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 59% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 30%، وأخيراً لم تقم نسبة 11% من أفراد مجتمع الدراسة بهذا النشاط مطلقاً.
- جاء نشاط (تنظيم الندوات والمؤتمرات والمعارض) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات المهمة، حيث جاء استخدام هذا النشاط بشكل مرتفع بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 81.7 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 55% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 35%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 10% من أفراد الدراسة لهذا النشاط مطلقاً.
- وأظهر نشاط (إعداد وتنظيم المناسبات الخاصة) في المرتبة الثالثة للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات المهمة، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 80.3 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة

55% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 31%، وأخيراً لم تقم نسبة 14% من أفراد مجتمع الدراسة به، وتوضح هذه النتيجة مدى اهتمام الوزارة بتنظيم الأحداث والفعاليات، ويعد من الأنشطة الاتصالية المتميزة، حيث تعد الأحداث الخاصة استراتيجية اتصالية متكاملة توظف أنشطة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها المختلفة؛ نظراً لما تتضمنه هذه الفعاليات من عناصر جذب وتشويق تثير اهتمام الأفراد، وتشغل تفكيرهم، وتظل عالقة في أذهانهم لفترة طويلة، ومن ثم تعزيز فرص الاتصال بالجمهور العام وبالمجتمع المحلي، أو ببعض الجماهير النوعية لتوطيد الصلات الشخصية معهم.

سابعاً: على مستوى التنسيق:

- جاء نشاط (الاهتمام بالعاملين والعمل على توطيد الثقة مع الإدارة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التنسيق، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 81.99 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 56% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 34%، وأخيراً لم تقم أفراد الدراسة بهذا النشاط بنسبة 10% .
- وجاء نشاط (تنسيق العلاقات بين إدارات المؤسسة) في المرتبة الثانية للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التنسيق، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 81.7 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 60% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 25%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 15% من عينة الدراسة بهذا النشاط.
- جاء نشاط (متابعة الشكاوى والمشكلات لجماهير المؤسسة) في المرتبة الثالثة للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التنسيق، حيث جاء الاتجاه العام لاستخدام هذا النشاط مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.4، ووزن نسبي 80.7 وجاء معدل القيام الدائم لهذا النشاط بنسبة 59% بينما جاء القيام به أحياناً بنسبة 24%، وأخيراً لم يقم ما نسبته 17% من أفراد الدراسة بهذا النشاط .
- ويعد نشاط التنسيق مرحلة شديدة الأهمية تساعد على تحقيق النجاح للأنشطة التي سبقتها، حيث يسعى التنسيق إلى تحقيق التوازن والانسجام بين مختلف أوجه النشاط في المنظمة، بحيث يسود التفاهم والتعاون مختلف المستويات الإدارية، كما يعمل على تجنب وتقادي التكرار والإزدواجية وتجنب الصراعات أيضاً، ويؤدي إلى تحقيق الأهداف بأقل قدر ممكن من الوقت والجهد والنفقات، وتكامل اختصاصات الوحدات الإدارية المختلفة داخل المنظمة وربط بعضها ببعض في عملية توافقية تستهدف تحقيق الأهداف، ومنع المشكلات الإدارية التي قد تحدث نتيجة عدم ممارسة التنسيق الإداري داخل المنظمة .
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أوضحتها دراسة كل من (بدر العجيل، 2018)، و(قنديل أبو العلا، 2018)، و(عبد الرحمن عبد الرحيم، 2023) حيث تعددت بحوث الأنشطة الاتصالية التي تجربها العلاقات العامة في المؤسسات، كبحوث تطوير الأداء الاتصالي، وقياس فعالية الأنشطة الاتصالية، وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات لدى جماهيرها، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستنا (سليمان فرحان، 2014)، و(Kunaifi & Qomariyah, 2021) كما أفادت بأن الإعلانات والرعايات والاحتفالات الخاصة بالشركات والأنشطة الدعائية من أفضل الوسائل الفعالة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في بناء صورة جيدة للشركات.

4- الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية:

جدول (5) الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية من وجهة نظر أفراد مجتمع البحث

الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة	درجة الحرص	المتوسط	الانحراف	الوزن	الاتجاه
---	------------	---------	----------	-------	---------

	النسبي	المعياري	الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الاتصالية
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	90	0.5	2.7	3	3	24	24	73	73	إعلام الجمهور وتزويده بما يحتاجه من معلومات.
مرتفع	83	0.7	2.5	11	11	29	29	60	60	التحفيز والمنافسة الشريفة من أجل محاكاة المميزين في المجتمع.
مرتفع	83	0.7	2.5	10	10	31	31	59	59	التعليم ونشر المعرفة الإنسانية.
مرتفع	82	0.7	2.5	10	10	34	34	56	56	المناقشة والحوار لطرح الآراء.
متوسط	74.3	0.6	2.2	11	11	55	55	34	34	نشر الإبداع الفني، والتقافي، وحفظ التراث وتطويره.
متوسط	73	0.7	2.2	15	15	51	51	34	34	الترفيه عن المستخدمين والترويج عنهم.

