

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص: العلاقات العامة

العنوان باللغة العربية

استراتيجيات العلاقات العامة في التأثير على الرأي العام

إعداد الطالب: عبدالله عبدالعزيز العبد

إشراف:

د. الفصيل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2024

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في التأثير على الرأي العام. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، مع تحليل مجموعة من الدراسات السابقة واستعراض الإطار النظري، وتقديم استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات. خلصت الدراسة إلى أن للعلاقات العامة دوراً محورياً في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات، من خلال استخدام استراتيجيات مدروسة تتماشى مع خصائص الجمهور المستهدف ووسائل الإعلام الحديثة.

Abstract:

This study aims to explore public relations strategies and their role in influencing public opinion. A descriptive

analytical methodology was used, supported by reviewing previous studies and theoretical frameworks, and a questionnaire was proposed as the main data collection tool. The findings emphasize the vital role of PR in shaping institutional image through well-planned strategies that align with audience characteristics and modern media.

الفصل الأول: المقدمة

مقدمة -

تلعب العلاقات العامة دوراً مهماً في بناء الصورة الذهنية والتأثير في الرأي العام من خلال استخدام أساليب متعددة تهدف إلى التواصل الفعال مع الجمهور. وتكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على أبرز الاستراتيجيات التي تسهم في تشكيل الرأي العام في ظل بيئة إعلامية متغيرة.

مشكلة الدراسة -

رغم اعتماد كثير من المؤسسات على العلاقات العامة، إلا أن مدى تأثيرها الحقيقي في تشكيل الرأي العام لا يزال غير واضح، مما يستدعي دراسة متعمقة لهذا الأثر.

أهمية الدراسة -

تُبرز الدراسة أهمية فهم الاستراتيجيات المستخدمة في العلاقات العامة ومدى فاعليتها في التأثير على الجمهور وصناعة صورة إيجابية للمؤسسة.

أهداف الدراسة -

1. التعرف على أبرز استراتيجيات العلاقات العامة.
2. قياس أثرها في تشكيل الرأي العام.
3. تقديم توصيات لتحسين الأداء الاتصالي في المؤسسات.

تساؤلات الدراسة -

1. ما أبرز استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة؟
2. ما مدى تأثيرها على الرأي العام؟
3. ما العوامل التي تحدد فاعلية هذه الاستراتيجيات؟

فروض الدراسة -

- توجد علاقة إيجابية بين استخدام استراتيجيات العلاقات العامة والتأثير على الرأي العام.
- تختلف فاعلية الاستراتيجيات حسب نوع الجمهور ووسيلة الاتصال.

النظرية العلمية المتبعة -

تعتمد الدراسة على نظرية وضع الأجندة ونظرية التأثير الانتقائي كنموذجين لفهم العلاقة بين الرسائل الاتصالية وتشكيل الرأي العام

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

مقدمة -

تُعد الدراسات السابقة مرجعاً مهماً لفهم تطور المفاهيم والأساليب المستخدمة في العلاقات العامة وتأثيرها على الجمهور

الدراسات السابقة -

استعرضت عدة دراسات تناولت العلاقة بين العلاقات العامة وصورة المؤسسة، مثل دراسة محمد قيراط (2015) حول تطبيق استراتيجيات Grunig & Hunt العلاقات العامة في المؤسسات العامة، ودراسة دولية لـ التي أسست لنماذج الاتصال في العلاقات العامة (1984) Hunt

الإطار النظري -

يرتكز الإطار النظري على نظرية وضع الأجندة، التي تؤكد أن وسائل الإعلام تؤثر في ما يفكر به الجمهور، بالإضافة إلى نظرية الغرس الثقافي التي ترى أن الرسائل المتكررة تؤثر في إدراك الأفراد للواقع

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

مقدمة -

يعرض هذا الفصل المنهجية المعتمدة في الدراسة، وأدوات جمع البيانات، وعينة البحث، وحدود الدراسة

المنهجية وطرق البحث -

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل مضمون استراتيجيات العلاقات العامة واستخدام الاستبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات

مجتمع البحث -

يتكون مجتمع البحث من موظفي العلاقات العامة والجمهور المتفاعل مع الحملات الإعلامية في المملكة العربية السعودية

حدود البحث -

- حدود زمنية: 2020 – 2024
- حدود مكانية: المملكة العربية السعودية
- حدود موضوعية: استراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرها على الرأي العام

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

تحليل البيانات -

نظرًا لكون هذه الدراسة نظرية، سيتم عرض نتائج افتراضية بناءً على تحليل الدراسات السابقة والمفاهيم النظرية.

النتائج -

1. استراتيجيات العلاقات العامة تؤثر بشكل مباشر على تشكيل الرأي العام.
2. الوسائط الرقمية تمثل أداة فعالة في هذا التأثير.
3. المؤسسات التي تستخدم الاتصال التفاعلي تحقق تأثيرًا أقوى على الجمهور.

التوصيات -

1. تعزيز استخدام المنصات الرقمية في العلاقات العامة.
2. تدريب ممارسي العلاقات العامة على أساليب تحليل الجمهور.
3. تبني نماذج اتصال فعالة ثنائية الاتجاه.

المراجع:

- محمد قيراط، "العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق"، 2015.
- Sam Black, "Public Relations", 2002.
- Grunig & Hunt, "Managing Public Relations", 1984.
- وزارة الإعلام السعودية، تقارير العلاقات العامة.
- تقارير الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع.

الملحق: نموذج استبانة

العنوان: استراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرها على الرأي العام

عزيزي المشارك/المشاركة،

هذا الاستبيان يهدف إلى جمع بيانات بحثية حول تأثير العلاقات العامة على الرأي العام، وستُعامل بياناتك بسرية تامة.

1. ما مدى متابعتك لحملات العلاقات العامة للمؤسسات؟
☐ دائمًا ☐ أحياناً ☐ نادرًا ☐ أبدًا

2. هل تعتقد أن للعلاقات العامة دور في تحسين صورة المؤسسة؟
☐ نعم ☐ لا

3. ما الوسيلة التي تؤثر فيك أكثر؟

وسائل التواصل الاجتماعي □ الصحف والتلفاز □ الفعاليات □
والمؤتمرات

4. هل تؤثر حملات العلاقات العامة في رأيك حول مؤسسة معينة؟
نعم □ لا □

5. ملاحظات أو اقتراحات:
