

**دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز الوعي الجمهور بالتطبيق على امانة المنطقة
الشرقية في المملكة العربية السعودية**

**The role of public relations management strategies in enhancing public awareness, applied
to the Eastern Province Municipality in the Kingdom of Saudi Arabia**

إعداد الطالب / عبداللطيف سعيد القحطاني

الرقم الجامعي / 252000808

إشراف /

د. 000000

العام الدراسي:

2025

خطة الدراسة

مقدمة

تتمثل الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة في إنشاء سمعة المؤسسات الحكومية والحفاظ عليها وحمايتها، وتعزيز مكانتها وإبراز صورة إيجابية. تتطلب العمل على التحليل والفهم للعوامل المختلفة التي تشكل المواقف العامة تجاه الحكومة. فهي أداة مهمة لتقديم برامج التوعية العامة. وتتضمن وضع سياسة شاملة فيما يتعلق العلاقات العامة الفعالة ومعرفة كيفية بناء حملة لتحديد الأهداف والنتائج المرجوة، بالإضافة إلى القيود التي تعمل من خلالها الحملة، من أجل تحقيق نجاحها الشامل للأهداف المخطط لها. (الرشدي، 2024).

كان السبب وراء ظهور العلاقات العامة كمهنة متخصصة هي تلك الظروف السياسية الاقتصادية والاجتماعية التي أفرزت مناخا نفسيا ضاغطا، إذا فالعلاقات العامة علم يتصل اتصالا مباشرا بالظروف والأوضاع غير العادية فالمشكلات والأزمات والظروف الضاغطة وعدم الاستقرار والأزمات وغيرها من الاسباب المباشرة لتطور وازدهار العلاقات العامة. فالمهمة الاستراتيجية للعلاقات العامة لا تضحّ بجلاء إلا عندما تواجه الحكومة أو المؤسسة أزمة ما تهدد وضعها ومقدرتها على العمل والمنافسة أو تهدد وجودها ذاته وقدرتها على البقاء إذ تصبح المؤسسة في ذلك الوقت عرضة للجمهور ومراقبة وسائل الإعلام. (الحربي، 2021).

لذلك العلاقات العامة هي ظاهرة اجتماعية تتمتع بجاذبية متميزة لدى المتخصصين والعامة حيث ولدت بمولد الإنسان وفرضت نفسها على مستوى تعامل الأفراد فيما بينهم حيث أصبحت العلاقات العامة مفهوما ونشاطا واحدا من مظاهر المعاصرة وجانبا بارزا من جوانب الحياة فهي جزء من فلسفة حياتنا الاجتماعية لما تنطوي عليه من تصور الطبيعة للعلاقات الاجتماعية التي يمارسها الأفراد ضمن المؤسسات (زكريا، 2021).

لذلك مفهوم العلاقات العامة هو ظاهرة اجتماعية ولدت مع الإنسان ونشأت بالضرورة في كل مجتمع بشري فهي تتطور بتطور المجتمعات نتيجة الاحتكاك الاجتماعي بين أفرادهم ومنظماتهم وهيئاته ولا شك أن تعقد المجتمعات وتشعبها والعلاقات الانسانية في شتى الميادين قد جعل الناس يدركون أن هذه العلاقات جديرة بالدراسة والبحث والاستقصاء. (حسام، 2022).

فالعلاقات العامة كانت ولا تزال قطب الروحي في كل مجتمع فلقد كانت الهيئات والمؤسسات تحاول حل مشكلاتها بطرق اجتهادية تخطئ أحيانا وتصيب أحيانا أخرى إلى أن وصلت هذه العلاقات إلى درجة كبيرة من التعقيد الشديد في المجتمعات الحديثة. إن الهدف الأسى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتره التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة أو المخترعات العلمية التي غيرت وجه التاريخ

العلاقات العامة هي عملية التواصل الاستراتيجي التي تبني وتحافظ على علاقات مفيدة بين المؤسسة وجمهورها، حيث تهدف إلى تعزيز الوعي العام بالمؤسسة أو المنظمة من خلال بناء سمعة طيبة، وزيادة الثقة، وإدارة الأزمات. إنها تعتمد على استراتيجيات متعددة مثل الاتصال عبر القنوات الرقمية والإعلام التقليدي، والتفاعل المباشر، والشفافية لخلق صورة إيجابية والتأثير في الرأي العام (حاتم، 2021).

وقد اكتسب تطوير الأداء الإعلامي في المملكة اعترافاً عالمياً كمحفز قوي لتشكيل الوعي الجمعي لدى جماهير ومواطني المملكة العربية السعودية وعلى الرغم من أن العلماء يختلفون مع البحث التجريبي، إلا أنه من المعتقد على نطاق واسع أن تطوير الوعي الإعلامي لدى الجماهير يؤدي إلى النمو وتحقيق الاستدامة وذلك من خلال زيادة الوعي حول الرؤية المستقبلية للأمور من خلال وعي قوي لدى الجمهور. (الحربي، 2021).

تشارك أمانة المنطقة الشرقية في نمو وتطور الوعي لدى جماهير المملكة، وذلك في المقام الأول من خلال جلب قيم وفوائد اقتصادية واجتماعية وحياتية متعددة، ومن خلال المساعدة في بناء قيمة وصورة وهوية للإعلام الوطني في المنطقة. ومع ذلك، وباعتبارنا مساهمين مهمين في النمو الاقتصادي يجب علينا أيضاً مواجهة التحديات والمشاكل المحتملة التي قد تنشأ عن استخدام وسائل إدارة العلاقات العامة والعمل على تحسين الوعي الجمعي للجماهير من خلال تطوير الأداء الإعلامي بأمانة المنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية. (عبد المنعم، 2024).

قد ينشأ تشتت المعلومات، وانتشار الأخبار الكاذبة، والتأثير السلبي على الخصوصية والسلامة، وتحديات التحكم في سمعة وجودة الوجهات. وانطلاقاً من الأدوار الوظيفية التي يمكن أن يلعبها إدارة العلاقات العامة، بل وقدرته على تعريف مستخدميه بطرق تفكير الآخرين وآرائهم حيال قضايا الوطن المختلفة، والعمل على دعم استراتيجيات إدارة العلاقات العامة في دعم ونشر المفاهيم والآليات المرتبطة بزيادة وعي الجمهور حول قضايا مثل التنمية المستدامة ورؤية المملكة 2030 وكيف يمكن أن تعزز هذه الاستراتيجيات أداء أمانة المنطقة الشرقية في تحسين الوعي لدى الجمهور السعودي، وانطلاقاً من هذه التساؤلات تنطلق الدراسة الحالية إلى محاولة طرح نموذج للعلاقة بين العامل الإعلامي المتمثل في إدارة العلاقات العامة، ودوره على تعزيز استراتيجيات الوعي لدى الجماهير بالمملكة العربية السعودية

مشكلة الدراسة

ينبع الاهتمام بالعلاقات العامة كونها الكيان الاعتباري لأي مؤسسة ، والسبب المُساعد في بقائها ، لأن جهاز العلاقات العامة لاي مؤسسة هو المسئول الأول عن بناء وتحسن سمعتها وتحقيق اهدافها، وينبع اختار موضوع هذه الدراسة من اهتمام المملكة في الوقت الحالي بالتنمية الخاصة بالوعي الجماهيري تجاه العديد نم القضايا التي تخص الوطن والمواطن والتي تسعى إلى جودة حياة المواطن في المملكة العربية السعودية ، وما قع على عاتق العلاقات العامة من مسئوليات بالمؤسسات المنوطة بادراة البرامج الخاصة بالوعي الجماهيري ، والاستراتيجيات التي تجب ان تتبعها لتحقيق ذلك .(أبو عرقوب،2019).

الدراسة تسعى إلى التعرف على دور ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور من خلال استراتيجيات العلاقات العامة لتحقيق تحسين وتعزيز الوعي لدى الجمهور السعودي كما ستساهم في توجيه الجهود الحكومية والخاصة من خلال زيادة دور امانة المنطقة الشرقية في عمليات تحسين العلاقات العامة وتعدد مصادرها الموثوقة في المملكة العربية السعودية.

تتولى أمانة المنطقة الشرقية مهام تطوير المنطقة وخدماتها البلدية، وتستخدم العلاقات العامة لتعزيز الوعي الجماهيري بها وبمشاريعها وخدماتها عبر التواصل مع الجمهور وتلقي ملاحظاتهم. تهدف الأمانة إلى تعزيز الوعي من خلال التواصل المباشر، وتقديم معلومات عن مشاريعها.

حيث ستساهم هذه الدراسة في فهم أفضل لتأثير وسائل ادارة العلاقات العامة على تنمية وعي الجمهور بالدور الإعلامي لأمانة المنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية. وستقدم توصيات ومقترحات عملية لتعزيز الاستخدام الفعال لهذه الاستراتيجيات المتمثلة في (تحديد الأهداف الذكية - • بناء العلاقات الإعلامية - تطوير المواد الاتصالية) في تعزيز الوعي لدى الجمهور. ولما كان ادارة العلاقات العامة يمثل ركنا أساسيا من أركان المنظومة الجديدة الذي أصبح يلعب بها دورا كبيرا ومهما كأداة للتعبئة الجماهيرية، فإن مشكلة الدراسة تتلخص في الآتي:

ما هو دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور في امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة إلى أهمية علمية (نظرية) وأهمية عملية (تطبيقية) يمكن إضاحها كما يلي

أولاً: الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

- أن إدارة العلاقات العامة بما يمثله من انتشار كبير واستحواذ على اهتمام قطاعات كبيرة من جماهير وسائل الإعلام ربما بإمكانه القيام ببعض الأدوار في تعزيز الاستراتيجيات الخاصة ببعض القضايا الملحة لا سيما المرتبطة بتشكيل الوعي تجاه القضايا الوطنية سواء كان الاقتصادية أو الاجتماعية
- تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها تركز على الجمهور السعودي باعتباره من أكثر الجماهير ارتباطاً من غيرهم بالتقنيات الحديثة
- اهتمام الكيانات الإعلامية في المملكة بدراسة افضلية السبل الممكنة للاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال إدارة العلاقات العامة

