

مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة (دراسة ميدانية)

مصلح بن فرحان بن مصلح العتيبي*

ملخص الدراسة

تتمثل مهنة الصحافة في البحث عن إشباع رغبة القاري ملتزمة بالمعايير والأسس الإعلامية والصحفية بما يضمن زيادة مبيعاتها بأعداد كبيرة، بينما العلاقات العامة بمجملها العام تتمثل في تقديم كل ما من شأنه تحسين وبناء الصورة الذهنية الجيدة لدى المستفيدين والجمهور؛ لذلك هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهجية المسحية باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة من مجتمعها، وهم الصحفيون من صحف: مكة- المدينة- عكاظ، وممارسي العلاقات العامة من إمارة منطقة مكة المكرمة، وشرطة العاصمة المقدسة، وأمانة العاصمة المقدسة، وإدارة التعليم بمكة المكرمة، والشؤون الصحية بمكة المكرمة، وفرع الشؤون الإسلامية بمكة المكرمة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

- أوضحت النتائج بأن العلاقة تعاونية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة، وكانت الإجابة: موافق بشدة، بنسبة 39%
- أشارت النتائج إلى أن رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على تلوين صياغة الأخبار؛ كانت الإجابة: موافق بشدة، بنسبة بلغت 29%.
- ومن أبرز ما أوصت به الدراسة:
- عقد اللقاءات المستمرة بين مسؤولي التحرير بالمؤسسات الصحفية وممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية.
- إقامة الجهات الحكومية المؤتمرات الصحفية الدورية، لإذابة الجليد بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين.

* باحث ماجستير في العلاقات العامة بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية- جامعة أم القرى- المملكة العربية السعودية

The extent to which Saudi journalists rely on public relations practitioners as a source of news in Makkah Al-Mukarramah Region

Abstract

The extent to which Saudi journalists rely on public relations practitioners as a source of news in Makkah Al-Mukarramah Region.

The profession of journalism is to seek the satisfaction of the reader's desire committed to media and journalistic standards and foundations, to ensure substantial increase in its sales, while the public relations generally is to provide everything that will improve and build a good mental image among the beneficiaries and the public. Therefore, the study aimed to determine the relationship between public relations practitioners in government agencies in Makkah Al-Mukarramah, and Saudi journalists in press institutions in the same region. To achieve the objectives of the study, the researcher relied on the survey methodology, using the questionnaire as a tool to collect data and information related to the study from its community. They are journalists from Makkah, Madina, and Okaz newspapers and public relations practitioners the Emirate of Makkah, the Holy Metropolitan Police, the Secretariat of the Holy Capital, Makkah Educational Administration, Makkah Health Administration, and Makkah Islamic Affairs Branch.

The result indicated that the relationship between public relations practitioners and journalists in Makkah region was cooperative and the response was 39% strongly agree.

The results revealed that the perception of public relations practitioners towards journalists is based on diversification of the formulation of news. The response was 29% strongly agree. The study recommended the following:

- Ongoing meetings between editorial officials in press institutions and public relations practitioners in government agencies .
- Government agencies hold periodic press conferences, to break the ice between public relations practitioners and journalists.

المقدمة

تُعتبر العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في الأجهزة والمؤسسات والمصالح الحكومية؛ علاقةً متشابكة ذات فتور، يشوبها كثيرٌ من الحساسية والكراهية، والحب والمودة في أحيان أخرى، ولذلك يُطلق عليهم (الأصدقاء الأعداء)؛ فمهنة العلاقات العامة بمجملها العام تتمثل في تقديم كل ما من شأنه تحسين وبناء الصورة الذهنية الجيدة لدى المستفيدين والجمهور، ولا تستغني في نفس الوقت عن الصحافة في عملية نشر بياناتها الإعلامية وفق أطرها الإعلامية، بينما تتمثل مهنة الصحافة في البحث عن إشباع رغبة القاري ملتزمةً بالمعايير والأسس الإعلامية والصحفية، بما يضمن زيادةً مبيعاتها بأعداد كبيرة.

إن تاريخ العلاقات مع الصحافة بدأ مع انتشار الصحف، أي في حوالي 1830م، حيث أحست المؤسسات والإدارات بحاجتها الكبيرة إلى تمرير رسائلها على غرار ما يفعله السياسيون، وتُعتبر عشرياً الخمسينات 1850م في الولايات المتحدة الأمريكية نقطة الانطلاقة الحقيقية للعلاقات التاريخية بين الصحافة والعلاقات العامة. (عواج، 2020).

إن العلاقة بين الصحفي وموظف العلاقات العامة يجب أن تكون تكاملية ولا تخضع لمصالح شخصية، حيث يكون محور هذه العلاقة "المعلومة والخبر" فقط، والجانبان يسعيان إلى خدمة بعضهما عن طريق توفير المادة الخبرية التي تلائم توجهات المؤسسة الإعلامية وتُناسب تطلعات القارئ الذي يعتبر أهم ركن من أركان مهنة الإعلام بكل قطاعاتها. (الطويل، 2013).

وقد أشار تقرير صحفي سابق إلى أن أربعة متحدثين فقط من بين 18 نجحوا في فرضية جريدة مكة التي هدفت في المقام الأول والأخير إلى قياس مدى تجاوب المتحدثين الرسميين لعدد من الجهات الحكومية مع وسائل الإعلام، وردوا خلال أول ثلاثة أيام منذ بدء إرسال الاستفسارات، في حين لم يرد 14 متحدثاً خلال خمسة أيام عمل، وهي المهلة الافتراضية التي منحتها الجريدة لهم. (الحسيني، 2017).

إن للصحافة قدراتٍ كبيرة في تكوين الرأي العام، وتُمثّل دوراً محورياً في تحقيق مهام العلاقات العامة. "وبعود نجاح عمل مختلف البنى العملية وأجهزة السلطة وبعض القادة والسياسيين إلى مدى الرغبة في إتقان العمل مع الصحافة، وتُعتبر الصحافة الدعامة الرئيسية لأكثرية برامج العلاقات العامة والموضوع الأساسي لعمل شركة العلاقات العامة اليومي، ويُعتقد أيضاً أنه حتى 80% من مجمل العمل فيها يرجع إلى العمل المشترك مع الصحفيين وإلى إعداد المطبوعات". (ميهور، 2014).

وتُعد علاقة الصحافة مع إدارات العلاقات العامة بشكلها العام معقدة وجدلية في ظل السلسلة التي يمر بها الخبر، من حيث مروره على مسؤولي المنظمة حتى يتم تصديره للصحافي، وفي هذه الأثناء يكون الخبر قد خرج بمظهرٍ محرّفٍ، وكأنه سيتم نشره بأحد مطبوعات الوزارة أو المنظمة المعنية. (القحطاني، 2014).

والعلاقة ما بين الصحفي وممارسي العلاقات العامة وفق ما توصلت إليه الدراسات العلمية علاقة معرفية قائمة على معرفة كل منهما بطبيعة عمل الآخر، وضرورات هذا العمل ومتطلباته وأهميته له، ولذلك يسعى كلٌّ من الطرفين إلى الطرف الآخر بما يحقق مصالح كلٍّ طرف فيهم. ولذلك يؤمن ممارس العلاقات العامة أن نجاح الصحفي في عمله يعادل نجاحه كرجل في العلاقات العامة، وهذا يعني أن جهودهما متكاملة لحدّ التناسق والتوازن (دياب، 2019).

وانطلاقاً من هذه الحقائق التي تفرضها علينا العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة، وموقف الطرفين تجاه بعضهما البعض، ودورهم في صناعة وإحداث التغيير في ممارستهم المهنية على الصعيد الإعلامي، يأتي هذا البحث ليتناول مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة.

مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية:

تضمن البحث الحالي المصطلحات التالية:

1. ممارسو العلاقات العامة:

عرّفها الدكتور علي عوجة بأنها: "الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة؛ لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع". (صايل، 2019).

