

عنوان البحث
العلاقات العامة ودورها في تنمية المجتمع

إعداد الطالب /
بيان عبد الرحمن حسن زيلعي

العام الدراسي: 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

العلاقات العامة ودورها في تنمية المجتمع

ملخص

ركزت هذه الدراسة على أبحاث العلاقات العامة ودورها في التنمية الاجتماعية: دراسة لأساتذة الجامعات والإعلاميين ومراكز البحوث خلال الفترة (2019-2023 م). وبما أن المنهج العلمي يتطلب أن يكون لكل بحث أهداف محددة يسعى إلى تحقيقها ، فقد تم تلخيص أهداف البحث على النحو التالي:

- لمعرفة إلى أي مدى يساهم البحث في العلاقات العامة في تنمية المجتمعات.
- التعرف على المشكلات التي تواجه أبحاث العلاقات العامة في التنمية الاجتماعية.
- تقديم رؤية علمية لتقييم أبحاث العلاقات العامة في الجامعات.
- تحديد مدى انعكاس أبحاث العلاقات العامة على التنمية.

في هذه الدراسة اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي المبني على منهج المسح، كما استخدم أداة الاستبيان وأداة المقابلة وأداة الملاحظة كأدوات بحث. وقد أسفر البحث عن عدد من النتائج أهمها: تساعد الجامعات على بلورة الوعي الثقافي وإثراء السياحة الثقافية من خلال التعليم والبحث، وتلعب أبحاث العلاقات العامة دوراً فاعلاً في الكشف عن قضايا التنمية التي تواجه المجتمع ، بما في ذلك نقص التمويل، ولا توجد آلية متخصصة لتنفيذ نتائج البحوث ونتائجها للعلاقات العامة. كما خلص البحث إلى عدد من التوصيات أهمها: ضرورة التركيز على البحث التنموي لتحقيق التنمية المستدامة من خلال تطبيق نتائج البحث على المجال، وتوفير بيئة تعليمية مناسبة لأغراض البحث العلمي، تلبية احتياجات الباحثين وإيجاد التمويل اللازم من الجهات المختصة وتطبيق نتائج البحث في المجال لتطوير المؤسسات.

كلمات مفتاحية : العلاقات العامة ، التنمية الاجتماعي ، اعلام

Public Relations Research And Its Role In Social Development: A Study Of University Professors, The Media And The Research Track

Dr. Saad Abdel Qader Hamid

Kirkuk Technical Institute - Northern Technical University

This Research focused on public relations research and its role in social development: a study of university professors, media professionals, and research centers in Iraq during the period (2019-2023). Since the scientific method requires that each research have specific goals that it seeks to achieve, the research objectives have been summarized as follows:

To find out the extent to which research in public relations contributes to the development of societies.

Identify the problems facing public relations research in social development.

Providing a scientific vision for evaluating public relations research in universities.

Determine the extent to which public relations research reflects on development.

In this study, the researcher followed the analytical descriptive approach based on the survey method. He also used the questionnaire tool, the interview tool, and the observation tool as research tools.

The research has resulted in a number of results, the most important of which are: Universities help to assist and enrich cultural tourism and educational instructions for tuition fees. Results of research and studies for public relations.

Search to search domain to the domain you're looking for, the environmental domain.

Keywords: public relations, social development, media

الاطار النظري

المقدمة:

الإعلام وسيلة لتحقيق أهداف الدول النامية، ودعم جهودها في التغيير الاجتماعي والتنمية، وتحقيق أهدافها الاجتماعية. وهي ليست غاية في حد ذاتها، لأن الباحث يحاول من خلالها دراسة ظاهرة أو مشكلة، للتعرف على العوامل التي أدت إلى ظهورها، وبالتالي اقتراح نتيجة أو الوصول إلى حل أو علاج لهذه المشكلة. التحقيق في صياغة هذه الدورة هو سلوك مرتبط بالأدلة لإثبات شيء ما، أو إعطاء الأولوية لشيء آخر، أو دحضه من خلال المقارنة والاختبار. تسعى الدراسات الإنسانية إلى هدف استراتيجي يفيد الناس ويثقفهم ويحول المجتمع من التخلف إلى التقدم. إن الارتباط بين البحث العلمي واحتياجات التنمية في مجالات الصناعة والزراعة والخدمات وغيرها من الموضوعات وقضايا حقوق الإنسان تجعله أحد الركائز الأساسية للتنمية والتقدم. لا شك أن العلاقة بين البحث العلمي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية ونتائجه تترجم إلى زيادة معدلات الإنتاج وتحسين جودته وإدخال الأساليب والتقنيات الحديثة في الأنشطة الإنتاجية والإدارية للتنمية. تقوم المؤسسات بتوجيه تنميتها وزيادة مساهمتها في الدخل القومي. لا يعتبر البحث العلمي رفاهية في الدول النامية، بل وسيلة علمية للحصول على المعلومات بهدف تحسين المجتمع وتنميته، وقد بلغ الإنفاق على البحث العلمي في الدول العربية 0.2% ، في حين أن إسرائيل 4.7% هي أعلى نسبة في العالم . الولايات المتحدة الأمريكية تنفق 2.68% واليابان 3.18% وفنلندا 3.51%. بلغ عدد براءات الاختراع المودعة في إسرائيل في عام 2008 1166 براءة اختراع، وهو ما يفوق عدد براءات الاختراع الصادرة عن العرب الذين لا يتجاوز تاريخهم 836 براءة اختراع (مقابلة بدران مع الجزيرة نت ، 2010). لذلك أود أن أتطرق إلى عدد من البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة والتي تهدف إلى إفادة الدول النامية بشكل منظم لإنجازات البحث العلمي والتقدم التكنولوجي. كما لجأت الدول النامية إلى الكوادر المؤهلة في المجالات العلمية والتقنية.

أهمية البحث:

نظرا لندرة وندرة الدراسات في مجال العلاقات العامة وبحوث التنمية، والاستفادة من البحث العلمي في الدولة، فإن أهمية هذا البحث على النحو التالي:

1- تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها ستلقي الضوء على أبحاث العلاقات العامة ودورها في تنمية المجتمع.

- 2- أهمية البحث العلمي ودوره الفعال في التنمية الاجتماعية.
- 3- أهمية نشر البحوث وتطبيقها في العلاقات العامة ودورها في تقدم الشعوب.
- 4- ضرورة النهوض بالبحث العلمي من خلال رفع مستوى الباحثين والعمل على نتائج وتوصيات البحث

اهداف البحث

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- معرفة مدى مساهمة البحث في العلاقات العامة في تنمية المجتمعات.
- 2- حالة حجم واتجاهات بحوث العلاقات العامة في مجال تنمية المجتمع.
- 3- التعرف على المشكلات التي تواجه أبحاث العلاقات العامة في التنمية الاجتماعية.
- 4- معرفة مدى استفادة المؤسسات والمنظمات من نتائج وتوصيات البحث العلمي.
- 5- تقديم رؤية علمية لتقييم البحث في العلاقات العامة في الجامعات ودورها في المجتمع
- 6- وضح إلى أي مدى ترغب الجامعات في مراقبة تطبيق نتائج البحث
- 7- تحديد مدى انعكاس أبحاث العلاقات العامة على التنمية.
- 8- تحديد العوامل التي تساعد الجامعات على استخدام أبحاثها في التنمية.

مشكله البحث:

التحديات التي تواجه العالم في سياق التنمية، والتي دفعت الأمم المتحدة إلى تبني وربط الأهداف الإنمائية للألفية بالتنمية المستدامة لأهميتها، ومن المعروف أن أي تطور علمي يقوم بالضرورة على أساسه البحث الذي يزودها بالنتائج والتوصيات العلمية التي تصبح خارطة طريق للبناء المستقبلي. من بين ملاحظات الباحث حول البحث العلمي ، ورغم كثرة البحث العلمي، خاصة النظري، إلا أن معظمه لا يجد مكاناً للتطبيق والنشر، وذلك لعوامل مختلفة تتعلق باتجاهات البحث، لأن الباحث يعتقد أن هناك ضعف في تصحيح اتجاهات أبحاث العلاقات العامة نحو الحاجة الحقيقية للتنمية، وكذلك تعدد مشكلات البحث الناشئة عن البيئة العلمية السائدة في الجامعات ، إضافة إلى العديد من المعوقات التي تتطلب تصنيف البحث العلمي وتقديمه. مقترحات للتغلب عليها. وعليه، وانطلاقاً من واقع تخصص الباحث في العلاقات العامة، فقد رأى ضرورة البحث في دور الجامعات كخبرات علمية ومساهماتها في تنمية المجتمع من خلال سعي طلابها للحصول على الدرجات العلمية (ماجستير - دكتوراه). وإلى أي مدى تم نشر هذا البحث وتطبيقه من قبل المتلقين، حيث يمكن تأطير الحالة تحت السؤال الرئيسي التالي:

- ما هو دور بحوث العلاقات العامة في تنمية المجتمعات
كيفية تطوير البحث في العلاقات العامة لتحقيق أهدافه واستخدام نتائجه؟

التساؤلات:

- 1- إلى أي مدى تساهم أبحاث العلاقات العامة في تنمية المجتمعات؟
- 2- ما هي اتجاهات وتأثيرات بحوث العلاقات العامة في مجال تنمية المجتمع؟

- 3- ما هي مشكلة البحث في العلاقات العامة في التنمية الاجتماعية؟
- 4- ما أفضل أسلوب علمي لتقييم أبحاث العلاقات العامة في الجامعات ودورها في المجتمع؟
- 5- إلى أي مدى ترغب الجامعات في مراقبة تطبيق نتائج البحث؟
- 6- إلى أي مدى تعكس أبحاث العلاقات العامة أهداف تنمية المجتمع؟

فرضيات البحث:

- 1- كلما زاد البحث العلمي في مجال العلاقات العامة ، زادت أهمية التنمية المستدامة للمجتمع.
- 2- كلما زاد تحديد الدولة لمشاكلها البحثية سنوياً ، كلما وجدت النتائج طريقها إلى التنفيذ.
- 3- يساهم البحث في العلاقات العامة بفاعلية في معالجة قضايا التنمية.
- 4- بحث في العلاقات العامة يكشف عن مشاكل التنمية في المجتمع
- 5- الجامعات تستجيب لاحتياجات أفراد المجتمع من خلال البحث.
- 7- يتطلب تطوير التعليم في مزيداً من الدراسة والبحث.
- 8- تهتم جميع مؤسسات المجتمع بنتائج الدراسات والبحوث التي تقدمها الجامعات.

منهج البحث:

المنهجية هي الطريقة التي يتعامل بها الباحث مع موضوع بحثه وفي ضوء ذلك مفاهيم وأطر الدراسة ومجتمع البحث ونوع البيانات المطلوبة ومصادرها وكيفية الحصول عليها. كما تم تحديد مجالات الدراسة وطرق تحليل بياناتها (الإمام ، 2008 ، ص 72).

في هذه الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واعتمد على منهج المسح لتحديد مدى مساهمة بحوث العلاقات العامة في تنمية المجتمع حيث أجرى الباحث مسح معمق لبحوث العلاقات العامة

أدوات البحث:

واعتمد الباحث في جمع البيانات المتعلقة بالبحث على المراجع والكتب والرسائل العلمية غير المنشورة والدوريات والتقارير والمقابلات والملاحظات.

الملاحظة: في اللغة هي من اللحظة التي تنتظر بعيون مفتوحة، مع الاهتمام الاصطلاحي بالظواهر والأحداث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها. الملاحظة، كتعريف إجرائي، هي وسيلة أو أداة للبحث العلمي يستخدمها الباحث بقصد أو بغير قصد لجمع البيانات والمعلومات من مصادره بخصوص موضوع معين (العزاوي، 2005، ص 15).

استخدم الباحث في هذه الدراسة ملاحظات بسيطة حول مجال العلاقات العامة في تعاملاته مع باحثي الماجستير والدكتوراه، وملاحظات بحثية في مناقشات الرسائل العلمية. وأن الرسائل لم تكن موجهة نحو الحاجة الحقيقية للتنمية.

الاستبيان: لغة مشتقة من استبيان الفعل ، وتعني أوضح الأشياء وأكثرها شيوعاً ، وبشكل اصطلاحي، هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تهدف إلى استنباط معلومات أو آراء من المستجيبين حول ظاهرة أو موقف معين. استخدم الباحث أداة المسح (الاستبانة) لدعم عملية التحليل، حيث استهدف بالمسح عينة من أساتذة الجامعات والإعلاميين في المراكز البحثية (متخصصون في بحوث العلاقات العامة) لإبداء آرائهم حول بحوث العلاقات العامة ودورها في البحث. تطوير. ومع الأساتذة المتخصصين للتعرف على بعض القضايا التي يواجهونها والكشف عن أهمية التخطيط الاستراتيجي تجاه البحث العلمي والاهتمام بالتمويل.

المقابلة: لغة المواجهة ولقاء الناس هي استقبال بعضهم البعض. واصطلاحياً، تأتي مع معنيين متوافقين، ثم تأتي مع ما يتوافق معها، على التوالي. ومن الناحية الإجرائية، فهي محادثة ضمن حدود وأهداف البحث، وتهدف إلى جمع البيانات والمعلومات والحقائق للاستفادة منها في التوجيه والتشخيص والتحليل، ثم وضع مقترحات للحلول من خلال طرح أسئلة محدودة معدة مسبقاً حول الشخص المستهدف وتسجيل الإجابات (مصطفى، 2002، ص 166) أجرى الباحث مقابلات مع أساتذة جامعيين وإعلاميين وعاملين في مجال البحث.

مصطلحات البحث:

العلاقات العامة: عرّف إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات في دراسة علمية موضوعية من أجل تنظيم العلاقات الإنسانية على أساس التعاون والمحبة (مزاهرة، 2010، ص27)

الدور: طبقة الشيء المراد أن يكون جزءاً منه فوق الآخر. يقال أنها تدور في أحوالها المختلفة ، ويقال أن هذا هو دور ما يحيط بالشيء (مدكور، ص 313). يقال: ما هو دورك في هذا العمل ، أي ما هو الجهد الذي يشارك فيه الإنسان. هي بساطة الجانب السلوكي للمكان الذي يشغله الفرد في المجتمع ، ويتسم الدور بالديناميكية والتعددية ، لأنه يحدد الوظيفة أو الأداء الذي يمارسه الوسيط بالنسبة للجمهور في مجال مهني مثل التعليم. والأخبار والإرشاد والتوجيه وغيرها (شليبي، 1994 ، ص 837).

مفهوم المجتمع: تشير كلمة مجتمع إلى مجموعة معينة من الأشخاص الذين يعيشون في بيئة ولديهم نفس الظروف المحيطة المشتركة. على سبيل المثال ، نقول المجتمع الصحراوي ، المجتمع الريفي أو المجتمع الحضري والحضري ، ونقول أيضاً المجتمع الصناعي. ، زراعي أو تجاري (الجور، 2010، ص 10).

تعريف اجرائي للمجتمعات: المجتمعات التي تنظمها قوانين وأنظمة وعادات وتقاليدها العراقيين والتي يجب أن تكون موجهة لصالح تنميتها البحث في العلاقات العامة في الجامعات

التنمية: يعرف خليفة الكاري التنمية بأنها: عملية مجتمعية واعية وموجهة لإيجاد التحولات الهيكلية التي تؤدي إلى تكوين قاعدة وتحرير الإنتاجية الذاتية التي بموجبها زيادة مطردة في متوسط إنتاجية الفرد وقدراته. يتحقق المجتمع في إطار العلاقات الاجتماعية ، ويؤكد الارتباط بين الثواب والجهد (العبد ، 2007 ، ص 9).

التنمية الاجتماعية: إنه تغيير اجتماعي مرتبط بالبنية الاجتماعية للمجتمع ويعمل على تلبية الاحتياجات الاجتماعية الأخرى.

مجتمع البحث:

بعد الوصول إلى الهدف أو الأهداف لا بد من تحديد المجتمع المشمول بالبحث الذي تستند إليه البيانات، وكذلك مدى الحاجة إلى حدوده وحدود احتياجاتنا منه. يقتصر المجتمع بأكمله لهذا البحث على المتخصصين في مجال العلاقات العامة، بما في ذلك أساتذة الجامعات والإعلاميين والعاملين في مراكز البحث.

الاطار الزمني والمكاني للبحث:

لم يتم تحديد فترة زمنية لهذا البحث. قامت ببحث شامل لجميع الأطروحات المصرح بها في الجامعات والمتاحة في مكتبات أربع جامعات. بلغ عدد الأطروحات 109. الإطار المكاني للبحث هو الجامعات الموجودة

المبحث الاول: مفهوم واهمية العلاقات العامة:

تتعلق العديد من المفاهيم بمصطلح العلاقات العامة، وذلك بسبب الفترات التاريخية التي تطور فيها علم وفن العلاقات العامة، وكذلك الوظائف والأدوار التي تغطيها العلاقات العامة داخل المؤسسات والشركات.