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

- تكمن أهمية دراسة تأثير وسائل إدارة العلاقات العامة على وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية على تعزيز دور امانة المنطقة الشرقية من خلال وضع اليات وطرق عمل واستراتيجيات عمل تهدف الى، تطوير القطاع الإعلامي والتحول بالكامل الى ادارة العلاقات العامة أمراً ضرورياً لتشكيل الوعي الجمعي للجمهور في المملكة العربية السعودية، ومن خلال فهم تأثير مواقع ادارة العلاقات العامة،
- تبرز أهمية الدراسة في اظاهر مدى التعاون بين وسائل ادارة العلاقات العامة وامانة المنطقة الشرقية السعودية لرفع وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية في ظل رؤية المملكة 2030
- تقدم الدراسة توصيات حول الدور الفاعل الذي يلعبه الجمهور في التفاعل والتواصل في شبكات الاعلام عبر منصات التواصل الاجتماعي بما يعزز دور استراتيجيات العلاقات العامة بأمانة المنطقة الشرقية في

المملكة العربية السعودية

اهداف الدراسة

يمكن تحديد الهدف الرئيسي للدراسة الرئيسي كما يلي " بيان دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية"

من خلال ما توصلنا اليه وبناء على تحديد الهدف الرئيسي للدراسة تم اشتقاق عدد من الأهداف الفرعية:

- (1) الوقوف على المزايا والنتائج المحتملة من دور ادارة العلاقات العامة على تحسين وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية.
- (2) دراسة تأثير استراتيجيات إدارة العلاقات العامة على تنمية الوعي الجماهيري بفوائد ادارة العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية.
- (3) التعريف بأهمية برامج ادارة العلاقات العامة الالكترونية في التأثير على تحسين الأداء وتعزيز الوعي لدى الجماهير باليات الأداء الاعلامي بالمملكة العربية السعودية
- (4) التعرف على الأسس النظرية للعلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور في ضوء رؤية المملكة 2030
- (5) تحليل التأثيرات المختلفة لهذه للمنصات الإعلامية الرقيمة، وكذلك كيفية تعزيز استخدامها العملي في الترويج لوضع أساليب جديدة لتنمية الوعي لدى الجمهور
- (6) بيان معوقات تنمية مجال ادارة العلاقات العامة الذي تواجهه امانة المنطقة الشرقية من اجل الوصول إلى نتائج وتوصيات إيجابية تعود بالفائدة على المملكة والقطاع الإعلامي بها.

أسئلة الدراسة الفرعية

السؤال الرئيسي للدراسة

ما هو دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية؟

يمكن ان اشتقاق عدد من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

- (1) ما هو دور تحديد الأهداف الذكية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية؟
- (2) ما هو دور بناء العلاقات الإعلامية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية؟

(3) ما هو دور تطوير المواد الاتصالية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية

بالمملكة العربية السعودية؟

(4) ما المعوقات التي تحول دون أداء جهاز العلاقات العامة لدوره بشكل فعال، وبالأخص في دعم الوعي

ال جماهيري؟

(5) ما طبيعة العلاقة بين اليات ادارة العلاقات العامة والتوسع في اليات وطرق الأداء الإعلامي بأمانة المنطقة

الشرقية في ضوء رؤية 2030؟

فرضيات الدراسة

فرضيات البحث العلمي تمثل رأياً لحل المشكلة وتتم صياغتها في ضوء المعلومات والبيانات المبدئية التي يمتلكها الباحث. وهي بمثابة تخمينات وتوقعات لطريقة حل مشكلة الدراسة. فرضيات البحث العلمي تعبر عن تفسير أولى لمعالجة مشكلة الحالية التي تدور حول أثر استراتيجيات الاعلام في تعزيز وعي الجمهور

فرضية الدراسة الرئيسية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على استراتيجيات وسائل ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور في المملكة العربية السعودية

الفرضية رقم 1:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لدور تحديد الأهداف الذكية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية.

الفرضية رقم 2:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لدور بناء العلاقات الإعلامية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية

الفرضية رقم 3:

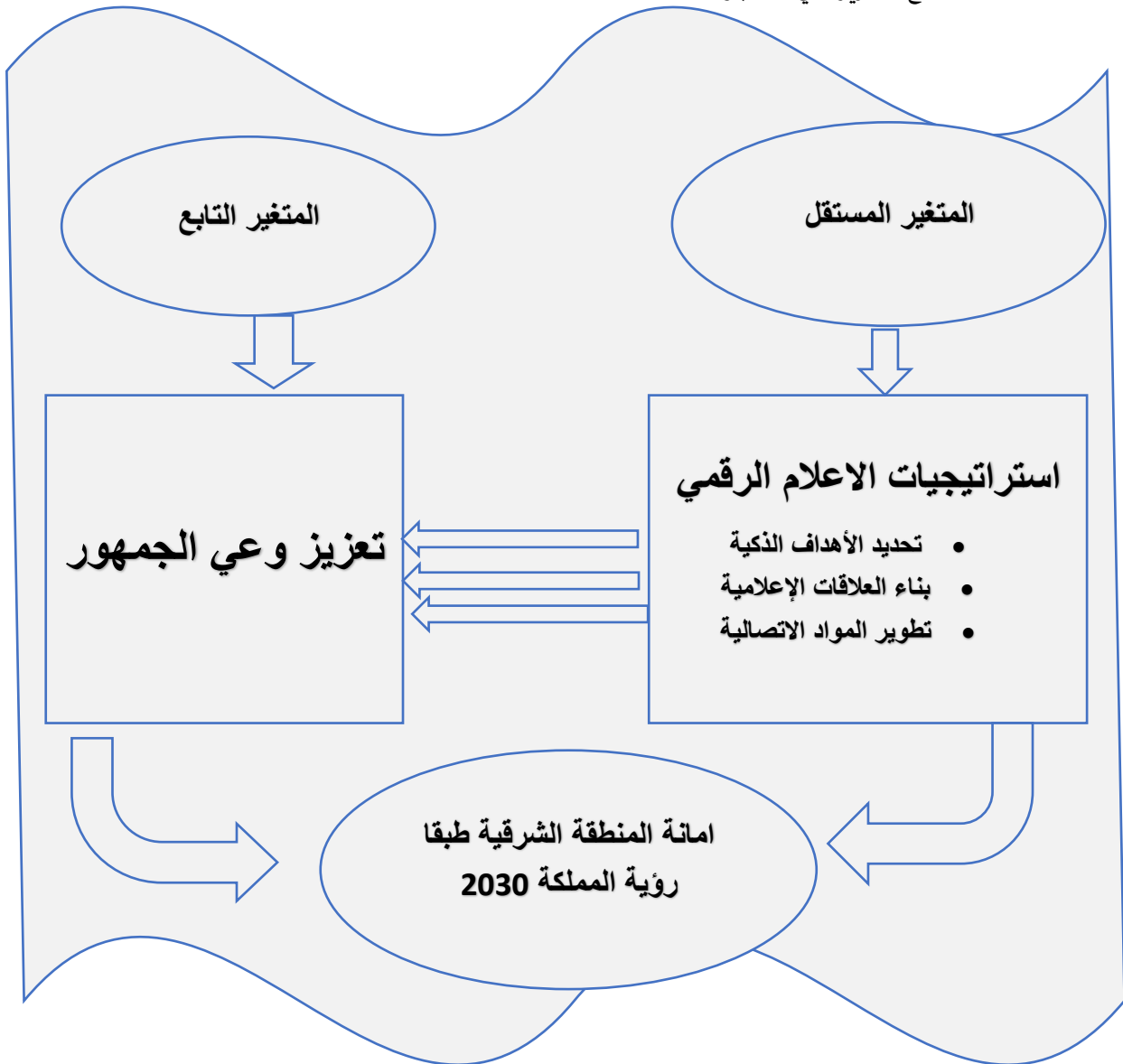
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لدور تطوير المواد الاتصالية في تعزيز وعي الجمهور بالدور الذي تمارسه

امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية

متغيرات الدراسة

• المتغير المستقل / استراتيجيات ادارة العلاقات العامة

• المتغير التابع / تعزيز وعي الجمهور



شكل 1 اعداد الباحث نموذج الدراسة

مصطلحات الدراسة

مفهوم الاستراتيجية

- اصطلاحاً: هي خطة طويلة الأمد تُستخدم لتحقيق أهداف بعيدة من خلال تحديد الوسائل اللازمة لتحقيقها، وغالباً ما ترتبط بالتخطيط المنهجي والقرارات التي تُبنى على تحليل للبيئة الداخلية والخارجية (الرشيدي، 2024).
- اجرائياً: هو أنها مجموعة من القرارات والإجراءات والخطط المنظمة التي تُتخذ لتحقيق أهداف طويلة الأمد بشكل فعال وكفاء

مفهوم العلاقات العامة

- اصطلاحاً: هي جهود اتصالية استراتيجية ومخططة تهدف إلى بناء علاقات متبادلة المنفعة مع مختلف أصحاب المصلحة مثل الجمهور، وسائل الإعلام، الموظفين، والمستثمرين. (زكريا، 2021).
- اجرائياً: يتمحور حول وظيفة إدارية استراتيجية تسعى لبناء علاقات مفيدة ومستمرة مع الجمهور والجمهور الداخلي والخارجي، وذلك من خلال الاتصالات الهادفة والمخططة لتعزيز الثقة والفهم

مفهوم وعي الجمهور

- اصطلاحاً: هو حالة عقلية تتضمن إدراك الذات والعالم الخارجي من خلال الحواس، وهو ما يجعلك تستجيب للمحيط وتفهم الأحداث من حولك. كما يُشير إلى المعرفة الذاتية بالأفكار والمشاعر، ويمتد ليشمل فهم القضايا الاجتماعية والسياسية. (العتيبي، 2019).
- اجرائياً: هو نقيض للوجود، يدرك نفسه بالتناقض مع كل شيء آخر عداه، ويكون حراً بقدر ما يقف بمعزل عن كل شيء آخر، كل شيء على الإطلاق. ولكي توجد الحرية، يجب أن يكون الوعي شيئاً قائماً بذاته، في استقلال عن كل شيء، بما في ذلك المعرفة والأفكار

أمانة المنطقة الشرقية

أمانة المنطقة الشرقية هي الجهة الحكومية المسؤولة عن تطوير الخدمات البلدية والتخطيط العمراني في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، بهدف تحويلها إلى مدن حديثة ذات جودة عالية تضاهي أفضل المدن العالمية.