ويُعرّف الباحث ممارسي العلاقات العامة إجرائياً بأنهم مجموعة يقدّمون كل ما من شأنه تحسين وبناء الصورة الذهنية الجيدة لدى المستفيدين، وتشكيل سمعة مميزة للجماهير الداخلية والخارجية.

2. المصدر:

"يمكن تعريف المصدر بأنه: ما يصدر عنه الشيء، وهو صيغة اسمية تدل على الحدث، وهذا يعني أنه مجرد من أي زمن، كما يُعتبر أصل جميع مشتقات اللغة العربية". (الشوابكة، 2018).

ويُعرّفه الباحث إجرائياً: "المصدر هو الشخص الذي يُمدُّ بالمعلومات والمحتويات والبيانات والمنشورات، وهو الذي يَسْتَقِي من خلاله الصحفيون الأخبار من أجل عملية التحرير والصياغة ونشر ذلك في المطبوعات الدورية".

3. الأخبار:

يُعرّف قاموس أوكسفورد الإنجليزي "الأخبار" بأنها: "معلومات تم تلقيها حديثاً أو جديدة بالملاحظة، خاصة فيما يتعلق بالأحداث الأخيرة". (المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج، 2019).

ويُعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "الأخبار هي التي تُلَفِّثُ نَظْرَ المتلقّي، وتثير اهتمامه، بعد عملية جمعه من مصادر موثوقة وتحريره وإتقانه وفق أحدث الأساليب والوسائل الصحفية ومن ثمّ توزيعه بعد ذلك".

مشكلة البحث:

تسعى العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية على رسم صورة حسنة وإيجابية عن المؤسسات من خلال سعيها في نشر وبت الاخبار الإيجابية عن تلك المؤسسات، بما يضمن الحفاظ على سمعتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي، بينما يحرص الصحفيون على نشر المواد الصحفية وفق الأصول المهنيّة للصحافة، وهو الأمر الذي أدى إلى تكوين علاقة خاصة بين الممارسين للعلاقات العامة، والصحفيين، ولكون العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين علاقة تبادلية في مجملها، فإن مشكلة البحث تبرز في الكشف عن مدى اعتماد الصحفيين السعوديين العاملين في المؤسسات الصحفية المطبوعة في منطقة مكة المكرمة والمتمثلة في صحف: مكة- عكاظ- المدينة، وممارسي العلاقات العامة في مدينة

مكة المكرمة والتي تتمثل في إمارة مكة المكرمة- أمانة العاصمة المقدسة - الشؤون الصحية بمكة المكرمة- إدارة التعليم بمكة المكرمة- فرع الشؤون الإسلامية والدعوة بمكة المكرمة- شرطة العاصمة المقدسة، وذلك من أجل الوقوف على كيفية تعامل الطرفين مع بعضهما البعض.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1. هدفت دراسة السيابية (2017) إلى كشف وتوصيف وتحليل العلاقة التبادلية بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في سلطنة عُمان، وتحديد اتجاهات الصحفيين نحو ممارسي العلاقات العامة والعكس، وخلصت إلى أن العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة تكاملية وإيجابية في معظمها، أساسها التعاون والتفاهم بين الطرفين عادة، إلى جانب الثقة بين الطرفين. وحددت الدراسة العوامل التي تتحكم في العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة، وتكمن هذه العوامل في: العلاقات الشخصية، والتجارب السابقة بين الطرفين، ووعي كل طرف بطبيعة عمل الطرف الآخر، وسلطة المسؤولين في الشركات، ونوع القطاع الذي تنتمي إليه الشركات سواء كان قطاعاً حكومياً أو خاصاً. وأشارت النتائج أيضاً إلى تبني ممارسي العلاقات العامة والصحفيين لاتجاهات مختلفة نحو بعضهم، فمنهم من تكونت لديه اتجاهات إيجابية نحو الطرف الآخر، والبعض تكونت لديه اتجاهات سلبية، وذلك نتيجة للتجارب السابقة مع الطرف الآخر. وأكد معظم الصحفيين وممارسي العلاقات العامة على أهمية كل مهنة في تطوير المهنة الأخرى، حيث تعتمد كل مهنة على الأخرى في أداء الكثير من وظائفها وتحقيق أهدافها. وأوضحت الدراسة أن هناك توجهات مؤيدة وأخرى معارضة لبعض الممارسات الأخلاقية التي تحكم عمل الصحافة والعلاقات العامة مثل: الحفاظ على أسرار الشركة، وتوثيق مصادر المعلومات وتقديم الهدايا، وتنظيم الرحلات الترفيهية وغيرها، ويعود ذلك لتقافة الشركة والبيئة المحيطة، بالإضافة إلى السمات الشخصية لكل من الصحفيين وممارسي العلاقات العامة.

2. استهدفت دراسة عياد (2016) الوقوف على العلاقة بين أقسام وإدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي من جانب، ووسائل الإعلام من جانب آخر من وجهة نظر الممارسين في الدوائر والممارسات الحكومية في إدارة دبي، كما هدفت إلى التعرف على أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها ممارس العلاقات العامة في هذه الدوائر والهيئات الحكومية، والكيفية التي ينظر بها ممارس العلاقات العامة في هذه الدوائر والهيئات الحكومية لوسائل الإعلام، تبينت هذه الدراسة ثلاثة مداخل أساسية لبناء العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ووسائل الإعلام، وهي: مدخل رد الفعل، ومدخل الاستعداد للتفاعل، ومدخل التفاعل، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تصميم استمارة استبيان وتطبيقها على عينة الدراسة المتمثلة في 20 دائرة وهيئة حكومية (13 دائرة، و7 هيئات)، وتشير نتائج هذه الدراسة إلى فهم ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في الدوائر والهيئات الحكومية محل الدراسة أن العلاقة مع وسائل الإعلام يجب أن تُحقق المصالح المتبادلة للطرفين كما يدركون أن وسائل الإعلام كمؤسسات يجب التعامل معها كجمهور قائم بذاته.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1. سعت دراسة (Coli c & Ver ci c. 2016) للكشف عن العديد من العناصر المرتبطة بعلاقة الصحفيين بممارسي العلاقات العامة، وهدفت إلى قياس درجة عدم الرضا حول

أوضاع العمل لكل من مهنة العلاقات العامة والصحافة وإدراك كل طرف للطرف الآخر، وسعت الدراسة أيضاً إلى تحليل دور كل من الصحفيين وأخصائيي العلاقات العامة في نقل الحدث، وتمثلت عينة البحث في 106 صحفياً من الصحفيين المنتسبين إلى اتحاد العلاقات العامة الكرواتي، و101 ممارس للعلاقات العامة منسوب إلى اتحاد العلاقات الكرواتي، واعتمد على نموذج التعايش في العلاقات العامة كإطار نظري لها، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، واستعانت بأداة الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب الصحفيين يعتقدون أن ممارسي العلاقات العامة بنفس الإجابة عند سؤالهم عن تقيّد الصحفيين بالأخلاق والقيم المهنية، وعند سؤال الصحفيين عن أن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو توضيح وخداع الجماهير والتحكم بهم، فقد كانت إجابات الصحفيين متذبذبة بين الموافقة والرفض.

2. تناولت دراسة (Galchutt، 2014) تقييم مدركات القائمين بالاتصال في مجال العلاقات العامة عن الصحفيين، وتصورات الصحفيين عن ممارسي العلاقات العامة في إطار العلاقة التي تربط بين المهنيين في صحيفة يان دييجوفي كاليفورنيا، كما هدفت الدراسة إلى معرفة كيف تستقبل الصحافة المعلومات الصادرة عن العلاقات العامة، واستندت الدراسة إلى نظرية حارس البوابة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستعان الباحث بالاستبانة كأداة للدراسة، وقسم العينة إلى مجموعتين: المجموعة الأولى: تتكون من الصحفيين، والأخرى: تتكون من ممارسي العلاقات العامة لبعضهم البعض، واتفقت المجموعتان على أن ممارسي العلاقات العامة هم أول من يُبادر بالاتصال بالصحفيين، كما اتفقت المجموعتان على أن الصحفيين يعتمدون على العلاقات العامة في الحصول على المعلومات.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال البحث والتقصّي واستعراض الدراسات السابقة، تشكّلت لدى الباحث دروسٌ مستفادة تمثلت في انعدام الدراسات المحلية -على حد علم الباحث- التي تناولت مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة، سوى الدراسات الأجنبية التي تناولت اعتماد الصحفيين على ممارسي العلاقات العامة، وكذلك وجود دراسات عربية محدودة جداً تناولت العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة.