تشير بيانات هذا الجدول إلى ما يلي:

- جاءت وظيفة (إعلام الجمهور وتزويده بما يحتاجه من معلومات) في المرتبة الأولى للوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية داخل الوزارة، حيث جاء الاتجاه العام للحرص مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.7، ووزن نسبي 89.99 إذ جاءت درجة الحرص على القيام بهذا النشاط بنسبة 73%، في حين جاءت متوسطة بنسبة 24%، وجاءت منخفضة بنسبة 3%.
- في المرتبة الثانية للوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية داخل الوزارة جاءت وظيفة (التحفيز والمنافسة الشريفة من أجل محاكاة المميزين في المجتمع)، حيث جاء الاتجاه العام للحرص مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 82.99 إذ جاءت درجة الحرص على القيام بهذا النشاط بنسبة 60%، في حين جاءت متوسطة بنسبة 29%، وجاءت منخفضة بنسبة 11%.
- جاءت وظيفة (التعليم ونشر المعرفة الإنسانية) أيضاً في المرتبة الثانية للوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية داخل الوزارة، حيث جاء الاتجاه العام للحرص مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 82.99 إذ جاءت درجة الحرص على القيام بهذا النشاط بنسبة 59%، في حين جاءت متوسطة بنسبة 31%، وجاءت منخفضة بنسبة 10%.
- جاءت وظيفة (المناقشة والحوار لطرح الآراء) في المرتبة الثالثة للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، وجاء الاتجاه العام للاستخدام مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.5، ووزن نسبي 81.99 إذ جاءت درجة الحرص على القيام بهذا النشاط بنسبة 56%، في حين جاءت متوسطة بنسبة 34%، وجاءت منخفضة بنسبة 10%.
- وتعد هذه النتيجة منطقية، حيث تؤدي وظيفة (إعلام الجمهور وتزويده بما يحتاجه من معلومات) دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور المستهدف والأطراف المعنية بأعمال أية مؤسسة أو شركة، حيث تعمل هذه الوظيفة على انتقاء أفضل المواد الإعلامية حول المؤسسة وأكثرها تأثيراً بالجمهور المستهدف، وتسهم كذلك في تحسين صورة الشركة أو المؤسسة ومكانتها في الأسواق التي تنشط بها، وتسهم أيضاً في حشد التأييد والدعم العام من خلال التغطية الإعلامية الإيجابية والفعالة للمؤسسة، وتعزيز مصداقيتها أمام الجمهور.

5- أهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة:

جدول (6) يوضح أهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة من وجهة نظر أفراد البحث

أهداف جودة الأنشطة الاتصالية	درجة الموافقة	المتوسط	الانحراف	الوزن	الاتجاه
------------------------------	---------------	---------	----------	-------	---------

	النسبي	المعياري	الحسابي	لا		إلى حد ما		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	95.3	0.4	2.9	1	1	12	12	87	87	تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة
مرتفع	92.3	0.5	2.8	3	3	17	17	80	80	تعزيز الثقة لدى جماهير الوزارة
مرتفع	90	0.5	2.7	4	4	22	22	74	74	التفاعل مع الجماهير المستهدفة
مرتفع	87.3	0.6	2.6	9	9	20	20	71	71	توعية الجماهير المستهدفة وتنقيتها
مرتفع	86.3	0.6	2.6	8	8	25	25	67	67	تطوير خدمات المنظمة ومخرجاتها
مرتفع	85	0.6	2.6	8	8	29	29	63	63	رفع كفاءة الجمهور الداخلي للوزارة من خلال التدريب.
مرتفع	84	0.7	2.5	9	9	30	30	61	61	تأسيس مهام المنظمة وسياستها
مرتفع	82.7	0.7	2.5	11	11	30	30	59	59	إشباع حاجات الجمهور الخارجي للوزارة.
مرتفع	82	0.7	2.5	11	11	32	32	57	57	تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين داخل المنظمة.
مرتفع	82	0.7	2.5	12	12	30	30	58	58	تهيئة مناخ ملائم للعمل داخل المنظمة.
مرتفع	81	0.7	2.4	11	11	35	35	54	54	تقديم الخدمة المجتمعية

تشير بيانات هذا الجدول إلى ما يلي:

- كشفت نتائج الدراسة الميدانية بالجدول رقم (6) عن هدف (تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة) جاء في المرتبة الأولى لأهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة، حيث جاء الاتجاه العام للموافقة مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.9، ووزن نسبي 95.3 وجاءت درجة الموافقة التامة على هذا الهدف بنسبة 87%، في حين الموافقة إلى حد ما بنسبة 12%، وعدم الموافقة بنسبة 1%.
- وجاء في المرتبة الثانية أهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة هدف (تعزيز الثقة لدى جماهير الوزارة)، حيث جاء الاتجاه العام للموافقة مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.8، ووزن نسبي 92.3 وجاءت درجة الموافقة التامة على هذا الهدف بنسبة 80%، في حين جاءت الموافقة إلى حد ما بنسبة 17%، وجاءت نسبة عدم الموافقة بمقدار 3%.
- في المرتبة الثالثة لأهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة جاء هدف (التفاعل مع الجماهير المستهدفة)، حيث جاء الاتجاه العام للموافقة مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.7، ووزن نسبي 89.99 وجاءت درجة الموافقة التامة على هذا الهدف بنسبة 74%، في حين جاءت الموافقة إلى حد ما بنسبة 22%، وجاءت نسبة عدم الموافقة بمقدار 4%.
- في المرتبة الرابعة لأهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة جاء هدف (توعية الجماهير المستهدفة وتنقيتها)، حيث جاء الاتجاه العام للموافقة مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.6، ووزن نسبي 87.3 وجاءت درجة الموافقة التامة على هذا الهدف بنسبة 71%، في حين جاءت الموافقة إلى حد ما بنسبة 20%، وجاءت نسبة عدم الموافقة بمقدار 9%.
- وجاء في المرتبة الخامسة أهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة وهي هدف (تطوير خدمات المنظمة ومخرجاتها)، وجاء الاتجاه العام للموافقة مرتفعاً بمتوسط حسابي 2.6، ووزن نسبي 86.3 وجاءت درجة الموافقة التامة على هذا الهدف بنسبة 67%، في حين جاءت الموافقة إلى حد ما بنسبة 25%، وجاءت نسبة عدم الموافقة بمقدار 8%.
- وتعد هذه النتيجة منطقية، إذ تمثل "الصورة الذهنية الطيبة عن المؤسسة" وهو الهدف الأكبر الذي تسعى إليه أنشطة العلاقات العامة في أية وزارة إلى تحقيقه بكل السبل، حيث تساعد الصورة الطيبة للمنشأة على استقطاب المهارات البشرية الملائمة للعمل فيها، وسعادة العاملين فعلاً بالانتماء إليها، كما أنها تساهم في انخفاض المشاكل العمالية، وارتفاع الروح المعنوية للجمهور الداخلي؛ الأمر الذي

يؤثر إيجاباً على زيادة الكفاءة الإنتاجية. وتقوم الصورة الطيبة للمنشأة بوظيفة مهمة في جذب رؤوس الأموال وزيادة أعداد المساهمين، كذلك تسهم هذه الصورة في اجتذاب الموردين والمتعهدين والموزعين، بالإضافة إلى سهولة التعامل مع الهيئات التنفيذية والتشريعية في الدولة، كما أن الصورة الطيبة للمؤسسة هي التي تهيئ الثقة في الخدمات التي تقدمها.

6- وتتفق هذه الدراسة مع نتائج دراستنا (بدر العجيل، 2018) و(إبراهيم محمد، 2018)، واللذان أوضحنا أن العلاقات العامة تجري أنواع بحوث حول الأنشطة الاتصالية وهي: بحوث تطوير الأداء الاتصالي، وقياس فعالية الأنشطة الاتصالية، وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات لدي جماهيرها. مدى مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة:

جدول (7) يوضح مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة

مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة	ك	%
نعم	88	88
لا	12	12
المجموع	100	100

- بسؤال حالات المجال البشري للدراسة حول مدى مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة، أفادت نسبة 88% من أفراد الدراسة أنها "نعم" تساهم في تحقيق أهداف المنظمة، بينما أفادت نسبة 12% من عينة الدراسة أنها "لا" تساهم. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستنا (صبرينة رماش، 2009)، و(ولاء يحيى، 2022) واللذان أكدتا على أن الرسالة الاتصالية تعد الأداة الفعالة لنجاح المؤسسة الاقتصادية، حيث تعتمد عليها في إدارة علاقتها بجماهيرها مما يزيد من التوجه الفعال لعملائها.

7- المعايير الأكثر تأثيراً في تحقيق جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة: (يتيح هذا السؤال اختيار أكثر من بديل)

جدول (8) يوضح مساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة لأفراد مجتمع الدراسة

المعايير الأكثر تأثيراً في تحقيق جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة	ك	%
سهولة تحقيق أهداف المنظمة من خلال تلك الأنشطة.	61	69.3
الوسائل الاتصالية المتاحة لدى المنظمة.	59	67.1
الفئة المستهدفة من هذه الأنشطة.	55	62.5
المدة الزمنية للقيام بالأنشطة الاتصالية.	41	46.6
	88	ن = 88

- عند سؤال أفراد الدراسة أفادوا بمساهمة الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهداف المنظمة والبالغ عددهم (88) مبحوثاً في سؤال يحتمل اختيار أكثر من بديل عن المعايير الأكثر تأثيراً في تحقيق جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة، جاءت (سهولة تحقيق أهداف المنظمة من خلال تلك الأنشطة) في الترتيب الأول بنسبة 69.3%، بينما جاء معيار (الوسائل الاتصالية المتاحة لدى المنظمة) في الترتيب الثاني بنسبة 67.1%، وفي الترتيب الثالث جاء معيار (الفئة المستهدفة من هذه الأنشطة) بنسبة 62.5%، وفي المرتبة الأخيرة جاء معيار (المدة الزمنية للقيام بالأنشطة الاتصالية) بنسبة 46.6%، ويمثل توافر الوسائل الاتصالية عاملاً مهماً في جودة الأنشطة، لاسيما الوسائل الحديثة التي يمكنها الوصول للجمهور بدقة وسرعة، وبأقل التكاليف، كالوسائل الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها، والبريد الإلكتروني، مما يحقق وصول الرسالة الاتصالية للجماهير مباشرة.

8- مبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية لوزارة الطيران المدني:

جدول (9) يوضح مبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			تطبيق مبادئ الجودة الشاملة في الأنشطة الاتصالية
				معارض	محايد	موافق	

				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	92.7	0.4	2.8	1	1	20	20	79	79	الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في الترويج لأنشطة قطاع الطيران المدني وعروض وبرامج وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة.
موافق	92.3	0.5	2.8	2	2	19	19	79	79	تُظهر أهمية وجودة الخدمة المقدمة من وزارة الطيران المدني.
موافق	91.7	0.5	2.8	1	1	23	23	76	76	تخلق صورة ذهنية إيجابية عن وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة.
موافق	90.3	0.5	2.7	1	1	27	27	72	72	تقوم بتقديم أنشطة اتصالية جيدة تساعد على الاحتفاظ بالعملاء لوزارة الطيران المدني التي تعمل بها.
موافق	89.3	0.6	2.7	5	5	22	22	73	73	توفر أنظمة اتصالية متنوعة تتسم بالمرونة وسهولة التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.
موافق	89	0.6	2.7	6	6	21	21	73	73	تعريف الجمهور بأهمية الأنشطة الاتصالية للتواصل مع وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة.
موافق	88.7	0.6	2.7	4	4	26	26	70	70	تحرص على تكثيف التواصل مع عملائها في الفترات التي تعد مناسبة للحصول على عروض وزارة الطيران المدني كفترات الرحلات الاستثنائية وإجراءات السفر بمعايير المنظمات الدولية خلال أزمة كورونا.
موافق	88	0.6	2.6	6	6	24	24	70	70	تحرص على تقديم عروض وخدمات خاصة ومميزة للاحتفاظ بعملائها.
موافق	88	0.6	2.6	4	4	28	28	68	68	تحرص إدارة العلاقات العامة والإعلام على الرد والتفاعل مع شكاوى الجمهور عبر وسائل التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.
موافق	87.3	0.6	2.6	5	5	28	28	67	67	تحرص على استطلاع رأي الجمهور المتعامل مع وزارة الطيران المدني في مستوى الخدمة المقدمة لهم.
موافق	85	0.6	2.6	8	8	29	29	63	63	تحرص على استطلاع رأي الجمهور المتعامل مع وزارة الطيران المدني في مستوى الخدمة المقدمة لهم.

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى ما يلي:

- جاء مبدأ (الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في الترويج لأنشطة قطاع الطيران المدني وعروض وبرامج وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة) في المرتبة الأولى لمبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية للوزارة، بينما جاء الاتجاه العام لتحقيق هذه الميزة يحمل الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي 2.8، ووزن نسبي 92.7 إذ جاءت درجة الموافقة بنسبة 79%، في حين جاءت الإجابات محايدة بنسبة 20%، بينما أفادت نسبة 1% بمعارضتهم لتطبيق هذا المبدأ.
- وأوضح الجدول رقم (9) أنه قد جاء مبدأ (تُظهر أهمية وجودة الخدمة المقدمة من وزارة الطيران المدني) في المرتبة الثانية لمبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية للوزارة، حيث جاء الاتجاه العام لتحقيق هذه الميزة يحمل الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي 2.8، ووزن نسبي 92.3 إذ جاءت درجة الموافقة بنسبة 79%، في حين جاءت الإجابات محايدة بنسبة 19%، بينما أفادت نسبة 2% بمعارضتهم لتطبيق هذا المبدأ.
- وجاء مبدأ (خلق صورة ذهنية إيجابية عن وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة) في المرتبة الثالثة لمبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية للوزارة، حيث جاء الاتجاه العام

لتحقق هذه الميزة يحمل الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي 2.8، ووزن نسبي 91.7 إذ جاءت درجة الموافقة بنسبة 76%، في حين جاءت الإجابات محايدة بنسبة 23%، بينما أفادت نسبة 1% بمعارضتهم لتطبيق هذا المبدأ.

- بينما جاء مبدأ (تقوم بتقديم أنشطة اتصالية جيدة تساعد على الاحتفاظ بالعملاء لوزارة الطيران المدني التي تعمل بها) في المرتبة الرابعة لمبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية للوزارة، حيث جاء الاتجاه العام لتحقيق هذه الميزة يحمل الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي 2.7، ووزن نسبي 90.3 إذ جاءت درجة الموافقة بنسبة 72%، في حين جاءت الإجابات محايدة بنسبة 27%، بينما أفادت نسبة 1% بمعارضتهم لتطبيق هذا المبدأ.
 - وتشير هذه النتيجة إلى أن جودة الأنشطة الاتصالية تتحقق من خلال تحقيق كمية أكبر من الأهداف، أو يتم اختصار الوقت المطلوب للإنجاز بالاعتماد على وسائل اتصالية أكثر تقنية، أو تخفيض التكلفة أو الجهد المبذول، مما يتطلب تحقيق الإبداع والتطوير المستمر، بما ينسجم مع شروط الحفاظ على استمرارية الوزارة وبقائها.
 - وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستنا (Leo, 2018)، و (Samuel & Helgi, 2009)،، واللذان أكدتا أن تطبيق مبادئ جودة الإدارة الشاملة تلعب دوراً فعالاً في تحسين جودة النشاط الاتصالي بالمؤسسات، وتقليل التكاليف، ودورها في زيادة أداء العاملين بما يحقق رضا العملاء.
- نتائج اختبار فروض الدراسة: الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عنها.
- جدول (10) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الأنشطة

جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
100	طردية متوسطة القوة	دالة عند مستوى 0.001	0.337**	تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني

تشير بيانات هذا الجدول إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عنها، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.34)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001)؛ وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني، كلما زادت جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عنها، والعكس بالعكس.
 - وبذلك يقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عنها.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية المبحوثين لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع- السن - المستوى التعليمي- الدخل الشهري- عدد سنوات الخبرة- الدرجة الوظيفية- عدد الدورات التدريبية).

جدول (11) نتائج اختبار (T. Test) لقياس دلالة الفروق بين أفراد مجتمع الدراسة حول مقياس رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية وفقاً لمتغيري النوع والمستوى التعليمي

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
رؤية	ذكر	49	2.3	0.58	0.55	98	غير دالة

عند مستوى (0.05)			0.54	2.4	51	أنتى	المبحوثين لجودة الأنشطة الاتصالية
			100			المجموع	
المستوى التعليمي							
غير دالة عند مستوى (0.05)	98	0.006	0.58	2.35	76	حاصل على مؤهل عالي	
			0.50	2.35	24	حاصل على ماجستير أو دكتوراه	
			100			المجموع	

تشير بيانات هذا الجدول إلى الآتي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين رؤية أفراد المجال البشري للدراسة لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني ومتغير النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (0.56)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)؛ أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والإناث في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني ومتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "ت" (0.006)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين المبحوثين على أساس مؤهلاتهم العلمية في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بالوزارة.

جدول (12) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين أفراد مجتمع الدراسة حول مقياس رؤيتهم لجودة الأنشطة وفقاً لـ (السن، الدخل الشهري، الخبرة الوظيفية، الدرجة الوظيفية، الحصول على الدورات التدريبية)

المتغيرات	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	
رؤية المبحوثين لجودة الأنشطة الاتصالية	أقل من 30 سنة	7	2.4	0.3	2.1	3 96	غير دالة عند مستوى (0.05)	
	من 30 لأقل من 40 سنة	54	2.5	0.5				
	من 40 لأقل من 50 سنة	35	2.2	0.64				
	من 50 لأقل من 60 سنة	4	2.3	0.14				
	المجموع	100	2.34	0.56				
	الدخل الشهري							
	أقل من 5000 جنيه	50	2.43	0.59	1.2	3 96	غير دالة عند مستوى (0.05)	
	من 5000 جنيه لأقل من 8000 جنيه	25	2.28	0.587				
	من 8000 جنيه لأقل من 12000 جنيه	15	2.37	0.43				
	12000 جنيه فأكثر	10	2.09	0.49				
	المجموع	100	2.3478	0.56				
	الخبرة الوظيفية							
	أقل من 5 سنوات	7	2.20	0.58	0.98	3 96	غير دالة عند مستوى (0.05)	
	من 5 لأقل من 10 سنوات	32	2.34	0.61				
	من 10 لأقل من 20 سنة	42	2.44	0.57				
	20 سنة فأكثر	19	2.20	0.41				
	المجموع	100	2.35	0.56				
	الدرجة الوظيفية							
	مدير عام	11	2.29	0.49	2.6	3 96	دالة عند مستوى (0.05)	
	مدير إدارة	30	2.42	0.55				

0.001			0.38	2.70	11	رئيس قسم
			0.58	2.22	48	أخصائي
			0.56	2.34	100	المجموع
الحصول على الدورات التدريبية						
غير دالة عند مستوى (0.05)	2 97	2.4	0.58	2.18	22	لم التحق بأي دورة
			0.57	2.30	42	من دورة إلى 3 دورات
			0.51	2.49	36	4 دورات فأكثر
			0.56	2.34	100	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى:

- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن لعينة الدراسة ورؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، حيث كانت قيمة "ف" (2.1)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)؛ أي ليس هناك اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف أعمارهم في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني.
- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدخل الشهري لعينة الدراسة ورؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، حيث كانت قيمة "ف" (1.2)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)؛ أي ليس هناك اختلاف بين أفراد الدراسة على أساس دخولهم الشهرية في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني.
- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة الوظيفية لعينة الدراسة ورؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، حيث كانت قيمة "ف" (0.98)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)؛ أي ليس هناك اختلاف بين أفراد مجتمع الدراسة على أساس درجاتهم الوظيفية في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران.
- أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير درجاتهم الوظيفية لعينة الدراسة ورؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، حيث كانت قيمة "ف" (2.6)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001)، أي أن هناك اختلاف بين أفراد مجتمع الدراسة على اختلاف درجاتهم الوظيفية في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، وأظهر اختبار L. S.D أن ذلك الاختلاف لصالح أفراد العينة ممن يشغلون منصب (رئيس قسم) بمتوسط حسابي (2.7).
- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الالتحاق بالدورات التدريبية لعينة الدراسة ورؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، حيث كانت قيمة "ف" (2.4)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05)؛ أي ليس هناك اختلاف بين عينة الدراسة على أساس التحاقهم بالدورات التدريبية في رؤيتهم لجودة الأنشطة الاتصالية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية باعتباره نسقا اجتماعيا. جدول (13) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران والوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية باعتباره نسقا اجتماعيا

تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني			معامل الارتباط بيرسون	المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة		
100	طردية متوسطة القوة	دالة عند مستوى 0.001	0.388**	الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية

تشير بيانات هذا الجدول إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية باعتباره نسفاً اجتماعياً، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.39) وهي دالة عند مستوى 0.001، وهي علاقة طردية متوسطة القوة؛ أي كلما زاد تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني كلما زادت جودة الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية باعتباره نسفاً اجتماعياً، والعكس بالعكس.
 - وبذلك يقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بوزارة الطيران المدني وجودة الوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية باعتباره نسفاً اجتماعياً.
- النتائج العامة للدراسة:

- 1- جاء (المستشار الإعلامي للوزارة) في مقدمة الجهات المسؤولة عن تحديد ووضع الأنشطة الاتصالية بوزارة الطيران المدني، يليه (مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام)، ثم جاء (وزير الطيران المدني) في المرتبة الثالثة، في حين جاء (العاملون في إدارات العلاقات العامة والإعلام) في المرتبة الرابعة، وهو ما يعكس التزاماً وتنسيقاً واضحاً في توزيع الاختصاصات في الوزارة وجاءت (منصات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى للوسائل الاتصالية التي تستخدمها الإدارة للقيام بمهام العمل الإعلامي، وفي المرتبة الثانية جاء (موقع المؤسسة الإلكتروني)، ثم (الصحف) في المرتبة الثالثة، تلاها (المؤتمرات) في المرتبة الرابعة، ثم (البريد الإلكتروني Email) في المرتبة الخامسة، وهو ما يعكس تفوق وسائل الإعلام الجديد على الوسائل التقليدية.
- 2- تصدر نشاط (متابعة ما ينشر عن المؤسسة والمؤسسات المنافسة في وسائل الإعلام) المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية الخاصة التي تقوم بها الوزارة على مستوى الرصد والتحليل، تلاه (رصد وتحليل كافة البيانات الصادرة والواردة من وإلى المنظمة) في المرتبة الثانية، ثم (رصد إنجازات المؤسسة ونشرها) في المرتبة الثالثة.
- 3- جاء نشاط (التخطيط والتنظيم للأحداث الخاصة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التخطيط والبرمجة، تلاه نشاط (التخطيط لإدارة الأزمات) في المرتبة الثانية، ثم نشاط (التخطيط لمواجهة التحديات المعاصرة) في المرتبة الثالثة.
- 4- جاء نشاط (إدارة الأزمات والمواقف الطارئة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الإدارة والتنظيم، تلاه نشاط (إدارة المشكلات والشائعات) في المرتبة الثانية، ثم نشاط (إدارة برامج الاتصال) في المرتبة الثالثة.
- 5- جاء نشاط (تجهيز المواد المجهزة للنشر في وسائل الإعلام) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التصميم والإنتاج، تلاه نشاط (كتابة وتصميم كافة مطبوعات) في المرتبة الثانية، ثم نشاط (بناء عناصر هوية المنظمة الإسم، الشعار) في المرتبة الثالثة.
- 6- جاء نشاط (إعداد الردود على ما ينشر حول المؤسسة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى الاتصال، ثم نشاط (نشر وتوزيع المعلومات عن المؤسسة) في المرتبة الثانية، وجاء نشاط (بناء جسور الثقة مع مؤسسات المجتمع المدني) في المرتبة الثالثة.
- 7- جاء نشاط (تنظيم استقبال ضيوف المؤسسة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى تنظيم الأحداث والمناسبات المهمة، تلاه نشاط (تنظيم الندوات والمؤتمرات والمعارض) في المرتبة الثانية، وجاء نشاط (إعداد وتنظيم المناسبات الخاصة) في المرتبة الثالثة.

