

مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية الدولية

أحمد مصطفى كامل الصبري

جامعة الفلاح – دبي- الإمارات العربية المتحدة

الملخص: هدف البحث إلى استكشاف مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية التنموية الدولية، باعتبار أن تلك المنظمات الدولية الهادفة إلى تحقيق التنمية بالمجتمعات المحلية لن تنجح في تحقيق مهمتها إلا بمشاركة كافة قطاعات المجتمعات المحلية، ويأتي على رأس تلك القطاعات النخب، وقادة الرأي، وقد كان التساؤل الرئيس للبحث- ما مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية؟، وينتهي هذا البحث إلى البحوث الاستكشافية، وقد طبق الباحث دراسته على مجموعات مختلفة من النخب المهنية، وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها ارتفاع نسبة اهتمام النخب بمجالات عمل تلك المنظمات، وانخفاض نسبة الذين لا يتواصلون بطريقة مباشرة مع تلك المنظمات، وتقييم نسبة مرتفعة من النخب المصرية لجهود العلاقات العامة للمنظمات الدولية في التواصل معهم بأنها جهود ضعيفة

الكلمات المفتاحية: علاقات عامة – اتصال – منظمات دولية غير حكومية – نخبة – مصر.

Abstract: The goal of the research is to discover the extent of the Egyptian Elites communicate with the activities of public relation in nongovernment international organizations by considering these international organizations aimed to achieve development in local communities will not succeed in achieving its performance except with the participation all sectors of local communities and it come in top of those sectors elites and opinion leaders .The main question of the research was what is the extent of the Egyptian Elites communicated with the activities of public relation for the international nongovernment organizations? This research belongs to the discovering research and the researcher implemented his study on different groups of professional Elites, and the research reached to many results the most important is increased the rate of Elites interest in the work fields of those organizations, and reduction in rate of those who didn't communicate directly with those organizations.

Keywords: Public relations- communication- international nongovernmental organizations- Elite, Egypt.

1. المقدمة:

شهدت العديد من المجتمعات والدول ظاهرة انتشار المنظمات غير الحكومية، وانتقال الكثير من تلك التنظيمات غير الحكومية من المستوى المحلي إلى المستوى الدولي؛ فأصبحت تحتل مكانة دولية مهمة، وقد ارتبطت تلك المنظمات الدولية غير الحكومية بمفهوم المجتمع المدني الذي لم يعد قاصراً على حدود الدولة، والذي أصبح يطلق عليه تحديداً المجتمع المدني الدولي.¹

وقد تعاضمت أهمية المنظمات غير الحكومية الدولية، وتزايدت أدوارها بحيث أصبحت تمثل مجموع المصالح الإنسانية العالمية والشاملة بصورة مباشرة؛ فمنظمات حقوق الإنسان على سبيل المثال (منظمة هيومان رايتس ووتش)، وجماعات السلم، مثل منظمة "شاهد السلام"، ومنظمات الصحة والإغاثة مثل "أوكسفام"، ومنظمة "أطباء بلا حدود"؛

¹ محمد نعمان جلال، الإستراتيجية والدبلوماسية والبروتوكول بين الإسلام والمجتمع الحديث، الطبعة الأولى (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2004) ص 120.

جميعها تدافع عن حياة الإنسان ضد التعذيب، والتجويع، والمذابح، والسجن، وغيرها، ويستند منطلقها السياسي إلى دعوة أخلاقية شاملة في تمكين المحرومين من إمكانية تمثيل أنفسهم، وقد أصبحت تلك المنظمات وغيرها، تمثل الشعب العالمي بمجموعه الإجمالي وتصل إلى تمثيل القوة الحيوية الكامنة في أعماق الناس.²

فالمنظمات غير الحكومية- بصفة عامة- هي منظمات غير ربحية تُناضل من أجل قضية، أو قضايا تقع في نطاق اهتمام أعضائها، وذلك بإقناع جماعات الضغط المختلفة، والتأثير الفعال في ميدان التنافس الدولي، والقيام بدور في التشجيع والدفاع عن حقوق الإنسان، والبيئة، ومحاربة الفقر، وغيرها من الموضوعات³.

ومما لا شك فيه أن كافة المنظمات الدولية- غير الحكومية- تعتمد على الاتصال كوسيلة أساسية لكي تحقق أهدافها المتعددة،⁴ والتي قد تتطلب منها الدخول في شراكات قوية مع أفراد ومؤسسات في المجتمعات المحلية المستهدفة لكي تخلق جماعات مصالح محلية تنادي بالتنمية، وتسعى للإصلاح.

فالتنمية لكي تتحقق تحتاج تضافر كافة الجهود المحلية والدولية لتحقيقها، وهو ما يعنى ضرورة مشاركة المجتمعات المحلية، وخاصة النخب بما لهم من قوة،⁵ في المشاركة، والتخطيط، والتنفيذ لبرامج التنمية الدولية التي تصممها تلك المنظمات للمجتمعات المحلية، وقد لا تتحقق تلك الأهداف مجتمعة، إذا لم يكن للمنظمات الدولية غير الحكومية اتصالات وأنشطة علاقات عامة قادرة على الوصول والتواصل مع النخب في المجتمعات المحلية.

