

دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية

" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك "

إعداد/

محمد بن حسن بن مسفر ال مهدي القحطاني

إشراف/

العام الدراسي:

2024

3.....	المقدمة
4.....	مشكلة الدراسة
5.....	أهمية الدراسة:
6.....	أهداف الدراسة:
7.....	أسئلة الدراسة:
8.....	فرضيات الدراسة:
9.....	نموذج الدراسة:
10	الدراسات السابقة:
22	الفجوة البحثية:
25	المنطلقات النظرية للدراسة:
27	المنهجية وطرق البحث:
28	مصادر البيانات :
28	أدوات الدراسة:
29	الأساليب الإحصائية المستخدمة:
30	حدود الدراسة :
31	المراجع:

المقدمة

تشهد المؤسسات الحديثة تطوراً ملحوظاً في تعاملها مع البيانات الرقمية وتكاملها ضمن عملياتها اليومية، مما جعل أمن المعلومات وحمايتها أولوية قصوى لضمان استمرارية الأعمال والحفاظ على ثقة الجمهور فمع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا، تواجه المؤسسات مخاطر متزايدة تتطلب تبني استراتيجيات اتصال فعّالة تدعم الأمن المعلوماتي وتستجيب للتحديات المتغيرة، وفي هذا السياق، تبرز العلاقات العامة كأداة حيوية في تفعيل هذه الاستراتيجيات، حيث تلعب دوراً مهماً في التوعية وبناء جسور الثقة بين المؤسسة والجمهور، مما يضمن تحقيق الأمان المعلوماتي ويعزز استقرار المؤسسة.

كما تساهم إدارة العلاقات العامة في المؤسسات، وخاصة تلك الحكومية، في تعزيز صورتها العامة وتأكيد التزامها بالأمان والشفافية في تعاملاتها، ومن هنا تتضاعف أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحساسة مثل هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، التي تتعامل مع بيانات حساسة للمواطنين والشركات وتعمل تحت منظومة تتطلب دقة عالية في الأمان، لذا تلتزم العلاقات العامة في هذه المؤسسات بوضع استراتيجيات اتصالية أمنية تُعنى بحماية المعلومات وتوعية جميع الأطراف المرتبطة بأهمية الالتزام بإجراءات الأمان المعلوماتي. (رمضان، 2021)

تُعتبر الاستراتيجية الاتصالية الأمنية عاملاً أساسياً للحفاظ على سلامة البيانات وحمايتها من أي تهديدات محتملة، وتعمل العلاقات العامة هنا على توجيه وإدارة هذه الاستراتيجية من خلال نشر ثقافة الأمن المعلوماتي، وتوضيح السياسات للمؤسسة والعاملين بها والجمهور، وتقديم إرشادات واضحة تعزز من وعي الأفراد بأهمية حماية المعلومات، إضافةً إلى ذلك تُعد العلاقات العامة جهة مسؤولة عن إدارة التواصل في أوقات الأزمات، فتقوم بتقديم معلومات دقيقة ومحدثة للجمهور، مما يساهم في الحد من انتشار الشائعات وضمان استقرار المؤسسة وسمعتها. (بشير، 2018)

في هذه الدراسة، سيتم تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية، مع التركيز على نموذج هيئة الزكاة والضريبة والجمارك كمؤسسة حكومية ذات دور حساس سيوضح البحث كيف تساهم العلاقات العامة في بناء استراتيجيات فعّالة تدعم أمان المعلومات، وتحافظ على الثقة بين الهيئة وجمهورها، من خلال وضع وتنفيذ خطط تواصل تستجيب للاحتياجات الأمنية للمؤسسة والجمهور.

ومن ثم جاءت هذه الدراسة بعنوان أثر دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك".

مشكلة الدراسة

تواجه المؤسسات الحديثة تحديات متزايدة تتعلق بحماية المعلومات والبيانات في ظل التطور التكنولوجي السريع واعتمادها المتزايد على الأنظمة الرقمية، ومع تنامي المخاطر الأمنية مثل الهجمات السيبرانية وتسريب البيانات، بات من الضروري تبني استراتيجيات متكاملة تحمي المعلومات وتعزز من كفاءة العمليات الاتصالية، وفي هذا الإطار تأتي أهمية العلاقات العامة كعامل أساسي لدعم وتنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية الأمنية، إذ تسهم في إدارة الاتصال الفعال بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، وتعمل على تعزيز الثقة والشفافية. (حزرا الله، 2020)

وتتمثل المشكلة في المؤسسات الحكومية وخاصة تلك التي تتعامل مع بيانات ذات طابع حساس، مثل هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، في كيفية تحقيق التوازن بين ضمان أمان المعلومات وبين التواصل الفعال مع الجمهور، وتبرز هنا أهمية دور العلاقات العامة في نشر الوعي بأهمية الأمان المعلوماتي وإدارة الأزمات بشكل يحقق استقرار المؤسسة ويحافظ على سمعتها، ورغم أهمية هذا

الدور يواجه قسم العلاقات العامة في المؤسسات تحديات تتعلق بتحديد أساليب الاتصال المناسبة، وصياغة رسائل تتماشى مع متطلبات الأمان، وتقديم المعلومات بدقة وشفافية في ظل الالتزام بإجراءات الأمان.

