

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

أ.م.د. هيثم عكاب عطية
الجامعة العراقية كلية الاعلام
drhaitham177@gmail.com
٠٧٧٠٧١٢٣٠٩٧

المستخلص:

تناولت هذه الدراسة تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية إذ تُعد مجالات العلاقات العامة وإدارة الاتصال أمورًا بالغة الأهمية في سياق المؤسسات الحكومية والقطاع العام بشكل عام. إذ تؤدي العلاقات العامة دورًا حاسمًا في تعزيز الشفافية وبناء الثقة بين المؤسسات الحكومية والمجتمع. ولضمان تحقيق أقصى إمكاناتها والوفاء بالتوجيهات الوطنية والدولية، يجب على ممارسي العلاقات العامة تقديم أداء مهني عالي المستوى.

وقام الباحث بإعداد استمارة استبيان تألفت من محاور وتم توزيعها على ممارسي العلاقات العامة في أقسام الإعلام والعلاقات العامة بوزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية والبالغ عددهم (٥٦)، منطلق في ذلك من مشكلة البحث والاهداف الأساسية وذلك باستخدام المنهج المسحي، وتلخصت مشكلة البحث بمجموعة من التساؤلات كان أبرزها التساؤل الرئيس (كيف يمكن تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية) كما تمثلت ابرز اهداف البحث في (التعرف على الشروط المطلوبة التي يتم على ضوئها اختيار موظف العلاقات العامة وكذلك تحديد المهارات الشخصية او الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة). وتوصل الباحث الى استنتاجات عدة كان أهمها:

١- إنَّ طبيعة العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة قوية ، وهذا يعود الى روح التعاون والعمل بروح الفريق الواحد بينهم.

٢- كشفت الدراسة الى وجود تعاون بين قسم العلاقات العامة في الوزارات محل الدراسة وبين الاقسام الأخرى ، وهذا يؤشر لنا وجود تعاون وتنظيم في السياقات الإدارية في عمل الأقسام في الوزارة.

٣- اشارت نتائج الدراسة الى تصدر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث استخدامها من حيث وسائل الاتصال المختلفة. وهذا يعود لسهولة الاتصال بالجمهور عن طريقها وكذلك لإتاحتها في كل وقت

الكلمات المفتاحية: تقويم ، الاداء المهني ، ممارسي العلاقات العامة ، المؤسسات الحكومية.

Evaluating the professional performance of public relations practitioners in government institutions

Assist. Prf. Dr. Haitham Okab Atiyah
College of Media/Al Iraqia University

drhaitham177@gmail.com

07707123097

Abstract.

This Study Dealt With Evaluating The Professional Performance Of Public Relations Practitioners In Government Institutions

The areas of public relations and communication management are considered extremely important in the context of government institutions and the public sector in general. Public relations plays a crucial role in enhancing transparency and building trust between government institutions and society. To ensure they achieve their full potential and meet national and international guidelines, public relations practitioners must deliver a high-level professional performance.

The researcher prepared a questionnaire consisting of axes and distributed it to public relations practitioners in the media and public relations departments of the Ministries of Education, Labor and Social Affairs, numbering (56), based on the research problem and basic objectives, using the survey method. The research problem was summarized with a set of questions: The most prominent of which is the main question (How can the professional performance of public relations practitioners in government institutions be evaluated). The most prominent objectives of the research were (identifying the required conditions in light of which a public relations employee is selected, as well as identifying the personal or technical skills associated with the work of public relations practitioners). The researcher reached several conclusions, the most important of which were :

- 1- The nature of the relationship between public relations practitioners is strong, and this is due to the spirit of cooperation and teamwork among them .
- 2- The study revealed the existence of cooperation between the Public Relations Department in the ministries under study and other departments, and this indicates to us the existence of cooperation and organization in the administrative contexts in the work of the departments in the ministry .
- 3- The results of the study indicated that social networking sites are at the forefront in terms of their use in terms of various means of communication. This is due to the ease of communicating with the public through it, as well as its availability at all times

Keywords: Evaluation, Professional Performance, Practitioners Public Relations, Government Institutions.

مقدمة

العلاقات العامة هي مجال أساس يؤدي دورًا حيويًا في نجاح وتطوير المؤسسات، بما في ذلك المؤسسات الحكومية. يُعد ممارسو العلاقات العامة أحد الأعمدة الرئيسية في بناء الصورة العامة للمؤسسة وتعزيز التواصل مع الجمهور والمجتمع. لذا، فإنَّ تقويم أداء ممارسي العلاقات العامة يمثل عنصرًا حاسمًا لضمان تحقيق الأهداف والجودة في هذا المجال.

تتطلب مؤسسات الحكومة العمل بكفاءة وفعالية لضمان تقديم الخدمات العامة بشكل أمثل للمواطنين. ومع تزايد الضغوط والتحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية، يصبح تقويم أداء ممارسي العلاقات العامة ضرورة حيوية لضمان استمرارية تقديم الخدمات وتحقيق التواصل الفعّال مع الجمهور.

هدف هذا البحث هو استكشاف أهمية تقويم أداء ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وتحليل كيفية تنفيذ هذا التقويم بشكل فعّال. سيتم دراسة التحديات والعوامل التي تؤثر على تقويم الأداء المهني في هذا السياق، فضلًا عن استكشاف الفرص لتحسين عمليات تقويم الأداء. تسعى هذه الدراسة إلى تقديم نظرة شاملة حول أهمية تقويم الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وكيف يمكن أن يساهم في تعزيز فعالية هذا الجانب الحيوي من إدارة العمل الحكومي.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

في العصر الحالي الذي يشهد تطورًا مستمرًا في مجال الاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي، تكمن أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في تعزيز الشفافية وبناء الثقة بين الحكومة والجمهور. يعد ممارسو العلاقات العامة في هذه المؤسسات جزءًا حيويًا من عمليات الاتصال والتواصل مع المواطنين والجهات الخارجية.

ومع زيادة التحديات والمتطلبات المتزايدة على المؤسسات الحكومية في تحقيق أهدافها والرد على تطلعات المجتمع، يصبح تقويم أداء ممارسي العلاقات العامة أمرًا ضروريًا. يُعد تقويم الأداء المهني وسيلة لقياس وتقييم أداء ممارسي العلاقات العامة، والتأكد من أنهم يلبون المعايير والأهداف المنشودة.

تحديد الجوانب التي ينبغي تقييمها في أداء ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وكيفية تطبيق تلك التقييمات بشكل فعال يشكل تحديًا مهمًا. يتعين على البحث القادم أن يسلط الضوء على هذه القضية ويقدم توصيات تساهم في تحسين عمل ممارسي العلاقات العامة وتحقيق أهداف المؤسسات الحكومية بفعالية أكبر.