1- مشكلة البحث وتساؤلاته:

تبلورت المشكلة البحثية في بحث مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية الدولية، لذلك كان تحديد الباحث مشكلته البحثية في إجراء دراسة علمية يستطيع من خلالها استكشاف مدى التواصل بين النخب المصرية مع مختلف الجهود والأنشطة الاتصالية التي تعبر عن جهود العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية الهادفة لتحقيق التنمية بالمجتمعات المحلية.

بناء على ما سبق تحديده تسعى الدراسة البحثية إلى الإجابة على تساؤل رئيس هو: ما مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية؟

فضلاً عن عدد من التساؤلات الفرعية مثل:

1. ماهي أسباب عدم تواصل النخب مع أنشطة العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية؟
2. ما هو تقييم النخب لجهود العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية الدولية في الاتصال بهم؟

2- أهمية البحث:

يُعول العديد من المجتمعات المحلية على المنظمات الدولية (الحكومية، وغير الحكومية) الأمل في تحقيق المستقبل الأفضل للعالم باعتبار أن تلك المنظمات تمثل المجتمع المدني العالمي، ومنوط بها بالتعاون مع الحكومات المحلية تحقيق التغيير الإيجابي، والإصلاح، وقد لا يتحقق كل ذلك بدون اتصال، ومشاركة القطاعات الواسعة من المجتمعات.

² (مايكل هاردرت، انطونيو نيجري، إمبراطورية العولمة الجديدة، ترجمة فاضل جتكر، الطبعة الأولى (الرياض: مكتبة العبيكان، 2002) ص 457.

³) Deardoffs, **Glossary of international economics**, Internet web, 25/7/2006 <http://www.personal.umich.edu/~alandear/glossary/n.html#ngo>

⁴) Derina Holtahauns., *the Routledge handbook strategic communication*, New York, Routledge, 2014, p31.

⁵ C.wright mills, *the power elite*, new edition, (USA: oxford university press,2000) p4.

لذلك تنبع أهمية هذه الدراسة في أنها ترصد مستقبل التعاون والمشاركة بين المنظمات الدولية التنموية غير الحكومية، والتي وصلت حتى مطلع هذا القرن 100,000 منظمة رسمية،⁶ يضاف إلى هذا الرقم عشرات الأضعاف من المنظمات والمبادرات غير المسجلة، والمجتمعات المحلية بعد تقييم مدى نجاح أو فشل جهود العلاقات العامة بتلك المنظمات في التواصل مع النخب المحلية.

3- التعريفات الاجرائية:

- المنظمة غير الحكومية: يشير مفهوم الأمم المتحدة للمنظمات غير الحكومية بأنها منظمات تمثل كيانا غير هادف للربح وأعضاؤها مواطنون، أو جماعات من المواطنين، ينتمون إلى دولة واحدة، أو أكثر من الجماعات التي تتعاون معها المنظمة غير الحكومية.⁷
- المنظمة الدولية: هي المنظمة التي تضم مجموعة من الدول على نحو دائم سعياً وراء تحقيق أغراض ومصالح مشتركة بينها. وتسعى هذه المنظمة باستقلال وأهلية للتعبير عن إرادة ذاتية في المجال الدولي.⁸
- النخبة المهنية: جماعة من الأشخاص يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين، ويقوموا بالتأثير على الغالبية غير المنظمة في المجتمع، ولهم دور مهم في عملية التغيير الثقافي.⁹
- العلاقات العامة: مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة، أو اتحاد، أو حكومة، أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، وذلك لتقديم نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه.¹⁰

2- الدراسات السابقة:

✓ دراسة أيتن محمود سامح (2007)¹¹. تدور المشكلة البحثية للدراسة حول المنظمات العامة الدولية كإحدى الآليات الضرورية لتحقيق التنمية في قطاعات عديدة، وهو ما يستلزم إجراء تقييم دقيق لأداء هذه المنظمات للتوصل إلى الصعوبات التي تعوقها في تنفيذ البرامج التنموية، وهل هي مشاكل نابعة من داخل المنظمة أم مشاكل خارجية؟، وقد تعددت تساؤلات الدراسة، ومنها التعرف إلى أي مدى يمكن القول بوجود تضارب بين برامج المنظمة والسياسات التنفيذية لحكومات بعض الدول الأعضاء، بالإضافة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على أداء تلك المنظمة، كما تناولت الدراسة الهيكل التنظيمي للمنظمات، ودراسة القدرة على تنفيذ القرارات من منطقة إلى أخرى. وقد استخدمت الباحثة ثلاث مناهج دراسية وهي: المنهج الوصفي التحليلي، العوامل البيئية، ومنهج دراسة الحالة، حيث تتضمن الدراسة وصفا وتحليلاً لوضع المنظمات العامة الدولية، واختلاف وظائفها، وأهمية دورها في وضع السياسة العالمية.

(USA: Rosa Gomez, *Introduction to globalization: Political and economic perspectives for the new century*, Rowman little field, 2001) p135.)⁶

⁷ (نجوى سمك وآخرون، دور المنظمات غير الحكومية في ظل العولمة: الخبرات المصرية واللبنانية، (جامعة القاهرة: مركز الدراسات الآسيوية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2002)، ص48.

⁸ (رجب عبد الحميد، المنظمات الدولية بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مطابع الطوبجي، 2002) ص 15.