تعامل بعض الكتاب مع تعريف العلاقات العامة من حيث البناء اللفظي للعبارة، حيث من الواضح أن كلمة (العلاقات) تصف نتيجة الاتصالات والاتصالات المتوفرة بين الجسد والجمهور التي تتعامل معها، وبهذا المعنى، فهو ذو اتجاهين وله جزأين يتحكما في هذه العلاقات، لأن أساسها متاح على وجود هذين الجزأين، والخطاب العام هنا يعني مجموعة من الجماهير المختلفة التي يرتبط عملها أو التي المصالح والأنشطة المتعلقة بالهيئة. (كشك، 2007، ص9)

ظهر مصطلح العلاقات العامة في نهاية القرن التاسع عشر، وظهر استخدامه في منتصف القرن العشرين. (اللبيدي، 2015، ص37)

يمكننا الاقترب من مجموعة من مفاهيم العلاقات العامة على النحو التالي:

عرّفها كريستيان بأنها الجهود التي تؤثر على الجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة، بحيث تكون لديهم فكرة صحيحة عن المؤسسة، وأن يدعموها في أزماتها، ويدعمونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها. (اللبيدي، 2015، ص38)

"العلاقات العامة هي فن كسب الرضا العام والثقة والدعم، وتحقيق ذلك من خلال التواصل والتفسير المناسبين." (غريب، 1996، ص43)

دور العلاقات العامة في الدول النامية:

للعلاقات العامة أهمية ودور يمكن أن تلعبه في البلدان النامية من حيث خلق مناخ يفضي إلى عمليات التغيير من أجل التنمية، والتي يكون الإنسان فيها القوة الدافعة الرئيسية والمستفيد منها. يمكن تلخيص أهمية دور العلاقات العامة في الدول النامية على النحو التالي: (ستيل ترجمة الحسني، 2007، ص27)

1. الجهد المستمر من قبل الحكومات للاتصال بال جماهير لمعرفة احتياجاتهم الحقيقية من جهة، ومعرفة الاتجاهات الإيجابية للمشاكل المجتمعية من جهة أخرى، ومن الضروري استخدام وسائل الإعلام والعلاقات العامة للوصول إلى الجميع. هذه المعلومة.
 2. تسعى الدول النامية إلى المشاركة الدائمة للمواطنين ودعم خطط التنمية ودعم سياساتها، وعليها أن تحفز الجماهير على الشعور بالانتماء للوطن الأم وتنمية الشعور بالولاء والتضامن. والقبول، وهذا ممكن فقط من خلال "وكالات العلاقات العامة".
 3. الجماهير هي أهم وسائل وأهداف التنمية، وبالتالي تلعب العلاقات العامة دورًا حيويًا في توضيح المكاسب والفوائد التي تعود على الجماهير من وراء التركيز المستمر على إنجاح خطط التنمية.
 4. تهتم حكومات الدول النامية بإعداد برامج إعلامية متنوعة تقطع شوطًا طويلاً في إزالة آثار الاستعمار والاستبداد للحكومات السابقة في فترة ما قبل الثورة والمفاهيم الخاطئة الناشئة عنها.
 5. أهمية العلاقات العامة في توضيح أهداف المؤسسات والهيئات المختلفة التي تعتمد عليها العديد من الدول النامية في تنفيذ خطط التنمية وفي تحفيز الجماهير للمشاركة فيها ودعمها.
 6. يتوقف التأكيد على سياسات الدول النامية وسن القوانين اللازمة على التزام ودعم الجماهير لهذه السياسات.
 7. إن مشاركة المواطنين في مختلف البرامج المحلية والوطنية هي قضية مهمة تؤمن بها الدول النامية، وكذلك تحفيز الجماهير على الاهتمام بالمال العام والممتلكات التي هي من مكاسبهم.
- وبناء على ما سبق يرى الباحث أن دور العلاقات العامة في الدول النامية يعاني من بعض المشكلات التي تعيق نهضة الإنسان وتطوره في الدول النامية، وبالتالي لا يعكس الإعلام أهدافاً تنموية واضحة.
- لتفعيل دور العلاقات العامة في الدول النامية، يجب اقتراح أهداف تنموية شاملة وفتح قنوات اتصال للمشاركة في برامج ومشاريع التنمية، خاصة وأن هذه الدول تعاني بعد استقلالها عن عدم الاستقرار السياسي المتمثل في انتشار مفهوم التنمية السياسية والتخلف الاقتصادي وهدر الموارد الاقتصادية. (زين، 2008، ص17)
- أصبحت الحاجة إلى برامج العلاقات العامة واضحة بسبب التغيير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة. اتسم المجتمع الحديث بتغييرات كبيرة في شكله وتكوينه وطبيعته من الناحية السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- تتكون العلاقات العامة العملية من أربعة عناصر هي: (البحث - الإجراء - الاتصال - التقييم). (درة، 2010، ص33)

أهمية العلاقات العامة:

أصبحت العلاقات العامة كفن وعلم مهمة في عصر تقنيات الاتصال، وظهور السوق الاقتصادي العالمي، وزيادة حجم الإنتاج، وظهور الديمقراطية ونشر وسائل الإعلام التي ساهمت في نشرها. للثقافة العامة بفضل التقدم التكنولوجي لوسائل الاتصال وتقارب الأطراف مع العالم الواسع. كل هذه العوامل جعلت العلاقات العامة تكتسب أهمية في الدول المتقدمة وفي التنمية، العوامل التي ساهمت في أهمية العلاقات يمكن احتسابها على النحو التالي: (زويلف، 2010، ص 20-21)

- 1 - التدخل المتزايد للدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي يتطلب من الجمهور تبني الخطط التي تصوغها والقرارات التي يتخذها والتي تمس حياة مواطنيها.
- 2 - توسع السوق، وزيادة حجم الإنتاج، وزيادة الإنفاق، مع وجود منافسة شديدة تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين، الأمر الذي دفع المؤسسات التجارية إلى استخدام كافة وسائل الترويج والإعلان والترويج.
- 3 - من مهام وسائل الإعلام والعلاقات العامة معرفة رغبات واحتياجات وأفكار الجمهور من أجل تطوير سياساتهم الإنتاجية والتسويقية.
- 4 - قوة الرأي العام وانتشار الديمقراطية وتزايد الثقافة العامة مما يحتم على مؤسسات الدولة والتجارية التواصل مع جمهورها والاستفادة من جهود إدارات العلاقات العامة.
- 5 - إن التطورات التي رافقت وسائل الاتصال مثل الأجهزة الإلكترونية والأقمار الصناعية، وكذلك التطورات في الطباعة والإنتاج، وفرت العديد من المنافذ للوصول إلى الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة، مثل الصعوبات المكانية والزمانية.

وظائف العلاقات العامة:

على الرغم من التنوع والوظائف المختلفة التي تؤديها إدارات العلاقات العامة ، والأهداف المخصصة لها تختلف من منظمة إلى أخرى ، هناك نمط محدد من الوظائف المشتركة في معظم إدارات العلاقات العامة ، لمعرفة:(زين، 2011، ص 41-42)

- 1- تقديم المشورة لقيادة المنظمة فيما يتعلق بالسياسات والعلاقات مع الجماهير ووسائل الاتصال ، لفهم مواقف وسلوكيات الجماهير التي تتعامل معها.
- 2- البحث: ويشمل التعرف على مواقف وسلوكيات الجماهير وأسبابها ودوافعها لتخطيط وتنفيذ وقياس الأنشطة الهادفة إلى التأثير على وعي ومعرفة مواقف الجماهير.
- 3- العلاقات مع وسائل الاتصال الإعلامية: إقامة علاقات جيدة ومستمرة مع وسائل الاتصال بهدف نشر أخبار المنظمة وتلبية الاحتياجات الإعلامية لوسائل الاتصال.
- 4- النشر الدعائي: من خلال نشر وسائل مختارة بدون تعويض مالي لتعزيز مصالح المنظمة.
- 5- العلاقات مع الموظفين وأعضاء المنظمة: الاستجابة لاهتمامات ومصالح موظفي المنظمة والمشاركين في عاصمة المنظمة، وإبلاغهم بكل ما يتعلق بالمنظمة وسياساتها.
- 6- العلاقات المجتمعية: من خلال التخطيط المستمر والمشاركة الفعالة لبناء مكانتها وسمعتها في المجتمع لصالح المنظمة والمجتمع نفسه.
- 7- الشؤون الحكومية: وهي تختص مباشرة بالهيئات والأجهزة التشريعية وتقوم بها العلاقات العامة نيابة عن المنظمة.
- 8- إدارة القضايا: من خلال التعامل مع القضايا ذات الاهتمام المجتمعي العام والتي يجب على المنظمة التعامل معها لما لها من تأثير على المنظمة.

9- الاتصال التسويقي، وهو عبارة عن مجموعة من أنشطة الاتصال التي تهدف إلى بيع أو تقديم منتج أو تقديم خدمات المنظمة ، بما في ذلك الإعلان والدعاية والنشر والعلاقات العامة وما إلى ذلك، وجميع عناصر الاتصال التي تساهم في عملية التسويق.