- 8- جاء نشاط (الاهتمام بالعاملين والعمل على توطيد الثقة مع الإدارة) في المرتبة الأولى للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة على مستوى التنسيق، تلاه نشاط (تنسيق العلاقات بين إدارات المؤسسة) في المرتبة الثانية، ثم نشاط (متابعة الشكاوى والمشكلات للجماهير) في المرتبة الثالثة.
- 9- جاءت وظيفة (إعلام الجمهور وتزويده بما يحتاجه من معلومات) في المرتبة الأولى للوظائف المراد تحقيقها من توظيف الأنشطة الاتصالية داخل الوزارة، تلتها وظيفة (التحفيز والمنافسة الشريفة من أجل محاكاة المميزين في المجتمع) ثم وظيفة (التعليم ونشر المعرفة الإنسانية) في المرتبة الثانية، فوظيفة (المناقشة والحوار لطرح الآراء) في المرتبة الثالثة.
- 10- وحصل هدف (تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة) على المرتبة الأولى لأهداف جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن المركز الإعلامي بالوزارة، وفي المرتبة الثانية جاء هدف (تعزيز الثقة لدى جماهير الوزارة)، ثم هدف (التفاعل مع الجماهير المستهدفة) في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء هدف (توعية الجماهير المستهدفة وتنقيفها).
- 11- أفادت نسبة 88% من أفراد مجتمع الدراسة أن الأنشطة الاتصالية تساهم في تحقيق أهداف المنظمة، بينما أفادت نسبة 12% بأنها "لا تساهم".
- 12- جاء معيار (سهولة تحقيق أهداف المنظمة) في الترتيب الأول للمعايير الأكثر تأثيراً في تحقيق جودة الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة، بينما جاء معيار (الوسائل الاتصالية المتاحة لدى المنظمة) في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث وجاء معيار (الفئة المستهدفة من هذه الأنشطة)، بينما جاء معيار (المدة الزمنية للقيام بالأنشطة الاتصالية) في المرتبة الأخيرة.
- 13- ووجد مبدأ (الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في الترويج لأنشطة قطاع الطيران المدني وعروض وبرامج وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة) في المرتبة الأولى لمبادئ الجودة الشاملة التي يتم تطبيقها في الأنشطة الاتصالية للوزارة، تلاه مبدأ (تُظهر أهمية وجودة الخدمة المقدمة من وزارة الطيران المدني) في المرتبة الثانية، ثم مبدأ (تخلق صورة ذهنية إيجابية عن وزارة الطيران المدني وشركاتها التابعة) في المرتبة الثالثة.

ثانياً: الدلالات النظرية لنتائج الدراسة:

- 1- تشير نتائج الدراسة أن وزارة الطيران المدني نسق اجتماعي مفتوح له رؤية ورسالة وأهداف استراتيجية تحاول أن تحققها في إطار الجودة الشاملة، ويتكون من أنساق ووحدات فرعية هي الإدارات المختلفة داخل الوزارة، والمتمثلة في إدارات الإعلام والعلاقات العامة وإدارة الحوكمة وإدارة العلاقات الدولية حيث تتكامل الأنساق الفرعية وتتفاعل مع بعضها داخل النسق الأكبر بالاعتماد المتبادل فيما بينها من أجل تحقيق الهدف العام والمنشود لوزارة الطيران واستراتيجيتها ورسالتها. كما تسعى الوزارة بشكل مستمر إلى تحقيق أربعة متطلبات متمثلة في: التكيف لمواجهة متطلبات الوزارة وتحولاتها المتسارعة في ضوء تحقيق الهدف وفق رؤيتها الاستراتيجية وتحقيق التكامل في إطار معايير الجودة الشاملة للوزارة، من أجل المحافظة على وزارة الطيران المدني من أي توترات أو أحداث مفاجئة قد تطرأ وتهدد كيان الطيران المدني، مما يدعم قدرتها على مواجهة الحفاظ عليها من أجل البقاء والاستمرار في تحقيق غاياتها.
- 2- إن الاستفادة من استخدام ميرتون لمفهوم المعوقات الوظيفية يساعدنا على دراسة البنية التنظيمية والتعرف على المعوقات والضغوطات المرتبطة بالمستوي البنائي للوزارة، كما يعد المفهوم أداة تحليلية هامة لفهم الديناميات من خلال رصد العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على جودة

الأنشطة الاتصالية الصادرة عن الوزارة وما يرتبط بها داخليا من جهة وما له علاقة بالمجتمع المحلي والإقليمي والعالمي من جهة ثانية وصولا إلى مدى تأثير الالتزام بمعايير الجودة وانعكاسها على الأنشطة الاتصالية ومدى مساهمتها في دعم قدرتها على تحقيق التوازن الدينامي لزيادة قدرتها التنافسية، والحفاظ على مكانة الطيران المدني المصري على كافة الأصعدة محليا وإقليميا وعالميا. وأثبتت الدراسة أن تحقيق الجودة يظهر من خلال تفادي نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة داخل وزارة الطيران المدني. كما أن التطوير يبدأ من تفكيك مدخلات (In- puts) للتنظيم؛ ويوجد معوقات تقدم فرصا للتغيير، كما يشمل التطوير المستمر كل فرد داخل التنظيم في ضوء سباق تنافسي مبني على الكفاءة والمهارة والخبرة لدى كل فرد؛ حيث أن الارتقاء بالثروة البشرية لن يحققه إلا مهارات تتوافر فيه شروط الجودة الكلية في كافة مراحل ومستوياتها.

قائمة المراجع:

المراجع العربية

- عثوم، أحمد أمين، 2010، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- علام، اعتماد محمد، حلمي، إجلال إسماعيل، 2013، علم اجتماع التنظيم" مداخل نظرية ودراسات ميدانية"، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- الحسيني، السيد، 1985، نحو نظرية اجتماعية نقدية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.
- صالح، إبراهيم محمد، 2018، تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن.
- علوان، إحسان بادع، 2018، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن.
- العجيل، بدر علي، 2018، دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بمؤسسات المجتمع المدني الليبية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسبوط، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- القاضي، حازم ناصر، 2017، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة سمعة الوزارات المصرية، دراسة ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة جنوب الوادي.
- البجباح، سليم معمر، 2017، تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا، بحث منشور، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، سبتمبر، 80:78
- حسين، سمير محمد، 2014، العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات العملية، عالم الكتب، القاهرة.
- أبو ماضي، سمية كامل، 2015، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في تغطية قضية الانقسام الفلسطيني- دراسة تحليلية ميدانية مقارنة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.
- سليمان، فرحان سليمان، 2014، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية - دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- رماش، صيرينة، 2009، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.
- السيد، عبد الرحمن عبد الرحيم، 2023، دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بمؤسسات الدولة في توعية الشباب الجامعي بمواجهة الإرهاب، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- الدليمي، عبد الرازق محمد، 2005، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الأمير، عدي عبد الخالق عبد الكريم، 2015، الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، الأردن، جامعة اليرموك.