كما اعتمد الباحثون في بعض الدراسات السابقة على المنهج المسحي وأداة الاستبانة. وتطرقت الدراسات السابقة إلى أن العلاقة بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة علاقة معقدة، وشائكة، ويسودها النظرة السلبية القائمة على التعقيد بين الطرفين، كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في كيفية صياغة مشكلة البحث، ووضع البناء المنهجي للبحث، من تساؤلات وأهمية وأهداف وما إلى ذلك.

كما ركز الباحث على مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة، وذلك لانعدام الدراسات حِيال ذلك من حيث اختيار عدة صحف بمنطقة مكة المكرمة والمتمثلة في صحف: مكة- عكاظ- المدينة، وممارسي العلاقات العامة والمتمثلة في الجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والتي تتمثل في إمارة مكة المكرمة- أمانة العاصمة المقدسة- الشؤون الصحية بمكة المكرمة- إدارة التعليم بمكة المكرمة- فرع الشؤون الإسلامية والدعوة بمكة المكرمة- شرطة العاصمة المقدسة.

أهداف البحث:

انطلاقاً من مشكلة البحث الرئيسية التي تكشف وتُصِف وتُحلِّل مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة؛ تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة.
- 2- معرفة رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة للصحفيين السعوديين في منطقة مكة المكرمة.
- 3- معرفة رؤية الصحفيين السعوديين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة.
- 4- معرفة كيفية تعامل الصحفيين السعوديين في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها ممارسو العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة.
- 5- معرفة رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية في مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها الصحفيون السعوديون في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة.

تساؤلات البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق أهدافه من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1- ما العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة؟
- 2- ما رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة للصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة؟
- 3- ما رؤية الصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة؟
- 4- كيف يتعامل الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها ممارسو العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة؟
- 5- كيف يتعامل ممارسو العلاقات العامة العاملون في الجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها الصحفيون السعوديون بمنطقة مكة المكرمة؟

أهمية البحث:

تتجلى أهمية الدراسة في:

1. معرفة مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة، والتي تُعد الأولى من نوعها.
2. كشف هل هناك مصادر أخرى للأخبار خلاف ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية، حيث يتضح ذلك من نسبة الاعتماد على ممارسي العلاقات العامة.
3. يعتبر الباحث -على حد علمه- أن البحوث التي تناولت مدى اعتماد الصحفيين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار من البحوث القليلة.
4. السعي لإضافة علمية في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية التي تناولت مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة.

المدخل النظري:

المبحث الأول: الصحافة.

1. مفهوم وأهمية وتعريف الصحافة:

تستند المادة الأولى من نظام المطبوعات والنشر إلى أن الصحافة: مهنة تحرير المطبوعات الصحفية وإصدارها، والصحفي: كل من اتخذ مهنة التحرير الصحفي مهنة له، سواء كانت أصلية أم إضافية، والصحيفة: كل مطبوعة ذات عنوان ثابت تصدر بصفة دورية أوفي المناسبات في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة، كالجرائد والمجلات والنشرات. (وزارة الاعلام، 1421، ص2)

ويرى الدكتور عيسى الحسن بأن بعض المطبوعات تهتم بجانب أو مجال يُهمُّ المختصين والمهتمين، سواء بموضوع أو علم معين، كما في المطبوعات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الرياضية أو الثقافية أو الفنية أو الطبية، أو كأحد أنواع أوصور منها: كالاقتصاد المحلي، أو السياسة الدولية، أو الرياضة العالمية، ونحوها من أشكال المطبوعات. (الحسن، 2011، ص19).

ويرى الباحث أن الصحف عصبُ الدولة وإحدى المحركات التي تناضل عن مقدسات البلدان ومقدراتها القومية، ووجودها والحفاظ على استمراريتها ودعمها يعطي قوة للرأي العام الداخلي والخارجي للأوطان، مع الحفاظ على الأسس والقيم والمبادئ المعرفية للعملية الصحفية داخل الصحف، يُعزِّزُه في ذلك تأكيد الأهمية في الجوانب الأخلاقية للصحافة، ومما يُعزِّزُ تقدم المجتمعات والشعوب هو انتشار رقعة الصحافة وزيادة العلوم والمعرفة، واتساع الآراء بين كافة شرائح المجتمع وأفرادها، والذي يرتبط بارتفاع المستوى العلمي للأبناء، وهو الذي يؤدي إلى رقي الصحافة ونمو عطاها وتوهُجها.

2. مفهوم الصحفي وأهميته وتعريفه:

يقول كتاب "التزام الصحفي": إن الصحفي يُعد هو الإعلامي الممارس، وهو الذي يشمل كل من يمارس مهنة الصحافة بجميع اختصاصاتها، وذلك من خلال العمل في الصحيفة أودار النشر أو الجهة الإعلامية التي تُصدر المطبوعات كالصحف والمجلات والكتيبات والدوريات والمنشورات، وتعمل تلك المؤسسات على توزيعها وبتنظيمها، ولا أحد يستطيع أن ينكر أو يقلل من أهمية مهنة الصحفي، والدور الذي يلعبه الصحفي في المحافظة على سير المجتمعات وتطويرها في شتى جوانبه الفكرية والسياسية والثقافية، وأن المهنة التي يضطلع بها الإعلامي عموماً، والصحفي على وجه الخصوص تُلامس حياة الكبير والصغير والفرد والأسرة، والأفراد والجماعات، الأمي والمتقف، والتي أصبحت اليوم، وبفضل قوتها المتنامية وتطورها المتلاحق، من أكثر عوامل التأثير والتغيير في المجتمعات. (التزام الصحفي، 2012، ص 23)

المبحث الثاني: العلاقات العامة:

1. مفهوم العلاقات العامة:

في عام 1921 أسس ايفي لي مكتباً صحفياً يُقدِّم خدماته لصالح منظمات أعمال مختلفة مستخدماً مصطلح "العلاقات العامة" لأول مرة بشكل واسع، حيث أطلق على النشرة التي أصدرها مكتبه هذا اسم "العلاقات العامة"، وفيها حدّد مبادئ التعامل بين هذا المكتب الذي أسسه من جهة وبين الصحافة من جهة أخرى فيما أطلق عليه اسم (إعلان المبادئ -

(Declaration of Principles)، وفيه شرح كيف يتعامل هذا المكتب الذي أسسه مع الصحافة، فكتب يقول: إن هذا ليس مكتباً سرّياً للصحافة؛ فكلُّ أعمالنا تتم في وضوح النهار، فنحن نهديكم بالأخبار، كما أن هذا ليس وكالة إعلان، فإذا اعتقدتم أن ما نبعث به إليكم يحمل صفة الإعلان فلا تنشروه، فأخبارنا دقيقة ونحن مستعدون لإمدادكم بالمزيد من التفاصيل عنها فوراً. (الجوهر، 2013، ص12)

ويستنتج الباحث أن ما تقدم به أهم مؤسسي وظيفة العلاقات العامة أي في لي وادوارد يوجي بأنهم كانوا يريدون أن يقدمون خدماتهم قولاً وعملاً؛ حيث يؤمنون بأن الأقوال لا قيمة لها ما لم يتم ترجمتها بالأفعال، من حيث تأسيس وقيام المنظمات وفق الأعمال السليمة المتبعة في العلاقات العامة مع الإعلام عنها، والعمل كذلك بنقل الصورة النمطية الحقيقية عن تلك المنظمات، وشرح المنظمة بكافة صورها وأشكالها للجمهور، والعمل كذلك على تفسير كافة صور وأشكال الجمهور للمنظمة، مع مراعاة المسؤولية الاجتماعية والالتزام الأخلاقي والأدبي للدول والمجتمعات فيما تقوم به المنظمات من أعمال.