يحدد بعض العلماء وظائف العلاقات العامة على النحو التالي: (البكري، 2001، ص20)

البحث ونقل الحقائق وتخطيط وتطوير البرامج والتنفيذ والاتصال والرصد والتقييم ، بينما يتفق معظم العلماء على أن العلاقات العامة تؤدي خمس وظائف أساسية في الشركات والمؤسسات والمؤسسات، لمعرفة:

1- البحث 2- التخطيط 3- التنسيق 4- الإدارة 5- الإنتاج

المبحث الثاني بحوث العلاقات العامة:

البحث هو الأساس والتصميم لأي خطة ناجحة. الهدف الرئيسي لأي خطة ناجحة هو البناء على معلومات متينة ودقيقة. لذلك، يجب توفير قاعدة بيانات قوية. تستند العلاقات العامة إلى القاعدة التي تنص على أنه للوصول إلى جمهورك وإقناعهم، يجب أن يكون هذا الجمهور معروفاً ومفهوماً ومتاحاً من خلال البحث. (البكري، 2001، ص 35).

لا تمثل أبحاث العلاقات العامة، مثل الأنواع الأخرى من البحث، هدفاً أو غاية في حد ذاتها، بل هي وسيلة تستخدم لتوفير البيانات والمعلومات اللازمة للتخطيط والأعمال الإدارية الأخرى. متنوعة، بعد أن اعتبرت أن الخبرة والكفاءة هي ليست كافية لضمان نجاح برامج العلاقات العامة. (ضرار، 2012، ص 166)

يعتبر البحث الخطوة الأولى في عملية العلاقات العامة، والتي من خلالها يمكن جمع المعلومات والحقائق والمعطيات، حيث يفيد البحث في تحديد الآراء والاتجاهات السائدة بين الجمهور. (البكري، 2001، ص 37)

أولاً: الجمهور الذي تريد الوصول إليه: يمكن طرح العديد من الأسئلة عند التحضير للبحث عن الجماهير لمعرفة سلوكهم تجاه موضوع معين، وما هو اتجاه تفكير الناس فيما يتعلق بالموضوع؟ وكيف تطور الاتجاهات في المستقبل؟ وكذلك الوضع الاجتماعي والاقتصادي، مثل معدل الأمية، ومستوى التعليم، ومستوى الدخل، ومستوى المعيشة، والتغطية الإعلامية.

ثانياً: الرسائل التي يجب نقلها للجمهور: إن الرسائل التي سيتم نقلها للجمهور، إذا كانت غير متوافقة مع احتياجات الجماهير، يمكن أن تؤدي إلى خلق شعور باللامبالاة تجاه أي برنامج علاقات عامة، ومن هنا تأتي أهمية البحوث المتعلقة بالرسائل وضرورتها في متابعة تنفيذ البرنامج بنجاح.

ثالثاً: وسائل الاتصال المستخدمة: يمكن أن يشمل البحث العلمي ووسائل الاتصال التي تنشر رسائل الاتصال، ويمكن أن يزودنا البحث عن وسائل الاتصال بإجابات مفيدة على عدد من الأسئلة حول وسائل الاتصال الجماهيري، ومن بين هذه الأسئلة ما هو عدد الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون اليومية التي يمكن أن تستخدمها؟ وما هي أنواعها؟ ما هي درجة اللجوء إلى هذه الوسائل في مجال المعلومات المتعلقة بالبرنامج؟ وغيرها من الأسئلة المتعلقة بوسائل الاتصال سواء الشخصية أو العامة.

بناءً على ما سبق، يعتقد الباحث أن أبحاث العلاقات العامة، من أجل المساعدة في حل مشاكل التنمية المجتمعية، يجب أن توفر معلومات حقيقية عن حجم المشكلة ونوع الجمهور المستهدف الذي سيتم الوصول إليه واختيار الوسائل المناسبة لتقديم الرسالة المطلوبة للمكان والوقت المحددين.

أهميه البحوث في العلاقات العامة:

يتم إبراز أهمية أبحاث العلاقات العامة من أجل التعرف على حجم المشكلات وأسباب القصور وتحقيق أهداف المؤسسة التي تساهم في تخطيط أنشطة الاتصال في العلاقات العامة وقياس النتائج. الشركات والمؤسسات، نجد أنها تعاني من ندرة التمويل للبحث العلمي، وندرة مهارات القائمين بالبحث العلمي.

لا تزال العديد من الشركات لا تجري أبحاث العلاقات العامة لأسباب عديدة، منها ضعف القدرات المالية للشركة أو ضعف القدرات العلمية لموظفي العلاقات العامة، أو غير ذلك، ولكن يجب على هذه الشركات إدراك أهمية البحث في هذا المجال، وبالتالي إجراء البحوث في العلاقات العامة يساعد على تحقيق الأهداف التالية: (جودة، 2006، ص84)

- إن الهدف من فهم اتجاهات الجماهير المختلفة للمؤسسات يأتي أولاً من اهتمامات أولئك الذين يجرون أبحاث العلاقات العامة كهدف أساسي لإجراء البحوث، مما يساهم في تخطيط أنشطة العلاقات العامة بما يتناسب مع هذه الاتجاهات.
- يستخدم البحث أيضاً في تخطيط العلاقات العامة والاتصال والنشاط الإعلامي، حيث يفيد في إعداد الرسالة الإعلامية المناسبة، وفي اختيار الجمهور وفي التوقيت المناسب.
- كما يهدف البحث إلى تقييم أنشطة العلاقات العامة وقياس نتائجها ومعرفة مدى نجاح برامجها في تحقيق أهدافها.
- البحث مفيد أيضاً على مستوى المنشأة للتعرف على درجة النجاح الذي حققته المنشأة، وتحديد الجوانب السلبية والمشكلات، وردود الفعل على سياسات وقرارات إدارية معينة، ووجهات نظر عامة الناس أو حول مواضيع محددة يجب أن تكون لدى الإدارة. المعرفة والفهم الأفضل للمتغيرات والظروف التي تعمل في ظلها.
- أما بالنسبة للعاملين فيساعد البحث على تحديد أفضلياتهم الفعلية مما يساعد على تزويدهم بأفضل الخدمات حسب تفضيلاتهم. (حسين، 1991، ص140)

اتخاذ قرار إجراء البحث:

تعرض العديد من الشركات على إجراء أبحاث السوق، ومن المهم التغلب على هذه المشكلة، وقبل أن يقرر مدير العلاقات العامة إجراء البحث، يجب عليه دراسة ما يلي: (جودة، 1999، ص85-86)

1. طبيعة البحث: هل هو بحث دوري ، أي يتم إجراؤه كل فترة محددة، مثل ستة أشهر أو سنة، أم أنه بحث معتمد لدراسة مشكلة ملحة.
2. توافر المعلومات: في معظم الحالات يكون لدى المديرين معلومات كافية لاتخاذ قرار عقلاني دون الحاجة إلى إجراء أي بحث، وفي حالة عدم توفر معلومات كافية، يكون قرار إجراء البحث قراراً صحيحاً.

3. توفر الوقت: يجب أن يستغرق إجراء أي بحث جزءاً من وقت العاملين فيه، لذا فكلما زاد الوقت متاح لهم، زاد حصولهم على المعلومات اللازمة وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها، وكذلك بالنسبة للمشكلات التي تتطلب عملية صنع القرار، لن يكون لدى إدارة العلاقات العامة الوقت الكافي لإجراء أي بحث.
4. توفر الإمكانيات المالية: كما تعلم فإن إجراء أي بحث يتطلب قدرات مالية تتناسب مع فترة البحث وحجم العينة وطبيعة المشكلة والجهد المبذول في هذا البحث، لذلك يجب على مدير العلاقات العامة التأكد من توفرها. من الاعتمادات أو الأموال اللازمة لإجراء البحث.
5. توافر القدرات والمهارات اللازمة لإجراء البحث: إذا لم تكن هناك فائدة من الموافقة على إجراء البحث مع عدم وجود موظفين لديهم المهارات والمؤهلات العلمية لإجراء مثل هذا البحث.
6. مقارنة التكلفة بالفوائد: يجب إجراء مقارنة بين تكلفة إجراء البحث والفوائد المتوقعة منه على المدى القصير والطويل.

