



حوليات آداب عين شمس المجلد ٤٩ (عدد يناير - مارس ٢٠٢١)

<http://www.aafu.journals.ekb.eg>

(دورية علمية محكمة)



جامعة عين شمس

تقييم دور العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية بالكويت

محمد عوض نافع الرشيدى*

قسم علوم الاتصال والاعلام- كلية الاداب- جامعة عين شمس- مصر

Mhd.awad@hotmail.com

المستخلص

تتناول الورقة البحثية تقييم دور العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية بالكويت، وذلك لأهمية دور العلاقات العامة في دراسة الجماهير والتعرف على آرائهم حول المؤسسات والخدمات التي تقدم من خلالها بل وآليات العمل بها، ثم نقل هذه الآراء إلى إدارة المؤسسات لتستعين بها أثناء عمليات التطوير التي يجب على كل مؤسسة القيام بها ذاتياً وبشكل دوري؛ وكذا تكون العلاقات العامة من الأهمية بمكان بحيث يجب على المؤسسات إعطائها مكانة كبيرة، إذ تقاوم ظاهرات الضعف بالمؤسسات وتساهم في تقويمها.

ومن هذا المنطلق وتدعيم ديوان الخدمة المدنية الكويتي- نظراً لأنه يمثل العمود الفقري للجهاز الإداري لدولة الكويت- فقد قامت الدراسة بتقييم دور العلاقات العامة فيه والوقوف على المستوى الخدمي الذي يقدمه وذلك من خلال تطبيق منهج المسح الميداني عن طريق استمارات الاستبيان واجراء العمليات الإحصائية عليها، وذلك لتحسين أداء منظومة العلاقات العامة وتحديد المشكلات التي تحد من فاعليتها والمساهمة في حلها.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، ديوان الخدمة المدنية، تقييم.

المقدمة:

مع انتقال معظم اقتصاديات العالم إلى النظام الرأسمالي عرف هذا الجمهور نقلة نوعية، إذ تحول من الجمهور الذي ينتظر ما تجود به المؤسسات من معلومات إلى الجمهور الذي يطالب بها، وأصبح بذلك لا يكتفي بمعلومات سطحية عن السلع والخدمات، وعن المؤسسات أيضاً، وإنما يلج في جزئياتها وتفاصيلها.

ومع زيادة عدد المؤسسات وتنوع أنشطتها، ازدادت أعداد البشر الذين يتفاعلون معها، سواء كان هذا التفاعل داخلياً عن طريق جماعات العمال والمسؤولين داخل الهيكل التنظيمي لتلك المؤسسات أو خارجياً من خلال المساهمين والعملاء والموزعين والمستهلكين وغيرهم، مما دفع مختلف المؤسسات إلى ضرورة تفعيل اتصال دائم بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي.

ولا يتسنى لها هذا إلا إذا أحدثت إدارة للعلاقات العامة يكون من مهامها خلق جو من التكيف والتفاهم بين المؤسسة من جهة وبين الجماهير من جهة أخرى، وإعلام تلك الجماهير بالسياسات والمشروعات المستقبلية للمؤسسة وأوجه نشاطاتها المختلفة وذلك وفق تخطيط علمي مدروس، إضافة إلى انجاز بحوث ميدانية تدرس فيها الجمهور وتطلعاته ورغباته وحاجاته وأفكاره وتقييم التفاعل والاتصال المتبادل بين الجمهور والمؤسسة من أجل تحقيق النجاح والاستمرارية.

وتعتبر الكويت واحدة من الدول العربية التي عرفت تغيرات معتبرة في أواخر الثمانينات بدخولها مجال التخصص، الأمر الذي فتح مجال المنافسة المحلية والدولية للمؤسسات الكويتية، وهو ما جعل بعضها يسير على خطوات كبرى المؤسسات العالمية بمحاولة الاهتمام بالعلاقات العامة كإدارة فعالة وللحاق بركب الدول المتقدمة.

وتهدف الدراسة إلى تقييم دور العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية الكويتي، وذلك في محاولة لرصد الممارسة الفعلية لأجهزة العلاقات العامة، وإمكاناتها ومعوقاتها، في ظل ندرة الدراسات التقييمية المتعلقة بأداء أجهزة العلاقات العامة في الكويت، وتركيز معظم الدراسات على تحليل أنماط الاتصال وأساليبه في إدارات العلاقات العامة وتغافل معظمها بتقييم الأداء. كما تقدم الدراسة الحالية رؤية تقييمية عن أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في المجتمع الكويتي في محاولة لوضع تصور لتفعيل دور هذه الأجهزة بالمؤسسات الحكومية. وذلك مع تقديم مقترحات للمسؤولين في المؤسسات الحكومية ومجال العلاقات العامة لتطوير دور أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

وسيتم تحقيق الهدف من الدراسة عن طريق الإجابة على مجموعة من الأسئلة وهي:

- ماهي الخصائص الديموغرافية للمتعاملين مع ديوان الخدمة المدنية الكويتي؟
- ما الصورة الذهنية لديوان الخدمة المدنية الكويتي لدى الجمهور الكويتي؟
- ما أهداف وأنشطة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي؟
- ما الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة ومجال التعامل مع الجمهور بديوان الخدمة المدنية الكويتي؟
- ما وسائل الاتصال والإعلام للعلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي؟
- ما السبل التي يسعى ديوان الخدمة المدنية الكويتي من خلالها لتوثيق العلاقة مع الجمهور الكويتي؟

وقبل البدء في سرد الطرق المستخدمة لتحقيق الهدف من البحث ونتائجه لابد من توضيح مجموعة من المفاهيم التالية:

التقييم:

نشاط منظم يستند لمنهجية علمية تهدف للتعرف على طبيعة العمليات المرتبطة بالسياسات العامة وأثارها والبرامج الفعلية المرتبطة بالتنفيذ^(١). كما يعرف التقييم بأنه عملية ذات طابع علمي وتطبيقي تهدف إلى فحص البرامج والمشروعات والعمليات التنفيذية المرتبطة بالسياسة العامة ودراسة نتائجها وما يترتب عليها من العوائد والفوائد^(٢).