⁹ (شعبان الطاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، 2001)، ص92.

(مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، الطبعة الأولى (عمان: دار أسامة للنشر، 2016) ص 16.¹⁰

¹¹ (أيتن محمود سامح)، تقييم الأداء المؤسسي في المنظمات العامة الدولية مع دراسة حالة المكتب الإقليمي لشرق المتوسط التابع لمنظمة لصحة العالمية، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، 2007.

- ✓ دراسة جليرمو كار 2008¹² اهتم الباحث بموضوع الاتصال الفعال للمنظمات غير الحكومية (الشركات غير الربحية)، وتتلخص مشكلة بحثه في أن هناك مبالغ طائلة تصرف على الأنشطة الاجتماعية والبيئية بصورة مباشرة كما توضح هيئة الاستثمارات الاجتماعية، فقد كان إجمالي الأموال المنصرفة على تلك الأنشطة في الولايات المتحدة الأمريكية 2.16 بليون دولار، ومازال الرقم يرتفع نتيجة الاحتياجات الدائمة، الأمر الذي يجعلنا نستشعر مشكلة صعوبة الحصول على تلك الأموال، لذلك كان هدف البحث وضع حلول لتنمية الاتصال في تلك المنظمات، والتي تحتاج لتمويلات كبيرة لضمان تمويل الأنشطة، وقد أكد الباحث ضمن نتائج بحثه أن الاتصال المجتمعي المؤثر في المنظمات غير الحكومية يعتمد على الاتصال السريع المعتمد على الإعلان والاتصال الشخصي والمنشورات، ولكن لم تتعرض الدراسة كثيرا للوسائل الحديثة المعتمدة على الشبكة الدولية للمعلومات، ودورها في تنمية الاتصال بين المنظمة وجمهورها
- ✓ دراسة خيرت معوض 2008¹³ اهتم الباحث بتناول المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت في المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والإمارات، وقد توصل الباحث في نتائجه التحليلية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات المختلفة أن معظم المضامين الإعلامية للمؤسسات عينة الدراسة ركزت على الوظيفة الإعلامية للإنترنت، وكانت عبارة عن اتصال في اتجاه واحد من المؤسسة إلى الجمهور، ممثلا في أخبار ومعلومات عن كل ما يتعلق بالمؤسسة وسياساتها.
- ✓ دراسة ليندل كورتس وآخرون 2009 تهتم الدراسة بمدى اعتماد العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية الدولية على وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال بالجمهور، وكان التساؤل الرئيس للدراسة هل تعتمد العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية الدولية على مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال بالجمهور الخاص بالمنظمة؟ وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن أدوات التواصل الاجتماعي أصبحت من الوسائل المهمة للعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور الخارجي في القطاع غير الربحي،¹⁴ ورغم أهمية تلك الدراسة إلا أنها افترضت أن الجمهور المستهدف يتساوى في إمكانياته المعرفية وقدراته في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهو أمر نسبي فمازالت هناك شريحة من المجتمع رافضة، أو تجد صعوبات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتعامل مع الشبكة الدولية للمعلومات، وهو ما يقابله صعوبة اعتماد المنظمات غير الحكومية الدولية على وسائل التواصل الاجتماعي دون غيرها من أدوات الاتصال.
- ✓ دراسة أحمد مصطفى 2014.¹⁵ اهتم الباحث بالتعرف على دور الجهود الاتصالية للمنظمات غير الحكومية الدولية في تكوين الصورة الذهنية لتلك المنظمات، وقد اعتمد الباحث على دراسة الجهود الاتصالية لعدد من المنظمات الدولية غير الحكومية، راصداً مختلف وسائل الإعلام التي يعتمدون عليها في تكوين صورتهم الذهنية، ومن جانب آخر قام باستطلاع عينة ممثلة للمجتمع المصري، لدراسة مدى فعالية مختلف الجهود الاتصالية في تكوين الصورة الذهنية عن تلك المنظمات، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن المجتمع يكون صورته الذهنية عن تلك المنظمات من وسائل الإعلام العامة، وليست وسائل الاتصال الخاصة بتلك المنظمات.

¹² Guillermo caro, communications for non governmental organizations , Guide for the development of an effective communication (usa:5-2008) <http://www.counidar.org.ar/recursoseng/ish4.htm>.

¹³ (خيرت معوض، المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت، دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والامارات، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008.

¹⁴ Lindel Curtis, carrie Edwards, kristel L., Adoption of social media for public relations by non profit organization (university of Georgia, 2009).

¹⁵ احمد مصطفى، الجهود الاتصالية للمنظمات الدولية في تكوين الصورة الذهنية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة اسيوط، 2014).

3- منهجية وإجراءات البحث:

ينتهي هذا البحث لنمط البحوث الاستكشافية؛ باعتباره يهدف إلى استكشاف الظاهرة محل الدراسة، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من البحوث عندما تكون طبيعة المشكلة غير واضحة تمهيداً لتنفيذ مزيدٍ من الدراسات الوصفية حول الموضوع،¹⁶ ويعتمد الباحث على أداة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة لهذا البحث، وفي سبيل بناء الاستمارة أجرى الباحث العديد من المقابلات مع خبراء، ومتخصصين، ومن ثم تم عرض الاستمارة على أربعة محكمين لكي يضمن الباحث تحقيقها للغرض البحثي.¹⁷

عينة البحث: تمثلت العينة في عدد 100 مفردة من النخب المهنية بواقع 50 مفردة في محافظات الوجه البحري بمصر (القاهرة، الاسكندرية، الاسماعيلية)، و 50 مفردة في محافظات الوسط والجنوب (المنيا، أسيوط، سوهاج)، وتم اختيار العينة بطريقة التوزيع المتساوي للمهن التالية (أعضاء هيئة تدريس، إعلاميين، أطباء، مهندسين، قيادات شعبية، قانونيين). كما تم تطبيق اختبارات الصدق والثبات على استمارة الاستقصاء، ومن ثم التطبيق واستخدام الحاسب الآلي في إدخال البيانات، ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

3. عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1) يوضح مدى اهتمام المبحوثين بالمنظمات غير الحكومية الدولية العاملة في مجالات التنمية.

نسبة %	تكرار	مدى اهتمام النخب بالمنظمات
37	37	نعم
45	45	أحياناً
18	18	لا
100	100	المجموع

يتبين من الجدول (1): ارتفاع نسبة المهتمين بصفة دائمة، وغير دائمة بالمنظمات غير الحكومية الدولية ومجالات عملها في مجالات التنمية المختلفة، إلى ما يقرب من 82% من النخب الذين دائماً هم أكثر متابعة لوسائل الإعلام من غيرهم، فالموضوعات الخاصة بالمنظمات الدولية غير الحكومية- دائماً ما- تصدر اهتمامات وسائل الإعلام التي تتابعها النخب باستمرار، وتكون مطروحة في محافل المنظمات العامة، والتي يشارك فيها النخبة بقوة.¹⁸

بينما تنخفض نسبة غير المهتمين إلى 18% وترجع هذه النسبة إلى تعدد المهن للنخب عينة البحث، وأن بعض المهن مثل (الأطباء) ربما لا يجدوا أوقاتاً متاحة لمتابعة وسائل الإعلام نتيجة ضغوط العمل الدائمة.

وتتوافق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد مصطفى 2014)، والتي توصلت إلى أن نسبة المهتمين بمجالات عمل المنظمات غير الحكومية الدولية 39.5%، وأن نسبة غير المهتمين تنخفض إلى 14.5%، ويتضح من ذلك توافق النتائج بنسب كبيرة.¹⁹ وقد يرجع الباحث ارتفاع الفارق في نسبة غير المهتمين من المجتمع بأنشطة تلك المنظمات من (14.5%) عام 2014 إلى 18% عام 2016 إلى الظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بها جمهورية مصر العربية، والتي تؤدي إلى انشغال النخب بموضوعات أكثر أهمية من وجهة نظرهم، فضلاً عن حملات التشويه التي تقودها بعض وسائل الإعلام المحلية تجاه ما يسعى بالمنظمات الدولية.

¹⁶ (عدنان أحمد، أمال صلاح، دليل البحث الاجتماعي، الطبعة الأولى (الرياض: مكتبة العبيكان، 2011) ص 19.

قائمة المحكمين: الاستاذ الدكتور عطا عبد الرحيم، الدكتور بسام مكاوى، الدكتور معزز باهى، الدكتور عادل ابراهيم احمد.¹⁷

¹⁸ Khalid al jabber, Khalid al Sayed, *Arab media in turbulent world* (Qatar: Qatar national library, 2013) p 185.
¹⁹ (أحمد مصطفى، مرجع سابق، ص 217.

جدول رقم (2) يوضح مدى اطلاع المبحوثين على أنشطة العلاقات العامة للمنظمات غير الحكومية العاملة في مجال التنمية.

مدى الاطلاع	تكرارات	نسبة %
نعم	94	47
لا	106	53
المجموع	200	100

يتضح من الجدول (2) ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لم يتعرضوا، أو يطلعوا على مواد إعلامية خاصة بالمنظمات غير الحكومية الدولية إلى 53% رغم كونهم نخبة ويتابعون أكثر من غيرهم وسائل الإعلام، في حين كانت نسبة الذين سبق أن اطلعوا على أي من الأنشطة الاتصالية الخاصة بالعلاقات العامة بتلك المنظمات إلى 47% من المبحوثين.

جدول رقم (3) يوضح كيفية الاطلاع والتعرض لجهود الاتصال والعلاقات العامة بالمنظمات.

مدى الاطلاع شكل التعرض						نعم		إلى حد ما		لا	
						ك	%	ك	%	ك	%
أزور المواقع الإلكترونية للمنظمات غير الحكومية العاملة في مصر للاطلاع على أهدافها وبرامجها.						18	38.3	19	40.4	10	21.3
أتواصل مع مجتمع (أعضاء) إحدى المنظمات غير الحكومية الدولية على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية أو المنتديات الخاصة على الإنترنت.						5	10.6	12	25.5	30	63.9
أحصل بصفة مستمرة على نشرة دورية إلكترونية من أحد المنظمات غير الحكومية على البريد الإلكتروني الخاص بي.						4	8.5	10	21.3	33	70.2
أتحصل على المطبوعات الدعائية الخاصة بتلك المنظمات.						3	6.4	6	12.8	38	80.8
اطلع على التقارير السنوية الخاصة بأنشطة المنظمات التنموية الدولية.						3	10	9	34	35	56
يتم دعوتي لزيارة تلك المنظمات.						7	14.9	13	27.7	27	57.4
أتلقي باستمرار دعوات لحضور مؤتمرات وأنشطة علاقات عامة خاصة بالمنظمات الدولية.						8	17.0	13	27.5	28	59.5

أ- فيما يخص التواصل مع الإعلام الإلكتروني للمنظمات غير الحكومية الدولية.