المبحث الثالث: التنمية والمجتمع:

لا تأخذ التنمية في المجتمع شكلاً مستقلاً عن جوانب الصراع المختلفة في المجتمع، بل تحدد رسالتها وفقاً للقوانين التي تحقق مصالح القوى الاجتماعية التي تتحكم في مصادر الثروة الاقتصادية والسلطة السياسية. بعض المؤشرات الأساسية التي تحدد اتجاهات التنمية وإمكانية التنبؤ بنتائجها بشكل عام في أي دولة اختر مسار التنمية الخاص بك:

- 1- طبيعة السلطة السياسية وأيديولوجية النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي القائم.
- 2- نموذج الإنتاج والتكوين الاجتماعي السائد (العلاقات الاجتماعية، مستوى الوعي الاجتماعي).
- 3- الموارد البشرية والمادية المتوفرة.
- 4- معوقات التنمية.
- 5- أولويات التنمية.
- 6- الأهداف الرئيسية والمتوسطة لخطط التنمية. (عبدالرحمن، 1985، ص3)

يؤمن الباحث بضرورة وضع خطة شاملة للتنمية وفق مراحل وجدول زمنية، فمثلاً يجب وضع خطة شاملة للدولة التي يتم فيها تحديد الأهداف التنموية للدولة وثلاثة أهداف طويلة المدى، لتكون تتفرع الخطط المتوسطة والقصيرة المدى: من الريف إلى الحضر، يريد سكان الريف رفع مستوى معيشتهم واغتنام فرصة العمل في المدن، وبالتالي يمكن القول إن التنمية مرتبطة بالتغيير، بالمعنى المقصود. أنه كلما زادت مواقف وسلوكيات الأفراد (التقليدية) التي يمكن أن تتغير نحو نمط حياة حديث، كلما كانت عملية التنمية ممكنة بالنسبة للمدن، يعتقد الباحث أن أحد آثار هجرات السكان من الريف قد أدى إلى سلوك و ظاهرة تعاني منها المجتمعات في الدول النامية، وهي ظاهرة (تمدين المدن) وهي إطلاق سلوكيات وممارسات وأنشطة وحرف تمارس في الريف نحو المدن. عملية تغيير السلوك. (طلعت، 1986، ص18-21)

وعرفت الامم المتحدة تنمية المجتمع عده تعريفات منها:

- العمليات التي يمكن من خلالها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية ومساعدتهم على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة قدر الإمكان في تقدمها.

- دعم الجهود المهمة للمجتمع المحلي بجهود الحكومة من أجل تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لهذا المجتمع ، شريطة أن تكون خطط الإصلاح في هذه المجتمعات المحلية متسقة ومنسجمة مع خطط الإصلاح الشاملة للدولة.

- كما قدم صلاح الفوال تعريفا للتنمية على النحو التالي: التنمية هي نتيجة الجهود العلمية المستخدمة في تنظيم الأنشطة الحكومية والشعبية المشتركة ، على مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن العثور عليها لتلبية الاحتياجات اللازمة وفقا ل خطة مرسومة. في ضوء السياسة العامة للشركة.

مستويات التغيير الاجتماعي:

التغيير الاجتماعي له مستويات وأنواع مختلفة داخل البنية الاجتماعية والفرد، ويمكن معالجة هذه المستويات من أنواع التغيير الاجتماعي على النحو التالي:(ابراهيم، 2004، ص14)

- التغييرات التي تحدث على المستوى الفردي ويشار إليها بمصطلحات مختلفة مثل النشر أو التبني أو الحداثة أو التعليم أو التعليم أو المشاركة أو الاتصال.

- تحدث التغييرات على مستوى النظام الاجتماعي. تسمى هذه التغييرات التطوير أو التمييز أو التكامل أو التكيف. التغيير على هذين المستويين مترابط. يمكن أن تؤدي بعض التغييرات إلى تغييرات فردية في الأنظمة. وبالمثل، فإن جميع هذا العدد الكبير من التغييرات الفردية يمكن أن يؤدي إلى تغيير مستوى النظام السائد.

دور وأهمية التنمية:

قدم ويلبر شرام ثلاث مهن يعتبرها ضرورية للتواصل خاصة في مجال التنمية العالمية: الأولى مهمة المراقب لاستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع، والثانية العمل السياسي الذي يتم من خلال المعلومات. التي تمكن من صنع القرار السياسي وسن القوانين. والثالث هو التعليم من خلال تعليم مهارات أفراد المجتمع. المعتقدات، حيث حصرها ماكويل في المجتمع الإعلامي، أي تزويد الأفراد بالمعلومات والأحداث التي تجري داخل المجتمع وخارجه، وكذلك وظيفة التعبئة التي تهدف إلى حشد كل الجهود وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف الوطنية. (عبدالمجيد، 2010، ص23)

يرى الباحث أنه لكي تستمر عملية التطوير وأداء الوظائف وفق الأهداف التي حددتها الخطة، يجب أن تكون المعلومات متاحة لواقعي السياسات ويمكن استخدام هذه المعلومات من خلال مهارات الاتصال المحددة والوسائل المستخدمة للوصول إلى الجماهير. بهدف التنشئة والتعليم. لا شك أن التعليم والتدريب يلعبان دورًا في تعبئة وتغيير السلوك نحو الهدف الرئيسي الذي حدده المخطط.

أهداف بحوث الاعلام:

الغرض العام من البحث الإعلامي هو العمل على زيادة فاعلية عملية الاتصال في المجتمع، وتحت هذا الغرض العام تندرج مجموعة من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي: (العبد، 2009، ص84)

- مساعدة الوكالات المسؤولة عن تشكيل السياسات والخطط الإعلامية على جميع المستويات، والتي لا يمكن صياغتها بشكل كافٍ إلا على أساس الحقائق والمعلومات والبيانات التي يعتبر البحث الإعلامي الوسيلة الأساسية للحصول عليها.
- مساعدة الإعلاميين في وسائل الإعلام المختلفة على زيادة كفاءتهم في العمل من خلال فهم طبيعة مكونات عملية الاتصال والآثار المتوقعة منها في ضوء الظروف الاجتماعية المحيطة والتأثيرات من أجل إلقاء الضوء على الطريق أمامهم لتعريف خاص بهم. الواجبات والمسؤوليات المهنية والاجتماعية.
- مساعدة المؤسسات الإعلامية المختلفة في اختيار البدائل المناسبة لكل منها في مجال الإدارة في مسارها الاقتصادي حتى تتمكن من تحقيق أهدافها بشكل أكثر كفاءة وبأقل جهد بشري واستثمار مالي.
- لمساعدة الجمهور في تلقي الرسائل الإعلامية على تكوين رؤية نقدية وموقف انتقائي يساعدهم في مشكلة الاختيار والاستفادة مما يختارونه، ويمكن أن يدفعهم لمحاولة المشاركة الإيجابية في العملية الإعلامية، مما يقدم مساهمة مثمرة. إلى وسائط مختلفة ويدعم عملية الاتصال ثنائية الاتجاه.

مجالات بحوث الاعلام:

ينقسم البحث الإعلامي حسب مجالاته وما يسعى إلى تحقيقه في مجال المعرفة الإعلامية على مستوى النظرية والتطبيق على النحو التالي: (رضا، العبد، 2001، ص205)

- بحث يهدف إلى توفير معلومات وبيانات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الإعلام والاتصال، وكشف الدور الاجتماعي والتربوي والتعليمي للإعلام.
- بحث يهدف إلى التعرف على اتجاهات الجمهور للمستفيدين من الخدمات الإعلامية وخصائصهم وأنماط الاستماع والمشاهدة والقراءة والاستيقاظ والنوم.
- بحث يهدف إلى التعرف على خصائص وسائل الإعلام والاتصال وأساليب الممارسات الإعلامية.
- بحث يهدف إلى التخطيط الإعلامي، مثل التخطيط لإطلاق قناة جديدة أو فترة بث جديدة.
- بحث يهدف إلى دراسة وتحليل المصادر الإعلامية.
- بحث يهدف إلى قياس مردود الجهود الإعلامية وتقويم الأثر الإعلامي
- بحث يهدف إلى تقييم تأثير الجهود الإعلامية غير المحلية على وضع الإعلام الوطني، وتأثير القنوات القضائية المفتوحة والمشفرة والقضائية المتخصصة بالقنوات الوطنية والإقليمية.