وتكمن مشكلة الدراسة في تحديد مدى فعالية إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة والضريبة والجمارك في تطبيق الاستراتيجية الاتصالية الأمنية، وكيفية تأثيرها على تحقيق الأمان المعلوماتي وضمان استمرارية التواصل الفعال مع الجمهور في الأوقات العادية والأزمات، كما تهدف الدراسة إلى تحليل الأساليب التي تتبعها العلاقات العامة في الهيئة لتعزيز أمان المعلومات، وتقييم مدى كفاءة هذه الاستراتيجيات في تحقيق الأهداف الأمنية، مما يسهم في تقديم توصيات لتعزيز دور العلاقات العامة في هذا المجال.

ومن ثم تتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في التعرف على أثر دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة والضريبة والجمارك".

أهمية الدراسة:

تزايدت أهمية إدارة الاستراتيجيات الاتصالية الأمنية في المؤسسات لا سيما تلك التي تتعامل مع بيانات حساسة مثل المؤسسات الحكومية، وفي ظل التطور التكنولوجي والهجمات السيبرانية المتنامية، يصبح الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في ضمان أمان المعلومات وبناء الثقة مع الجمهور أمراً حاسماً، وتبرز أهمية هذه الدراسة في فهم وتحليل دور العلاقات العامة في تعزيز الأمان المعلوماتي.

الأهمية النظرية:

تكمُن الأهمية النظرية لهذه الدراسة في إسهامها بتوسيع المعرفة العلمية حول دور العلاقات العامة في حماية الأمان المعلوماتي داخل المؤسسات، توفر الدراسة إطاراً نظرياً يساعد الباحثين والأكاديميين على فهم التداخل بين إدارة الأزمات الأمنية والاستراتيجيات الاتصالية، مما يُمكن من تطوير دراسات مستقبلية تعتمد على هذه المعرفة، كما تسد الدراسة فجوة بحثية مهمة، إذ تركز على المؤسسات الحكومية الحساسة مثل هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، مما يوفر أبعاداً جديدة في البحث حول استراتيجيات الأمان الاتصالي في هذا السياق.

الأهمية التطبيقية:

توفر هذه الدراسة تحليلاً عملياً يمكن أن يفيد أصحاب القرار والمديرين في المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص، حيث تقدم رؤى وتوصيات حول كيفية تفعيل دور العلاقات العامة في حماية المعلومات، وتوعية الجمهور والموظفين بسبل الأمان النتائج المستخلصة من الدراسة تساعد المؤسسات على تطوير إجراءات فعالة للتواصل الأمني وإدارة الأزمات بشكل يضمن ثبات العمليات واستقرار السمعة المؤسسية.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها (البعد الثقافي - البعد الاتصالي - البعد الوقائي - البعد الاعلامي - البعد الاداري) في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك".

ويتفرع من الهدف الرئيسي مجموعة من اهداف الفرعية التي تتمثل في:

- التعرف على دور البعد الثقافي للعلاقات العامة في الاستراتيجية الاتصالية الأمنية " دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك .
- معرفة مدى تأثير البعد الاتصالي للعلاقات العامة في الاستراتيجية الاتصالية الأمنية " دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك
- التعرف على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الوقائي للعلاقات العامة في الاستراتيجية الاتصالية الأمنية " دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- التعرف على دور البعد الاعلامي للعلاقات العامة في الاستراتيجية الاتصالية الأمنية " دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- التعرف على مدى تأثير البعد الاداري للعلاقات العامة في الاستراتيجية الاتصالية الأمنية " دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك
- تقديم توصيات تأمل الباحثة أن تساعد الاعلاميين وإدارة العلاقات العامة في تحسين الاستراتيجيات الاتصالية الأمنية داخل المؤسسات والمصالح الحكومية.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيسي الأول لهذه الدراسة: هل يوجد دور فعال للعلاقات العامة بأبعادها (البعد الثقافي - البعد الاتصالي - البعد الوقائي - البعد الاعلامي - البعد الاداري) في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك"؟

ويتفرع منه مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتمثل في:

- ما مدى البعد الثقافي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك ؟
- إلى أي مدى يؤثر البعد الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك ؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الوقائي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك ؟
- هل يوجد دور فعال للبعد الاعلامي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك ؟
- إلى أي درجة يؤثر البعد الاداري للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك ؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين دور العلاقات العامة بأبعادها (البعد الثقافي - البعد الاتصالي - البعد الوقائي - البعد الاعلامي - البعد الاداري) وبين إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك

ويتفرع من هذه الفرضية مجموعة الفرضيات الفرعية التالية:

- يؤثر البعد الثقافي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- يؤثر البعد الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- يؤثر البعد الوقائي للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- يوجد تأثير فعال ذو دلالة إحصائية للبعد الاعلامي في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.
- يوجد دور فعال ذو تأثير ايجابي للبعد الاداري للعلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك.

نموذج الدراسة:

- تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها (البعد الثقافي - البعد الاتصالي - البعد الوقائي - البعد الاعلامي - البعد الاداري) في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك، ومن ثم تنطلق من هذه الدراسة ثلاث متغيرات على النحو التالي:

- المتغير المستقل: العلاقات العامة بأبعادها (البعد الثقافي - البعد الاتصالي - البعد الوقائي - البعد الاعلامي - البعد الاداري)

- المتغير التابع: إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية



من اعداد الباحث

الدراسات السابقة:

1. دراسة (رمضان، 2021)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية

الأمنية: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية الفلسطينية.