يتبين أن نسبة المبحوثين المواطنين على زيارة المواقع الإلكترونية للمنظمات غير الحكومية الدولية حوالي 38.3%، بينما نسبة الذين لم يتعرضوا للمواقع الإلكترونية للمنظمات غير الحكومية الدولية 21.3% وهي نسبة مرتفعة إلى حد ما، وربما ترجع إلى أن عدداً كبيراً من المنظمات الدولية غير الحكومية لا تعبر الانتباه كثيراً لوضع البرامج التفصيلية لبرامجها المحلية في الدول المختلفة، فضلاً على اعتمادها على اللغة الإنجليزية وإهمال المحتويات العربية، الأمر الذي أدى إلى خسارة قطاع كبير من الجمهور المتابع، وهو ما يفرض على تلك المنظمات عدم الاكتفاء

بالمواقع الإلكترونية كوسيلة اتصال وعلاقات عامة بالمجتمعات المحلية والبحث والاعتماد على وسائل أخرى متنوعة، ويتمشى ذلك مع نتائج دراسة ليندا كورت في أن المنظمات الدولية غير الحكومية تتوسع في الاعتماد على المواقع الإلكترونية²⁰، الأمر الذي أكدته تدنى نسبة المتابعين لأنشطة المنظمات التنموية عبر المواقع الإلكترونية وخاصة المنتديات الخاصة بتلك المنظمات إلى 10.6 %، بجانب انخفاض نسبة المتابعين للنشرات الإلكترونية التي تصدرها تلك المنظمات إلى 8.5 %، وهي نسب منخفضة للغاية، تفرض على المنظمات إعادة التفكير في خطط استهداف المجتمعات المحلية عبر الوسائل الإلكترونية، وكيفية التأكيد على انخراط المجتمعات المحلية في الدول النامية بما يعرف بمجتمع المنظمة العالمي.

ب- فيما يخص التواصل مع مطبوعات المنظمات غير الحكومية الدولية:

نسبة كبيرة للغاية من المبحوثين، تقريبا 80.8 % لا تصلهم أى مطبوعات خاصة بالمنظمات غير الحكومية الدولية وبرامجها التنموية في دولتهم، الأمر الذي يتطلب مراجعة خطط الطبع والتوزيع لتلك المنظمات فيما يخص إصدارهم للنشرات والمطويات والكتب المطبوعة خاصة أن منظمات كثيرة تنفق مبالغ كبيرة على مثل تلك الإصدارات المطبوعة.

كما ينطبق الأمر على انخفاض نسبة المتابعين للتقارير الخاصة بتلك المنظمات إلى حوالى 10 % من النخبة، الأمر الذى يفسر غياب المعرفة ببرامج وانجازات تلك المنظمات في المجتمعات المحلية، وهو ما يلقي بالعبء على أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية على اختلاف مسمياتها، بضرورة التواصل الجيد مع المجتمعات المحلية والعمل على نشر الاهداف والبرامج والخطط الخاصة بها لتحقيق المشاركة المجتمعية التي ستحقق الجهود التنموية المستهدفة، وخاصة الصحف المحلية، والتي أكدت نتائج الدراسات أنها تمثل المصدر الاول لتكوين الصورة الذهنية عن المنظمات المدنية في المجتمع المصري.²¹

ج- فيما يخص الاتصال الشخصي بمسؤولي المنظمات غير الحكومية الدولية:

على الرغم من أهمية الاتصال الشخصي خاصة في المجتمعات النامية، إلا أن المنظمات الدولية غير الحكومية لم تحقق نجاحاً في الاتصال بالنخب المحلية الذين هم بمثابة قادة الرأى لبقية القطاعات الواسعة من المجتمع المحلي.

حيث تبين من البحث أن 57.4% من النخب لم يتم دعوتهم لمقار تلك المنظمات للتعرف على أنشطتها وبرامجها، وقد ترجع تلك النسبة المرتفعة إلى أن الكثير من تلك المنظمات تتخذ موقفاً واحداً في الدولة، وتعمل على تحقيق برامجها عبر وسطاء محليين، وغالباً ما يكون هذا المقرر في العاصمة السياسية للدولة وهو ما يعنى انقطاعها عن مختلف المناطق الأخرى.

كما أن هناك منظمات مازالت تؤمن بعدم أهمية التوسع في تأسيس مقرات عديدة، وممارسة الأنشطة عبر مكاتب اقليمية وشبكات الانترنت، وهو ما يهدد فكرة التقارب والمشاركة بين المجتمعات المحلية والقائمين على تلك المنظمات على الرغم من تقارب الاهداف.