وبمكن صياغة المشكلة البحثية على شكل تساؤل رئيس .. كيف يمكن تقويم الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ؟
وتنبثق من هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية :

- ١- ما الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة؟
- ٢- ما أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة؟
- ٣- ما المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة؟
- ٤- ما الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة؟

ثانياً: أهمية البحث:

- ١- تحسين فعالية الحكومة : من خلال تقويم أداء ممارسي العلاقات العامة، يمكن للحكومة تحسين طريقة تواصلها مع المواطنين والجهات الخارجية، مما يساهم في تقديم خدمات حكومية أفضل وأكثر شفافية.
 - ٢- بناء الثقة العامة : تؤدي العلاقات العامة دوراً حيوياً في بناء الثقة بين الحكومة والجمهور. بفهم دقيق لأداء ممارسي العلاقات العامة، يمكن تحسين الثقة وتعزيز التفاهم بين الجمهور والحكومة.
 - ٣- زيادة الفعالية التنظيمية : في ضوء تقويم الأداء، يمكن للمؤسسات الحكومية تحديد المجالات التي تحتاج إلى تطوير وتحسين وتعزيز الفعالية التنظيمية بشكل عام.
 - ٤- تعزيز الممارسات الاحترافية : يمكن أن يساهم تقويم الأداء في تحفيز ممارسي العلاقات العامة لتطوير مهاراتهم ومعرفة، مما يعزز من مستوى الاحترافية في هذا المجال.
- ### ثالثاً: أهداف البحث:

- ١- التعرف على الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة.
 - ٢- الكشف عن أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة.
 - ٣- تحديد المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة.
 - ٤- التعرف على الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة.
- ### رابعاً: فرضيات البحث:

- ١- الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يخص المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وفقاً للنوع الاجتماعي.
- ٢- الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبين الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة.

خامساً: نوع البحث ومنهجه

نوع البحث ومنهجه: يعد هذا البحث ضمن اطار الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف وصف ظاهرة من الظواهر ، ويمكن للباحث دراسة عدد من المتغيرات للوصول الى أسباب هذه الظاهرة ، والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها، ومن أجل تجميع البيانات وتنظيمها، اعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يعد من أهم المناهج المستعملة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً.

سادساً: مجالات البحث:

يعد تحديد مجالات البحث احد الخطوات المنهجية لأي بحث أو دراسة والتي تنطوي على ثلاثة مجالات:

١. **المجال المكاني:** ويقصد به تحديد المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث أو الدراسة، واختيرت (وزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية) مجالاً مكانياً للبحث، بعد أن اختيرت عينة البحث من ممارسي العلاقات العامل، بالاعتماد على أسلوب الحصر الشامل.
٢. **المجال البشري:** ونعني به عينة البحث والتي تتمثل بممارسي العلاقات العامة بوزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية.

٣. المجال الزمني: ويقصد به المدة التي قضاها الباحث في جمع البيانات من عينة البحث بعد إتمام عملية بناء أداة البحث، وتوزيع الاستمارات وتفريغها وتحليلها والتي يمكن تحديدها من ١/٢٠٢٠ إلى ٣/٢٠٢٠.

سابعاً: أداة البحث:

الاستبيان هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب (لمحم، ٢٠٠٧، ص ٢٧٦)، ويعد الاستبيان من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله مما يجعله يخدم أغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة.

وفي هذا البحث تم بناء الاستبيان استناداً إلى التساؤلات التي وضعها الباحث في مشكلة البحث والاطلاع على الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته.

تمثل مجتمع البحث وعينته بممارسي العلاقات العامة في وزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل في توزيع استمارات الاستبيان على ممارسي العلاقات العامة من الذكور والاناث.

تاسعاً: الصدق والثبات:

الصدق الظاهري:

يشير السيد، إلى أن المقياس يعد صادقاً ظاهرياً إذا قام الخبراء بتقدير صلاحية فقراته، وأن تعليمات الإجابة عنه وعن فقراته واضحة ومفهومة من المستجيبين (السيد، ١٩٧٩، ص ٥٥١).. وقد تثبت الباحث من الصدق الظاهري للاستبيان عندما قدمت فقراته إلى (٥) محكمين(*)، وفي ضوء آرائهم عدلت بعض الأسئلة ولم يستبعد أي سؤال لأنها حظيت بموافقتهم بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحيتها.

الثبات:

لإيجاد ثبات الاستبانة استعمل الباحث طريقة تحليل التباين باستخدام معادلة ألفا-كرونباخ، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الأسئلة. وعند استخراج الثبات كانت قيمته (0.860). وهو معامل ثبات يمكن اعتماده (الكبيسي، ٢٠١٠، ص ٦٤).

عاشراً: تحديد المصطلحات:

١- **تقويم** : هو عملية تقدير وتقييم الأداء ويمكن أن يشمل مجموعة متنوعة من المعايير والمؤشرات التي تقاس وفقاً لأهداف المؤسسة ومتطلبات الوظيفة.

٢- **الأداء المهني** : هو مجموعة المهارات والقدرات والسلوكيات والأداء العام لشخص في سياق عمله أو مهنته ويتعلق الأداء المهني بقدرة الفرد على تحقيق الأهداف المنشودة وأداء واجباته بكفاءة وفعالية.

٣- **ممارسو العلاقات العامة**: هم محترفون يعملون في مجال تخطيط وتنفيذ استراتيجيات الاتصال والتواصل بين المنظمات والجمهور المستهدف بهدف بناء وتعزيز سمعة المنظمة وتعزيز علاقتها

* ١-أ.د. عرسان يوسف عرسان

٢-أ.د. مؤيد خلف حسين

٤-م.د. محمد حامد عبد

٥-م.د. صباح عواد محمد

٣-أ.م.د. محمود ياسين سعود

مع الجمهور. تشمل مهامهم إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام، وإدارة الأزمات، وتطوير مواد إعلامية، وتنظيم الفعاليات والمؤتمرات، وتحليل ردود الفعل والملاحظات من الجمهور.

٤- **المؤسسات الحكومية** : هي المنظمات والهيئات والأجهزة التي تملكها أو تديرها الحكومة بمختلف مستوياتها (وطني، إقليمي، محلي) لأداء وتنفيذ وظائف حكومية وخدمات عامة. تشمل هذه المؤسسات الحكومية وزارات الحكومة، والمؤسسات الحكومية المستقلة، والهيئات الحكومية المحلية والإقليمية، وغيرها من الهيئات التي تتعامل مع مجموعة متنوعة من القضايا والخدمات العامة.

المبحث الثاني/ الأداء المهني للعلاقات العامة الحكومية

أولاً. تمهيد:

يعد الأداء المهني مفهوماً جوهرياً ومهماً بالنسبة للمنظمات الحكومية ومنظمات الأعمال على حد سواء ويختلف مفهوم الأداء من باحث لآخر تبعاً لمعطيات وأهداف البحث وتبعاً للمدخل الذي ينظرون من خلاله إلى الأداء فقد عرفه (الخطيب) بأنه النتيجة النهائية لنشاطات الفرد أو هو انعكاس لقدرة الفرد وقابليته على تحقيق أهداف المنظمة (حسين، ٢٠١٣، ص ٢١٥).