استخدم الباحث المنهج الكيفي الوصفي باستخدام أداة المقابلات المعمقة مع مدير وحدة الإعلام

المركزي الفلسطيني/ مكتب الناطق الرسمي باسم وزارة الداخلية الفلسطينية، ومدير وحدة التخطيط

الاستراتيجي الأمني في وزارة الداخلية الفلسطينية، ونائب مدير وحدة التخطيط الاستراتيجي الأمني في الوزارة، ومدير مكتب الناطق الرسمي باسم وزارة الداخلية الفلسطينية، وممثلي ومدراء العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية الفلسطينية، وذلك بهدف استطلاع رأيهم حول دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة أبرزها: وجود استراتيجية اتصالية أمنية، معمول بها منذ أعوام داخل وزارة الداخلية الفلسطينية، وتعتمد دوائر العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية في بناء الاستراتيجية الاتصالية الأمنية على الاحتياجات والأهداف والتطلعات الخاصة بها، ويتم إشراك دوائر العلاقات العامة في الإدارات المركزية في بناء الخطة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية، وذلك من خلال مجموعة من اللقاءات الدورية بين الأجهزة الأمنية والمحددة بالعلاقات العامة لتبادل الخبرات واتخاذ الإجراءات الضرورية.

وفي نهاية الدراسة أوصى الباحث بعدة توصيات أهمها: عند صياغة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية يجب تشكيل لجنة مكونة من جميع الأجهزة الأمنية والعسكرية لتكون موحدة لجميع الأجهزة، وضرورة مراجعة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية كل ستة أشهر لفحص نقاط الضعف ومعالجتها ونقاط القوة وتدعيمها، واعتماد بناء الاستراتيجية الاتصالية الأمنية على الأهداف المشتركة لجميع الأجهزة الأمنية والعسكرية، وأهداف وزارة الداخلية بشكل عام.

2. دراسة (ملياني، 2020)

إن أهمية الإعلام وارتباطه بقضية الأمن الوطني والأزمات الأمنية قد تعاظمت في كثير من الدول في ظل ثورة الاتصالات وظهور أشكال ووسائل جديدة من الإعلامي إلا أن هذه الوسائل

الإعلامية الجديدة قد تحولت في العصر الحالي إلى أدوات تستخدمها البعض في أوقات الأزمات بشكل سلبي قد يهدد الأمن والسلم الاجتماعي خاصة مع غياب تطبيق الأمن الإعلامي الناتج عن غياب خطة استراتيجية إعلامية تعمل على توظيف وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الأمنية، وأصبح ذلك من أكثر التحديات التي تواجه الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية والتربوية معا.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية وآرائهم نحو أهم استراتيجيات تعميم مفهوم الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية ودورها في إدارة هذه الأزمات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن تفعيل استراتيجيات الأمن الإعلامي في أوقات الأزمات الأمنية سوف يعزز الشعور بالانتماء والمواطنة والمحافظة على الهوية الوطنية يكفل الارتقاء بالأداء الإعلامي وفقا لقواعد المهنية المتمثلة بتقديم الخدمة الإخبارية، والمعلومة الصحيحة، ويحقق الأمن الوطني مما يحافظ على أمن البلاد واستقرارها.

3. دراسة (سالم، 2021)

في ظل انتشار جائحة فيروس "كوفيد-19" والتي ألقت بظلالها على أداء الحكومات وممارستها الاتصالية في جميع أنحاء العالم؛ شهدت القطاعات الحكومية تحولا كاملا في نظم وممارسات العمل على نحو لم يشهده العالم من قبل؛ فبسبب التباعد الاجتماعي وتغير نمط وجودة الحياة وتبني نظام العمل عن بعد؛ تعاظمت أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية في التواصل مع أصحاب المصالح وإنجاز المهام والأهداف المختلفة. لذا

اتجهت الحكومات نحو العالم الرقمي بكافة أدواته ووظفتها بفاعلية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية لخدمة توجهات الدولة عبر مؤسساتها الحكومية في شتى المجالات.

وفي هذا السياق اعتمدت مختلف المؤسسات الحكومية بدولة الإمارات ومنها المؤسسات الشرطية على وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الرقمي، في استجابتها لهذه الجائحة، فقد باتت المؤسسات الأمنية تعتمد على هذه الوسائل كأدوات اتصالية أساسية نظرا لفعاليتها في نشر المعلومات بسرعة وسهولة، والتفاعل وإدارة الحوار مع الجمهور المستهدف، والتوعية وتنشيط استجابة الجمهور أوقات المخاطر، والرد على الشائعات، ونشر الثقافة الأمنية، وبث روح المواطنة والانتماء، وغير ذلك من أهداف الاتصال الحكومي. ومن هذا المنطلق هدفت الدراسة بشكل رئيسي إلى تحليل ممارسات الاتصال الحكومي للقيادة العامة لشرطة عجمان إزاء جائحة فيروس "كوفيد-19" بمراحلها المختلفة، وذلك عبر حسابها الرسمي على منصة "الانستجرام".

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وفي إطاره تم توظيف الرصد والتحليل الكمي والكيفي لمحتوى المنشورات في الفترة من منتصف شهر فبراير وحتى منتصف شهر يونيو عام 2020، حيث تزامنت تلك الفترة مع الموجه الأولى لانتشار الجائحة. وقد أظهرت النتائج فعالية الممارسة الإلكترونية عبر تنوع أهداف ومضامين النشر، وتوافق طبيعة المنشورات مع طبيعة الظروف التي يشهدها المجتمع، حيث تم ممارسة الهدف الإعلامي والإخباري عبر نشر المعلومات التي تهتم الجمهور في ظل تداعيات الجائحة، والمنشورات الإرشادية والتحذيرية والتوعوية لتوضيح الإجراءات الاحترازية والوقائية لحماية الأفراد والمجتمع ككل، كما تم الاهتمام بالمنشورات التحفيزية لتوجيه الجمهور لاستخدام الخدمات الإلكترونية عبر التطبيق الذكي، وشرح كيفية الاستخدام بالصور

والفيديوهات، كما لوحظ الاهتمام بطمأنه الجمهور عبر إبراز الجاهزية الشرطية والاستعداد الكامل للتعامل مع الجائحة.