مشكلات بحوث الاعلام:

على الرغم من أهمية البحث الإعلامي وفوائده وتعدد مجالاته، إلا أن هناك عددًا من المشكلات التي يواجهها خاصة في الدول النامية، مما يعيق قدرته على استخدامه بشكل فعال في مجال ترشيد التخطيط الإعلامي من أهمها: (اسعيد، 1984، ص104)

- 1- المشكلة الدستورية: إن دساتير العالم الثالث في رؤية واضحة هي بالدرجة الأولى "دساتير للتنمية" ولا ينطبق هذا التقليد الدستوري على البنى الاجتماعية الوطنية.
 - 2- الانقلابات العسكرية: من سمات دول العالم الثالث عدم الاستقرار السياسي المتمثل في كثرة الانقلابات العسكرية ، فكل مجموعة تتولى السلطة تلغي بضربة قلم جميع المشاريع السابقة على الأرض التي تخدم بعض الجماعات: يؤدي عدم استقرار الجهاز التنفيذي، وهو الحكومة، لا محالة إلى ركود العمل التنموي.
 - 3- الحروب الإقليمية: الحروب الإقليمية تؤدي إلى مواجهة عسكرية تشل عملية التنمية من خلال هدم الهياكل الاقتصادية واستنزاف الموارد الوطنية والمادية والبشرية، ويجب تجديدها في المستقبل.
 - 4- التخلف المفروض: تتميز مجتمعات دول آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية بتخلف الهياكل الاجتماعية التي ساعد وجودها على الحكم الاستعماري، أو عدم المساواة الطبقية وانعدام العدالة الاجتماعية ، والازدواجية الاجتماعية هي ممثلة في وجود الأقليات الغنية والجماهير المدفونة في ظل الهياكل الاجتماعية القديمة ، من حيث الإنتاج والاستهلاك، نجد أن الفرد الذي ينتمي إلى العمل ينتج بمعدل مرتفع للغاية ويتلقى أجرًا ضئيلاً مقابل عمله الذي يحد من استهلاكه ، بينما ابن الرجل الغني لا يعمل، لا ينتج، ومع ذلك، فإن دخله مرتفع للغاية، وبالتالي فإن استهلاكه مرتفع. في إطار هذا الوضع الاجتماعي، من الذي يستفيد من عملية التنمية؟ عقبة رئيسية أمام التنمية، حيث تقتصر أهدافها على الطبقات دون بعضها البعض.
- يرى الباحث أن خطة التنمية يجب أن تستوعب جميع شرائح المجتمع حتى لا يسود الصراع بين شرائح المجتمع، ويرى أن الخطة يجب أن تستوعب المجتمع بحيث تقسم إلى مستويات عليا للنخبة، متوسط للمهنيين ومستوى أدنى للعمال المهرة.

تحديات تنمية في العالم الثالث:

هناك تحديات اربعة رئيسيه في المجتمع تجعله في حاله عدم توازن وهي:

- 1 - التحرر من التبعية للخارج.
- 2 - التنمية القائمة على الانتاج والابداع.
- 3 - شموليه المشاركة السياسية.
- 4 - الوحدة الوطنية.

الاعلام وتنمية المجتمع society development :

لعبت وسائل الإعلام دورًا مهمًا في تنمية المجتمعات وإحداث تغييرات في السلوكيات والأنشطة، وقد أجريت العديد من الدراسات والأبحاث التي نظرت في العلاقة بين الإعلام والتنمية، حيث أن العلاقة بين الإعلام والتنمية هي علاقة عريقة. والمتعلقة بالغريزة الإنسانية كنشاط طبيعي للحياة اليومية أجرت اليونسكو دراسات حاولت من خلالها إثارة القضية واعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة في أوائل عام 1992 قرارًا يدعو إلى تطوير الإعلام في والبور شرام المشار إليه في كتابه (الاتصال الجماهيري والتنمية الوطنية) أن الأدوار بين الإعلام والتنمية تدور حول دور الإعلام في توسيع آفاق الناس. كما يمكن أن ترفع من تطلعات الناس ويمكن أن تخلق بيئة مواتية للتنمية، فضلاً عن الوظائف والمهام التعليمية لوسائل الإعلام ودورها في صنع القرار.(شاهين و عبد الحميد، 2011، ص10)

ويرى الباحث أن دور الإعلام في التنمية لا يقتصر على الرقابة فقط، وإنما تحديد أجندة وجانب الأخبار في تزويد الجماهير بالمعلومات والأداء الأدبي المتعلق بالتنمية والتحليل والتفسير.

كما نجد أن عملية التنمية الاقتصادية عملية متكاملة وشاملة ناتجة عن تضافر جهود الأمة، ومن هنا جاءت العلاقة بين الإعلام والتنمية، الأمر الذي يتطلب دراسة وظائف الإعلام في النشاط الاقتصادي واستخدامه. تعتمد وسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية على وجود القيادة لتحقيق مصالح الدولة، ويقول البعض للباحثين: "الحكومات ليس لديها سياسات وخطط شاملة وواضحة لوسائل الإعلام حتى تتمكن من التعامل مع عملية التسليم، تفعيلها وتنظيمها لخدمة المصالح الوطنية وخدمة خطط التنمية ومراحل تنفيذها. تهدف التنمية إلى إرساء أسس بناء الهياكل الأساسية للدولة، فبدون تفكير اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي لا يوجد إعلام ولا يمكن بناء أي منها. التنمية التي تتطلب إنشاء وسائل الإعلام لتوعية الجماهير بأهداف التنمية وباسم التضحية من أجل خير الوطن." (أبو العلا 2008، ص 12)

ويرى الباحث أن دمج الإعلام في عملية التنمية الاقتصادية يتمثل في خدمة مصالح الدولة وعرض أهداف التنمية والسياسات التي تم وضعها لها.

الهدف الاعلامي في مجال التنمية والاعلام التنموي:

تعتمد وسائل الإعلام بشكل أساسي على جمع وتوثيق وتحليل المعلومات والبيانات، وذلك لتحقيق ما يسمى بالنظام الإعلامي، والذي يستخدم لتحقيق هدف الإعلام، وخاصة في مجال الإعلام التنموي. يهدف الهدف الإعلامي إلى تحقيق هدف أو تأثير محدد للإعلام إذا كان المطلوب هو تنفيذ خطة تنموية أو توجيه المواطنين نحو فوائد تنفيذ خطة محددة مثل زيادة الوعي بحركة المرور ومكافحة الفقر أو البطالة، ويعتمد تركيز الإعلام على الكتابة الإعلامية الهادفة التي تقوم على تقديم الأخبار الصحيحة وتوضيح الصورة ما يحتاجه المجتمع بشكل يجسد آماله وتطلعاته في البناء والإعمار والتنمية، ويعتمد أيضاً على الكتابة العلمية. (سمره، 2011، ص 18)

ويرى الباحث أن هناك حاجة لتحسين أساليب الكتابة والتحرير لوسائل الإعلام، وتدريب المحررين والكتاب على التعامل مع كافة المعلومات، وخاصة المعلومات المتعلقة بالتنمية. كما تهدف إستراتيجية التطوير إلى تحقيق التنمية العامة للشركة من حيث:

- 1- زياده الدخل القومي.
- 2- ترقية الانسان اجتماعيا.
- 3- رفع المستوى الاقتصادي.
- 4- تغيير البنيان الاساسي للدول في مرحله التنمية.

وظائف واولويات الاعلام التنموي: (ابراهيم، 2004، ص 104-105)

يجب أن تهدف وسائل الإعلام إلى تحقيق ثلاثة أهداف لتلعب دورها في عملية التنمية:

- زيادة فهم قضايا التنمية.
- ترسيخ روح التضامن في بذل الجهود المشتركة.

- زيادة قدرة الرجال والنساء على تحمل مسؤولية تنميتهم.

ويحدد (شرام) ست مهام اساسيه تمثل الاعلام في عمليه التنمية هي:

- المساهمة في تنمية الانتماء الوطني وتحويل الاهتمام من النطاق المحلي إلى النطاق الوطني.
- المساهمة في نشر وتوضيح البرامج الوطنية
- المساعدة في تعليم المهارات اللازمة.
- توسيع الآفاق وإدخال أساليب جديدة للعيش.
- مساعدة الناس على التطلع إلى المستقبل.
- لإعداد الناس لأداء دورهم كأعضاء في أمة ، كأمة بين دول العالم.

جدول رقم 1 يوضح التوزيع التكراري لاجابات عينة الدراسة علي عبارات المحور الأول: البحوث (حجمها – اتجاهاتها – تأثيرها – مشكلاتها)

المجموع	لا أوافق تماما	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق تماما	العبارات
15	1	1	5	7	1	عدد أبحاث العلاقات العامة التي تم إجراؤها مناسب
15	1	2	4	5	3	تساعد أبحاث العلاقات العامة في معالجة قضايا التنمية
15	1	2	4	6	2	أبحاث العلاقات العامة دائما جيدة
15	1	2	6	4	2	العلاقات العامة تؤثر على واقع المؤسسات
15	1	5	5	2	2	تفتقر أبحاث العلاقات العامة إلى الصدق والدقة واتساق النتائج
15	2	2	4	5	2	تواجه أبحاث العلاقات العامة نقصاً في المراجع

يتبين من الجدول أن (1) فردا بنسبة 6.7% موافقين بشدة علي عدد أبحاث العلاقات العامة التي تم إجراؤها مناسب، كما يوافق (7) بنسبة 47% علي ذلك، وأن هناك (5) أفراد بنسبة 33% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 6.7%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 6.7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (3) أفراد بنسبة 20% موافقين بشدة علي تساعد أبحاث العلاقات العامة في معالجة قضايا التنمية، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (4) أفراد بنسبة 27% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 6.7% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي أبحاث العلاقات العامة دائما جيدة، كما يوافق (6) بنسبة 40% علي ذلك، وأن هناك (4) أفراد بنسبة 27% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي العلاقات العامة تؤثر على واقع المؤسسات، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي تفنقر بحوث تفنقر أبحاث العلاقات العامة إلى الصدق والدقة واتساق النتائج، كما يوافق (2) بنسبة 13% علي ذلك، وأن هناك (5) أفراد بنسبة 33% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (5) فردا بنسبة 33%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 6.7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي تواجه أبحاث العلاقات العامة نقصا في المراجع، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (4) أفراد بنسبة 27% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (2) فردا بنسبة 13% علي ذلك.