وتشير أدبيات الإدارة إلى أن الأداء المهني هو تفاعل ثلاث عوامل هي القدرة والدافعية والإمكانات (البيئة أو فرص الأداء)، فقد يمتلك الفرد القدرة على أداء عمل معين لكنه لن يكون قادراً على تأديته بشكل جيد إذا لم يكن لديه الدافع لتأديته (داغر و صالح، ٢٠٠٠، ص ٣٣٥).

والأداء المهني عندما يكون سلبياً فهو لا يعني بالضرورة نقص في الجهد أو نقصاً في التوجيه أو القدرة ولكن هناك متغيرات أخرى قد تحول دون تحديد الأداء الفعال، من أهمها: (الهنداوي، ١٩٩٩، ص ٣٩).

١. النقص اللازم لإنجاز عمل معين.
٢. نقص في التسهيلات اللازمة للعمل.
٣. تؤدي سياسة المنظمة دوراً في تغيير الفرد في أدائه للعمل وقد تضع خطوات أدائه بطريقة غير مجدية.

ويحظى الأداء المهني في المنظمات بكافة أنواعها باهتمام متزايد من قبل الباحثين والدارسين والإداريين ذلك لأن الأداء المهني الجيد هو السبيل الوحيد للحفاظ على بقاء المنظمة واستمرارها ونموها (الطراونة، ١٩٩٢، ص ١٤٧).

ويعد الأداء المهني مفهوماً واسعاً في ميدان الأعمال ولكن من الصعب إعطاء تعريف محدد له بسبب تعدد الأبعاد التي يتكون منها الأداء الشامل في المنظمة. والأداء يؤثر في تحقيق أهداف المنظمة المحددة من خلال الاستخدام الأفضل لمواردها المتاحة خلال فترة زمنية معينة (John, C., 1984.p.208).

ويرتبط الأداء المهني بمجموعة العلاقات المتشابكة التي تؤثر في تحقيق التوافق النفسي والرضا المهني ومنها علاقة الفرد مع مهنته ونظام العمل والزملاء والإدارة والرؤساء، فكلما كان التوافق والرضا مع المهنة مرتفعاً كان الأداء والعطاء والنجاح في العمل متميزاً (الكرد، ١٩٩٦، ص ٣١٣).

إن ما هو مطلوب على مستوى سلوك المنظمة ما يرتبط بالأداء المهني ويعتمد على مقومين أساسيين هما (الحوامدة و الفهداوي، ٢٠٠٢، ص ١٧٨):

- أ. الرضا الوظيفي (Job satisfaction): بوصفه معبراً عن اتجاه الموظفين نحو أعمالهم فكلما كان هذا الاتجاه ايجابياً انعكس ذلك على الأداء والعمل ايجابياً والعكس صحيح.
- ب. الارتباط الوظيفي (Job Involvement): بوصفه معبراً عن درجة توافق المرؤوس إزاء عمله من خلال المشاركة الفعالة في العمل واعتبار الأداء هاماً للغاية وله قيمة شخصية عند هذا الموظف.

ثانياً: مفهوم الأداء المهني في العلاقات العامة:

إن مفهوم الأداء مأخوذ من علم الإدارة على اعتبار أنه المخرجات النهائية التي تمثل حصيلة نشاط وعمل النظام، إذ يتم رصد أنماط الأداء عبر تحليل المخرجات النهائية للنظام الصحفي المتمثلة في المضامين الصحفية المقدمة، وهي تمثل أفضل العناصر التي يمكن أن تتضح فيها المعايير والمؤثرات المتدخلة في معالجة الأحداث وأدوار الأشخاص (عبد المقصود، ١٩٩٨م، ص ٢٠٢).

والأداء يرتبط بالمهنة، فيقال مثلاً أداء إعلامي ويقصد به " قضاء المهمة الإعلامية، أي القيام بواجبات الإعلام على أكمل وجه، ومن أهمها نقل الحقائق وتفسيرها والتعليق عليها والقيام بوظائف عامة "، والأداء الصحفي هو أن تقوم الصحيفة أو القائم بالاتصال بكل ما هو مطلوب منها كمهام وظيفية من الحصول على أخبار وتفسيرها والتعليق عليها والإرشاد والتوجيه: (حجاب و حجاب، ٢٠١٠، ص ١٤٥).

ويتوقف أداء القائم بالاتصال على مجموعة من الصفات والمهارات التي تجعله ذا كفاءة وقدرة وفاعلية على الإنتاج الإعلامي والإقناع والتأثير، ومن هذه المهارات (العكيلي، ٢٠٠٧، ص ٧١):

١. توافر عنصر الخبرة: فالخبرة تساعد القائم بالاتصال على الكتابة المختلفة التي يستطيع عن طريقها إعطاء المتلقي إحساساً كبيراً بمعرفة دقائق وتفاصيل الأمور، إذ يؤدي اعتماد المؤسسات الصحفية على قائمين بالاتصال قليلي الخبرة إلى موضوعات إعلامية غير دقيقة، فضلاً عن إهمال التحليلات الأساسية والطرح المتعمق.
٢. الإلمام بالقوانين: إذ ينبغي على القائم بالاتصال أن يمتلك معلومات كافية بالقوانين والتشريعات واللوائح الداخلية المنظمة للمهنة الإعلامية.
٣. مهارة إجراء المقابلات: فكلما كان القائم بالاتصال ذو مهارة اتصالية زاد ذلك من قدرته على كسب ثقة من يجري معهم مقابلات.

٤. الموضوعية: إذ ينبغي أن يلتزم القائم بالاتصال بالموضوعية ويبتعد عن الذاتية في موضوعاته الإعلامية عن طريق التزامه بالأمانة في جمع المعلومات وعند كتابة الموضوعات الإعلامية، بحيث لا يضيف معلومات غير مؤكدة أو يستعمل الكلمات الموحية للمعنى والقادرة على تصوير الحدث، وان يعمل على فصل الرأي عن الحقيقة.

ثالثاً: العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

مرت العلاقات العامة بالعديد من التطورات حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، إذ أتيحت فرص جديدة لاستخدام العلاقات العامة نتيجة ظهور الاختراعات الجديدة، وتطور الإعلام والاقتصاد والسياسية وغيرها، ومن أهم العوامل التي ساعدت في تطوير مفهوم العلاقات العامة (الضبع، ٢٠١٢، ص ٤٧).