يرى الباحث أن عملية التقييم إجرائياً بأنها: مؤشرات محددة يتم من خلالها قياس مستوى الأداء أو البرامج والأنشطة للتأكد من مدى تحقيقها للأهداف الموضوعية والمخطط لها في حدود الإمكانيات المتاحة.

العلاقات العامة:

يوجد العديد من التعريفات الاصطلاحية لمفهوم العلاقات العامة، يأتي على رأس هذه التعريفات ما قاله "إيفي لي" -رائد العلاقات العامة-^(٣)، بأنها مسؤولية كبيرة تتطلب دراسة الأوضاع الحالية، والعمل على إصلاحها ثم إعلام الناس بذلك، أي أن هناك مهمة مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام وتقديم النصائح للمنظمة لتغيير خططها، وتعديل سياستها لخدمة الصالح العام ثم إعلام الناس بالأعمال التي تقوم بها المنظمة من أجل تحقيق وخدمة مصالحهم^(٤). كما عرفها (هربرت باوس) على أنها بناء السمعة الطيبة والتي تحرص أي مؤسسة على تطويرها وتحسينها لدى جماهيرها^(٥).

وعرفت مجلة Public Relations News العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية تعمل على تقويم اتجاهات الجمهور، وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة مع الصالح العام، وتنفيذ برنامج لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه، حيث يمثل الرأي العام مجموع وجهات النظر التي يؤمن بها أشخاص ذوي اهتمام بموضوع معين، أو مجموعة آراء الأفراد بالنسبة لموضوع معين يؤثر عليهم، أما جمهور المنظمة فهو مجموعة الأفراد والهيئات الذين تربطهم بالمنظمة أية علاقة سواء من حيث التعامل أو من حيث التواجد المكاني، سواء أكانت هذه العلاقة حالية أو متوقعة في المستقبل^(٦).

نلاحظ مما سبق أن العلاقات العامة عبارة عن وظيفة إدارية مستمرة ومخططة وفلسفة خاصة بالمنظمة تقوم على الأخلاق والصدق وتهتم بدراسة الأوضاع الحالية للمنظمة، وحل المشكلات وإعلام الجماهير بأنشطتها وبرامجها، وتقديم النصح والإرشاد للإدارة العليا في المنظمة، مع ضرورة كسب تأييد وتفاهم جماهير المنظمة، من خلال تقييم الرأي العام ومحاولة التكيف مع اتجاهات وآراء الرأي العام، أو بالتأثير على جماهير المنظمة وتغيير اتجاهاتهم بما يتوافق مع سياسة المنظمة، والقيام بأعمال تلقى قبولهم ورضاهم^(٧).

تقييم برامج العلاقات العامة:

يعتبر التقييم المرحلة الأخيرة من مراحل أنشطة العلاقات العامة، فخطّة برامج العلاقات العامة كغيرها من الخطط تبدأ بإجراء البحوث وإعداد الخطط ووضع البرامج المناسبة ثم تطبيقها وتقييمها، ويعرف تقييم برامج العلاقات العامة بأنه عبارة عن إتباع أساليب معينة تهدف إلى تقدير مدى تحقيق هذه البرامج لأهدافها سواء أكانت أهداف كمية أو نوعية، ومقارنة الأهداف المرسومة بالنتائج التي تحققت فعلياً، واحتساب أي انحرافات عن تلك الأهداف، ثم اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة بناء على المعلومات التي يحصل عليها مدير العلاقات العامة من خلال التغذية العكسية المتعلقة بنتائج التقييم، ويهتم مدراء العلاقات العامة في المنظمات بشكل خاص في دراسة فاعلية برامج العلاقات العامة، ومدى تأثير هذه البرامج على اتجاهات وآراء وسلوك الجمهور المستهدف^(٨).

ويمكن تقسيم عملية التقييم أيضا بناء على التوقيت الزمني الذي يتم فيه التقييم إلى ثلاثة أساليب هما^(٩):

- التقييم القبلي: هو التقييم الذي يسبق تنفيذ البرنامج.
 - التقييم المرحلي أو الجزئي: هو التقييم الذي يواكب تنفيذ البرنامج للتعرف على مواطن القصور أولا بأول.
 - التقييم البعدي أو النهائي: هو التقييم الذي يعقب تنفيذ البرنامج ويتوقف استخدام هذا الأسلوب على طبيعة البرنامج، والمدى الزمني لتنفيذه.
- ديوان الخدمة المدنية:**

ديوان الخدمة المدنية الكويتي: هو جهاز حكومي يقوم باعداد حصر لجميع موظفي الدولة ووضع توصيف وظيفي لكل وظيفة، ووضع الشروط الوظيفية لكل وظيفة، وشغل الوظائف الشاغرة، وبه حصر لجميع وظائف الدولة بشاغليها واجازاتهم ومرتباتهم ومستحققاتهم واجازاتهم وترقياتهم.

البيانات وطرق التحليل:

تحدد طرق جمع البيانات وتحليلها تبعاً للهدف من الدراسة، إذ تستهدف تقييم دور العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي، مما دفع الباحث للاعتماد على منهج المسح بأدواته المختلفة مثل أداة الاستبيان وذلك لجمع البيانات من المستفيدين (الجمهور الخارجي).

وقد روعي أثناء تصميم استمارة الاستبيان (ملحق ١):

- الربط بين الإطار الفكري والجانب التطبيقي للدراسة.
 - الاستفادة من الإطار النظري للدراسة في تصميم استمارة الاستبيان.
- وقد شمل مجتمع الدراسة الجمهور الكويتي الذي لديه تعاملات مع ديوان الخدمة المدنية الكويتي.
- أما عن عينة الدراسة فقد شملت الدراسة عينة عشوائية منتظمة من المستفيدين من إدارة العلاقات العامة (٤٠٠ فرد) تم سحبها من كشوف المستفيدين ومن المترددين على جهاز الخدمة العامة بأسلوب عشوائي منتظم.

• صدق الاستبيان:

وقد تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة والمختصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال^(١٠)، حيث قاموا بفحص العبارات الخاصة باستمارتي

الاستبيان، وتم استبعاد بعض الأسئلة والجمل، التي قرروا إنها لا تقيس التقييم محل الدراسة كما أعيدت صياغة بعض الأسئلة، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة.

• ثبات الاستبيان:

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة قوامها ثلاثون مفردة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات نتائج استمارتي الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات ٩٥%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

المعالجة الإحصائية لاستمارات الاستبيان:

تم تفرغ بيانات الاستبيانات ومعالجتها باستخدام حزمة البرامج SPSS واستخدام

الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معاملات الارتباط بيرسون.
- مقاييس الصدق والثبات (كأ)، واختبار الفا كرنباخ.

النتائج:

سيتم سرد نتائج الاستبيان عن طريق تحليل إجابات الجمهور على كل مجموعة من الأسئلة على حده.

❖ وتأتي مجموعة الأسئلة الأولى تحت مسمى الخصائص الديموغرافية للجمهور بديوان الخدمة المدنية الكويتي ويوضح جدول (١) تلك الخصائص والتي منها النقاط التالية:

- إن النسبة الأكبر من جمهور المتعاملين مع ديوان الخدمة المدنية الكويتي من الذكور حيث بلغت نسبتهم ٥٥.٢٥% بينما بلغت نسبة الإناث ٤٤.٧٥%.
- إن الفئة العمرية الأكثر من جمهور المتعاملين مع ديوان الخدمة المدنية الكويتي هي الفئة أقل من ٢٥ عام حيث تأتي بنسبة ٥٢.٢٥%، وتأتي بعدها الفئة العمرية ٢٥-٣٥ عام بنسبة ٤٧.٧٥%.
- إن المؤهلات الأكثر تقدم للديوان هي البكالوريوس بنسبة ٧٠.٢٥%، ثم الثانوي بنسبة ١٢.٧٥%، ثم المتوسط بنسبة ٨.٧٥%، ثم الحاصلين على الماجستير ٤.٧٥%، ثم الحاصلين على الدكتوراه بنسبة ٣.٥%.
- مما سبق يتضح أن النسبة الأكبر لجمهور المتعاملين مع الديوان هم الذكور الشباب الذين تكون أعمارهم أقل من ٢٥ عام، وأنهم حاصلين على البكالوريوس، مما يدل على أن ديوان الخدمة المدنية قائم بعملة بصورة نشطة وفعالة حيث تمت تغطية وتلبية رغبات المراحل العمرية الأكبر من تلك الفئة العمرية.

جدول (١) تكرارات ونسب عينة الدراسة للجمهور وفقا للخصائص الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية	النوع	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكور	٢٢١	٥٥.٢٥
	إناث	١٧٩	٤٤.٧٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
العمر	أقل من ٢٥ عام	٢٠٩	٥٢.٢٥
	٢٥ - ٣٥ عام	١٩١	٤٧.٧٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
المؤهل العلمي	متوسط	٣٥	٨.٧٥
	ثانوي	٥١	١٢.٧٥
	بكالوريوس	٢٨١	٧٠.٢٥
	ماجستير	١٩	٤.٧٥
	دكتوراه	١٤	٣.٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

❖ أما عن مجموعة الأسئلة **الثانية** فتهدف لتوضيح الصورة الذهنية لديوان الخدمة المدنية الكويتي لدى الجمهور الكويتي ومن خلال تحليل استمارات الاستبيان تم التوصل لمجموعة من النتائج يوضحها جدول (٢).

جدول (٢) الصورة الذهنية لديوان الخدمة المدنية لدى الجمهور الكويتي (ن = ٤٠٠)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%						
١	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة المراجعين.	٣٨٧	٩٦.٧	١٢	٣	١	٠.٢٥	٢.٩٧	٠.٨٧	١١٨٦	٩٨.٨		
٢	لدى العاملين بديوان الخدمة المدنية انطباع إيجابي عن إدارة العلاقات العامة.	٣٨٦	٩٦.٥	١١	٢.٧٥	٣	٠.٧٥	٢.٩٦	٠.٨٨	١١٨٣	٩٨.٦		
٣	تقوم إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية بالإعلام عن أهداف ديوان الخدمة المدنية ونشاطاتها.	٣٧٥	٩٣.٧	٢٤	٦	١	٠.٢٥	٢.٩٤	٠.٣٨	١١٧٤	٩٧.٨		
٤	تسعى إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية على نشر الوعي بأنظمة ديوان الخدمة المدنية وقوانينها.	٣٥٥	٨٨.٧	٣٠	٧.٥	١٥	٣.٧٥	٢.٨٥	٠.٧٨	١١٤٠	٩٥.٠		

٩٤.١	١١٢٩	٠.٧٩	٢.٨٢	٣	١٢	١١.٧	٤٧	٨٥.٣	٣٤١	تحرص إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية على تزويد المجتمع الكويتي بالأخبار والمستجدات عن ديوان الخدمة المدنية.
٨٥.٨	١٠٢٩	٠.٩٨	٢.٥٧	١١.٢	٤٥	٢٠.٢	٨١	٦٨.٥	٢٧٤	تسعى إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية الى إيصال انطباعات جيدة لدى الجمهور عن ديوان الخدمة المدنية من خلال الحملات التوعوية.

وبتحليل جدول (٢) يمكن الخروج بمجموعة النقاط التالية:

- يمتلك ديوان الخدمة المدنية الكويتي سمعه وصوره ذهنية طيبة لدى الجمهور الكويتي ويرجع ذلك إلى دور إدارة العلاقات العامة حيث إنها حرصت على كسب ثقة الجمهور، والسعي لتكوين انطباع إيجابي.
- قيام إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي بدورها في الإعلان عن أهداف الديوان ونشاطاته، وأنظمته وقوانينه والحرص على تزويد المجتمع الكويتي بأخبار الديوان ومستجداته، بل وإطلاق مجموعة من الحملات التوعوية.
- وبتلك النتائج يمكن القول بأن إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية تسعى بكل مالها من قوة ومن وسائل اتصال للوصول إلى تقديم أفضل صورة ذهنية للجمهور والحفاظ على السمعة الطيبة لها من خلال استخدام الإدارة للوسائل الاتصالية والإعلامية والاستفادة من علوم الاتصال والإعلام الحديثة، وهو ما يتفق مع دراسة (سليم معمر خير البجباح، ٢٠١٧)، ودراسة (C. Mellado, S. Barria. 2011)، ودراسة (عباس بن رجاء الحربي، ٢٠٠٨)، ودراسة (Knut Gabrielsen .2004)، ودراسة (Alfredo Arceo.2004).

❖ وأما المجموعة الثالثة من الأسئلة فتهدف لمعرفة أهداف وأنشطة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي، ومن خلال تفريغ استمارات الاستبيان تم الوصول لمجموعة من النتائج التي يوضحها جدول (٣).

ومن جدول (٣) يمكن استنتاج مجموعة من النقاط وهي:

- لإدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي أهداف واضحة تسعى لتحقيقها ويعكس القائمين بالاتصال بإدارة العلاقات العامة على متابعة الجمهور وتنظيم الاتصال بين الوزارات والهيئات وعمل حملات إعلامية والقيام بعمل معارض ومؤتمرات وندوات، ويتضح ذلك من خلال الأنشطة الاتصالية الموضوعة بإدارة العلاقات العامة بالديوان، حيث تقوم إدارة العلاقات العامة ومكتب الاستقبال بعمل حملات إعلامية، وتنظم المعارض والمؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية بأنواعها المختلفة، وذلك لتوعية المراجعين، ويسعى ديوان الخدمة المدنية متمثل في إدارة العلاقات العامة على تنظيم الاتصال بالوزارات والهيئات والمنظمات الأخرى. كما تصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات ونشرات للتوزيع الخارجي؛ مما يدل على أن إدارة العلاقات العامة

بديوان الخدمة المدنية لها أهداف واضحة وقوية وتتناسب مع الجمهور والوزارات والهيئات.
جدول (٣) مجال أهداف وأنشطة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي (ن = ٤٠٠)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
١	تقوم إدارة العلاقات العامة ومكتب الاستقبال بتنظيم والإشراف مع زيارات المراجعين.	٣٧١	٩٢.٧٥	١٤	٣.٥	١٥	٣.٧٥	٣.٨٩	٠.٩٦	١١٥٦	٩٦.٣		
٢	تقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية.	٣٤٥	٨٦.٢٥	٥١	١٢.٧	٤	١	٢.٨٥	٠.٦٩	١١٤١	٩٥.١		
٣	تنظم إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة.	٣٤١	٨٥.٢٥	٤١	١٠.٢	١٨	٤.٥	٢.٨١	٠.٧٩	١١٢٣	٩٣.٦		
٤	تنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية لتوعية المراجعين.	٣١٩	٧٩.٧٥	٧١	١٧.٧	١٠	٢.٥	٢.٧٧	٠.٦٧	١١٠٩	٩٢.٤		
٥	يسعى ديوان الخدمة المدنية متمثل في إدارة العلاقات العامة على تنظيم الاتصال بالوزارات والهيئات والمنظمات الأخرى.	٣١٠	٧٧.٥	٥٨	١٤.٥	٣٢	٨	٢.٧٠	٠.٩٧	١٠٧٨	٨٩.٨		
٦	تصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات ونشرات للتوزيع الخارجي.	٢٥٠	٦٢.٥	٨٨	٢٢	٦٢	١٥.٥	٢.٤٧	٠.٨٨	٩٨٨	٨٢.٣		
مجموع الأوزان													
								٢.٧	٠.٨٩	٦٥٩٥	٩١.٦		

❖ وأما المجموعة الرابعة من أسئلة استمارة الاستبيان فتهدف لمعرفة الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة ومجال التعامل مع الجمهور بديوان الخدمة المدنية الكويتي وبتفريغ استمارات الاستبيان تم استنتاج جدول (٤).

(٤) مجال تعامل الجمهور بديوان الخدمة المدنية (ن = ٤٠٠)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
١	تتبنى إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية خطة سنوية لاستقبال الجمهور الزائر	٤٠٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠	٣	٠.٩٧	١٢٠٠	١٠٠		
٢	تنسق إدارة العلاقات العامة مع الأقسام الأخرى بديوان الخدمة المدنية لمتابعة عملية ترشيح الخريجين والراغبين في العمل لدى الجهات الحكومية.	٤٠٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠	٣	٠.٦٨	١٢٠٠	١٠٠		
٣	تقوم إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية بإبداء المساعدة للجمهور وتبسيط الإجراءات	٣٨٣	٩٥.٧٥	١٧	٤.٢٥	٠	٠	٢.٩٦	٠.٩٧	١١٨٣	٩٨.٦		
٤	تسعى إدارة العلاقات العامة متمثلة بموظفيها إلى إعطاء فكرة عن ديوان الخدمة المدنية لموظفين الوزارات والجهات الحكومية	٣٥٤	٨٨.٥	٣٦	٩	١٠	٢.٥	٢.٨٦	٠.٧٦	١١٤٤	٩٥.٣		

الأخرى من خلال زيارات ميدانية.											
٩١.٦	١٠.٩٩	٠.٥٩	٢.٧٥	٣	١٢	١٩.٢	٧٧	٧٧.٧٥	٣١١	٥	تقوم إدارة العلاقات العامة بعقد اجتماعات دورية مع الجمهور للاطلاع على مشاكلهم.
٧٧.٢	٩٢٦	٠.٩٧	٢.٣٢	٢٢	٨٨	٢٤.٥	٩٨	٥٣.٥	٢١٤	٦	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع الخريجين بشكل منفرد وتقدم لهم المساندة.
٦٧.١	٨٠٥	٠.٦٩	٢.٠١	٣٥	١٤٠	٢٨.٧	١١٥	٣٦.٢٥	١٤٥	٧	تقوم إدارة العلاقات العامة على الصاق (البوستر) واللوحات الإرشادية في الأماكن العامة.

ومن الجدول (٤) يمكن الخروج بعدة نتائج من أهمها:

- تقوم إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي بتقديم الخدمات بجودة عالية وبصورة متطورة وتسعى إلى التعامل مع الجمهور بإيجابية وتقديم أفضل الخدمات لهم، حيث تتبنى إدارة العلاقات العامة في ديوان الخدمة المدنية خطة سنوية لاستقبال الجمهور الزائر.
- تنسق إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي مع الأقسام الأخرى بديوان الخدمة المدنية لمتابعة عملية ترشيح الخريجين والراغبين في العمل لدى الجهات الحكومية.
- تسعى إدارة العلاقات العامة متمثلة بموظفيها إلى إعطاء فكرة عن ديوان الخدمة المدنية لموظفين الوزارات والجهات الحكومية الأخرى من خلال زيارات ميدانية، كما تقوم الإدارة بعقد اجتماعات دورية مع الجمهور للاطلاع على مشاكلهم.
- وتتواصل إدارة العلاقات العامة مع الخريجين بشكل منفرد وتقدم لهم المساندة، وتقوم إدارة العلاقات العامة على الصاق (البوستر) واللوحات الإرشادية في الأماكن العامة؛ بل واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول لأكبر قدر من الجمهور ولتسهيل الإجراءات الإدارية وهو ما يتفق ودراسة (Sylvia Jiankun.2018)، ودراسة (فرج محمد مسعود، ٢٠١٧)، ودراسة (Stephen D. et al. 2007)، ودراسة (هدى الزبير، ٢٠١٠)، ودراسة (محمد قيراط، ٢٠٠٥)، ودراسة (ابراهيم المصري، ٢٠٠٤).
- ❖ وأما المجموعة الخامسة من الأسئلة فقد اهتمت بمعرفة وسائل الاتصال والإعلام التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي؛ وبالفعل تم الوصول لهذه الوسائل عن طريق تفرغ استمارات الاستبيان، الأمر الذي أدى للخروج بجدول (٥) الذي يوضح وسائل الاتصال والإعلام لإدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي.

جدول (٥) وسائل الاتصال والإعلام لإدارة العلاقات العامة (ن = ٤٠٠)

م	درجة الموافقة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		لحدا		موافق		العبارة
	ك	%			ك	%	ك	%	ك	%	
١	٤٠٠	١٠٠	٠.٧٩	٣	٠	٠	٠	٠	٠	١٠٠	تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بأنشطتها بشكل كاف.
٢	٣٦٨	٩٢	٠.٩٩	٢.٨٩	١٤	٣.٥	٤.٥	١٨	٩٢	٩٦.٢	تستخدم إدارة العلاقات العامة البريد الإلكتروني للتواصل مع العاملين في ديوان الخدمة المدنية والجمهور.
٣	٢٥٠	٦٢.٥	٠.٨١	٢.٤٣	٧٩	١٩.٧	١٧.٧	٧١	٦٢.٥	٨٠.٩	تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام ديوان الخدمة المدنية وإداراتها.
٤	٠	٠	٠.٧٣	١.١٠	٣٦١	٩٠.٢	٩.٧٥	٣٩	٠	٣٦.٦	تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تغطي فيها أخبار وأنشطة ديوان الخدمة المدنية والعاملين فيها.
٥	٠	٠	٠.٨٢	١.٠٠	٤٠٠	١٠٠	٠	٠	٠	٣٣.٣	تستخدم إدارة العلاقات العامة الأشرطة المسموعة والمرئية كأداة تعريفية.
مجموع الأوزان											
	٤١٦	٦٩.٤	٠.٨١	٢.١							

ومن خلال الجدول (٥) تم الوصول لمجموعة من النتائج وهي:

- تقوم إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي باستخدام وسائل التواصل الحديثة بصورة كبيرة مع اهمال كبير لوسائل الاتصال التقليدية، إذ تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بأنشطتها بشكل كاف، كما تستخدم إدارة العلاقات العامة البريد الإلكتروني للتواصل مع العاملين في ديوان الخدمة المدنية والجمهور.
- تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام ديوان الخدمة المدنية وإداراتها، كما تصدر مجلة داخلية تغطي فيها أخبار وأنشطة ديوان الخدمة المدنية والعاملين فيها.
- وبالتالي يمكن أن نخلص إلى أن إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية تسعى للاهتمام باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كمواقع الإنترنت ومنها مواقع التواصل الاجتماعي والإيميل وذلك لسهولة الاتصال مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات الأخرى ولسرعة الاستجابة وسرعة الرد والتواصل ولتوثيق المعلومات وعدم التأخر في الرد أو تلبية الاحتياجات وحل المشاكل، وأهملت العلاقات العامة المشورات والمجلات الداخلية والأشرطة المسموعة والمرئية، وذلك لتكلفتها العالية ولعدم تغطيتها لعدد كبير من المستفيد سن من الجمهور، وهو ما يتفق مع دراسة (Geah, 2018).

(Pressgrove)، ودراسة (سعيد بن سالم، ٢٠١٤)، ودراسة (فؤاد على حسين سعدان، ٢٠٠٩)، ودراسة (سليمان فيجان فيصل، ٢٠٠٨)، ودراسة (نيرمين علي عوجة، ٢٠٠٥)، ودراسة (Krishnamurthy.2004).

❖ وأما عن المجموعة السادسة من الأسئلة فتهدف لمعرفة السبل التي يسعى ديوان الخدمة المدنية الكويتي من خلالها لتوثيق العلاقة مع الجمهور الكويتي؛ ومن خلال تفرغ استمارات الاستبيان تم استنتاج جدول (٦) الذي يوضح كيفية توثيق علاقة ديوان الخدمة المدنية الكويتي بالمجتمع.

جدول (٦) مجال توثيق العلاقة مع المجتمع (ن = ٤٠٠)

م	العبارة	درجة الموافقة		موافق		لحد ما		غير موافق		الانحراف المعياري	النقاط	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تعتمد إدارة العلاقات العامة على وسائل الإعلام المتنوعة للتواصل مع المجتمع الكويتي.	٤٠٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠.٨١	١٢٠٠	١٠٠.٠
٢	تبذل إدارة العلاقات العامة جهداً مقصوداً لاختيار الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة للتواصل مع المجتمع الكويتي	٣٨٨	٩٧	١٢	٣	٠	٠	٠	٠	٠.٩٧	١١٨٨	٩٩
٣	تشارك إدارة العلاقات العامة بنشاطات اجتماعية مع المجتمع الكويتي.	٢٩٥	٧٣.٧٥	٩٦	٢٤	٩	٢.٢٥	٢.٧٢	٠.٧٢	١٠.٨٦	٩٠.٥	
٤	تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات ديوان الخدمة المدنية بين الحين والآخر.	٢٩٨	٧٤.٥	٧٤	١٨.٥	٢٨	٧	٢.٦٨	٠.٧٦	١٠.٧٠	٨٩.٢	
٥	تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع الكويتي.	١١٠	٢٧.٥	٢١٨	٥٤.٥	٧٢	١٨	٢.١٠	٠.٨٦	٨٣.٨	٦٩.٨	
٦	تجري إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.	٨٤	٢١	٢١٤	٥٣.٥	١٠٢	٢٥.٥	١.٩٦	٠.٩٤	٧٨٢	٦٥.٢	
مجموع الأوزان												
								٢.٦	٠.٨٢	٦١٦٤	٨٥.٦	

من خلال جدول (٦) يمكن الوصول لمجموعة من النتائج التالية:

- تسعى إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي لتوثيق العلاقة مع الجمهور بل والوصول إلى المثالية والجودة في هذا، وذلك من خلال استخدام أفضل وسائل الإعلام والاتصال للتواصل مع المجتمع الكويتي.
- كما تبذل إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي جهداً مقصوداً لاختيار الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة للتواصل مع المجتمع، وتشارك الإدارة بالكثير من النشاطات الاجتماعية والندوات والمحاضرات للتعريف بخدمات ديوان الخدمة المدنية بين الحين والآخر.
- تتبع إدارة العلاقات العامة المنهج العلمي والأكاديمي من خلال وضع الخطة والتصور ووضع آلية مواجهة المشاكل والعراقيل التي تحول بينها وبين الوصول للهدف المنشود، وهو ما يتفق مع دراسة (Luke Capizzo، 2018)، ودراسة (جدعان فاضل

(الشمري، ٢٠١٦)، ودراسة (سعيدة حبيب، ٢٠١٤)، ودراسة (حزام الحشر، ٢٠٠٤)، ودراسة (Kirk Hallahan.2000).

وبعد عرض نتائج كل مجموعة من مجموعات الأسئلة الموجودة بالاستبيان كل على حدة تحتم على الباحث الربط بين هذه النتائج للوصول إلى تقييم سديد للعلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي وهذا ما سندرجه في الأسطر التالية تحت مسمى الاستنتاجات.

الاستنتاجات:

تتلخص الاستنتاجات في ستة نقاط وهو عدد مجموعات اسئلة الاستبيان وهي:

- **الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة من الجمهور:**
يقوم ديوان الخدمة المدنية بعملة بصورة كبيرة وواضحة حيث إن اغلب الجمهور الذي يتعامل معه هم اقل من ٢٥ عام أي تمت تغطية وتلبية رغبات المراحل العمرية الأكبر من تلك الفئة العمرية.
- **الصورة الذهنية لديوان الخدمة المدنية الكويتي لدى الجمهور الكويتي:**
تسعى إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية بكل مالها من قوة ومن وسائل اتصال للوصول إلى أفضل صورة ذهنية للجمهور والحفاظ على السمعة الطيبة لها من خلال استخدام الإدارة للوسائل الاتصالية والإعلامية والاستفادة من علوم الاتصال والإعلام الحديثة.
- **أهداف وأنشطة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي:**
تسعى إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية أن يكون لها أهداف واضحة وقوية تتناسب مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات ومواكبة للعصر.
- **الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة ومجال التعامل مع الجمهور بديوان الخدمة المدنية الكويتي:**
تسعى إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية للاهتمام بوضع خطة سنوية تتناسب مع الجمهور وتقوم بالتنسيق مع الجهات الأخرى بالوزارات والهيئات، وتقدم يد المساعدة وتقوم بتبسيط الإجراءات للجمهور، وتقوم بالتعرف على المشاكل التي تواجه الجمهور للتعرف على أسباب المشاكل التي تواجههم لتفاديها في المستقبل ووضع خطط مستقبلية لتفاديها وتحسين الألية الموضوعية، مع الاهتمام بالتواصل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وإهمال الملصقات واللوحات الإرشادية في الأماكن العامة ويرجع ذلك من وجهة نظر الباحث إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها لا تكلف أموال بالإضافة إلى سرعة انتشار المعلومة وسرعة الاستجابة من الجمهور والوصول بالإرشادات إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وفي اقل وقت وتكلفة وسرعة التواصل والرد على الاستفسارات.
- **وسائل الاتصال والإعلام للعلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي:**
إن إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية تسعى للاهتمام باستخدام وسائل الاتصال الحديثة فمواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والإيميل وذلك لسهولة الاتصال مع الجمهور ومع الوزارات والهيئات الأخرى ولسرعة الاستجابة وسرعة الرد والتواصل ولتوثيق المعلومات وعدم التأخر في الرد أو تلبية الاحتياجات وحل المشاكل، وأهملت العلاقات العامة المشورات والمجلات الداخلية والأشرطة المسموعة والمرئية، وذلك لتكلفتها العالية ولعدم تغطيتها لعدد كبير من المستفيدين من الجمهور.

● سعي ديوان الخدمة المدنية الكويتي لتوثيق العلاقة مع الجمهور الكويتي:

إن إدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية تسعى للاهتمام بالجمهور وتوثيق العلاقة مع المجتمع من خلال استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة والمتطورة والمتنوعة، واستخدام الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة التي تتوافق مع المجتمع الكويتي، وقيام العلاقات العامة بالديوان بإجراء بحوث لتوقع الأحداث والمشكلات ووضع تصور لمواجهتها، مما يدل من وجهة نظر الباحث إن إدارة العلاقات العامة تتطبع المنهج العلمي والاكاديمي من خلال وضع الخطة والتصور ووضع آلية مواجهة المشاكل والعراقيل التي تحول بينها وبين الوصول للهدف المنشود.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي خلصت إليها الدراسة يمكن للباحث أن يطرح مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تدعم وتسهم في زيادة تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام بإدارة العلاقات العامة بديوان الخدمة المدنية الكويتي، وذلك لتحقيق مزيد من النهوض بالديوان وتحقيق التنمية الشاملة.

المقترحات الموجهة للقيادات:

١. توحيد المسميات التنظيمية لإدارات أو الأقسام أو الوحدات القائمة بنشاط العلاقات العامة تحت مسمى "العلاقات العامة" وإلغاء المسميات الأخرى التي لا تتفق مع المفهوم الصحيح للعلاقات العامة.

٢. توفير الإمكانيات اللازمة لإدارات العلاقات العامة وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسؤوليات التي تقع على عاتقها، حتى يتسنى لها تأدية مهامها على أكمل وجه.

٣. العمل على إزالة قيود الروتين التي تفرضها بعض المؤسسات على إدارات العلاقات العامة بها، خاصة ما يتعلق بتسديد السلفيات والفواتير... الخ.

٤. تعاون الإدارات المختلفة في المؤسسات مع إدارات العلاقات العامة حتى يتسنى لها القيام بواجباتها على أكمل وجه.

مقترحات العلاقات العامة:

١. إقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالمؤسسات.

٢. ضرورة إعارة البحث العلمي في مجال العلاقات العامة أهمية خاصة وإجراء البحوث قبل إعداد برامج العلاقات العامة وبعدها، للتعرف على ما تم تحقيقه في مجال الاتصال بال جماهير المختلفة، والمشكلات التي تواجه هذا الاتصال.

٣. الاستفادة من وسائل الاتصال ودراسة الأساليب الاتصالية داخل المؤسسات.

٤. إنشاء نظام خاص بالقبول للشكاوى ورفع مختلف الانشغالات والشكاوى إلى الإدارة العليا.

٥. إصدار إدارة العلاقات العامة مجلة دورية-شهرية أو نصف شهرية-وذلك للاتصال بفئات الجمهور المتنوعة وتزويدها بكافة البيانات والمعلومات وذلك لتشجيع القراء على إرسال الأسئلة والاستفسارات وحتى الشكاوى للرد عليها.

مقترحات للقائمين بالاتصال والإعلام:

١. شرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة.
 ٢. شرح القوانين الجديدة واي تغييرات أو تعديلات في القوانين، بالإضافة إلى شرح مسوغات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.
 ٣. تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الاتصال المعروفة.
 ٤. إعلام المواطنين الخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة حتى يمكن أن يسهم فيها ويفيد منها بالكامل.
 ٥. تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف وتلفزة وغيرها.
 ٦. رصد ما ينشر أو يبحث من خلال وسائل الاتصال، ومتابعته وتقويمه والرد عليه إذا لزم الأمر.
 ٧. تقويم أثار لتحقيق الأهداف من خلال تقديم معلومات دقيقة بصورة مستمرة ومنتظمة.
 ٨. تقديم المشورة للمسؤولين فيما يتعلق بردود الفعل الحالية والمستقبلية المتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة.
 ٩. بناء سمعة طيبة للمؤسسة عن طريق:
- مشاركة العاملين بالمناسبات الاجتماعية.
 - التحدث رسميا باسم المؤسسة والتعامل مع وسائل الإعلام.

Abstract**the evaluation of the role of public relations in the Kuwait Civil Service Bureau****By Muhammed Awad Nafaa**

The paper discusses the evaluation of the role of public relations in the Kuwait Civil Service Bureau, because of the importance of the role of public relations in the study of the audience and to know their views about the institutions and services provided by them and the mechanisms to work them, and then transfer these views to the management of institutions to be used during the development processes, that must Each institution should do on its own and periodically; public relations have a great importance so that the institutions should give them a great stature. It resists the weaknesses of the institutions and participate in their development.

From this point on and to strengthen the Kuwaiti Civil Service Bureau, The study will evaluate the role of public relations in it and the level of service provided, it will be Through the application of the field survey methodology through questionnaire forms and statistical operations on them, in order to improve the performance of the public relations system and identify the problems that limit its effectiveness and help In resolving them.

الهوامش

- (١) محمد قاسم القريوتي. (٢٠٠٦). رسم وتنفيذ وتقييم تحليل السياسات العامة، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط١، ٢٧٧.
- (٢) أحمد محمد محمد عامر الماوري. (٢٠١٢). تقييم سياسات تخفيض العمالة في المنظمات العاملة مع التطبيق على الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، ص٥٣.
- (٣) هناء حافظ بدوي (٢٠٠١) العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص١٨.
- (٤) عبد الرزاق الدليمي (٢٠٠٥) العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ص ٢٤.
- (٥) شذوان على شبيبة. (٢٠٠٥). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥، ص٤٢.
- (٦) شريف أحمد العاصي (٢٠٠٦)، الترويج والعلاقات العامة: مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص١١٨.
- (٧) عبد الرزاق محمد الدليمي. (٢٠٠٥). العلاقات العامة والعولمة، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص٣١.
- (٨) محفوظ جودة، و حسن الزعبي، و ياسر المنصور، (٢٠٠٨)، مرجع سابق، ص ٧٣.
- (٩) علي عوجة (٢٠٠٥)، مرجع سابق، ص ٧٣.
- ١٠ أسماء المحكمين لاستمارة الاستبيان
١. أ.د/ سامي السيد عبد العزيز أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢. أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٣. أ.د/ سلوى العوادلي أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

٤. أ.د/ حنان فاروق محمد أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٥. أ.د/ سحر فاروق الصادق أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الآداب، جامعة حلوان.
٦. أ.م.د/ كريمان فريد أستاذ مساعد العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

المراجع:

أولاً الدراسات غير المنشورة:

١. إبراهيم محمود المصري (٢٠٠٤): أساليب الاتصال في المؤسسات الخدمية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية: قسم الدراسات الإعلامية.
٢. أحمد محمد محمد عامر الماوري. (٢٠١٢). تقييم سياسات تخفيض العمالة في المنظمات العاملة مع التطبيق على الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، ص٥٣.
٣. جدعان فاضل الشمري (٢٠١٦): دور العلاقات العامة في دعم جهود خطة التنمية الوطنية بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس. كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام.
٤. دينا محمد كامل الخطاط (٢٠٠٩): الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية المصرية - دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية القومية واتخاذ الإذاعة والتلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.
٥. سعيد بن سالم الساعدي. (٢٠١٤). دور الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في شرطة عمان السلطانية في تنمية وعي الجمهور بالقضايا الأمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، قسم الدراسات الإعلامية.
٦. سليم معمر خير الجباج (٢٠١٧): تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام.
٧. سليمان فيجان فيصل (٢٠٠٨): الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في قطاع الأمن السعودي - دراسة تطبيقية على قضية المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
٨. السيد السعيد عبد الوهاب (٢٠١٠): الدور الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاسات على الصورة الذهنية لممارسات لدى مندوبي وسائل الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.
٩. السيد السعيد عبد الوهاب محمد (٢٠٠٥): استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات والكوارث - نموذج مقترح بقطاع النقل والمواصلات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، شعبة الإعلام.
١٠. فرج محمد مسعود إبراهيم (٢٠١٧): مدى إدراك القيادات الإدارية بصندوق الضمان الاجتماعي لمفهوم وأهمية العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام والعلاقات العامة.
١١. فؤاد على حسين سعدان. (٢٠٠٩): أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية - دراسة مسحية على عينة من أجهزة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
١٢. نيرمين على عجوة (٢٠٠٥): دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على قطاع السياحة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

ثانياً الدراسات المنشورة:

١. حزام الحشر (٢٠٠٤): برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها، دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة برئاسة الحرس الوطني بالرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

٢. سعيدة حبيب محمد حبيب (٢٠١٤): أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة. دراسة مقارنة للمؤسسات الرسمية في محافظتي عدن وصنعاء، رسالة ماجستير، جامعة عدن، قسم الصحافة والإعلام، تخصص علاقات عامة.
٣. عباس بن رجاء الحربي (٢٠٠٨): دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ص ٢٥٦-٢٩٥.
٤. كاترين وليد مخيمر (٢٠١٤): دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية الفلسطينية- وزارة الصحة الفلسطينية دراسة حالة، رسالة ماجستير، غزة: أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا.
٥. محمد زيدان سالم طارق ومحمد أيوب أبو هديوس (٢٠١٠): تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين - دراسة ميدانية على فروع البنك في قطاع غزة، غزة: مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد ١٢، العدد ٢.
٦. محمد قيراط (٢٠٠٥): ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة: المعوقات التنظيمية والمشاكل، الهيكلية وأفاق المستقبل، الشارقة: جامعة الشارقة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد ٢، العدد ٣.
٧. نجوى الفضل الحسين الفضل (٢٠١٤): دور الاتصال التفاعلي في تطوير العلاقات العامة في شركات الاتصالات السودانية في الفترة من ٢٠١١-٢٠١٣، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا.
٨. هدي الزبير نور الهادي (٢٠١٠): وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالسودان، رسالة ماجستير، جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، الخرطوم السودان.

الكتب:

١. شدون على شبية (٢٠٠٥). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥، ص ٤٢.
٢. شريف أحمد العاصي (٢٠٠٦)، الترويج والعلاقات العامة: مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية.
٣. عبد الرزاق محمد الدليمي (٢٠٠٥). العلاقات العامة والعولمة، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ٣١.
٤. محفوظ جودة، و حسن الزعبي، و ياسر المنصور، (٢٠٠٨) منظمات الأعمال المفاهيم والوظائف (ط ٢) دار وائل للنشر، عمان، ص ١٥.
٥. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (عالم الكتب، القاهرة)، ٢٠٠٠، ص ١٥٩.
٦. محمد قاسم القريوتي (٢٠٠٦). رسم وتنفيذ وتقييم تحليل السياسات العامة، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط١، ٢٧٧.
٧. هناء حافظ بدوي (٢٠٠١) العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص ١٨.

المراجع الأجنبية:

1. Alfredo Arceo. (2004) " Public relations in Spain: an introduction, " public relation review, vol .30, issue 2, June.) pp 293-302..
2. Baiba Petersone, (2004) "The Status of Public Relations in Latvia" Unpublished Master's Thesis (Maryland: Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, college park.).

3. C. Mellado, S. Barria. (2011) "Deployment of Professional Roles in the Practice of Public Relations in Chile" (Chile: University of Santiago, School of Journalism, Public relation review 38).
4. Geah Pressgrove ,Melissa Janoske, Matthew J. Haught (2018) New research and opportunities in public relations and visual communication, *Public Relations Review*, Volume 44, Issue 3, September 2018, pp 317-320.
5. Kirk Hallahan, (2000) "Enhancing Motivation, Ability, and Opportunity to Process Public Relations Messages" (Colorado: Colorado State University, Department of Journalism & Technical Communication *Public Relations Review*, Volume 26, Issue 4, Winter.
6. Knut Gabrielsen. (2004)"Loyalty Versus Conflict in Norwegian Practitioners" (*Public Relations Review*, Vol.30.) pp.303-311.
7. Krishnamurthy Sriramesh, Liu Enxi. (2004) "Public Relations Practices and Socioeconomic Factors: A case study of different organizational types in Chinghai" (*Journal of Communication Studies*, Vol. 3 Issue 4, 2004) pp. 44-76.
8. Luke Capizzo (2018)Reimagining dialogue in public relations: Bakhtin and open dialogue in the public sphere, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 4, November 2018, pp 523-532.
9. Ming Yiwa and Kwame Baah-Boakye. (2008) "Public Relations in Ghana: Workrelated Cultural Values and Public Relations Models" (*Public Relations Review*, Vol. 35, no.1.).
10. Stephen D. Bruning, Melissa Dials & Amanda Shirka. (2008) "Using dialogue to build organization–public relationships, engage publics, and positively affect organizational outcomes" (**Public Relations Review**, Volume 34, Issue 1, March) pp. 25-31.
11. Sylvia Jiankun Guo,Lindsey B. Anderson (2018) : Workplace adversity and resilience in public relations: Accounting for the lived experiences of public relations practitioners, **Public Relations Review**, Volume 44, Issue 2, June 2018, pp 236-246.