وفي هذا الإطار توصلت الدراسة للعديد من المقترحات لدعم فعالية ممارسات الاتصال الحكومي وخاصة في القطاع الأمني، منها: الاهتمام بالدراسات وإعداد التقارير الدورية عن تفاعل الجمهور مع المحتوى لاتخاذ القرارات الاتصالية المناسبة والاستراتيجيات الفعالة في إدارة الاتصالات خاصة أوقات الطوارئ، ورسم سياسة وخطة محددة للنشر، والتركيز على رفع مستوى تأهيل فريق إدارة المحتوى الرقمي، وضرورة اهتمام القطاع الأمني بالتوعية الإعلامية للجمهور وبخاصة الأطفال والشباب.

4. دراسة (صقر، 2018)

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة، تعد هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية Descriptive Studies.

واستخدمت المنهج المسحي لعينة من العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مصر وعددهم ٢٣٠ مفردة (فئات العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في هذه الدراسة - إدارة عليا - إدارة وسطى - إدارة دنيا) واختيرت عينة عمدية في الفترة الزمنية من 2007/1م - 2008/1م استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أثبتت النتائج أن مطبوعات العلاقات العامة تساهم في زيادة معرفة الجمهور بالمنظمة وساهم في إبراز دور المنظمة تتأثر بالمستوى التعليمي وتتأثر أيضاً بمهنة الموظف، ولكن لا تتأثر بعمر الموظف وأيضاً لا تتأثر بنوع الموظف سواء ذكراً

أو أنثى، كما أن مطبوعات العلاقات العامة لا يمكن الاستغناء عنها كما تساهم في حل الشائعات حول المنظمة.

5. دراسة (الخياط، 2019)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة في نجاح العلاقات العامة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتناولت الدراسة عدة نقاط، أوضحت الأولى نشأة الصحافة الإلكترونية.

واستعرضت الثانية مفهوم الصحافة الإلكترونية، وأشارت الثالثة إلى مميزات الصحافة الإلكترونية، وعرضت الرابعة خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه.

وتوصلت الدراسة إلى بعض الاستنتاجات منها، أن الصحافة الإلكترونية تمتاز عن الصحافة الورقية بإمكانية التحديث المستمر والمباشر في نقل الأحداث الإخبارية، و أن الصحافة الإلكترونية تمتاز عن الصحافة الورقية التفاعلية، و أن الصحف الإلكترونية تمتاز عن الصحف الورقية باستخدامها الوسائط المتعددة "الصوت، الصورة، الفيديو".

وأوصت الدراسة بضرورة بحث الصحافة الورقية على ضرورة إدخال المزيد من التطوير في المضمون والمهنية والبنية التحتية، لكون هذه الوسائل لا تزال هي الجهة الرسمية المعترف بها من قبل الدولة، بل هي الجهة الوحيدة التي لها الحق في نشر وتعديل البيانات الرسمية للمواطن.

6. دراسة (بشير، 2018)

هدفت الدراسة للتعرف على دور العلاقات العامة في الإرشاد الزراعي بالتطبيق على إدارة العلاقات العامة بوزارة الزراعة والثروة الحيوانية ولالية شمال كردفان، من (2013-2018 م)، وعلى الأنشطة والبرامج والوسائل العلمية، والطرق التي تتعرف بها إدارة العلاقات العامة على نجاح برامجها، وما المشاكل والتحديات التي تواجهها.

تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة دور العلاقات العامة في الإرشاد الزراعي بوزارة الزراعة والثروة الحيوانية ومعرفة الأساليب والطرق المنهجية والعلمية المتبعة للإرشاد الزراعي، والجهود التي تقوم بها في ذلك، لترقية الأداء الزراعي، وتجويده وإتقانه، وليكون المزارع أكثر فاعلية، مجال الدراسة العلاقات العامة.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمسحي في جمع المادة العلمية، ومن الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها لتحقيق أهدافها: (المقابلات، الاستبانة والملاحظة المباشرة) بالإضافة للمصادر الثانوية.

من أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة، توصلت الدراسة إلى أن المرشدين الزراعيين يستخدمون العديد من الطرق والوسائل والأساليب الإرشادية في العملية الإرشادية، والتي تسهم وتزيد من فاعلية تدريب المزارعين، وفي إيصال رسالة الوزارة وتحقيق أهدافها، وتحقق إدارة العلاقات العامة أهدافها من خلال الإنتاج والمشاركة في البرامج والأنشطة، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من المشاكل والمعوقات التي تواجه الإدارة العامة لنقل التقنية والإرشاد والتدريب وتحد من أداء رسالتها الاتصالية.

من أبرز توصيات الدراسة: وضع خطة استراتيجية زراعية شاملة وواضحة نحو الإنتاج للنهوض بالقطاع الزراعي، تضعها وزارات الزراعة والثروة الحيوانية، المالية، الغابات، الموارد البشرية، والطاقة والري، رصد الميزانيات الخاصة بتنفيذ الخطط الإرشادية، ولتوفير وسائل الحركة، والمواد والوسائل والمعينات والأجهزة السمعية والبصرية الإرشادية الحديثة، ضرورة إنشاء قناة فضائية تلفزيونية موجهة، تبث برامج إرشادية زراعية، لتحقيق أهداف الإرشاد الزراعي، وإحداث طفرة في التنمية الزراعية.

7. دراسة (حزر الله، 2020))

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور دائرة العلاقات العامة في جامعة بيرزيت في إدارة التواصل خلال أزمة الأقساط الدراسية، التي استمرت من 16 ديسمبر 2019 حتى 9 يناير 2020 تركزت الدراسة على تحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها دائرة العلاقات العامة أثناء الأزمة، وعلى مدى تأثير قرارات الإدارة العليا على هذه الاستراتيجيات.

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أدوات مثل المقابلات المعمقة مع نائب رئيس الجامعة للتنمية والاتصال، وفريق العلاقات العامة، ورئيس مجلس اتحاد الطلبة، بالإضافة إلى توزيع استبانة إلكترونية على عينة من طلبة الجامعة شملت 500 طالب وطالبة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة التي تبرز الجهود الاتصالية التي بذلتها دائرة العلاقات العامة خلال الأزمة، حيث أظهرت النتائج أن الدائرة قامت بأداء اتصالي جيد ومتميز في التواصل مع الجمهور باستخدام قنوات متعددة، شملت وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للجامعة، ومع ذلك تبين أن دائرة العلاقات العامة استخدمت نظرية التواصل خلال الأزمات الموقفية

بشكل جزئي، ولم تستند من كامل استراتيجياتها، حيث اعتمدت على استراتيجيات الإنكار والتقليل والتعزيز بدلاً من التركيز على استراتيجيات إعادة البناء، التي تعد أكثر فاعلية في معالجة الأزمات وتعزيز الثقة مع الجمهور.

وأظهرت النتائج كذلك التأثير الواضح والمباشر لقرارات الإدارة العليا على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة، حيث كانت قرارات الإدارة تفرض تعديلات على الاستراتيجيات بما يتناسب مع توجهات القيادة الجامعية، مما أثر أحياناً على استجابة العلاقات العامة لحاجات الطلاب وتوقعاتهم، ومن هنا برزت الحاجة إلى إعطاء دائرة العلاقات العامة مرونة أكبر في اتخاذ القرارات الاتصالية بما يخدم تعزيز ثقة الجمهور الداخلي، وخاصة الطلاب، خلال الأزمات.

وفي ضوء هذه النتائج أوصت الدراسة بضرورة تطوير الدور الاتصالي لدائرة العلاقات العامة خلال الأزمات من خلال اتباع آليات تواصل جديدة تتجاوز الأساليب التقليدية، وشملت التوصيات أيضاً أهمية إجراء مسوحات دقيقة لقياس توجهات الطلاب خلال وبعد انتهاء الأزمة، مما يسهم في صياغة استراتيجيات اتصالية تلبي احتياجاتهم، كما شددت الدراسة على أهمية إشراك دائرة العلاقات العامة بشكل فعال في عملية صنع القرار، وضمان ارتباطها مباشرةً برئيس الجامعة خلال الأزمات، إلى جانب تعزيز قدرات موظفي العلاقات العامة من خلال توظيف كوادر متخصصة في مجالات العلاقات العامة والاتصال لضمان تقديم أداء احترافي في التعامل مع الأزمات.

8. دراسة (عبادي، 2017)

تعد العلاقات العامة وظيفة متخصصة تعتمد على المؤسسات بكافة أشكالها في تحقيق أهدافها، وتتميز العلاقات العامة بكونها نشاطاً اتصالياً متعدد الأهداف والغايات، حيث تربط بين المؤسسات وبين العاملين داخل المؤسسة بمختلف مستوياتهم، وبين المؤسسة والمحيط المتواجدة فيه.

وفي مقولة لبول جاريت Paul Garret حول العلاقات العامة أكد أن هذه الأخيرة تتمثل في الجهود المستمرة التي تبذلها الإدارة لكسب ثقة الجماهير و تكوين صورة طيبة في أذهانهم، ويظهر من هنا أن العلاقات العامة تهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع بإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة كمؤسسة تخدم المجتمع و تعمل على صيانة مصالحه، إذا كانت العلاقات العامة تمثل مكوناً حيوياً في حياة أي مؤسسة في ظروف العمل العادية، فإنها تصبح أكثر أهمية خلال الأزمات التي قد تعترضها باعتبار أنها تعمل في بيئة تتسم بالحركة والتغيير، حيث تعد جزءاً أساسياً لإدارة الأزمة، فالعلاقات العامة القائمة على علاقات وطيدة مع جماهير المؤسسة) وسائل الإعلام، الرأي العام، الجماهير المعنية بالمؤسسة) هي بالتأكيد المدخل الصحيح لحماية سمعة المؤسسة وصورتها أثناء الأزمات.

9. دراسة (عبد الجليل، 2019)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الصراع التنظيمي، حيث عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن مفهوم الصراع، والصراع التنظيمي، والمفهوم الإجرائي للصراع في الدراسة.

واعتمدت على منهج المسح الوصفي والتحليلي، وتمثلت الأدوات في صحيفة الاستبيان تم تطبيقها على عينة مكونة من (200) فرد من ممارسي العلاقات العامة في (18) مؤسسة مصرية، خلال ثلاثة شهور متتالية (أبريل ومايو ويونيو 2018).