- ١- تنمية الأفكار السياسية المختلفة
- ٢- اهتمام الإدارات داخل المؤسسات بالإعلام والتوجيه والإرشاد

٣- انتشار الأحزاب السياسية المختلفة

٤- ظهور مصطلح الدعاية والاهتمام به

رابعاً: تعريف العلاقات العامة:-

لغة: يضم مصطلح "العلاقات العامة" (معلوف، ١٩٨٧، ص ١٦٠). (الصلات والروابط، نقول قطع العلاقات وتوتر العلاقات و(العلاقة) مفرد وجمعها علائق وهي ما تعلق الإنسان وعلاقات هي الارتباط والصلة ويقال ما بينهما، أي ما يتعلق به أحدهما على الآخر، ويقال لي في هذا علاقة أي يتعلق)
اصطلاحاً: -

هناك الكثير من المتخصصين والاساتذة في العلاقات العامة قدموا خلال مسيرتهم العلمية الكثير من التعاريف بما يتفق مع وجهه نظرهم وطبيعة الممارسة المهنية للعلاقات العامة.

وقد عرفت الخبير بالعلاقات العامة إدوارد ل، بيرنيز، بأنها "التوسل بالمعلومات عن طريق الاقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها"(جرادات، ٢٠١٩، ص ١٤).

وكما عرفها دوج نيوسوم وبوب كاريل العلاقات العامة هي "فن وعلم تحليل الاتجاهات، والتنبؤ بنتائجها، وتقديم الاستشارة لقادة المنظمة، وتنفيذ برامج عمل مخطط لها، لخدمة مصلحة كل من المنظمة والجمهور"(سوم و كاريل، ٢٠٠٣، ص ٢٥).

وقد قدمت، أليسون ثيكر، تعريفاً للعلاقات العامة هي "وظيفة إدارية مميزة تساعد في التأسيس والمحافظة على خطوط التواصل والتفاهم والقبول والتعاون المتبادلة بين المنظمة وجماهيرها".(Alison, 2001, p3).

وكما قدم د. ركس هارلو تعريفاً للعلاقات العامة بأنها "هي علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة، إنما في حياتهم الجماعية"(ابو العلا، ٢٠١٣، ص ٩).

بينما عرفت موسوعة المعارف البريطانية العلاقات العامة: "بأنها إحدى مظاهر النشاطات المتعلقة بتحسين العلاقة بين الهيئة أو المنظمة والمتعاملين معها" (الهالي، ٢٠١٣، ص ٢٩).

أما في العالم العربي فهناك العديد ممن قدموا لنا تعاريف علمية مهنية في العلاقات العامة من منظورهم الخاص ساهمت في توضيح عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والمنظمات. وأبداها، أولاً بالعالم المصري في العلاقات العامة علي عجوة إذ أشار في كتابه الاسس العلمية للعلاقات العامة (عجوة، ٢٠٠٥، ص ٢٤)، ان العلاقات العامة: "هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات الأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في اطار ما هو ممكن ومشروع".

واردف، الدكتور محمد جمال الفار، في تعريفاً له، بان العلاقات العامة، "هي نشاط اتصالي ذو بعد إداري تنظيمي، يراد به من خلال نقل الأفكار والمشاعر تكوين انطباعات حسنة إزاء مجموعة أو جماعة أو تنظيم أو شركة من خلال ممارسة جانبي نشاط اتصالي هما.

١- التركيز على منتسبي التنظيم بحيث يتكون لديهم كيان من المعلومات عن التنظيم مع نظرة إيجابية.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

٢- توجيه النشاط الاتصالي من قبل التنظيم إلى المجتمع خارج إطار ذلك التنظيم بقصد رسم الانطباعات الإيجابية (الفار، ٢٠١٤، ص ٢٢٤).

وكما عرفها الدكتور عبد الرزاق الدليمي العلاقات العامة، بأنها "مسؤوليات الاجهزة المختلفة في الدولة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية وأنشطتها للحصول على ثقة جمهورها الداخلي والخارجي وتأييده وذلك بالأخبار الصادق والاداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل وفقاً للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشداً وهادفاً في بناء الوطن ورسم سياسته" (الدليمي، ٢٠١٣، ص ٣٧).

وقد تمت الجمعية العراقية للعلاقات العامة "ايبيرا" تعريفا للعلاقات العامة في دليلها الارشادي الأول لعام ٢٠١٨، هي "نشاط ممنهج يقوم بتنظيم سريان الرسالة الاتصالية من المؤسسة الى جمهورها وباتجاهين، عن طريق اعتماد السياسات والاستراتيجيات، بهدف تلبية احتياجات الجمهور الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وذلك بتنفيذ البرامج التدريبية لتعزيز مهارات التعامل من اجل بناء الثقة والفهم المتبادل بين المؤسسة والجمهور، اعتماداً على اجراء الدراسات والبحوث العلمية".*

وكما عرف محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة: هي "فن الحصول على رضى الجمهور وثقته وتأييده والوصول الى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين" (الجوهري، ١٩٥٩، ص ١٠٢).

وهنا نؤكد من خلال هذه التعريفات أن العلاقات العامة تسعى إلى تفاعل إيجابي بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، والتعريفات المشار إليها في موضوع الاتصال والثقة والتفاهم والدعم والامتنال والصدق وكسب الآخرين والمفاهيم الأخرى المتعلقة تحسين العلاقات وزيادة الاتجاهات الإيجابية فيها وتقليل التضارب والاختلاف وتباعد المصالح والمواقف، لذلك يتضح لنا أن العلاقات العامة لها عناصر يجب أن تكون تعريفاتها متاحة من أجل تحقيق الأهداف الموضوعية، والعناصر هي: (عمر، ٢٠١٣، ص ٢٢).

- ١- تعد العلاقات العامة نشاط إداري واتصالي مخطط لها.
- ٢- الهدف الأساس للعلاقات العامة هو الحفاظ على تحقيق التفاهم والتأييد لسياستها وأنشطتها من قبل الجمهور بما يضمن استمرارية علاقته مع المؤسسة.
- ٣- يجب معرفة رأي الجمهور اتجاه المنظمة او المؤسسة.
- ٤- استعمال طرائق وسائل الاتصال المختلفة كافة في العلاقات العامة.

خامساً: خصائص العلاقات العامة:-

في ضوء التعريفات السابقة للعلاقات العامة يمكننا أن نحدد أهم خصائص العلاقات العامة كنشاط متكامل فيما يلي:

- ١- العلاقات العامة هي وظيفة تواصلية لما لها من أثر تبادلي يعكس نظرة الجمهور للإدارة العليا والعكس بالعكس، من خلال استخدام جميع وسائل وطرق الاتصال المتاحة في المنظمة

* جمعية العلاقات العامة "ايبيرا"، أسست بالأمر الإداري ١٦٠٣ في ٢٢/٤/٢٠١٨، وهي جمعية علمية تحت إشراف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وفق قانون الجمعيات العلمية رقم ٥٥ لسنة ١٩٨١.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

٢- تعتمد العلاقات العامة في تنفيذ أنشطتها على البحث العلمي والتخطيط السليم لأن نشاطها ليس عشوائياً.

٣- الهدف الأساس للعلاقات العامة هو الرأي العام الذي تعمل من خلاله على التأثير في توجهاته او كسب تعاطفه او تأييدها بما يحقق المصلحة العامة للمنظمة وال جماهير المعنية(عقيلان، ٢٠١٤ ، ص٣٥-٣٦).

٤- تعتبر العلاقات العامة فلسفة إدارة وتفترض هذه الفلسفة أن أي منظمة لم تنشأ لتحقيق الأهداف التي ينص عليها القانون ،ولكن يجب أن تؤدي دوراً اجتماعياً، وبالتالي يجب أن تضع المصلحة العامة في المقام الأول فيما يتعلق بسلوك المنظمة.

٥- العلاقات العامة ليست نشاطاً ثانوياً، بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المؤسسات أو المنظمات ،لأنها ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

٦- العلاقات العامة هي وظيفة إدارية. إنه نشاط تمارسه كل إدارة ، ويجب على الإدارة استخدامها في كل ما تقوله أو تفعله (اللبيدي، ٢٠١٥ ، ص٧٥).

٧- الشعور بالمسؤولية الاجتماعية في ممارسة نشاط العلاقات العامة من خلال الالتزام بالأمانة في المعلومات التي تصدرها المؤسسة ، وكذلك تنمية الثقة والاحترام المتبادلين بين طرفي المنظمة وجمهورها (الضبع، ٢٠١٢ ، ص ٦٤).

٨- تولد العلاقات العامة إحساساً بالمسؤولية بين الموظفين، والذي يعتمد على مدى إتاحة الفرصة لهم للمشاركة في القرارات التي تؤثر عليهم ، في تحديد الأهداف ، ورسم السياسات ، ووضع خطط وأنظمة العمل(الزبيدي، ٢٠١٥ ، ص٢٦).

٩- تعمل العلاقات العامة على تقديم الخدمات الإنسانية لجمهورها الداخلي بما يضمن تحقيقهم للرعاية الاجتماعية والعدالة الكاملة ويوفر وسائل الحياة الكريمة لمنسوبي الهيئات مما يساعد على غرس روح الطمأنينة فيهم(كمال، ٢٠١٢ ، ص٤٠).

سادساً: أهمية العلاقات العامة:-

تبرز أهمية العلاقات العامة من دورها في إعداد الرأي العام لتلقي الأفكار والآراء الجديدة ، وإيجاد جمهور داعم وداعم للمنظمة أو المؤسسة، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التواصل والتفاهم المشترك بين تلك المؤسسة أو المنظمة وهذا الجمهور ، وتحقيق العلاقات العامة التكيف بين المؤسسات والمنظمات وال جماهير ، وتوضيح مواقف الجمهور تجاه المنظمة ، وتحديد رغباتهم واحتياجاتهم ؛ مما يساعد على إجراء تعديلات في سياسة المنظمة بما يتماشى مع احتياجات الجمهور، وتحقيق العلاقات العامة لجمهورها الداخلي في المنظمة خدمات متنوعة بعضها يتعلق بالعدالة والرعاية الاجتماعية ، إذ تعمل على غرسها ودعمها قيم المسؤولية الاجتماعية بين الجمهور الداخلي والخارجي مما يساعد على مواجهة العقبات التي قد يواجهها المجتمع (العطوي، ٢٠١٨ ، ص١٤).

وأن العلاقات العامة تحاول كسب ثقة الجمهور، لأن الجمهور هو من يحافظ عليها أو يسقطها ، إذا تلبى احتياجاته وتقدم له الخدمات بشكل ممتاز، من أجل دعمها باستمرار، ويعتمد قوة وبقاء المنظمة أو المؤسسة على ثقة جماهيرها. لكسب ثقتهم ، يجب أن يكون في المؤسسات او المنظمات لديهم قسم خاص للعلاقات العامة ، لأنه يمكنه تحقيق هذا المطلب من أجلها. لذلك يجب أن تلجأ إلى تحسين علاقتها بموظفيها ومع جمهورها الخارجي ، لانه شريكاً مهماً لها ، ولأن

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

خدمة كل فئة من هذه الفئات واجب على المؤسسة وأقسامها أيضاً (عارف، ٢٠١٠، ص ٢٢)، لاسيما في المؤسسات الحكومية، إذ تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات بين المؤسسة الحكومية، او المنظمات والجمهور، فعن طريقها ينمو الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين وبالتالي تحويلهم إلى جمهور ايجابي متعاون مع المؤسسة، ولقد نمت العلاقات العامة وتطورات كمفهوم إداري وكوظيفة حيوية في المنظمات الحكومية، في الدول المتقدمة خلال الثلاثين عاماً الماضية (العدوي، ٢٠١١، ص ٣٠-٣١).

لهذا فإن العلاقات العامة تمثل جانباً مهماً من جوانب الإدارة، سواء في مؤسسات الأعمال أو في المؤسسات الحكومية، فهي نشاط يسعى إلى كسب ثقة ودعم الجماهير المختلفة بأهداف وسياسات وإنجازات المؤسسة، وخلق جو من الألفة والتعاون بينها وبين مختلف جمهورها، وكل هذا يتوقف على وجود سياسات سليمة وإعلام نزيه على نطاق واسع (محمد، ٢٠١٤، ص ١٦٤). وتتمثل أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاتية:

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

٢- أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية: تظهر أهمية العلاقات العامة أيضاً في المؤسسات الخدمية، إذ قد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية للفرد، أو قد تكون هناك بدائل لها مما يجعل من الصعب على دور العلاقات العامة. على سبيل المثال، إذا أهملت شركة طيران رعاية عملائها ولم تتمكن من تقديم الخدمات على الوجه المرضي أو فشل طائرتها في الإقلاع في الوقت المحدد، فلا شك أن المسافرين سيذهبون إلى شركات طيران أخرى، والتي تقديم أفضل الخدمات بنفس التكلفة، أو ربما أقل (أيوب، وآخرون، ٢٠١٦، ص ٢٢-٢٣).

٣- أهمية العلاقات العامة في المنظمات الحكومية: إذ إن العلاقات العامة تقوم على كسب موافقة الجمهور ودعمه لتحقيق المصالح المشتركة، فالحاجة لا تقتصر على المؤسسات التجارية، بل تمتد إلى المؤسسات العامة لأن الحكومات تقوم على موافقة الشعب. ويستمدون قدرتهم على الاستمرار في ممارسة سلطاتهم على دعم الشعب. الأمر الذي غير وجه العالم في أقل من قرن، أدى إلى رفع مكانة الفرد وأهميته وتقليل قوة وسيطرة القادة. الناس اليوم تحكمهم موافقتهم والإرادة فقط. إنهم يسترشدون بأرائهم وليس بما يمليه عليهم القادة. من الضروري اليوم لأي زعيم أن ينال قبول أولئك الذين يقودونهم لقيادته ودعمه (نوير، ٢٠١٦، ص ٤٧).

سابعاً: أهداف العلاقات العامة:-

ان جميع أقسام المؤسسة لها أهداف تعمل على تحقيقها، وأهداف إدارة العلاقات العامة مستمدة من الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في مجال إدارة الأعمال المنوطة لها، أي أن هذا القسم يهدف إلى خلق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، فضلاً عن ترسيخ سمعة طيبة لها في مجتمع العمل والعمل على استمرار الاتصالات فيما بينهم أثناء معالجة أي محاولة لتقويض هذه العلاقة أو السمعة أو الاتصالات، أو أنها تهدف إلى تنوير الجماهير قبل محاولة التأثير عليهم وان موقع

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

إدارة العلاقات العامة من الإدارات الفنية التي تتعاون مع الإدارة العليا في إنجاز أعمالها بشكل مرضي يكسبها ثقة الجماهير والمتعاملين معها (عابد و ابو السعيد، ٢٠١٤، ص ٨٦-٨٧). لهذا أصبحت العلاقات العامة في الآونة الأخيرة إحدى الوظائف الإدارية التي تمارس على جميع المستويات الإدارية في المنظمة، وترتبط أهداف العلاقات العامة بمفاهيم ووظائف العلاقات العامة ولكنها تختلف باختلاف طبيعة النشاط الذي تمارسه المنظمة أو المؤسسة وأهمية إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة ولكي تتمكن من تحقيقها الأهداف ، وهي أهداف المؤسسة يجب أن يرأسها شخص ذو اختصاص واسعة ، مما يجعلها تتمتع بصلاحيات قوية لتوجيه الإدارات الأخرى وإضفاء طابع العلاقات العامة على أنشطتها (المزاهرة، ٢٠١٥، ص ١٣).

وان الشكل التنظيمي للعلاقات العامة يختلف من مؤسسة الى أخرى لغرض تحقيق الاهداف التي تعمل على تحقيقها، فهناك تنظيم لها على اساس الوظائف التي تؤديها بالكيفية التي تتناسب مع متابعتها وتكاملها، وهناك تنظيم لها على أساس وسائل الاتصال التي تستخدمها بما يتناسب مع طبيعة كل وظيفة من وظائفها وكل جمهور من جماهيرها، وهناك تنظيم لها على أساس الجماهير التي تتعامل معها بالكيفية التي تتناسب مع الاهمية النسبية لكل جمهور وهناك ايضا تنظيم لها يجمع ما بين الوظائف او يجمع بين الوسائل والجماهير (حسني، ٢٠١٤، ص ١٩).

وبناء على ذلك يمكن أن نحدد أهداف العلاقات العامة على النحو الآتي

- ١- تسعى العلاقات العامة لبناء سمعة طيبة للمنظمة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
- ٢- تهدف العلاقات العامة على المحافظة على حالة الرضا عن المنظمة لدى الجماهير.
- ٣- تعمل على تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة لدى الجماهير (عواد، ٢٠١١، ص ٢١٩).
- ٤- تعمل العلاقات العامة على إعطاء فكرة للإدارة المؤسسة عن اتجاهات جماهيرها وآرائها.
- ٥- تقدم النصائح والإرشاد للإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة (عقيلان، ٢٠١٤، ص ٣٣).

المبحث الثالث: تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

يهدف هذا البحث إلى إجراء دراسة علمية تخص تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية واختار الباحث وزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية كمجتمع مصغر للدراسة (٥٦ ممارس من كلا الوزارتين) حصر شامل لكل الممارسين وقام بإعداد استمارة استبيان علمية معدة لهذا الغرض تتألف من محاور علمية تم اعتمادها بعد عرضها على مجموعة من الخبراء في مجال التخصص ونسعى من خلالها لجمع معلومات وبيانات علمية خاصة بموضوع البحث ومن ثم تفريغ هذه المعلومات وإخضاعها لمعادلات احصائية للوصول إلى نتائج علمية قابلة للاعتماد والتعميم.

المحور الأول: المتغيرات الديمغرافية:

١- النوع الاجتماعي:

الجدول (١) يوضح توزيع المبحوثين من حيث النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	٤٠	٧١.٤٣%
إناث	١٦	٢٨.٥٧%
المجموع	٥٦	١٠٠%

توضح الأرقام الواردة بالجدول (١) توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي، وتبين أن فئة الذكور أكثر من فئة الإناث، إذ حصلت فئة الذكور على نسبة بلغت (٧١.٤٣%)، وتكرر (٤٠)، من مجموع (٥٦) تكراراً، بينما حصلت فئة الإناث على نسبة مئوية بلغت (٢٨.٥٧%) وتكرر (١٦) من مجموع (٥٦) تكراراً.

٢. الفئة العمرية:

الجدول (٢) يوضح توزيع المبحوثين من حيث الفئة العمرية.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
من ٢٠ إلى أقل من ٢٥	٤	٧.١٤%	الخامسة
من ٢٦ إلى أقل من ٣٥	٢٠	٣٥.٧١%	الأولى
من ٣٦ إلى أقل من ٤٥	١٤	٢٥%	الثانية
من ٤٦ إلى أقل من ٥٥	١٢	٢١.٤٣%	الثالثة
من ٥٦ فأكثر	٦	١٠.٧١%	الرابعة
المجموع	٥٦	١٠٠%	-

يظهر للباحث من الجدول (٢) توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية، وتبين أن الفئة العمرية (من ٢٦ إلى أقل من ٣٥) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٠) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣٥.٧١%)، بينما حلت فئة (من ٣٦ إلى أقل من ٤٥) بالمرتبة الثانية وحقت (١٤) تكراراً ونسبة (٢٥%)، وتأتي فئة (من ٤٦ إلى أقل من ٥٥) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٢) تكراراً ونسبة بلغت (٢١.٤٣%)، في حين جاءت فئة (من ٥٦ فأكثر) بالمرتبة الرابعة محققة (٦) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١٠.٧١%)، أما فئة (من ٢٠ إلى أقل من ٢٥) فقد حلت بالمرتبة الخامسة بواقع (٤) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٧.١٤%).

المستوى العلمي:

الجدول (٣) يوضح توزيع المبحوثين من حيث المستوى العلمي.