تشمل مهامها الرئيسية تحسين البنية التحتية، وصيانة المرافق العامة، وتطوير الحدائق والمتنزهات، وتنفيذ مشاريع معالجة مياه الأمطار، بالإضافة إلى الأسواق والمجسمات الجمالية في مدنها.

الدراسات السابقة:

دراسة (احمد 2024)

تهتم هذه الدراسة بمعرفة عن دور العلاقات العامة الرقمية بمواقع الوزارات الخدمية في زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية في ظل الأدوات التكنولوجية المتاحة للعلاقات العامة في استخدامهما في المواقع الإلكترونية. , حيث هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة المعلومات المقدمة من العلاقات العامة الرقمية للتوعية بقضايا التغيرات المناخية ورصد الوسائط التي تستخدمها العلاقات العامة في تقديم المحتوى في الموقع الإلكتروني بالإضافة لقياس رضا الجمهور عن العلاقات العامة الرقمية ودورها في التوعية بقضايا التغيرات المناخية ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد علي المنهج المسحي ومن ثم تحليل البيانات وربطها وإيجاد العلاقات من خلال التحليل الإحصائي وتوصلت الدراسة أن وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية يزداد بزيادة رضاهم عن العلاقات العامة الرقمية بالمواقع الإلكترونية، ورضا الجمهور عن الأدوات المتنوعة المستخدمة بالمواقع الإلكترونية يزيد من فهم الجمهور للقضايا المناخية, كما توصي الدراسة ضرورة قيام الوزارات الخدمية بتطوير المحتوى التوعوي الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. تشجيع الوزارات الخدمية التفاعل النشط مع المتابعين عبر التعليقات والردود، وكذلك تشجيع المشاركة في المسابقات والحملات التوعوية المختلفة.

دراسة (الرشيدي 2024)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى قدرة إدارة العلاقات العامة على المساهمة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في جامعة الكويت من خلال أنشطتها وبرامجها التدريبية والتواصلية المتنوعة. واستخدمت الدراسة أداة المقابلة التي أجريت على عدد من الخبراء في الجامعة، وأداة الاستبيان التي وزعت على عينة عشوائية طبقية قوامها (400) موظف في الجامعة. وتوصلت الدراسة إلى إمكانية تطوير مهام ووظائف إدارة العلاقات العامة في مجال التواصل بين الإدارات المختلفة، وتعزيز المهارات الوظيفية. وقد برزت هذه النتيجة من خلال النتائج الفرعية التالية: أهمية إقامة العلاقات العامة للمنتديات والاجتماعات والمؤتمرات المتعلقة بعمل الموظفين في

جامعة الكويت، وذلك لتزويد العاملين فيها بالتطورات العلمية في مجال التوظيف. كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين في مستويات الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز إدارة الاتصال بين الأقسام المختلفة في جامعة الكويت، وفقاً لمتغيرات (الجنس والوظيفة أو الإدارة)، بينما ظهرت تلك الفروق تبعاً لمتغيرات (العمر، عدد سنوات الخبرة، المستوى التعليمي).

دراسة (الصالح 2021)

بعنوان "تقييم فاعلة إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور في بناء سمعة المنظمة". وهدفت الدراسة إلى رصد وتقييم عملة إدارة العلاقة في الجامعتين "عينة الدراسة" من خلال رصد وقياس مكونات إدارة العلاقة (استراتيجيات إدارة العلاقة، وأنماط العلاقة، وأبعاد جودة العلاقة من وجهة نظر طرفي العلاقة) تم اختيار الجامعات الاهلية لتطبق الدراسة، واستبعاد الجامعات الحكومية وتم استخدام العينة العشوائية متعددة المراحل، 420 مفردة، واستخدم الباحث في جمع البيانات اسلوب المقابلات المتعمقة ومن اهم النتائج التي توصل اليها، تصدر الاتصال الشخص المرتبة الأولى في قائمة مصادر معرفة الطالب بالجامعة.