2. تعريفات العلاقات العامة:

اطَّلَعَ الباحث على عدة تعريفات للعلاقات العامة، وهي كالتالي:

أ- **تعريف مجلة العلاقات العامة الأمريكية** بأنها: "الوظيفة الإدارية التي تُقِيم اتجاهات وميول الجمهور، وتُحدِّد سياسات وإجراءات الفرد أو المنظمة بما يتماشى مع مصلحة الجمهور وتخطط وتنفيذ برامج عمل للحصول على فهم الجمهور وقبوله". (CUTLIP) (AND CENTER 1985 P. 3)

ب- **تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة**: عرَّفَت الجمعية الدولية هذه الوظيفة بأنها: "وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تُهمُّها، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد، وذلك من خلال قياس الرأي لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط". (علي عجوه 1977، ص17).

ويُعرِّف الباحث العلاقات العامة بأنها: هي الوظيفة التي تُخلِّق الاستدامة المتبادلة بين الجماهير وجهات الأعمال، ووضع الجهود ذات الخطط المنظمة والمستمرة، ليتحقق التعاون والتفاهم بين الجهات والجماهير.

المبحث الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

1. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

انطلقت هذه النظرية من منطلق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه من منطلق أن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية واقتدار، والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام، ويأتي ضمن دائرة هذه النظرية مجموعة فرعية من النظريات الإعلامية، والتي تندرج فيما يلي:

1. **نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد**: حيث إن هذه النظرية لها قدرة فائقة على التأثير المباشر على الرأي العام أو الجمهور المستهدف، وأن ردود الأفعال أو الاستجابة تؤثر بعد انطلاقتها كتأثير الرصاصة عندما تنطلق من البندقية أو المسدس.

2. **نظرية الغرس الثقافي:** الإعلام بشكل عام له وظائف متعددة ومنها الوظيفة الثقافية، ولذلك تنطلق هذه النظرية من أن الجمهور يتأثر بما تبثه وسائل الإعلام للرأي العام حيث تساهم في زيادة ثقافتهم ومعارفهم ومعلوماتهم وخاصة الجمهور الملصق بوسائل الإعلام الذي يعتمد كلياً على ما يتدفق من معلومات وأخبار عن العالم الخارجي والداخلي. (المشاقبة، 2011 ص، 95 – 99)

يرى الباحث أن دراسته ترتبط بهذه النظرية بشكل كبير ومباشر، حيث إنها تنظر إلى أن استخدام وسائل الإعلام ضرورة ملحة لتحقيق الإشباع من ذلك، من حيث مدى اعتماد الصحفيين في المؤسسات الصحفية وما في حكمها، على ممارسي العلاقات العامة في القطاعات الحكومية والخاصة والقطاع الثالث، لكون الإعلام تزداد قدرته وقوته في عملية التأثير عندما تقوم وظائفه بالمهام المنوطة بها بكفاءة وجدارة من حيث نقل المعلومات والبيانات بطريقة مكثفة ومميزة، وفق النظريات المتبعة في ذلك.

نوع البحث ومنهجه:

منهج البحث:

سيستخدم الباحث المنهج الكمي وستكون المنهجية المسحية؛ وهي الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الأسئلة على الجمهور والمتمثلة في التعرف على مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة. (الحيزان، 2010، ص 92).

مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو المجموعة البشرية الكبيرة التي سيقوم الباحث بأخذ عينة الدراسة منها، وتتمثل في كل ما له علاقة بالصحفيين السعوديين في صحف: مكة- المدينة- عكاظ، بمنطقة مكة المكرمة وممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة، والتي تتمثل في: إمارة مكة المكرمة- أمانة العاصمة المقدسة- الشؤون الصحية بمكة المكرمة- إدارة التعليم بمكة المكرمة- فرع الشؤون الإسلامية والدعوة بمكة المكرمة- شرطة العاصمة المقدسة، وسوف يعتمد الباحث في هذا البحث إلى جعل جميع الصحفيين السعوديين وممارسي العلاقات العامة بمنطقة مكة المكرمة هم مجتمع البحث.

عينة البحث:

بما أن عينة البحث هي عينة قصديّة يُراد بها الطاقة البشرية التي تُعد حجر الأساس في المتغير أو الدراسة التي سيتم تسليط الضوء عليها، وسوف يعتمد الباحث في هذا البحث إلى جعل عينة البحث هم الصحفيون السعوديون بمنطقة مكة المكرمة وممارسو العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة، والمقدر عددهم على النحو التالي:

21	صحيفة مكة	اسم مؤسستك الصحفية أوجهة ممارستك للعلاقات العامة
9	صحيفة المدينة	
10	صحيفة عكاظ	
10	إمارة مكة المكرمة	
5	شرطة العاصمة المقدسة	
14	أمانة العاصمة المقدسة	
24	إدارة تعليم مكة المكرمة	
6	الشؤون الصحية بمكة المكرمة	
4	الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بمكة المكرمة	

أداة جمع بيانات البحث:

تُعتبر أداة جمع البيانات من العناصر المهمة التي يعتمد عليها الباحث في بحثه؛ لأنها تُمكنه من جمع المعلومات التي تدور حول موضوع الدراسة المراد بحثها؛ وسيعتمد الباحث إلى استخدام أداة الاستبانة، والتي سوف تُورَّع على عينة البحث من الصحفيين السعوديين وممارسي العلاقات العامة بمنطقة مكة المكرمة.

إجراءات الصدق والثبات:

أ- اختبار الصدق:

صدق المحكِّمين: تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرضها على مشرف البحث، ثم عرضها على مجموعة من المحكِّمين المتخصصين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة أم القرى وعددهم (3)، وذلك بهدف التعرف على قدرتها على خدمة أهداف الدراسة، ومدى كفايتها للرد على أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، وفي ضوء آراء المحكِّمين تم تعديل بعض الأسئلة المتضمنة بالاستبانة حتى أصبحت في شكلها النهائي.

ب- اختبار الثبات:

تم التأكد من صدق الاستبانة وثباتها باستخدام اختبار كرونباخ الفا؛ حيث بلغت قيمة الثبات للاستبانة (0.955) وهذا يعني أنها صالحة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم تحليل البيانات من خلال الحزمة الإحصائية (SPSS) للدراسات الاجتماعية، وتمثلت الاختبارات التي أجراها بما يلي:

1. اختبار كرونباخ الفا (Cronbach Alpha).
2. التحليل الوصفي من خلال التكرارات والنسب المئوية.
3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

حدود البحث:

يقصر البحث على الحدود التالية:

- الحدود المكانية: سيقصر البحث الحالي على منطقة مكة المكرمة.
- الحدود البشرية: تتمثل في الصحفيين السعوديين العاملين بالمؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة، وممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة.
- الحدود الزمانية: سيتم تطبيق الجانب العلمي خلال الفصل الدراسي الثاني 1443-2021

حساب ثبات الاستبانة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدم الباحث اختبار كرونباخ الفا (Cronbach Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (103)، والجدول رقم (2) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول رقم (2): نتائج اختبار كرونباخ الفا

المحاور	عدد العبارات	معامل كرونباخ الفا (ثبات المحور)
المحور الأول	5	0.814
المحور الثاني	7	0.859
المحور الثالث	8	0.919
المحور الرابع	7	0.940
المحور الخامس	7	0.938
الثبات العام للاستبانة	34	0.955

تُظهر النتائج في الجدول رقم (2) أن معامل الثبات العام لجميع محاور الدراسة مرتفع حيث بلغ (0.955)، حيث تراوح معامل الثبات للمحاور بين (0.814) كحد أدنى و(0.940) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة حسب مقياس نانلي والذي اعتمد معدّل (0.70) كحد أدنى للثبات (Nunnally & Bernstein, 1994).

تحليل وعرض النتائج:

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً لبيانات الدراسة التي تم الحصول عليها من خلال المسح الميداني، واستطلاع آراء المستجيبين في عينة الدراسة، من خلال استخدام مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج حيث أُعطيت الدرجة 5 (موافق بشدة)، والدرجة 4 (موافق)، والدرجة 3 (محايد)، والدرجة 2 (غير موافق)، والدرجة 1 (غير موافق بشدة). كما تم تحليل البيانات من خلال الحزمة الإحصائية (SPSS).

مجتمع الدراسة وعينتها:

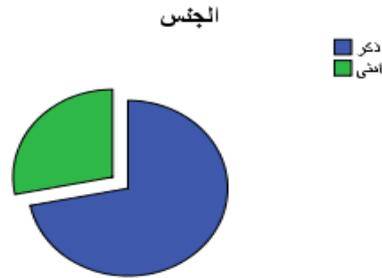
تم توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم (3): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

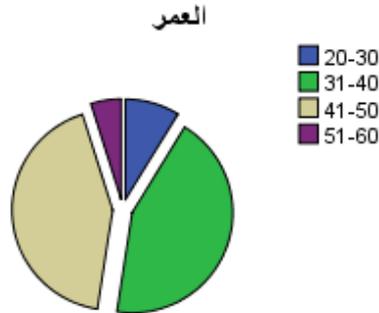
النسبة المئوية %	التكرار	الخصائص الديموغرافية
71.8	74	ذكر
28.2	29	انثى
18.4	19	ثانوي
60.2	62	بكالوريوس
21.4	22	ماجستير
0.0	0	دكتوراه
8.7	9	30-20
43.7	45	40-31
42.7	44	50-41
4.9	5	60-51
21	20.4	صحيفة مكة
9	8.7	صحيفة المدينة
10	9.7	صحيفة عكاظ
10	9.7	إمارة مكة المكرمة
5	4.9	شرطة العاصمة المقدسة
14	13.6	أمانة العاصمة المقدسة
24	23.3	إدارة تعليم مكة المكرمة
6	5.8	الشؤون الصحية بمكة المكرمة
4	3.9	الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بمكة المكرمة

يتضح من خلال الجدول رقم (3) ما يلي:

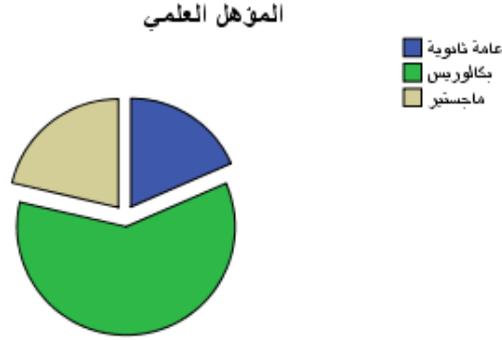
- **متغير الجنس:** بلغ عدد الذكور (74) مستجيباً من أصل (103) مستجيباً (أفراد عينة الدراسة)، ويشكلون ما نسبته (71.8%) من عينة الدراسة. كما بلغ عدد الإناث (29)، ويشكلون ما نسبته (28.2%) من عينة الدراسة.



- **متغير العمر:** بالنسبة لمتغير العمر فقد تم تقسيمه إلى أربع فئات، حيث بلغت نسبة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين (20-30) سنة (8.7%)، أما الذين تتراوح أعمارهم بين (31-40) سنة؛ فقد بلغت نسبتهم (43.7%)، بالمقابل بلغت نسبة الأفراد المستجيبين الذين تتراوح أعمارهم بين (41-50) (42.7)، وأخيرًا: كانت أقل نسبة للأفراد الذين تراوحت أعمارهم (51-60) حيث بلغت (4.9).

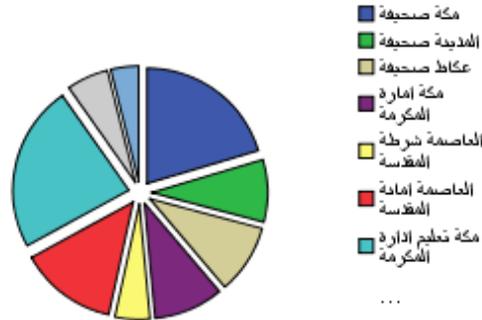


- **متغير المؤهل العلمي:** بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي فقد جاء العاملون من حملة شهادة البكالوريوس في المرتبة الأولى؛ حيث بلغت نسبتهم (60.2%)، يأتي في المرتبة الثانية من يحملون درجة الماجستير، وقد بلغت نسبتهم (21.4%)، أما بالنسبة للعاملين الحاصلين على الثانوية العامة فقط؛ فقد بلغت نسبتهم (18.4%). ولم يكن هناك أي مستجيب من حملة درجة الدكتوراه.



- **متغير جهة العمل:** أعلى نسبة للمستجيبين كانت لإدارة تعليم مكة المكرمة؛ حيث بلغت النسبة (23.3%)، تلتها صحيفة مكة بنسبة (20.6)، أما المرتبة الثالثة فكانت لأمانة العاصمة المقدسة، حيث بلغت نسبة المستجيبين (13.6). بالمقابل سجلت الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بمكة المكرمة أقل نسبة للمستجيبين؛ حيث بلغت (3.9%)، تلتها شرطة العاصمة المقدسة بنسبة (4.9).

للعلاقات ممارستك جهة أو الصحفية ممارستك أسم العامة



تحليل النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين السعوديين على ممارسي العلاقات العامة كمصدر للأخبار بمنطقة مكة المكرمة، وفيما يلي عرض وتحليل النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة وأهدافها:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار والنسب لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما أظهرها الجدول رقم (4) جدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات السؤال الأول:

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
أوافق بشدة	0.83	4.14	0	5	14	45	39	التكرار تكون العلاقة تعاونية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة
			0.0	4.9	13.6	43.7	37.9	%
أوافق	1.16	3.49	8	12	24	39	20	التكرار تكون العلاقة تنافسية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة
			7.8	11.7	23.3	37.9	19.4	%
أوافق	1.31	3.25	12	21	21	27	22	التكرار تكون العلاقة مرتبكية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة
			11.7	20.4	20.4	26.6	21.4	%
أوافق	1.23	3.38	10	15	24	33	21	التكرار تكون العلاقة توجسبية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة
			9.7	14.6	23.3	23.0	20.4	%
أوافق	1.31	3.07	18	14	30	24	17	التكرار تكون العلاقة تصادمية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة
			17.5	13.6	29.1	23.3	16.5	%
3.46			الوسط المرجح لكل فقرات السؤال الأول					
1.16			الانحراف المعياري لكل فقرات السؤال الأول					

يظهر من الجدول رقم (4) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول السؤال الأول: (ما العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة؟)، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على (تكون العلاقة تعاونية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة) بوسط حسابي (4.14)، وانحراف معياري (0.83)، كما كانت 39.9% من الإجابات: موافق بشدة. تلتها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على (تكون العلاقة تنافسية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة) بوسط حسابي (3.49)، وانحراف معياري (1.16)، وكانت 19.4% من الإجابات: موافق بشدة.

فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على (تكون العلاقة تصادمية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة) بوسط حسابي (3.07)، وانحراف معياري (1.31)، وكانت 16.5% من الإجابات: موافق بشدة.

وبالتالي يتضح من النتائج في الجدول رقم (2) ميل المستجيبين نحو قبول وجود علاقة تعاونية بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية في منطقة

مكة المكرمة بالدرجة الأولى. كما أكدت النتائج ميل المستجيبين إلى وجود علاقات بغض النظر عن نوعها؛ حيث بلغ المتوسط المرجح لكل فقرات السؤال الأول (3.46)، وهو أقرب إلى: موافق (أي الموافقة بوجود علاقة بغض النظر عن نوعها)، وبانحراف معياري (0.22) معبراً عن تشتت ضئيل في إجابات عينة الدراسة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة للصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار والنسب لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما أظهرها الجدول رقم (5).

جدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات السؤال الثاني

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات					التكرار	%
			لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
موافق	1.4	3.75	5	7	20	47	24	التكرار	%
			4.9	6.8	19.4	45.6	23.3	روية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين قائمة على إثارة الرأي العام	
موافق	960.	3.69	3	9	26	46	30	التكرار	%
			2.9	7.8	25.2	45.6	29.1	روية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على تلوين صياغة الأخبار	
موافق	820.	3.96	0	3	28	42	30	التكرار	%
			0.0	2.9	27.2	40.8	29.1	روية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين قائمة على تزويدهم بالأخبار من خلال البيان الصحفي الرسمي فقط	
موافق	1.26	3.18	15	13	29	30	16	التكرار	%
			14.6	12.6	28.2	29.1	15.5	روية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على عدم الصدق في نقل الأخبار	
موافق	1.03	3.96	4	7	24	42	26	التكرار	%
			3.9	6.8	23.3	40.8	25.2	يرى ممارسو العلاقات العامة أن الصحفيين اندفاعيون في سبيل الحصول على الأخبار	
موافق	1.12	3.44	7	12	31	34	19	التكرار	%
			6.8	11.7	30.1	33.0	18.4	يرى ممارسو العلاقات العامة أن الصحفيين لا يُراعون الصورة والسمعة الذهنية للجهات الحكومية عند نقل وكتابة الأخبار	
	1.06	3.54	4	13	29	37	20	التكرار	%
			3.9	12.6	28.2	35.9	19.4	يرى ممارسو العلاقات العامة أن الصحفيين يخرجون عن السياسة الإعلامية الخاصة للجهة الحكومية عند نقل وكتابة الأخبار	
3.64			الوسط المرجح لكل فقرات السؤال الثاني						
1.09			الانحراف المعياري لكل فقرات السؤال الثاني						

لقد أظهرت النتائج في الجدول رقم (5) رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة للصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة؛ حيث احتلت المرتبة الأولى فقرتان، وهما: الفقرة التي تنص على (رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على تلوين صياغة الأخبار) بوسط حسابي (3.96)، وبانحراف معياري (0.96)، كما كانت 29.1% من الإجابات: موافق بشدة، والفقرة الأخرى تنص على (يرى ممارسو العلاقات العامة أن الصحفيين اندفاعيون في سبيل الحصول على الأخبار) بوسط حسابي (3.96)، وبانحراف معياري (1.03)، كما كانت 25.2% من الإجابات: موافق بشدة. تليها في المرتبة الثانية: الفقرة التي تنص على (رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين قائمة على إثارة الرأي العام)، بوسط حسابي (3.75)، وبانحراف معياري (1.4)، كما كانت 23.3% من الإجابات: موافق بشدة. بالمقابل جاءت الفقرة التي تنص على (رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على عدم الصدق في نقل الأخبار) بالمرتبة الأخيرة، بوسط حسابي (3.18)، وبانحراف معياري (1.26)، كما كانت 15.5% من الإجابات: موافق بشدة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما رؤية الصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار والنسب لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما أظهرها الجدول رقم (6).

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات السؤال الثالث

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	التكرار	الفقرات
موافق	0.91	3.89	0	8	25	40	30	التكرار	رؤية الصحفيين نحو ممارسي العلاقات العامة قائمة على الانتظار في كتابة الأخبار حتى صدور البيان الصحفي الرسمي.
			0.0	7.8	24.3	38.8	29.1	%	
موافق	1.15	3.42	8	13	28	36	18	التكرار	رؤية الصحفيين نحو ممارسي العلاقات العامة مبنية على حجب المعلومة الصحيحة
			7.8	12.6	27.2	35	17.5	%	
موافق	1.04	3.72	5	5	28	40	25	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة يراوغون في الإجابة على الاستفسارات.
			4.9	4.9	27.2	37.8	24.3	%	
موافق	1.00	3.66	4	7	30	41	21	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة يتهربون من الإجابة على الاستفسارات.
			3.9	6.8	29.1	39.8	20.4	%	
موافق	1.00	3.77	4	5	27	41	26	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة مترددون في الإجابة على الاستفسارات
			3.9	4.9	26.2	39.8	25.2	%	

موافق	0.96	3.60	4	5	37	39	18	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة دوراً تبادلياً في تبادل الأخبار
			3.9	4.9	35.9	37.9	17.5	%	
موافق	1.01	3.60	3	9	36	33	22	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة يُملون عليهم الأخبار بما لا يتسق مع المهنة الصحفية
			2.9	8.7	35	32	21.4	%	
موافق	1.00	3.41	4	12	39	33	15	التكرار	يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة يؤثر على الدخل الإعلاني للمؤسسة الصحفية بعد كتابة الأخبار التي لا تتوافق مع الجهة الحكومية
			3.9	11.7	37.7	32	14.6	%	
3.63			الوسط المرجح لكل فقرات السؤال الثالث						
1.00			الانحراف المعياري لكل فقرات السؤال الثالث						

لقد أظهرت النتائج في الجدول رقم (6) رؤية الصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة. حيث احتلت المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على (رؤية الصحفيين نحو ممارسي العلاقات العامة قائمة على الانتظار في كتابة الأخبار حتى صدور البيان الصحفي الرسمي) بوسط حسابي (3.89)، وانحراف معياري (0.91)، كما كانت 29.1% من الإجابات: موافق بشدة. تليها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على (يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة مترددون في الإجابة على الاستفسارات)، بوسط حسابي (3.77)، وانحراف معياري (1.00)، كما كانت 25.2% من الإجابات: موافق بشدة. بالمقابل جاءت الفقرة التي تنص على (يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة يؤثر على الدخل الإعلاني للمؤسسة الصحفية بعد كتابة الأخبار التي لا تتوافق مع الجهة الحكومية) بالمرتبة الأخيرة، بوسط حسابي (3.41)، وانحراف معياري (1.00)، كما كانت 14.6% من الإجابات: موافق بشدة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: كيف يتعامل الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها ممارسو العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة؟
للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار والنسب لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما أظهرها الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات السؤال الرابع

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
موافق	0.92	3.85	1	8	22	46	26	التكرار
			1.00	7.8	21.4	44.6	25.2	%
موافق	1.00	3.71	4	6	28	42	23	التكرار
			3.9	5.8	27.2	42.8	22.3	%

موافق	0.92	3.89	0	6	32	32	33	التكرار	يتعامل الصحفيون مع الإحصائيات للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية
			0.00	5.8	31.1	31.1	32	%	
موافق	0.86	3.61	0	10	36	41	16	التكرار	يتعامل الصحفيون مع المقطع الشهري لفيدوهات الجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية
			0.00	9.7	35	39.8	15.5	%	
موافق	0.84	3.90	0	6	24	47	26	التكرار	يتعامل الصحفيون مع البيانات الصحفية للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية
			0.00	5.8	23.3	45.6	25.2	%	
موافق	0.88	3.66	1	7	36	41	18	التكرار	يتعامل الصحفيون مع المقال للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية
			1.00	6.8	35	39.8	17.5	%	
موافق	0.90	3.71	1	8	30	44	20	التكرار	يتعامل الصحفيون مع مواقع التواصل الاجتماعي للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية
			1.00	7.8	29.1	42.7	19.4	%	
3.64			الوسط المرجح لكل فقرات السؤال الرابع						
1.09			الانحراف المعياري لكل فقرات السؤال الرابع						

يُظهر الجدول رقم (7) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول السؤال الرابع: (كيف يتعامل الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي يُنتجها ممارسو العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة؟)، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على: (يتعامل الصحفيون مع البيانات الصحفية للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية) بوسط حسابي (3.90)، وانحراف معياري (0.84)، كما كانت 25.2% من الإجابات: موافق بشدة. تَلَتْها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على: (يتعامل الصحفيون مع الإحصائيات للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية) بوسط حسابي (3.89)، وانحراف معياري (0.92)، وكانت 32% من الإجابات: موافق بشدة.

فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على: (يتعامل الصحفيون مع المقطع الشهري لفيدوهات الجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية) بوسط حسابي (3.61)، وانحراف معياري (0.86)، وكانت 15.5% من الإجابات: موافق بشدة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: كيف يتعامل ممارسو العلاقات العامة العاملون في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار والنسب لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما أظهرها الجدول رقم (8).

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرار لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات السؤال الخامس

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات
موافق	0.84	3.86	0	7	23	50	23	التكرار
			0.00	6.8	22.3	48.5	22.3	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع الأخبار المنشورة للصحفيين في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.75	3.73	0	5	31	53	14	التكرار
			0.00	4.9	30	51.5	13.6	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع الإنفوجرافيك للصحفيين المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.79	3.7	0	5	37	44	17	التكرار
			0.00	4.9	35.9	42.7	16.5	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع إحصائيات الصحفيين المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.85	3.64	0	8	38	40	17	التكرار
			0.00	7.8	36.9	38.8	16.5	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع المقطع الشهري لفيدوهات الصحفيين المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.91	3.58	1	10	37	38	17	التكرار
			1.00	9.7	35.9	36.9	16.5	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع البيانات الصحفية المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.88	3.65	2	5	37	42	17	التكرار
			1.9	4.9	35.9	40.8	16.5	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع مقالات الصحفيين المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
موافق	0.84	3.68	0	7	36	42	18	التكرار
			0.00	6.8	35	40.8	17.5	%
يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية								
3.69			الوسط المرجح لكل فقرات السؤال الخامس					
0.83			الانحراف المعياري لكل فقرات السؤال الخامس					

يُظهر الجدول رقم (8) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول السؤال الخامس (كيف يتعامل ممارسو العلاقات العامة العاملون في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي يُنتجها

الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة؟، حيث جاء في المرتبة الأولى: الفقرة التي تنص على (يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع الأخبار المنشورة للصحفيين في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية) بوسط حسابي (3.86%)، وبانحراف معياري (0.84%)، كما كانت 23.2% من الإجابات: موافق بشدة. تلتها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على: (يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع الإنفوجرافيك للصحفيين المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية) بوسط حسابي (3.73%)، وبانحراف معياري (0.75%)، وكانت 13.6% من الإجابات: موافق بشدة.

فيما جاء في المرتبة الأخيرة: الفقرة التي تنص على (يتعامل ممارسو العلاقات العامة مع البيانات الصحفية المنشورة في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية) بوسط حسابي (3.58%)، وبانحراف معياري (0.91%).

مناقشة النتائج:

وسيتم هنا مناقشة النتائج المتعلقة بكل سؤال:

السؤال الأول: (ما العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية في مدينة مكة المكرمة، والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية في منطقة مكة المكرمة؟)

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول أن المتوسط المرجح لجميع فقرات السؤال الأول جاء مرتفعاً (3.46%)، وهو أقرب إلى: موافق، وقد تراوحت متوسطات هذا المحور بين (3.07% - 4.14%) من أصل 5 درجات على مقياس ليكرت الخماسي، وهذا يؤكد ميل المستجيبين إلى وجود علاقات بغض النظر عن نوعها.

السؤال الثاني: (ما رؤية ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة للصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة؟)

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني أن المتوسط المرجح لجميع فقرات هذا المحور جاء مرتفعاً (3.64%) أقرب إلى: موافق، وقد تراوحت متوسطات فقرات هذا المحور بين (3.69% - 3.18%) من أصل 5 درجات على مقياس ليكرت الخماسي، كما أوضحت النتائج أن رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين السعوديين مبنية على تلوين الأخبار، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (29.1%). كما أكدت نتائج هذا السؤال أيضاً أن رؤية ممارسي العلاقات العامة يرون الصحفيين السعوديين اندفاعيين في سبيل الحصول على الأخبار، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (25.2%).

السؤال الثالث: (ما رؤية الصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة؟)

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث أن المتوسط المرجح لجميع فقرات هذا المحور جاء مرتفعاً (3.63%) أقرب إلى: موافق، وقد تراوحت متوسطات فقرات هذا المحور بين (3.41% - 3.89%) من أصل 5 درجات على مقياس ليكرت الخماسي، كما أوضحت النتائج أن رؤية الصحفيين السعوديين العاملين في منطقة مكة المكرمة لممارسي العلاقات العامة بمدينة مكة المكرمة قائمة على الانتظار حتى صدور البيان الرسمي؛ حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (29.1%). كما أكدت نتائج هذا السؤال أيضاً أن رؤية الصحفيين السعوديين تجاه ممارسي العلاقات العامة أنهم مترددون في الإجابة على استفساراتهم؛ حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (25.2%).

السؤال الرابع: (كيف يتعامل الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها ممارسو العلاقات العامة بالجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة؟)

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع بأن المتوسط المرجح لجميع فقرات هذا المحور جاء مرتفعاً (3.64%) أقرب إلى: موافق، وقد تراوحت متوسطات فقرات هذا المحور بين (3.61%-3.90%) من أصل 5 درجات على مقياس ليكرت الخماسي، كما أوضحت النتائج أن الصحفيين السعوديين يتعاملون مع البيانات الصحفية في الجهات الحكومية بدعمها في المؤسسات الصحفية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (25.2%). كما أوضحت نتائج هذا السؤال أيضاً أن الصحفيين السعوديين يتعاملون مع الإحصائيات للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسات الصحفية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (32%).

السؤال الخامس: (كيف يتعامل ممارسو العلاقات العامة العاملون في الجهات الحكومية بمدينة مكة المكرمة مع المواد الإعلامية التي ينتجها الصحفيون السعوديون العاملون في المؤسسات الصحفية بمنطقة مكة المكرمة؟)

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس أن المتوسط المرجح لجميع فقرات هذا المحور جاء مرتفعاً بنسبة (3.69%) أقرب إلى: موافق، وقد تراوحت متوسطات فقرات هذا المحور بين (3.58%-3.86%) من أصل 5 درجات على مقياس ليكرت الخماسي، كما أوضحت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يتعاملون مع الأخبار المنشورة للصحفيين بدعمها في الجهات الحكومية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (23.2%). كما أوضحت نتائج هذا السؤال أيضاً أن ممارسي العلاقات العامة يتعاملون مع الأنفوجرافيك للمؤسسات الصحفية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا: موافق بشدة (13.6%).