كما تبين ذلك من انخفاض نسبة الذين تم دعوتهم لأنشطة تلك المنظمات من النخب إلى 17%، وهي نسبة دلت على أن تلك المنظمات تستخدم النخب في مجرد الحضور في أنشطة العلاقات العامة دون الاتجاه في تطوير العلاقة إلى المشاركة في التخطيط، والإدارة، والتوجيه عبر دعوة النخب لمقار تلك المنظمات.

²⁰ Lindel Curtis, Carrie Edwards, Kristel L., Previous reference. P 7.

²¹ عادل رفعت، دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، 2013) ص 219.

جدول رقم (4) يوضح مدى تواصل المبحوثين بشكل مباشر مع أي من المنظمات الدولية غير الحكومية.

مدى التواصل	ك	%
نعم	4	4
أحيانا	17	17
لا	79	79
المجموع	100	100

يتبين من الجدول (4)؛ انخفاض نسبة المتواصلين من النخب المهنية بالمنظمات غير الحكومية الدولية العاملة في مصر إلى 4%، وقد يعكس ذلك ضعف في أنشطة العلاقات العامة للمنظمات غير الحكومية الدولية للتواصل مع النخب في المجتمعات المحلية، رغم اهتمام جمهور المبحوثين بمجالات عمل المنظمات غير الحكومية بصفة عامة (انظر جدول رقم 1) إلى ما يقرب من 82%، ورغم أن هناك ما يقرب من 47% من النخب على اطلاع على أنشطة تلك المنظمات، إلا أن أنشطة العلاقات العامة في تلك المنظمات لم تنجح في تطوير العلاقة الاتصالية، بينها وبين النخب المحلية. وهو ما يعنى ضياع فرص عديدة في التواصل وبناء قواعد واسعة من المهتمين بمجالات عمل تلك المنظمات في المجتمعات المحلية، وهو ما أدى إلى ارتفاع نسبة عدم المتواصلين مع تلك المنظمات من النخب إلى 79%، وهي نسبة مرتفعة للغاية.

جدول رقم (5) يوضح كيفية تحقق التواصل المبحوثين على تلك المنظمات.

كيفية تحقق التواصل	تكرار	نسبة %
عن طريق الموقع الإلكتروني للمنظمة	7	33.3
عن طريق مطبوعات المنظمة	3	14.3
تمت دعوتي لأحد النشاطات الخاصة بالمنظمة	15	71.4
عن طريق مقابلة أحد أفراد المنظمة	11	52.4
أخرى	6	28.6
المجموع	21	

يتبين من الجدول (5) أن الذين يستهدف التعرف على أفضل الوسائل لإقامة التواصل مع النخب المحلية بعد استطلاع رأى المتواصلين مع تلك المنظمات أن 71.4% يرون أن تواصلهم تم عن طريق الدعوة لحضور أحد أنشطة العلاقات العامة برعاية تلك المنظمات، 52.4% يرون أن كيفية تعارفهم كانت عن طريق مقابلة أحد افراد تلك المنظمات، وتعتبر تلك النسب المرتفعة دليلاً على أهمية الأنشطة التي تعتمد على الاتصال الشخصي في برامج العلاقات العامة للمنظمات ودورها في استقطاب مزيدا من المتعاونين، بينما تنوعت بعض الإجابات الأخرى للمبحوثين حول أسباب مختلفة مثل أن تلك المنظمات تمول برامج تنموية في المؤسسات التي يعملون بها، أو أن تواصلهم عن طريق أنشطة يتم تنفيذها بالتعاون مع منظمات غير حكومية محلية، وذلك بنسبة 28.6%.

جدول رقم (6) يوضح أسباب عدم تواصل الباحثين مع أنشطة العلاقات العامة بتلك المنظمات.

الأسباب	تكرارات	نسبة %
لأنني غير مهتم	6	7.6
لم تتم دعوتي للمشاركة	30	37.9
لا أملك الوقت اللازم لذلك الأمر	9	11.4
لم أعرف عنها الكثير	16	20.2
متشكك في دور تلك المنظمات	15	18.9
أخرى	3	4
المجموع	79	ن=79

يتضح من الجدول (6) ارتفاع نسبة من لا يتواصلون مع تلك المنظمات بسبب عدم دعوتهم للمشاركة، أو التواصل، وذلك بنسبة كبيرة تصل إلى 37.9 %، وهو ما يشير إلى عدم فعالية برامج العلاقات العامة بتلك المنظمات إلى الوصول إلى قطاعات النخب في المجتمعات المحلية، بالإضافة إلى أن عدم معرفة النخب بتلك المنظمات كان سبباً لعدم المشاركة وذلك بنسبة 22.2 %، وهو ما يتطلب من تلك المنظمات تكثيف أنشطة العلاقات العامة الخاصة بها والهادفة إلى التعريف بتلك المنظمات ودورها في تنمية المجتمع ونقل الخبرات الدولية إلى المجتمعات المحلية. كما تبين أن انشغال النخبة المهنية بأعمالهم حال دون التواصل والتشارك مع تلك المنظمات بنسبة 11.4 % وهو ما انتشر في قطاع الأطباء والمهندسين من النخب.

كما اتضح أن 18.9 % من النخب متشككين في تلك المنظمات وفي دورها وخطرها على الأمن القومي، وقد ترجع تلك النسبة المرتفعة إلى حملات التشوية التي تسوقها مختلف وسائل الإعلام تجاه دور وأجندة وتمويل تلك المنظمات،²² وهو ما أكدته نتائجه دراسة (أيتن سامح) والتي أوضحت تأثر عمل المنظمات الدولية غير الحكومية في مصر بالنزاعات والمشكلات الدولية وانعكاس ذلك على المجتمع المحلي والسياسة الدولية²³، وقد بدا ذلك واضحاً بشدة في نهاية حقبة السبعينات، إذ كادت منظمات دولية عديدة تجمد أنشطتها في مصر نتيجة مشكلات سياسية، في حين تحقق الأمر برمته في نهاية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين في دولة السودان، حيث طردت الحكومة السودانية عدداً كبيراً من المنظمات الدولية- غير الحكومية- بعد قرار المحكمة الجنائية الدولية بتوقيف الرئيس السوداني عمر البشير.²⁴

جدول رقم (7) يوضح رؤية الباحثين لمدى حرص المنظمات الدولية التنموية بإعلام نخب المجتمع المحلي بأنشطتها وبرامجها في إطار جهود العلاقات العامة.

مدى الحرص على الإعلان	تكرارات	نسبة %
نعم	6	6
أحياناً	41	41
لا	53	53
المجموع	100	100

²² (احمد مصطفي، مرجع سابق، ص 283.

²³ (أيتن سامح، مرجع سابق، 231.

²⁴ (صحيفة الاتحاد، الخرطوم تطرد 10 منظمات إغاثة وتحرك عربي لتأجيل إجراءات المحكمة، نسخة إلكترونية، تاريخ النشر: الخميس 05 مارس، 2009، نسخة إلكترونية.

[Http://www.alittihad.ae/details.php?id=8540&y=2009](http://www.alittihad.ae/details.php?id=8540&y=2009)

يتبين من الجدول (7) ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يؤكدون على عدم حرص المنظمات الدولية غير الحكومية على إطلاعهم على البرامج والخطط الخاصة بتلك المنظمات وذلك بنسبة 53% وهي نسبة مرتفعة تتوافق مع نتائج جدول رقم (2) الخاصة بمدى الاطلاع على أنشطة العلاقات العامة بتلك المنظمات.

بينما تبين انخفاض من يرون عكس ذلك من العينة إلى 6% فقط، وهو ما ينبغي على المنظمات الدولية معالجته، حيث بقاء الأمر على ما هو عليه يمهّد لمزيداً من التشكيك في كينونة، وبرامج عمل تلك المنظمات، فضلاً عن عدم تحقيق المشاركة من أجل تحقيق التنمية بين المنظمات الدولية بما لها من خبرات، وبين المجتمعات المحلية التي يجب إشراكها في التخطيط والتنفيذ لأي جهود تنموية، ومن الناحية الاتصالية يتضح للباحث أن ارتفاع نسبة الذين يرون بأن المنظمات غير الحكومية الدولية غير حريصة على إعلامهم بأنشطتها الاتصالية عبر جهود العلاقات العامة أمر يعكس فشل تلك المنظمات في تحقيق مبدأ الاتصال المستمر مع الجماهير لبناء العلاقات مع الجماهير، ويعارض أحد غايات برامج العلاقات العامة وهي أن يشعر الجمهور بأنه مهم للمنظمة، وهو ما أكدته دراسة خيرت معوض.²⁵

جدول رقم (8) يوضح تقييم المبحوثين لجهود العلاقات العامة الاتصالية بالمنظمات الدولية التنموية غير الحكومية

التقييم	تكرار	نسبة %
جيدة	8	8
متوسطة	44	44
ضعيفة	48	48
المجموع	200	100

في تقييم عام من جانب المبحوثين للجهود الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدولية غير الحكومية في الاتصال بالنخب المحلية يتضح أن ما يقرب من 48% يرون أنها جهوداً ضعيفة، وهو ما اتضح سابقاً في انخفاض نسب الاطلاع والتواصل المباشر مع تلك المنظمات (راجع نتائج جدول 2، 4، 6)، الأمر الذي أعطى انطباعاً لدى النخب بأن أنشطة الاتصال والعلاقات العامة بالمنظمات الدولية التنموية غير الحكومية ضعيفة ومقصرة تجاه تحقيق أهداف المنظمة، وانخفاض من يرون عكس ذلك إلى 8% من عينة المبحوثين، وهو الأمر الذي يفرض على تلك المنظمات ضرورة مراجعة كافة أنشطة العلاقات العامة، وخاصة فيما يتعلق بالتواصل مع المجتمعات المحلية، وضرورة اعتماد العلاقات العامة على الأدوات الاتصالية السريعة في الاتصال بالمجتمعات المحلية مثل الإعلان، والاتصال الشخصي، أو المطبوعات، والإعلان التلفزيوني، حيث إن تلك الأشكال الاتصالية تحقق تواصل سريع بفاعلية كبيرة وهو ما أكدته دراسة جليرمو كارو،²⁶ وذلك من أجل تحقيق المشاركة المجتمعية.

4. الخلاصة:

اهتم البحث باستكشاف مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة بالمنظمات غير الحكومية التنموية الدولية وقد كانت التساؤل الرئيس هو- ما مدى تواصل النخب المصرية مع أنشطة العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية؟ فضلاً عن عدد من التساؤلات الفرعية، وقد توصل البحث إلى عدة نتائج أهمها أن ما يقرب من

²⁵ (خيرت معوض، مرجع سابق، ص4.

(جليرمو كارو، مرجع سابق، ص6. ²⁶

48% من النخب المصرية يرون أن جهود العلاقات العامة للمنظمات الدولية غير الحكومية العاملة في التنمية ضعيفة في التواصل معهم، بالإضافة إلى رؤية نسبة كبيرة من المبحوثين حوالي 53% أن هذه المنظمات غير حريصة على إطلاعهم على أنشطتها الاتصالية، كما تبين أن 79% من النخب المصرية لا تتواصل بطريقة مباشرة مع جهود العلاقات العامة للمنظمات غير الحكومية الدولية، وأن 4% من النخب هم من يتواصلون بطريقة مباشرة مع جهود العلاقات العامة بتلك المنظمات، وهي نسبة منخفضة للغاية لا تعكس أي نجاح اتصالي لبرامج العلاقات، على الرغم من ارتفاع نسبة الاهتمام بطبيعة عمل تلك المنظمات وأهدافها التنموية إلى حوالي 82%، وهو ما يمثل فرصة غير مستغلة من جانب تلك المنظمات.

5. التوصيات:

- 1- ضرورة مشاركة المنظمات غير الحكومية الدولية مع المجتمعات المحلية، في وضع الخطط الاتصالية وأنشطة العلاقات العامة، واعتمادها من مستشارين محليين، مع ضرورة الإعلان الدائم عن الأنشطة والبرامج بمختلف وسائل الإعلام.
- 2- تنفيذ الدراسات الخاصة بالتعرف على قادة الرأي المحلي والنخب المحلية تمهيدا لدعوتهم للمشاركة في جهود التنمية.
- 3- ضرورة العناية بالمحتوى العربي بالمواقع الإلكترونية للمنظمات الدولية، بالإضافة إلى تطوير الأنشطة التي تعتمد على الاتصال الشخصي وتوسيع قاعدة المشاركة.
- 4- تقديم الدعم من جانب المؤسسات المحلية والأكاديمية للمنظمات غير الحكومية الدولية فيما يتعلق بالدراسات الاجتماعية والإعلامية.
- 5- دعم المؤسسات الإعلامية المحلية لجهود العلاقات العامة بالمنظمات الدولية غير الحكومية وتسهيل الضوء على برامجها، وأهدافها، وأنشطتها الاتصالية.

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: الدراسات والكتب العربية:

1. أحمد مصطفى، الجهود الاتصالية للمنظمات الدولية في تكوين الصورة الذهنية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة اسيوط، 2014).
2. أيمن محمود سامح، (تقييم الأداء المؤسسي في المنظمات العامة الدولية مع دراسة حالة المكتب الإقليمي لشرق المتوسط التابع لمنظمة لصحة العالمية، رسالة دكتوراه، غير منشورة) جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، 2007.
3. خيرت معوض، المسئولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت، دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والامارات، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008.
4. رجب عبد الحميد، المنظمات الدولية بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مطابع الطوبجي، 2002).
5. شعبان الطاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، 2001).
6. عادل رفعت دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، 2013).
7. عدنان أحمد، امال صلاح، دليل البحث الاجتماعي، الطبعة الأولى (الرياض: مكتبة العبيكان، 2011).

8. مايكل هارديت، انطونيو نيجري، إمبراطورية العولمة الجديدة، ترجمة فاضل جتكر، الطبعة الأولى (الرياض: مكتبة العبيكان، 2002).
9. محمد نعمان جلال، الإستراتيجية والدبلوماسية والبروتوكول بين الإسلام والمجتمع الحديث، الطبعة الأولى (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2004).
10. مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، الطبعة الأولى (عمان: دار أسامة للنشر، 2016).
11. نجوى سمك وآخرون، دور المنظمات غير الحكومية في ظل العولمة: الخبرات المصرية واللبنانية، (جامعة القاهرة: مركز الدراسات الآسيوية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2002).

ثانياً: الكتب والمراجع الأجنبية.

1. C.wright mills, the power elite, new edition,(usa: oxford university press,2000).
2. Deardoffs, Glossary of international economics, Internet web, 25/7/2006
[Http://www.personal.umich.edu/~alandear./glssary/n.htm1#ngo](http://www.personal.umich.edu/~alandear./glssary/n.htm1#ngo)
3. Derina Holtahaunsen.,the Routledge handbook strategic communication, New York, Routledge, 2014..
4. Guillermo caro, communications for non governmental organizations , Guide for the development of an effective communication (usa,2008) <http://www.counidar.org.ar/recursoeng/ish4.htm>
5. Khalid al jabber, Khalid al Sayed , Arab media in turbulent world (Qatar: Qatar national library,2013)
6. Rosa Gomez ,Introduction to globalization: Political and economic perspectives for the new century, (USA: Rowman little field, 2001).

ثالثاً: الصحف.

- صحيفة الاتحاد، نسخة إلكترونية، تاريخ النشر: الخميس 05 مارس، 2009، نسخة إلكترونية
<Http://www.alittihad.ae/details.php?id=8540&y=2009>