دراسة (زكريا 2021):

تهدف الدراسة إلى تقييم دور العلاقات العامة عبر وسائل الإعلام في بناء وتنمية الوعي لدى الجمهور المصري بشأن القضايا السبع لاستراتيجية الشمول المالي المصرية. الدراسة من نوعية البحوث الوصفية، وقد وظفت منهج المسح بشقيه: التحليلي ومسح آراء الجمهور. تضمنت الدراسة مسحاً إلكترونياً على عينة متاحة من الجمهور المصري قوامها 100 مفردة من الجنسين (ذكور/ إناث)، يمثلون مختلف الفئات العمرية (20 عام فأكثر) والمستويات الاجتماعية/ الاقتصادية (ممن سمع من قبل عن الشمول المالي). كما وظفت الدراسة مسحاً لمضمون وسائل الإعلام بتوظيف العينة المتاحة، حيث تضمنت الدراسة تحليلاً لأحاديث وحوارات ومتابعات الوزراء والمسؤولين داخل البنك المركزي المصري، والبنوك العاملة في مصر، وعدد من الوزارات. كما تضمنت الدراسة تحليل عينة متاحة من المواد الصحفية قوامها 70 مادة صحفية.

دراسة (العتيبي، 2019):

سعت بعض المنظمات في الدول النامية إلى اتخاذ سبل للوعي والنهوض بالمجتمع وتوظيف الإمكانيات المتاحة ومساعدة شعوبها للصمود ولتحقيق التنمية على جميع الأصعدة بدءاً من التأثير بسلوك الفرد والارتقاء به عبر توظيف المعرفة وباستعمال جميع الوسائل لإيجاد وعي مجتمعي يعزز ثقة الفرد بنفسه وكرامته والعيش كبقية

المجتمعات التي حققت طفرات نوعية في التنمية لاسيما البيئية والصحية لذا لجأ الباحث إلى استعمال منهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب في مثل هذه البحوث كما استعان الباحث بتحليل مضمون جميع النشاطات عن طريق تحليلها الكمي والكيفي لمضامين الوعي البلدي لأمانة بغداد ل. وينصب البحث على دراسة الأنشطة للعلاقات العامة في تشكيل الوعي المجتمعي للمدة من 2017/1/1 ولغاية 2017/12/31 شكلت بمجملها جميع نتائج قسم الوعي في أمانة بغداد والبالغ (1193) نشاطا. أملا أن تكون هذه الدراسة خطوة باتجاه بحوث علمية رصينة لأزمة الوعي.

التعقيب على الدراسات السابقة

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة كل من دراسة (احمد، 2024) ودراسة (الرشيدي، 2023) ودراسة (الصالح، 2021) ودراسة (زكريا، 2022) في تناول موضوع استراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرها علي الجمهور ولكنها اختلفت وتميزت عن الدراسات السابقة في الجمع بين ابعاد استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة في الدراسة واثرها علي وعي الجمهور في المنطقة الشرقية في كافة المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية، وكذلك الاخلاف في مجتمع وعينة الدراسة. كما تم الإستفادة من الدراسات السابقة في تطوير أداة هذه الدراسة والمتمثلة في الاستبانة لجمع المعلومات وتحليلها والأساليب الإحصائية المستخدمة وكذلك المساعدة في اختيار تحديد فروض واسئلة وأهداف الدراسة الحالية من خلال الوقوف على الفجوة البحثية نتيجة الاطلاع على الدراسات السابقة.

. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاستفادة في تصميم الاستبيان الخاص بالدراسة.
- الاستفادة من المراجع والدوريات والدراسات العلمية.
- الاستفادة من النتائج والتوصيات.
- تحديد المتغيرات اللازمة لإجراء الدراسة.
- تحديد مشكلة الدراسة بشكل واضح.
- تحديد وجهة الدراسة وأهميتها وأهدافها.

المنطلقات النظرية للدراسة:

مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة هي عملية استراتيجية تواصل تهدف إلى بناء علاقة متبادلة وإيجابية بين المؤسسات والجمهور. وتتمثل مهمتها في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال التواصل الاستراتيجي مع مختلف الأطراف المعنية (الجمهور الداخلي والخارجي) بهدف كسب ثقتهم ودعمهم، وتعزيز سمعة المنظمة

أهمية العلاقات العامة

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المنشآت الصناعية تنتج العديد من السلع التي تهدف إلى إيصالها إلى أيدي المشترين والمستثمرين، وهي في ذلك ترتبط بالموردين والمنشآت الأخرى، التي تتعاون معها، وتمدها باحتياجاتها المختلفة، بالإضافة إلى احتياج جمهورها الداخلي، الذي يتمثل في الموظفين والعمال، إلى من يربطهم بالمنشأة وأهدافها ويحببهم فيها، ويزيد من إخلاصهم وولائهم لها.

وتبدو أهمية العلاقات العامة في أن المنشأة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة، وإذا لم تكن إدارة العلاقات العامة في المنشآت الصناعية على مستوى علمي عال من الخبرة والكفاءة فلاشك أن علاقاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه المنشأة بمواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة والحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر أي رأي مضاد، أو كراهية للمنشأة ومنتجاتها، وبخاصة في مجالات المنافسة، والتي يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات والتشويش ضد المنشآت الأخرى، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تهدف أجهزة العلاقات العامة إلى تطوير العملية الإدارية للجهاز الحكومي من خلال تغذيته بالمعلومات الدقيقة حول اتجاهات الرأي العام. كما تساهم في اكتشاف مدى التأثير الذي تحدثه القوى الاجتماعية داخل المجتمع، ويمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بما يلي:

- تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي.
- تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من الصحف والمجلات والتلفزيون وغيرها.

- تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الإتصال المعروفة كالصحف والمجلات والتلفزيون. 5. إرشاد المواطنين بما فيه مصالحهم والمصلحة العامة.
- الحصول على تأييد الرأي العام ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة وذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه.
- الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية إذا تعرضت لأي انتقاد من قبل الآخرين.
- شرح القوانين الجديدة وأي تغييرات أو تعديلات في القوانين بالإضافة إلى شرح مبررات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.
- ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة حتى يمكن أن يسهم فيها ويفيد منها بالكامل.
- القيام بشرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة.

أدوات وتقنيات العلاقات العامة:

- العلاقات مع وسائل الإعلام.
- إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- إصدار البيانات الصحفية.
- تنظيم الفعاليات.
- إنشاء المحتوى

فاعلية أدوار العلاقات العامة في حملات التوعية الجمهور

من عوامل النجاح الحاسمة الدور ممارس العلاقات العامة هو التواصل باستخدام الأدوات العملية من أجل إيصال رسائل عملية. حيث أن التطبيق يعتمد كثيرا على الخبرات المكتسبة من حملات التوعية المتكررة. لا يمكننا أن نؤدي بشكل فعال إذا لم نواجه المواقف الحقيقية من قبل. حيث يكن التعامل مع الأمور بسلاسة إذا تم التعرف على كيفية توقع المشكلات بشكل أفضل من خلال ردود الفعل والاستجابة للجمهور عن طريق طرح أسئلة عشوائية عرضية وتقديم بعض الاختبارات إلى الجمهور. عند الحصول على تعليقات حول حملات التوعية "في العادة، يمكننا

بسهولة الحصول على ردود فعل فورية من الجمهور. نحتاج إلى نوع من ردود الفعل المعززة لتحسين فرص التغيير عند مقابلة الجمهور.

العلاقة بين العلاقات العامة ووعي الجمهور

العلاقات العامة هي عملية التواصل الاستراتيجي التي تبني وتحافظ على علاقات مفيدة بين المؤسسة وجمهورها، حيث تهدف إلى تعزيز الوعي العام بالشركة أو المنظمة من خلال بناء سمعة طيبة، وزيادة الثقة، وإدارة الأزمات. إنها تعتمد على استراتيجيات متعددة مثل الاتصال عبر القنوات الرقمية والإعلام التقليدي، والتفاعل المباشر، والشفافية لخلق صورة إيجابية والتأثير في الرأي العام.

- بناء السمعة والصورة الذهنية: العلاقات العامة تعمل على تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة لدى الجمهور المستهدف (عملاء، موظفون، مستثمرون، المجتمع).
- التواصل الاستراتيجي: تُستخدم العلاقات العامة لنقل رسائل المؤسسة وقيمها وأهدافها بفعالية، وذلك من خلال استراتيجيات اتصال مدروسة.
- التفاعل المتبادل: تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق تفاهم وقبول متبادل من خلال التفاعل مع الجمهور، وفهم احتياجاته وتوقعاته، مما يؤدي إلى علاقة مبنية على الثقة.
- تعزيز الوعي: عبر الحملات الإعلامية والأنشطة المختلفة، تعمل العلاقات العامة على زيادة وعي الجمهور بالمنظمة أو بالقضايا التي تدعمها، مثل الحملات البيئية أو الصحية أو التوعوية بخدمة معينة.
- إدارة الأزمات: في أوقات الأزمات، تلعب العلاقات العامة دوراً حاسماً في إدارة الاتصال وتقديم معلومات شفافة لتخفيف الأضرار والحفاظ على ثقة الجمهور.
- استراتيجيات العلاقات العامة لزيادة وعي الجمهور
- تحليل الجمهور: فهم الجمهور المستهدف جيداً لتحديد احتياجاته وتوقعاته بدقة.
- استخدام قنوات متنوعة: الاعتماد على قنوات الاتصال الرقمية، ووسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي لضمان وصول الرسالة لجمهور واسع.

- التفاعل المباشر: المشاركة في الفعاليات والمؤتمرات والتواصل المباشر مع الجمهور لبناء علاقات شخصية وتعزيز الثقة.
- الشفافية: تقديم معلومات واضحة وصادقة عن المؤسسة، لأن الشفافية تبني الثقة والمصداقية.
- تحفيز المشاركة: تشجيع الجمهور على المشاركة في المسابقات والحملات التوعوية لتعزيز الوعي والتفاعل.

المنهجية وطرق البحث

سوف يتم الاعتماد على استخدام المنهج الوصفي – التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فيها وصفا دقيقا كما وكيفيا الواقع، يعبر عنها تعبيرا فالتعبير الكيفي كمي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلا كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة كما أنه كثيرا ما يتعدى الوصف إلى التفسير وتتمثل طرق جمع البيانات فيما يلي:

المصادر الثانوية: استخدم مجموعة من الرسائل العلمية بالإضافة إلى الأبحاث والدراسات المنشورة في المجالات والمواقع الالكترونية اعداد في الإطار النظري للدراسة.

المصادر الأولية: من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة للكشف عن دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية

ادوات البحث وطرق جمع المعلومات

سوف يتم الاعتماد على استمارة الاستبيان فهي الأداة التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات من عينة البحث وطرق تحليلها لاستخلاص النتائج المتعلقة بدراسته، وي عن طريق الاستبانة الالكترونية. عن موضوع دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة

يتكون من الجمهور والعاملين في قسم العلاقات العامة في امانة المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية

عينة الدراسة

تتكون من عينة عشوائية من الجمهور في القطاع الإعلامي في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية

حدود الدراسة:

حدود زمنية: 2025م

حدود مكانية: امانة المنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية

حدود بشرية: يتكون من المواطنين والعاملون في المنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية

حدود موضوعية: دراسة موضوع (دور استراتيجيات ادارة العلاقات العامة في تعزيز وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية).

المراجع والمصادر المقترح

المراجع العربية

- أبو عرقوب، 2019 الاتصال وإدارة العلاقات العامة: الأساسيات والتطبيقات دار الفكر العربي
- احمد، ريم عبد الرازق. 2024. دور العلاقات العامة الرقمية بمواقع الوزارات الخدمية في زيادة وعي الجمهور بقضايا التغيرات المناخية: دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب اسوان. مصر.
- آل سعود، م. 2018. التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على إدارة العلاقات العامة. مجلة الإعلام العربي،
- أمانة المنطقة الشرقية بالملكة العربية السعودية 2025. [/https://www.eamana.gov.sa](https://www.eamana.gov.sa)
- جرادات، منذر. 2023. إدارة العلاقات العامة في الأردن: المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن أنموذج المجلة العربية للنشر العلمي، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية
- حاتم على حُدر مقبل الصالح 2021 بعنوان "تقييم فاعلة إستراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور في بناء سمعة المنظمة".
- الحربي 2021 دور وسائل إدارة العلاقات العامة في التفاعل الجماهيري. مجلة البحوث الإعلامية
- حسام، منصور. 2022 إدارة العلاقات العامة: مفهومه، وسائله، نظرياته جامعة قلمه الجزائر
- حسين محمود، 2015، "العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي"، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الرشيد، محمد عوض. 2024. دور العلاقات العامة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في الجامعات: الكويت نموذجًا. جامعة الشرق الاوسط
- زكريا، بسمة أشرف، 2021. العلاقات العامة وقضايا الاصلاح الاقتصادي في مصر. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان.
- السيد عبد المعطي، نها 2015، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.
- العتيبي، كاظم محمد 2019. دور العلاقات العامة في تشكيل وتنمية الوعي المجتمعي: دراسة وصفية تحليلية لأنشطة أمانة بغداد في الفترة من 2017/1/1 إلى 2017/12/31. المجلة المصرية لبحوث الاعلام.
- محمد، عبد المنعم. 2024. دور ادارة العلاقات العامة في تعديل أهداف التنمية المستدامة. جامعة عين شمس، كلية البحوث والدراسات البيئية العليا، مصر.

- Aljumah, A., Nosier, M., & Reface, G. (2023). Examining the effect of social media interaction, E-WOM, and public relations: Assessing the mediating role of brand awareness. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 467-476.
- Communication and Public Relation, 9(1), 38-52.
- Sechele, A., Fabre, A., Kruse, T., Plante rose, B., Chico, A. S., & Sanchia, S. (2022). Fighting climate change: International attitudes toward climate policies (No. w30265). National Bureau of Economic Research.
- Derivate, A. (2022). The Role of Government Digital Public Relations in Providing Innovative Information to the Public. *Commentate: Journal Of Communication Management*, 3(2), 165-170.
- James, M. (2024). The Ethical and Legal Implications of Using Big Data and Artificial Intelligence for Public Relations Campaigns in the United States. *International Journal of*
- Pantaleo, M. (2022). Differentiation Of Digital Public Relation Tools Analyzed from A Digital Literacy Perspective. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 121-126.
- Shah, W. U. H., Lu, Y., Liu, J., Rehman, A., & Yasmeen, R. (2024). The impact of climate change and production technology heterogeneity on China's agricultural total factor productivity and production efficiency. *Science of The Total Environment*, 907, 168027.
- Yildiz, S., Islam, H. T., Rashid, T., Sadequee, A., Shahid, S. (2024). Exploring climate change effects On drought patterns in Bangladesh using bias-corrected CMIP6 GCMs. *Earth Systems and Environment*, 8(1), 21-43
- Zhao, Y., & Liu, S. (2023). Effects of climate change on economic growth: A perspective of the heterogeneous climate regions in Africa. *Sustainability*, 15(9), 7136.

Mid-Ocean University

Faculty of Media and Marketing

Master of Public Relations



The role of public relations management strategies in enhancing public awareness, applied to the Eastern Province Municipality in the Kingdom of Saudi Arabia.

Prepared by

Name/

University number/ 2.....

Supervision/

Dr.

Dr.

2025