أولاً: النتائج:

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج حيث جرى مناقشتها وتلخيصها كالتالي:

- أشارت النتائج إلى أن عدد الذكور بلغ (74) مستجيباً من أصل (103) مستجيباً (أفراد عينة الدراسة)، ويشكلون ما نسبته (71.8%) من عينة الدراسة. كما بلغ عدد الإناث (29)، ويشكلن ما نسبته (28.2%) من عينة الدراسة.
- كما أوضحت النتائج أن الذين تتراوح أعمارهم (31-40) سنة أكثر استجابةً؛ فقد بلغت نسبتهم (43%)، بينما بالمقابل بلغت نسبة الأفراد المستجيبين الذين تتراوح أعمارهم (41-50) (42%)
- وأسفرت النتائج أن العاملين من حملة شهادة البكالوريوس بلغت نسبتهم (60%)، بينما أشارت النتائج إلى أن حملة درجة الماجستير بلغت نسبتهم (21%)
- وأشارت النتائج إلى أن إدارة تعليم مكة المكرمة بلغت نسبة استجابتها (23%)، بينما كانت استجابة صحيفة مكة بنسبة (20%)
- أوضحت النتائج أن العلاقة تعاونية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة، وكانت الإجابة: موافق بشدة بنسبة 39%، بينما العلاقة تنافسية بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين في منطقة مكة المكرمة، وكانت الإجابة: موافق بشدة بنسبة 19%

- كما أشارت النتائج إلى أن رؤية ممارسي العلاقات العامة نحو الصحفيين مبنية على تلوين صياغة الأخبار، حيث كانت الإجابة: موافق بشدة، بنسبة بلغت 29%، بينما يرى ممارسو العلاقات العامة أن الصحفيين اندفاعيون في سبيل الحصول على الأخبار؛ حيث بلغت الإجابة: موافق بشدة نسبة 25%
- كما أوضحت النتائج أن رؤية الصحفيين نحو ممارسي العلاقات العامة قائمة على الانتظار في كتابة الأخبار حتى صدور البيان الصحفي الرسمي، حيث بلغت الإجابة: موافق بشدة 29%، بينما يرى الصحفيون أن ممارسي العلاقات العامة مترددون في الإجابة على الاستفسارات، حيث كانت الإجابة: موافق بشدة بلغت 25%
- أشارت النتائج إلى أن الصحفيين يتعاملون مع البيانات الصحفية للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية حيث كانت الإجابة: موافق بشدة بلغت نسبة 25%، بينما يتعامل الصحفيون مع الإحصائيات للجهات الحكومية بدعمها في المؤسسة الصحفية؛ حيث كانت الإجابة: موافق بشدة بنسبة 32%.
- كما أوضحت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يتعاملون مع الأخبار المنشورة للصحفيين في المؤسسات الصحفية بدعمها في الجهة الحكومية؛ حيث كانت الإجابة: موافق بشدة بنسبة بلغت 23%

ثانياً: التوصيات:

يُوصي الباحث في ضوء النتائج السابقة بعدد من التوصيات، كما يلي:

1. يوصي الباحث الجهات الحكومية ممثلةً في إدارات العلاقات العامة والإعلام بمدّ جسور العلاقة مع المؤسسات الصحفية، بما يُعزّز من العملية التعاونية بين الجهتين.
2. عقد اللقاءات المستمرة بين مسؤولي التحرير بالمؤسسات الصحفية وممارسي العلاقات العامة بالجهات الحكومية.
3. تنظيم المؤسسات الصحفية الدورات التدريبية للصحفيين، وترسيخ سُبُل توطيد العلاقة مع ممارسي العلاقات العامة بما يخدم المجال الإعلامي.
4. عقد ممارسي العلاقات العامة لقاءاتٍ دورية مع الصحفيين، بما يصبُّ في مصلحة الصورة الذهنية للجهات الحكومية.
5. تدريب ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية على كيفية التعامل مع الصحفيين بصورة مثالية.
6. سعي إدارات الجهات الحكومية لإصدار صحيفة دورية كانت أم شهرية؛ لمحاكاة العمل الصحفي لدى المؤسسات الصحفية.
7. يُوصي الباحث المؤسسات الصحفية بإقامة ورش العمل والدورات التدريبية الصحفية لممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية.
8. إقامة الجهات الحكومية المؤتمرات الصحفية الدورية؛ لإذابة الجليد بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين.

المراجع

أولاً: الرسائل العلمية:

1- السيابية، نورة بنت سعيد بن حمد. (2017). العلاقة التبادلية بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في الشركات الحكومية بسلطنة عمان (رسالة ماجستير). جامعة السلطان قابوس.

ثانياً: المراجع العربية:

1- جرادات، عبدالناصر. (2019). مقدمة في العلاقات العامة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
2- الجوهر، محمد ناجي. (2013). المواد الإعلامية التقليدية والإلكترونية في العلاقات العام. العين- الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
3- حردان، هادي صايل. (2019). الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
4- الحسن، عيسى محمود. (2011). الصحافة المتخصصة. عمان: دار زهران للنشر.

5- الحيزان، محمد. (2010). البحوث الإعلامية أسسها-أساليبها-مجالها (ط.3). مكتبة الملك فهد الوطنية.
6- الخاجة، مي. (2-3). وسائل الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة.. دراسة تحليلية للعلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والعاملين في وسائل الاتصال الجماهيري في دولة الإمارات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (19)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص223- 279.
7- دياب، وليد خلف الله محمد. (2019). أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
8- عجوة، علي. (1977). الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب.
9- عليان، ربحي مصطفى؛ الطوباسي، عدنان محمود. (2005). الاتصال والعلاقات العامة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

10- عواج، سامية. (2020). الاتصال في المؤسسة: المفاهيم- المحددات- الاستراتيجيات. مركز التدريب الأكاديمي.
11- عياد، خبيرت معوض محمد. (2016). العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ووسائل الإعلام: دراسة على المؤسسات الحكومية في إمارة دبي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (29)، ص 1- 28.

12- لافرينبير؛ وآخرون. (2014). حفظ النظام واحترام حرية التعبير: دليل تعليمي.
13- المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج. (2019). التربية الإعلامية في العصر الرقمي.
14- المشابقة، بسام عبدالرحمن. (2010). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
15- مؤسسة التزام للمعايير الأخلاقية. (2012). التزام الصحفي. بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية للتأليف والترجمة والطباعة والنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع العربية الإلكترونية:

1- جبريل، ليلي. (2020). معلومة ثقافية. مسترجع من: <https://www.thaqfya.com/development-public-relations/>

2- الحسيني، أشرف. (2017). من أكثر المتحدثين الرسميين صمتاً؟، صحيفة مكة،

<https://makkahnewspaper.com/article/608750>

3- السعودية، المملكة العربية: وزارة الإعلام، اللوائح والأنظمة. نظام المطبوعات والنشر، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/32) بتاريخ 1421/9/3هـ، والمعدل بالمرسوم الملكي رقم (م/20) بتاريخ 1433/44/11هـ، والمرسوم الملكي رقم (م/18) بتاريخ 1441/2/2هـ. مسترجع من: <https://media.gov.sa/sites/default/files/2020-06/%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B7%D8%A8%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1.pdf>

4- الشوابكة، مراد (2018). ما هو المصدر في اللغة العربية. موضوع أكبر موقع عربي بالعالم، مسترجع من: <https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%AF%D8%B1%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9>

- 5- الطويل، عبدالرحيم. (2013). الصحافة والعلاقات العامة.. تعددت المسميات والمصلحة تبرز الوسيلة. صحيفة البيان، مسترجع من: <https://www.albayan.ae/economy/local-market/2013-12-19-1.2023628>
- 6- القحطاني، مشعل بن سحيمي. (2014). العلاقات العامة.. وعلاقتها مع الصحافة. صحيفة الرياض، <https://www.alriyadh.com/992410>
- 7- ميهوب، نزار. استخدام الإعلام في العلاقات العامة: البلاغ، 2014. مسترجع من: <https://www.balagh.com/article/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9>
- 8- هاجر. (2016). بحث عن الصحافة وأهميتها، المرسال. مسترجع من: <https://www.almrsal.com/post/424009>

ثالثاً: المراجع الاجنبية:

1. Galchutt, B. (2014). A special Relationship measuring the perceptions of Journalists and public relations practitioners' working Relationships M.A. san Diego state university.
2. Galchutt, B. (2014). A special Relationship measuring the perceptions of Journalists and public relations practitioners' working Relationships. M.A. san Diego state university
3. Verčič, A. T., & Colić, V. (2016). Journalists and public relations specialists: A coorientational analysis. Public Relations Review, 42(4), 522-529.