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	المستوى العلمي
الرابعة	٨.٩٣%	٥	إعدادية
الثالثة	١٠.٧١%	٦	دبلوم
الأولى	٦٤.٢٩%	٣٦	بكالوريوس
الثانية	١٢.٥%	٧	ماجستير
الخامسة	٣.٥٧%	٢	دكتوراه
-	١٠٠%	٥٦	المجموع

يظهر للباحث من الجدول (٣) توزيع المبحوثين حسب المستوى العلمي، وتبين أن مستوى (بكالوريوس) حل بالمرتبة الأولى بواقع (٣٦) تكرارا ونسبة مئوية بلغت (٦٤.٢٩%)، في حين حل مستوى (ماجستير) بالمرتبة الثانية وحقق (٧) تكرارات ونسبة (١٢.٥%)، ويأتي مستوى (دبلوم) بالمرتبة الثالثة بواقع (٦) تكرارات ونسبة بلغت (١٠.٧١%)، في حين جاء مستوى (إعدادية) بالمرتبة الرابعة محققا (٥) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٨.٩٣%)، أما مستوى (دكتوراه) فقد حل بالمرتبة الخامسة بواقع (٢) تكرار ونسبة مئوية بلغت (٣.٥٧%).

٤- سنوات الخدمة:

الجدول (٤) يوضح توزيع المبحوثين من حيث سنوات الخدمة.

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	سنوات الخدمة
الثانية	٢٦.٧٩%	١٥	من ٥ - ١٠
الأولى	٥٥.٣٦%	٣١	من ١١ - ١٦
الثالثة	١٧.٨٥%	١٠	من ١٧ فأكثر
-	١٠٠%	٥٦	المجموع

يظهر للباحث من الجدول (٤) توزيع المبحوثين حسب سنوات الخدمة، وتبين أن فئة (من ١١ - ١٦) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٣١) تكرارا ونسبة مئوية بلغت (٥٥.٣٦%)، في حين حلت فئة (من ٥ - ١٠) بالمرتبة الثانية وحقق (١٥) تكرارا ونسبة (٢٦.٧٩%)، وتأتي فئة (من ١٧ فأكثر) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٧.٨٥%).

ثانياً: الأساليب الإدارية والتنظيمية:

١. ما طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة؟

جدول (٥) يبين طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	قوية جداً	٨	١٤.٢٩%	٣	٤	٣٧.٤١	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	قوية	٢٨	٥٠%	١				
٣	متوسطة	١٣	٢٣.٢١%	٢				
٤	ضعيفة	٥	٨.٩٣%	٤				
٥	ضعيفة جداً	٢	٣.٥٧%	٥				
	المجموع	٥٦	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول (٥) أن (٥٠%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة قوية، بينما أشار (٢٣.٢١%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة متوسطة، في حين أشار (١٤.٢٩%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة قوية جداً، أما ما نسبته (٨.٩٣%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة ضعيفة، في حين ما نسبته (٣.٥٧%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن طبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة ضعيفة جداً.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في حجم المهام والصلاحيات الموكلة للعلاقات العامة إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٣٧.٤١)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤). ولصالح استجابة قوية، أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في رؤيتهم لطبيعة العلاقة بين العاملين في قسم العلاقات العامة.

هل يوجد تعاون بين قسم العلاقات العامة والأقسام الأخرى لديكم؟

جدول (٦) يوضح مدى وجود تعاون بين قسم العلاقات العامة والأقسام الأخرى لديكم.

هل يوجد تعاون بين قسم العلاقات العامة والأقسام الأخرى لديكم	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٤٥	٨٠.٣٦%
كلا	١١	١٩.٦٤%
المجموع	٥٦	١٠٠%

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

توضح الأرقام الواردة بالجدول (٦) أن ما نسبته (٨٠.٣٦%) من المبحوثين يرون وجود تعاون بين قسم العلاقات العامة والأقسام الأخرى في حين ما نسبته (١٩.٦٤%) من المبحوثين يرون عدم وجود تعاون بين قسم العلاقات العامة والأقسام الأخرى.

ما الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة؟

جدول (٧) يبين الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة.

ت	الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التخصص	٢٨	٥٠%	الأولى
٢	الخبرة	٢٠	٣٥.٧١%	الثانية
٣	إتقان اللغات مختلفة	٧	١٢.٥%	الخامسة
٤	اللياقة وحسن المظهر	٩	١٦.٠٧%	الرابعة
٥	العلاقات الشخصية والمعارف	١٤	٢٥%	الثالثة
٦	سرعة البديهة والذكاء	٥	٨.٩٣%	السادسة
٧	أخرى تذكر	٣	٥.٣٦%	السابعة
	المجموع	٨٦(*)	١٠٠%	-

بينت لنا نتائج تحليل الجدول أعلاه إلى أن فئة (التخصص) جاءت في مقدمة الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة؛ إذ احتلت المرتبة الأولى بواقع (٢٨) تكراراً ونسبة بلغت (٥٠%)، بينما جاءت فئة (الخبرة) بالمرتبة الثانية وحقت (٢٠) تكراراً ونسبة (٣٥.٧١%)، في حين جاءت فئة (العلاقات الشخصية والمعارف) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٤) تكراراً ونسبة بلغت (٢٥%)، أما فئة (اللياقة وحسن المظهر) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (٩) تكرارات ونسبة (١٦.٠٧%)، تلتها فئة (إتقان اللغات مختلفة) بالمرتبة الخامسة بواقع (٧) تكرارات ونسبة (١٢.٥%)، ثم فئة (سرعة البديهة والذكاء) بالمرتبة السادسة بواقع (٥) تكرارات ونسبة بلغت (٨.٩٣%)، بينما جاءت فئة (أخرى تذكر) فقد حلت بالمرتبة السابعة بواقع (٣) تكراراً ونسبة (٥.٣٦%).

٢. هل يوجد اهتمام بتدريب العاملين في القسم لرفع مستواهم المهني؟

جدول (٨) يوضح مدى اهتمام بتدريب العاملين في القسم لرفع مستواهم المهني.

هل يوجد اهتمام بتدريب العاملين في القسم لرفع مستواهم المهني	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢١	٣٧.٥%
كلا	٣٥	٦٢.٥%
المجموع	٥٦	١٠٠%

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٨٦)، بينما حجم عينة البحث هي (٥٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

توضح الأرقام الواردة بالجدول (٨) أن ما نسبته (٦٢.٥%) من المبحوثين يرون عدم وجود اهتمام بتدريب العاملين في القسم لرفع مستواهم المهني في حين ما نسبته (١٩.٦٤%) من المبحوثين يرون وجود اهتمام بتدريب العاملين في القسم لرفع مستواهم المهني.

ثالثاً: الاتصالات:

ما هي وسائل الاتصال التي يستعملها القسم للاتصال بالجمهور؟

جدول (٩) يبين وسائل الاتصال التي يستعملها القسم للاتصال بالجمهور.