جدول رقم 2 يوضح التوزيع التكراري لاجابات عينة الدراسة علي عبارات المحور الثاني: (تقويمك للعلاقة بين الجامعات والمجتمع)

المجموع	لا أوافق تماما	لا أوافق	أوافق إلي حد ما	أوافق	أوافق تماما	العبارات
15	0	1	4	7	3	بحث في العلاقات العامة يكشف المشاكل التي يعاني منها المجتمع
15	1	1	3	5	5	البحث العلمي يعالج مشاكل المجتمع
15	1	2	7	4	1	تخدم الجامعات احتياجات أفراد المجتمع من خلال البحث
15	1	1	7	5	1	تقدم الجامعات الاستشارات البحثية المختلفة في مختلف المجالات
15	1	2	6	4	2	تلتزم الجامعات بقيم المسؤولية الاجتماعية للفرد

15	0	1	3	7	4	تواجه بحوث العلاقات العامة قلة تسهم الجامعات في ميادين الثقافة عن طريق التعليم والبحث
----	---	---	---	---	---	---

يتبين من الجدول أن (3) أفراد بنسبة 20% موافقين بشدة علي بحث في العلاقات العامة يكشف المشاكل التي يعاني منها المجتمع ، كما يوافق (7) بنسبة 47% علي ذلك، وأن هناك (4) أفراد بنسبة 27% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (5) أفراد بنسبة 33% موافقين بشدة علي البحث العلمي يعالج مشاكل المجتمع، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (3) أفراد بنسبة 20% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (1) أفراد بنسبة 7% موافقين بشدة علي تخدم الجامعات احتياجات أفراد المجتمع من خلال البحث، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (7) أفراد بنسبة 45% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (1) أفراد بنسبة 6.7% موافقين بشدة علي تقدم الجامعات الاستشارات البحثية المختلفة في مختلف المجالات، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (7) أفراد بنسبة 45% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي تلتزم الجامعات بقيم المسؤولية الاجتماعية للفرد، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 6.7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (4) أفراد بنسبة 27% موافقين بشدة علي تواجه أبحاث العلاقات العامة نقصا في مدخلات الطلاب الجامعيين في مجالات الثقافة من خلال التعليم والبحث، كما يوافق (7) بنسبة 46% علي ذلك، وأن هناك (3) أفراد بنسبة 20% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (12) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% علي ذلك.

جدول رقم 3 يوضح التوزيع التكراري لاجابات عينة الدراسة علي عبارات المحور الثالث: (مخرجات البحوث وتطبيقاتها)

المجموع	لا أوافق تماما	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق تماما	العبارات
15	0	1	5	4	5	تتركز أسباب البحث العلمي لأسباب شخصية وعلمية واجتماعية

المجموع	لا أوافق تماماً	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق تماماً	العبارات
15	3	6	3	3	0	لدى الدولة آلية لتطبيق نتائج أبحاث العلاقات العامة على تنمية المجتمع
15	2	0	10	3	0	تساعد الجامعات في تزويد القوى العاملة بالمهارات التي يحتاجونها
15	1	1	7	5	1	تحدد نتائج البحث العلمي للعاملين المسارات التي يجب اتباعها للتوجيه
15	1	2	6	4	2	البحوث العلمية أحدثت نقلة في آليات الإنتاج وتقنياته

يتبين من الجدول أن (5) أفراد بنسبة 33% موافقين بشدة علي تتركز أسباب البحث العلمي لأسباب شخصية وعلمية واجتماعية، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (5) أفراد بنسبة 33% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (0) أفراد بنسبة 0% موافقين بشدة علي لدى الدولة آلية لتطبيق نتائج أبحاث العلاقات العامة على تنمية المجتمع، كما يوافق (3) بنسبة 20% علي ذلك، وأن هناك (3) أفراد بنسبة 20% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (6) أفراد بنسبة 40%، والذين لا يوافقون مطلقا (3) فردا بنسبة 20% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (0) أفراد بنسبة 0% موافقين بشدة علي تساعد الجامعات في تزويد القوى العاملة بالمهارات التي يحتاجونها، كما يوافق (3) بنسبة 20% علي ذلك، وأن هناك (10) أفراد بنسبة 66% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (0) فردا بنسبة 0%، والذين لا يوافقون مطلقا (2) فردا بنسبة 14% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (1) أفراد بنسبة 6.7% موافقين بشدة علي تحدد نتائج البحث العلمي للعاملين المسارات التي يجب اتباعها للتوجيه، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (7) أفراد بنسبة 45% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 13% موافقين بشدة علي لقد أحدث البحث العلمي تغييراً في آليات وتقنيات الإنتاج، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (2) فردا بنسبة 13%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 6.7% علي ذلك.

جدول رقم 4 يوضح التوزيع التكراري لاجابات عينة الدراسة علي عبارات المحور الرابع: (انعكاسات البحث علي التنمية)

المجموع	لا أوافق تماما	لا أوافق	أوافق إلي حد ما	أوافق	أوافق تماما	العبارات
15	0	1	3	8	3	يعتبر النمو الاقتصادي من أهم أهداف التنمية لأبحاث العلاقات العامة
15	0	3	6	5	1	ساعد البحث في إرساء أسس العدالة والسلام
15	1	1	6	5	2	تعمل أبحاث العلاقات العامة على زيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك
15	0	0	4	6	5	يساهم البحث التطبيقي في تطوير مؤسسات التنمية
15	0	0	1	4	10	يحتاج تطوير التعليم إلى مزيد من الدراسة والبحث
15	1	4	6	3	1	ساعدت الدراسة العلمية وبحوث العلاقات العامة في اكتشاف الأمراض وعلاجها

يتبين من الجدول أن (3) أفراد بنسبة 20% موافقين بشدة علي يعتبر النمو الاقتصادي من أهم أهداف التنمية لأبحاث العلاقات العامة ، كما يوافق (8) بنسبة 53% علي ذلك، وأن هناك (3) أفراد بنسبة 20% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% .

يتبين من الجدول أعلاه أن (1) أفراد بنسبة 7% موافقين بشدة علي ساعد البحث في إرساء أسس العدالة والسلام، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (3) أفراد بنسبة 20%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (2) أفراد بنسبة 14% موافقين بشدة علي تعمل أبحاث العلاقات العامة على زيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك، كما يوافق (5) بنسبة 33% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (1) فردا بنسبة 7%، والذين لا يوافقون مطلقا (1) فردا بنسبة 7% علي ذلك.

وتبين من الجدول أعلاه أن (5) أفراد بنسبة 33% موافقين بشدة علي يساهم البحث التطبيقي في تطوير مؤسسات التنمية، كما يوافق (6) بنسبة 40% علي ذلك، وأن هناك (4) أفراد بنسبة 27% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (0) فردا بنسبة 0%، والذين لا يوافقون مطلقا (0) فردا بنسبة 0% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (10) أفراد بنسبة 66% موافقين بشدة علي يحتاج تطوير التعليم مزيد من الدراسة والبحث، كما يوافق (4) بنسبة 27% علي ذلك، وأن هناك (1) أفراد بنسبة 7% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (0) فرداً بنسبة 0%، والذين لا يوافقون مطلقاً (0) فرداً بنسبة 0% علي ذلك.

يتبين من الجدول أعلاه أن (1) أفراد بنسبة 7% موافقين بشدة علي ساعدت الدراسة العلمية وبحوث العلاقات العامة في اكتشاف الأمراض وعلاجها، كما يوافق (3) بنسبة 20% علي ذلك، وأن هناك (6) أفراد بنسبة 40% موافقين لحد ما، في حين لا يوافقون (4) فرداً بنسبة 27%، والذين لا يوافقون مطلقاً (1) فرداً بنسبة 7% علي ذلك.

الخاتمة والنتائج والتوصيات

الخاتمة:

البحث العلمي نشاط بشري لا غنى عنه للفرد أو المجتمع ويشير إلى اكتشاف معرفة جديدة أو دراسة موضوع جديد من خلال الملاحظة الدقيقة وجمع البيانات وتحليلها بشكل مناسب ودراسة الأسباب والأسباب وتحديد تكاليف العلاج.