وكشفت النتائج عن قبول صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأدوار الرسمية المسندة لممارسي العلاقات العامة ومستوى حدوث بعض المتغيرات داخل المؤسسة. واختتمت الدراسة بأهم التوصيات، ومنها أنه إذا استطعنا معالجة الصراعات بكفاءة فسوف نعزز من تقديرنا لأنفسنا ونكسب احترام المحيطين بنا سواء على صعيد الحياة العملية أو الشخصية.

الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Wael, 2022)

تعتبر قضية الأسرى الفلسطينيين داخل سجون الاحتلال الإسرائيلي قضية إنسانية بامتياز، حيث تؤثر على كل أسرة فلسطينية نتيجة غياب الزوج أو الزوجة أو الابن، فلا يخلو بيت فلسطيني تقريباً من أسير أو أكثر، وحتى النساء والأطفال وكبار السن لم يسلموا من هذه الاعتقالات.

وكانت مشكلة الدراسة التعرف على دور العلاقات العامة في وزارة شؤون الأسرى والمحررين في توعية الجمهور الفلسطيني بقضية الأسرى، وطبيعة هذا الدور والوسائل المستخدمة لجلب الدعم والتضامن مع هذه القضية الهامة والحساسة من خلال الدراسة التطبيقية على العاملين في الوزارة.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن البحث الوصفي، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي، وتم اختيار المنهج المسحي من خلاله، وتؤثر الوزارة بشكل إيجابي على مستوى تضامن الجمهور مع قضية الأسرى، ويتفق معظم المبحوثين إلى حد كبير على أن للعلاقات العامة دور في صنع القرار في الوزارة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن هناك عوامل خارجية تؤثر على عمل العلاقات العامة وخدماتها، وقد قدم الباحث مجموعة من التوصيات كان أبرزها أن تهتم إدارة العلاقات العامة بالتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للوزارة لرسم سياسة الإدارة وخططها.

2. دراسة (Ali , 2024)

هدفت الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة لتعزيز وضع المؤسسات الحكومية الأردنية، وتحديدًا مؤسسة الضمان الاجتماعي، وتحليل رضا الجمهور عن خدمات مؤسسة الضمان الاجتماعي لتحسين وضعها.

هذا بحث وصفي يستخدم أساليب المسح، تم تطبيق الاستبيان لجمع البيانات من المستجيبين للإجابة على أسئلة الدراسة تم إعطاء عينة كرة الثلج استبيان، تتكون العينة من 400 مشترك في مؤسسة الضمان الاجتماعي من المناطق الشمالية والوسطى والجنوبية.

النتائج: وفقاً للمؤشر العام، احتلت الاستراتيجية الإقناعية المرتبة الأولى بين استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة في مؤسسة الضمان الاجتماعي لتحسين وضعها، تليها استراتيجية الإعلام واستراتيجية بناء الإجماع على التوالي، واحتلت استراتيجية المناقشة المرتبة الأخيرة، تم الكشف عن أبعاد وضع الجمهور الأردني الناتجة عن طرق الاتصال الراسخة في الدراسة، علاوة على ذلك، كان

رضا الجمهور عن خدمات تعزيز وضع مؤسسة الضمان الاجتماعي مرتفعاً أيضاً، تم الكشف عن أن أدوات الاتصال الأكثر أهمية التي استخدمتها مؤسسة الضمان الاجتماعي لتعزيز وضعها هي موجز الأخبار الإلكتروني، تليها منصات التواصل الاجتماعي.

الاستنتاجات: تعطي شركة SSC الأولوية لاستراتيجيات العلاقات العامة لتعزيز مكانة الشركة، وبناءً على النتائج، يوصى بأن توفر شركات SSC البيئة المناسبة لاستراتيجيات الاتصال عبر جميع الأبعاد (استراتيجية الإعلام، واستراتيجية الإقناع، واستراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الحوار) وتوفر الدعم والقدرات اللازمة لتحسين هذه البيئة، ونظراً لأن تحديد المكانة أمر بالغ الأهمية لنمو شركة SSC وتطورها واستدامتها، فإن الدراسة تحث على الاهتمام بها عن كثب على جميع المستويات (الإدراكية والعاطفية والسلوكية).

الفجوة البحثية:

تتعدد الدراسات السابقة التي تناولت دور العلاقات العامة في سياقات متعددة، مما يكشف عن فجوات بحثية مهمة تحتاج إلى مزيد من الاستكشاف، في دراسة رمضان (2021)، تم التركيز على دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية بوزارة الداخلية الفلسطينية، حيث استخدم الباحث المنهج الكيفي الوصفي من خلال إجراء مقابلات مع عدد من المسؤولين، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك استراتيجية اتصالية أمنية قائمة، ولكنها أوصت بضرورة مراجعتها بشكل دوري لضمان فعاليتها هذه النتائج تشير إلى الحاجة لمزيد من الدراسات التي تتناول كيفية تطوير هذه الاستراتيجيات وتطبيقها بشكل أكثر فعالية في بيئات متنوعة.

أما دراسة ملياني (2020)، فقد رصدت التحديات التي تواجه الإعلاميين في توظيف وسائل الإعلام خلال الأزمات، مشددة على أهمية الأمن الإعلامي كعنصر حيوي هنا تكمن الفجوة في ضرورة استكشاف كيفية تعزيز هذه الاستراتيجيات الإعلامية في ظل التطورات السريعة في وسائل الاتصال، وذلك لتجنب المخاطر التي قد تهدد الأمن الاجتماعي.