- صالح، غادة أحمد، 2023، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في إقناع المواطنين بالتحول الرقمي للخدمات الحكومية، دراسة تطبيقية، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، المجلد 34، العدد 135، 170:175
- أحمد، لجين عبد الحكيم، ٢٠١٦، دور العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية في إدارة أزمة اللاجئين السوريين في الأردن، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن.
- مراد، ماجدة، 2007، العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والعشرون.
- مرسي، محمد عبد المعبود، 2001، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق- دراسة تحليلية نقدية كلية العلوم العربية والاجتماعية، جامعة القصيم .
- قنديل، محمد علي أبو العلا، 2018، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرسمية في مصر (الهيئة العامة للاستعلامات نموذجًا)، كلية الآداب - دورية علمية، مجلة حوليات آداب جامعة عين شمس، المجلد، العدد 46، يناير - مارس الأجزاء (ج).
- القمشوعية، مريم، 2015، القائم بالاتصال في مجال العلاقات العامة والإعلام بالوزارات في سلطنة عمان، دراسة وصفية للأبعاد الاتصالية والوظيفية والتدريبية رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.
- جمعة، معصم بلال، 2016، دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي، دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- العيساوي، نجم ، والقاسمي، سلطان ، 2017، مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المركز القومي للبحوث، فلسطين، المجلد الأول، العدد الأول، 75:76
- عبد العظيم، نشوى محمد، 2020، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللاربحية في مصر، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، مجلة كلية الآداب، الزقازيق، محمود، نوره عبد الله، 2022، استخدام إدارة العلاقات العامة للتطبيقات الإلكترونية على الإنترنت للتسويق بالعلاقات في مؤسسات المجتمع المدني والإشباع المتحققة منها، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام، الجزء الثالث، العدد 24، يوليو، 45:48 .
- قنجور، هاجر مسعود، 2010، النشاط الاتصالي في الجمعيات الخيرية الليبية- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام، جامعة الفاتح.
- عبد الرحمن، وفاء صلاح، عبد العظيم ، نشوى، 2020، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية و اللاربحية في مصر: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق- المجلد يوليو، العدد 94، 31
- مصطفى، ولاء يحيى، 2022، المعالجة الإعلامية لأزمة سد النهضة بموقع تويتر- دراسة تحليلية للرسائل الاتصالية (التغريدة) للمتحدث الرسمي لوزارة الخارجية المصرية، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 60 العدد 2 يناير 99: 107

English References:

- Anvari S., Moghimi, R.: (2012):The Strategic Approach to Exploration, Review on TQM and Learn Production, International Journal of Learn Thinking vol.3(2),
- Charest, F., Bouffard, J., & Zajmovic, E., (2016):Public relations and social media: Deliberate or creative strategic planning, Public Relations Review,7-45
- Samuel Ngloe Nkume& Helgi- Valui Fridriksson,(2010):Managing Logistical Complexity agility and Quality in Newspaper Distribution: An empirical Study of Here co Distribution ,AB ,Master Degree, , Jonkopin , University ,International Business School, Accessed on May, Sweden.
- Sheena Lovia, Boatengm ,(2018): Online Relationship marketing and customer loyalty:a signaling theory perspective ,university of Ghana Business school, Accra, Ghana
- S. E. Eikenberry et al. (2020)," To mask or not to mask: Modeling the potential for face mask use by the general public to curtail the covid-19 pandemic, Infectious Disease Modeling: p.5.
- Lange, D., and Dai, Y: (2019):Organizational reputation: A review.Journal of Management,Vol.37, No.1.
- Lena Steinhoff,(2019):Journal of the Academy of Marketing Science from Springer Bibliographic data for series maintained by, is currently edited by John Holland, Anne Hoekman and Mark Houston2019, vol. 47, issue 3, No 1, 369-39
- Leo Bogart, (2010): Reflections On Quality In News Papers, News Paper Research Journal,Vol.25,No1,Accessed on May.
- Moreno, A. Navarro, C. Tench, R. and Zerfass,(2015): A. Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe, Public Relations Review 41-87
- Kunaifi, A., & Qomariyah, L. (2021):Developing Company Images Through Spiritual Public Relations Facing Covid-19 Outbreak. Journal Iqtisaduna, Proceeding of International Conference on Islamic Economics and 1(1)
- Ylva, A,(2020):" Digital Public Relations in the Swedish Cultural Sector: A study of Effective PR & Two-Way Communication , Theses Master's Degree, Uppsala University ,swedan, 20-22