النظرية الموجهة لهذا البحث هي تصور الإطار النظري للظواهر الاجتماعية والبشرية المتعلقة بالموضوع، وأن ينظر الباحث إلى ما تم كتابته حول الموضوع قيد البحث وفهم ما يتعلق بموضوع مشاكل الموضوع. للبحث من خلال الكتابة الوصفية التي تشمل عرض الحقائق وتحليلها وتفسيرها من خلال الفرضيات.

وبالتالي، من خلال هذه الدراسة التي تناولت أبحاث العلاقات العامة ودورها في المجتمع الفترة 2019-2023م، وتناولت هذه الأبحاث لأهداف التنمية المستدامة لخطة الأمم المتحدة للتنمية، أوضحت الدراسة أن أبحاث العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في تنمية المجتمع من خلال تحليل المحتوى لبحوث العلاقات العامة ودعم البحث بإجابات من المتخصصين في هذا الموضوع والتي جاء معظمها مع وجود علاقة بين هذه الأبحاث والمجتمع التنموي.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة لعدد من النتائج نذكرها في النقاط التالية:

- 2- أظهرت الدراسة أن الجامعات تساعد في بلورة الوعي الثقافي وإثراء المشهد الثقافي من خلال التعليم والبحث.
- 3- أوضحت الدراسة أن أبحاث العلاقات العامة تساعد في معالجة قضايا التنمية من خلال إجراء قدر كاف من البحث.
- 4- أكدت الدراسة أن لبحوث العلاقات العامة دور فاعل في الكشف عن مشاكل التنمية.
- 5- كما أكدت الدراسة أن بحوث العلاقات العامة ضرورية لمزيد من الاستقرار وزيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك.
- 6- كما أوضحت الدراسة أن الهيكل التعليمي المناسب يلعب دوراً فعالاً في تطوير البحث العلمي من خلال تلبية احتياجات الباحثين وتنمية مهاراتهم.

- 7- أكدت الدراسة أن الاتجاهات الإعلامية التنموية تناولت الجوانب الإيجابية للتنمية أكثر من الجوانب السلبية.
- 8- بينت الدراسة أن معظم البحوث التطبيقية في المؤسسات لا تعالج مشاكل حقيقية بسبب عدم إفشاء المعلومات وعدم قبول المؤسسات للنتائج لمعالجة المشاكل.
- 9- خلصت الدراسة إلى أن النمو الاقتصادي من أهم أهداف التنمية التي تؤثر على بحوث العلاقات العامة.
- 10- بينت الدراسة أن البحث العلمي يكشف الحقائق والمعلومات لحل المشكلات التي تواجه المجتمعات.
- 11- خلصت الدراسة إلى عدم وجود آلية متخصصة لتطبيق نتائج أبحاث العلاقات العامة لتنمية المجتمع.
- 12- أثبتت الدراسة أن تطبيق نتائج البحث العلمي له تأثير كبير على تطوير المؤسسات التنموية.
- 13- أكدت الدراسة أن المراكز البحثية تعاني من نقص التمويل والتجهيزات والإمدادات الكافية.
- 14- خلصت الدراسة إلى أن تقديم المشورة الفنية والمهنية للدولة والقطاع الخاص يأتي مصحوباً ببحث علمي موثوق وموثوق في تطبيقه.
- 15- أكدت الدراسة أن الندوات والموائد المستديرة والمؤتمرات تهدف إلى تنمية المجتمع وتنقيفه.
- 16- بينت الدراسة أن بحوث العلاقات العامة ضرورية لمزيد من الاستقرار وزيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك.
- 17- أكدت الدراسة قلة البحوث التي تتناول تغير المناخ في المجتمع وكيفية القضاء على الجوع.

التوصيات:

في ضوء هذه النتائج، تم تقديم عدد من التوصيات، على وجه الخصوص:

- 1- الاهتمام ببحوث العلاقات العامة لمزيد من الاستقرار والإنتاج من خلال التركيز على دراسات وبحوث التنمية لتحقيق التنمية المستدامة.
- 2- ضرورة تحقيق هدف بحوث العلاقات العامة ، وألا يقتصر البحث على الحصول على الدرجة العلمية وتحفيز الباحثين وتطبيق نتائج البحث الميداني لتطوير المؤسسات.
- 3- إجراء المزيد من الدراسات حول اتجاهات التطور السلبية لوسائل الإعلام والمشكلات التي واجهتها لإزالتها.
- 4- توعية الباحثين بمنهج الفكر والابتكار والإبداع وحرية الفكر بدلاً من الحفظ واسترجاع ما يكتبه الآخرون.
- 5- ضرورة تطوير أداء العاملين في مجال العلاقات العامة بحيث تكون هناك مادة جيدة للدراسة والبحث لتحقيق التنمية في المجتمع.
- 6- على الدولة الاهتمام بالبحث العلمي والتخطيط الاستراتيجي لربط البحث بقضايا المجتمع وتوجيه الجامعات لإنشاء مراكز بحثية متخصصة وتحقيق التنمية المستدامة.
- 7- يجب أن تحظى نتائج البحث العلمي باهتمام مؤسسات المجتمع بكافة شرائحه، ويجب أن تلتزم المؤسسات بالمصداقية والشفافية حتى تنعكس في تطوير المؤسسة.
- 8- تنسيق المشاركة الدولية والدورات التدريبية داخليا وخارجيا وتوفير مصادر خارجية في العلاقات العامة في المكتبات.
- 9- على الجامعات المساعدة في بلورة الوعي الثقافي وإثراء المشهد الثقافي من خلال تنظيم الندوات والموائد المستديرة والمؤتمرات التي تهدف إلى تنمية المجتمع وتنقيفه.

- 10- ضرورة وجود شراكة بين وزارة التعليم العالي والجامعات لبحث المشكلات الحقيقية التي تواجهها المؤسسات للاستفادة من نتائج البحث ودفعها إلى أصحاب القرار.
- 11- توعية المؤسسات بأهمية العلاقات العامة من خلال المواقع الإلكترونية بسبب صعوبة المحاضرات والندوات

المراجع:-

- 1- ابراهيم، محمد سعد، الاعلام التنموي والتعددية الحزبية، ط1، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2004.
- 2- ابوالعلا، يسري محمد، استراتيجية الاعلام والتنمية، ط1، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008.
- 3- ابوسمرة، محمد، الاعلام التنموي، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، 2011.
- 4- اسعيد، محمد فايز، مشاكل التنمية في العالم الثالث، ط1، الرياض، دار الوطن للنشر، 1984.
- 5- الامام، وفيقي السيد، البحث العلمي، القاهرة، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2008.
- 6- البكري، فؤاد العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط1، القاهرة، دار نهضة الشرق، 2010.
- 7- الجبور، سناء، الاعلان الاجتماعي، ط1، عمان دار اسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- 8- درة، عبدالباري ابراهيم، العلاقات العامة، ط1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.
- 9- رضا، عدلي سيد محمد و العبد، عاطف عدلي، التخطيط الاعلامي، ط1، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001.
- 10- زويلف، مهدي حسن، العلاقات العامة، ط1، عمان، مكتبة المجتمع العربي، 2010.
- 11- زين، منصور عثمان، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، ط1، السودان، شركة مطابع السودان للعملة، 2008.
- 12- ستيل، فريزر بي ، ترجمة سعد حسني، ممارسة العلاقات العامة، ط1، فلسطين، دار الكتاب الجامعي، 2007.
- 13- شاهين، احمد و عبد الحميد، صلاح، الاعلام والتنمية، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2011.
- 14- شلبي، كرم، معجم المصطلحات الاعلامية، ط2، بيروت، دار الجيل، 1994.
- 15- طلعت، شاهيناز محمد، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1986.
- 16- العبد، عاطف عدلي، التخطيط الاعلامي، ط1، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
- 17- العبد، عاطف علي و العبد، نهي عاطف، الاعلام التنموي والتغيير الاجتماعي، القاهرة، دار الايمان، 2007.
- 18- عبدالرحن، عواطف، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.
- 19- عبدالمجيد، همت حسن، دراسات في الاتصال التنموي، ط1، القاهرة، مصر العربية للنشر والتوزيع، 2010.

- 20- العزاوي، عبدالرحمن حسين، أصول البحث العلمي، ط1، عمان، دار الخليج، 2005.
- 21- غريب، غريب عبدالسميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة، 1996.
- 22- كشك، محمد بهجت، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، اسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2007.
- 23- اللبدي، نزار عوني، ادارة العلاقات العامة وتنميتها، ط1، الاردن، دار دجلة، 2015.
- 24- لقاء الجزيرة نت مع د. ابراهيم بدران وزير التربية والتعليم الاردني الاسبق بتاريخ 2010/10/4.
- 25- مذكور، ابراهيم، المعجم الوسيط في اللغة العربية، ط3، القاهرة، دار المعارف، 313.
- 26- مصطفى، عبدالحكيم خليل، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي، ط1، القاهرة، دار العالمية للنشر والتوزيع، 2009.