في سياق مختلف، تناولت دراسة سالم (2021) تأثير جائحة كوفيد-19 على ممارسات الاتصال الحكومي، حيث تم تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في استجابة المؤسسات الأمنية، وقد أبرزت الدراسة فعالية هذه الوسائل، مما يستدعي إجراء أبحاث إضافية لفهم كيفية استمرار تحسين هذه الممارسات بعد انتهاء الأزمات، خاصة في سياق الاتصالات الرقمية.

من جهة أخرى، أكدت دراسة صقر (2018) على فاعلية مطبوعات العلاقات العامة في تعزيز المعرفة لدى الجمهور، لكنها لم تستكشف كيف يمكن لهذه المطبوعات أن تتكيف مع التغيرات السريعة في تفضيلات الجمهور، لذلك تبرز الحاجة لدراسات تتناول كيفية تحديث استراتيجيات التواصل بشكل مستمر لتلبية احتياجات المجتمع المتغيرة.

إضافة إلى ذلك، تناولت دراسة الخياط (2019) دور الصحافة الإلكترونية في تعزيز العلاقات العامة، مما يسلط الضوء على ضرورة التوجه نحو دراسة العلاقة بين الوسائط التقليدية والحديثة وكيفية تكاملها لتعزيز فعالية الاتصال، وفي دراسة بشير (2018)، تم استكشاف دور العلاقات العامة في الإرشاد الزراعي، حيث أوصت بضرورة وضع خطة استراتيجية شاملة هذه التوصيات تشدد على أهمية البحث في كيفية تنفيذ هذه الخطط والتعاون بين الجهات المختلفة لتحقيق الأهداف المرجوة.

أما دراسة حزر الله (2020)، فقد أظهرت التأثير المباشر لقرارات الإدارة العليا على استراتيجيات العلاقات العامة، مما يدعو إلى مزيد من البحث حول كيفية تحقيق توازن بين الإدارة المركزية واحتياجات الجمهور خلال الأزمات.

في النهاية، توضح دراسة عبادي (2017) أهمية العلاقات العامة في تعزيز الثقة بين المؤسسة والمجتمع، مما يبرز الحاجة لدراسات مستقبلية تتناول استراتيجيات مبتكرة لتعزيز هذه الثقة في الأوقات الحرجة، وبالانتقال إلى السياق الأجنبي، فإن دراسة (Wael, 2022) تناولت دور العلاقات العامة في وزارة شؤون الأسرى والمحررين، مؤكدة على تأثيرها الإيجابي في توعية الجمهور هذه الدراسة تفتح المجال للبحث في كيفية تعزيز دور العلاقات العامة في قضايا إنسانية أخرى، فإن دراسة (Ali, 2024) التي تناولت استراتيجيات الاتصال في مؤسسة الضمان الاجتماعي، أكدت على أهمية رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة، مما يستدعي ضرورة استكشاف كيفية تحسين هذه الاستراتيجيات بشكل مستمر، وبذلك تتضح الفجوات البحثية في الدراسات السابقة التي تتطلب مزيد من الاستكشاف والبحث لتحسين فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في مختلف السياقات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تُعتبر المنطلقات النظرية الأساس الذي يُبنى عليه البحث، حيث تُسهم في توضيح المفاهيم وتحديد الإطار النظري الذي يوجه الدراسة في هذه الدراسة، يتم الاعتماد على مجموعة من المنطلقات النظرية التي تدعم البحث في دور العلاقات العامة وتأثيرها في سياقات مختلفة.

1. نظرية العلاقات العامة التفاعلية:

تعتبر هذه النظرية من الأسس المهمة لفهم كيفية تفاعل المؤسسات مع الجمهور تشير إلى أن العلاقات العامة ليست مجرد نقل للمعلومات، بل هي عملية تفاعلية تتطلب الاستماع إلى الجمهور وفهم احتياجاته وتوقعاته، وهذا يتطلب من المؤسسات بناء استراتيجيات اتصالية تتسم بالشفافية والفعالية، مما يعزز من ثقة الجمهور في المؤسسة.

2. نظرية الفعالية الاتصالية:

تسلط هذه النظرية الضوء على أهمية تحقيق أهداف الاتصال من خلال استخدام استراتيجيات واضحة ومناسبة، تُبرز أهمية القياس والتقييم في عملية العلاقات العامة، حيث يجب على المؤسسات أن تضع مؤشرات قياس لتحديد مدى نجاح حملاتها الاتصالية هذا يتيح للمؤسسات التعرف على النقاط القوية والضعيفة في استراتيجياتها، وبالتالي تحسين أدائها في المستقبل.

3. نظرية الأطر (Framing Theory):

تركز هذه النظرية على كيفية عرض المعلومات وتفسيرها من قبل وسائل الإعلام والجمهور تؤكد على أن الطريقة التي تُعرض بها القضايا تؤثر على كيفية فهم الناس لها. لذا، يُعد فهم الأطر المستخدمة في التواصل مع الجمهور أمراً حيوياً، حيث يمكن أن تؤثر في كيفية استقبال المعلومات وقراءتها.

4. نظرية التأثير الاجتماعي:

تتناول هذه النظرية كيفية تأثير وسائل الإعلام والعلاقات العامة على سلوك الجمهور. تشير إلى أن المعلومات المقدمة يمكن أن تؤثر في القيم والمعتقدات والسلوكيات، من هنا فإن فهم تأثير العلاقات العامة على سلوك الجمهور يُعد من الجوانب المهمة في الدراسة، خاصة في سياقات الأزمات أو الأحداث المهمة.

5. نظرية إدارة الأزمات:

تعتبر هذه النظرية ضرورية لفهم كيفية استجابة المؤسسات للأزمات والتواصل مع الجمهور خلال هذه الفترات، تُركز على أهمية التخطيط المسبق ووضع استراتيجيات واضحة للتواصل أثناء الأزمات، مما يُعزز من قدرة المؤسسات على تجاوز التحديات واستعادة الثقة.

6. نظرية الشفافية في العلاقات العامة:

تشير هذه النظرية إلى أهمية الشفافية في بناء علاقات جيدة بين المؤسسات وجمهورها، تؤكد على أن المؤسسات التي تتبنى نهج الشفافية في اتصالاتها تكسب ثقة الجمهور وتعمل على تعزيز رضاهم الشفافية تعني توصيل المعلومات بشكل دقيق ومباشر، وتوضيح أي تضارب في المعلومات بشكل سريع وفعال.

7. نظرية شبكة العلاقات (Network Theory):

تركز هذه النظرية على أهمية بناء شبكة من العلاقات مع مختلف الجهات، مثل وسائل الإعلام، والجمهور، والجهات الحكومية، وغيرها تعتبر العلاقات العامة عنصراً حيوياً في إدارة هذه الشبكات، حيث تسهم في تعزيز التواصل الفعال وتبادل المعلومات.

تُعزز المنطلقات النظرية المذكورة أعلاه من فهم دور العلاقات العامة في سياقات متعددة، وتساعد في توجيه البحث نحو استكشاف كيف يمكن تحسين استراتيجيات العلاقات العامة في ظل التغيرات السريعة في بيئة التواصل من خلال هذه المنطلقات، تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى جديدة تعزز من فعالية العلاقات العامة وتؤكد على أهميتها في بناء علاقات مستدامة مع الجمهور.

المنهجية وطرق البحث:

- نظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجيات الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي

في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

➤ المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.

➤ المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك .

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

➤ القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من بالمملكة العربية السعودية و المتمثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.

➤ القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم

الاجتماعية SPSS – Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

– أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم

استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات العاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.

- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات

الدراسة.

- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل

في المتغير التابع

حدود الدراسة :

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بالتعرف على دور العلاقات العامة في إدارة

الاستراتيجية الاتصالية الأمنية" دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة

و الضريبة و الجمارك

- حدود مكانية إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و الضريبة و الجمارك بالمملكة العربية

السعودية.

- حدود زمانية: العام الدراسي 2024.

- حدود بشرية : تم التطبيق علي العاملين في إدارة العلاقات العامة بهيئة الزكاة و

الضريبة و الجمارك بالسعودية.

المراجع:

- بشير، محمد الأمين حامد أبكر، و يوسف، حسن أحمد الحسن. (2018). دور العلاقات العامة في الإرشاد الزراعي: بالتطبيق علي وزارة الزراعة والثروة الحيوانية بولاية شمال كردفان من 2013 - 2018 م) رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، أم درمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/998147>
- حرز الله، فاطمة نبيل علي، و سرحان، عبدالكريم. (2020). (دور العلاقات العامة في التواصل خلال الأزمات: جامعة بيرزيت نموذجا) رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329794>
- الخياط، مهند بن ميرزا مهدي. (2019). دور الصحافة الإلكترونية في نجاح العلاقات العامة دراسات عربية وإسلامية، ج73 ، 121 - 99 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/981370>
- رمضان، حلمي موفق، و الكوع، معين فتحي محمود. (2021). (دور العلاقات العامة في إدارة الاستراتيجية الاتصالية الأمنية: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية الفلسطينية) رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1236858>
- سالم، شيماء السيد، و الخطاط، دينا. (2021). استراتيجيات الاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي إزاء جائحة "فيروس كورونا المستجد". مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، مج13، ع3 ، 218 - 179 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1309949>

➤ صقر، رلي عبدالرحمن. (2018). فاعلية مطبوعات العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على

الجمهور. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع19 ، 236 - 211مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/902226>

➤ عبادي، إيمان. (2017). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسة مجلة الحكمة

للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع11 ، 155 - 138مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/848736>

➤ عبدالجليل، منى محمود، و حسين، محمد حسنى. (2018). دور العلاقات العامة في إدارة الصراع

التنظيمي: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة في عينة من الشركات المصرية. /المجلة

العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع22 ، 102 - 72مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1068472>

➤ ملياني، خلود عبدالله محمد. (2020). استراتيجيات مفهوم الأمن الإعلامي وأهمية تطبيقها في

أوقات الأزمة الأمنية. /المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج7، ع5 ، 137 - 116مسترجع

من <http://search.mandumah.com/Record/1202227>

➤ Ali Yahya Bader Al Hadeed,(2024), Communication Strategies for Public

Relations in Enhancing the Image of Jordanian Government Institutions: A

Field Study on the Social Security Corporation, Faculty of Mass

Communication, University of Yarmouk, Irbid, Jordan

➤ Wael AbdulRazaq y. Al-Manama,(2022), The role of public relations in

educating the Palestinian public about the issue of prisoners under the

occupation An applied study on the employees of the Ministry of Detainees
and Ex-Prisoners Affairs, College of Media, University of Baghdad

Mid-Ocean University

College of Management

Public Relations Major



**The role of public relations in managing the security
communication strategy "An applied study on the
management of public relations in the Zakat, Tax and
Customs Authority"**

Preparation:

ALQAHTANI, MOHAMED HASSAN

Supervision:

Dr.

1446-2024