ت	وسائل الاتصال التي يستعملها القسم للاتصال بالجمهور	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	القنوات الفضائية	٦	١٠.٧١%	السادسة
٢	الإذاعة	٤	٧.١٤%	الثامنة
٣	الصحف والمجلات	١٠	١٧.٨٦%	الرابعة
٤	مواقع التواصل الاجتماعي	٣٢	٥٧.١٤%	الأولى
٥	المعارض	١٤	٢٥%	الثانية
٦	الندوات	١٢	٢١.٤٣%	الثالثة
٧	المطبوعات والنشرات	٥	٨.٩٣%	السابعة
٨	الملصقات	٧	١٢.٥%	الخامسة
٩	الاتصال المباشر بالجمهور	٦	١٠.٧١%	السادسة
١٠	أخرى تذكر	٢	٣.٥٧%	التاسعة
	المجموع	٩٨ (*)	١٠٠%	-

بينت لنا نتائج تحليل الجدول أعلاه إلى أن فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة وسائل الاتصال التي يستعملها القسم للاتصال بالجمهور؛ إذ احتلت المرتبة الأولى بواقع (٢٨) تكراراً ونسبة بلغت (٥٠%)، بينما جاءت فئة (المعارض) بالمرتبة الثانية وحقت (١٤) تكراراً ونسبة (٢٥%)، تلتها فئة (الندوات) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٢) تكراراً ونسبة بلغت (٢١.٤٣%)، أما فئة (الصحف والمجلات) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (١٠) تكرارات ونسبة (١٧.٨٦%)، وتأتي فئة (الملصقات) بالمرتبة الخامسة بواقع (٧) تكرارات ونسبة (١٢.٥%)، ثم فئة (الاتصال المباشر بالجمهور، القنوات الفضائية) بالمرتبة السادسة بواقع (٦) تكرارات ونسبة بلغت (١٠.٧١%)، بينما جاءت فئة (المطبوعات والنشرات) فقد حلت بالمرتبة السابعة بواقع (٥) تكرارات ونسبة (٨.٩٣%)، تلتها فئة (الإذاعة) بالمرتبة الثامنة بواقع (٤) تكرارات ونسبة بلغت (٧.١٤%)، ثم فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة التاسعة وحصلت على (٢) تكرار ونسبة مئوية بلغت (٣.٥٧%).

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٩٨)، بينما حجم عينة البحث هي (٥٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

٣. ما أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة؟

جدول (١٠) يبين أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة.

ت	أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	إصدار كتيبات ونشرات إعلامية	٧	١٢.٥%	السادسة
٢	إصدار دوريات	٣	٥.٣٦%	السابعة
٣	عقد الندوات والمحاضرات	١٢	٢١.٤٣%	الرابعة
٤	أرشفة ما ينشر بوسائل الإعلام عن الوزارة	١٦	٢٨.٥٧%	الثالثة
٥	استقبال الوفود الزائرة	٢٤	٤٢.٨٦%	الأولى
٦	بحث مشاكل العاملين	٩	١٦.٠٧%	الخامسة
٧	تسهيل مهام الجمهور الداخلي والخارجي	١٧	٣٠.٣٦%	الثانية
٨	أخرى تذكر	٢	٣.٥٧%	الثامنة
المجموع		٩٠(*)	١٠٠%	-

بينت لنا نتائج تحليل الجدول أعلاه إلى أن فئة (استقبال الوفود الزائرة) جاءت في مقدمة أهم الأنشطة والوظائف التي يقوم بها قسم العلاقات العامة؛ إذ احتلت المرتبة الأولى بواقع (٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (٤٢.٨٦%)، بينما جاءت فئة (تسهيل مهام الجمهور الداخلي والخارجي) بالمرتبة الثانية وحقت (١٧) تكراراً ونسبة (٣٠.٣٦%)، تلتها فئة (أرشفة ما ينشر بوسائل الإعلام عن الوزارة) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٦) تكراراً ونسبة بلغت (٢٨.٥٧%)، أما فئة (عقد الندوات والمحاضرات) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (١٢) تكراراً ونسبة (٢١.٤٣%)، وتأتي فئة (بحث مشاكل العاملين) بالمرتبة الخامسة بواقع (٩) تكرارات ونسبة (١٦.٠٧%)، ثم فئة (إصدار كتيبات ونشرات إعلامية) بالمرتبة السادسة بواقع (٧) تكرارات ونسبة بلغت (١٢.٥%)، بينما جاءت فئة (إصدار دوريات) فقد حلت بالمرتبة السابعة بواقع (٣) تكرارات ونسبة (٥.٣٦%)، تلتها فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الثامنة بواقع (٢) تكرار ونسبة بلغت (٣.٥٧%).

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٩٨)، بينما حجم عينة البحث هي (٥٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

رابعاً: المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة
جدول (١١) يبين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة. ن=

٥٦

ت	المهارات الشخصية	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المئوي	المرتبة	الاتجاه
١	تنمي سنوات الخبرة من مستوى الأداء المهني	ك	٣٢	١٨	٦	٨٢	٤	موافق
		%	٥٧.١٤	٣٢.١٤	١٠.٧١			
٢	أقيم المعلومات بعناية لتحديد أوجه القصور المحتملة	ك	٢٨	٢٠	٨	٧٨.٥٧	٦	موافق
		%	٥٠	٣٥.٧١	١٤.٢٩			
٣	أبادل الأفكار بهدف إيجاد حلولاً للمشكلات التي تعترض عمل ممارسي العلاقات العامة	ك	٣٣	١٩	٤	٨٤	٢	موافق
		%	٥٨.٩٣	٣٣.٩٣	٧.١٤			
٤	اعتمد الأسس المهنية في نقل المعلومات بما يحقق سمعة طيبة للمؤسسة التي أعمل فيها	ك	٣٤	١٨	٤	٨٤.٦٧	١	موافق
		%	٦٠.٧١	٣٢.١٤	٧.١٤			
٥	تنتقى الموضوعات في المؤسسة التي أعمل فيها تنفيذاً لتوجيهات الرؤساء في العمل	ك	٣١	٢١	٤	٨٢.٧٣	٣	موافق
		%	٥٥.٣٦	٣٧.٥	٧.١٤			
٦	تزيد المساحة الكافية لحرية العمل من أدائي المهني	ك	٢٩	٢٠	٧	٧٩.٦٧	٥	موافق
		%	٥١.٧٩	٣٥.٧١	١٢.٥			

يتضح من بيانات الجدول ترتيب المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على هذه المهارات والتي جاءت كما يلي:

جاءت " اعتمد الأسس المهنية في نقل المعلومات بما يحقق سمعة طيبة للمؤسسة التي أعمل فيها " في مقدمة المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة بمتوسط حسابي (٢.٥٤) وبوزن مئوي قدره (٨٤.٦٧%)، تلاها " أبادل الأفكار بهدف إيجاد حلولاً للمشكلات التي تعترض عمل ممارسي العلاقات العامة " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٥٢) وبوزن

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

مئوي قدره (٨٤%)، وجاءت " تنتقى الموضوعات في المؤسسة التي أعمل فيها تنفيذاً لتوجيهات الرؤساء في العمل " بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٤٨٢) وبوزن مئوي قدره (٨٢.٧٣%)، ثم " تنمي سنوات الخبرة من مستوى الأداء المهني " بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٤٦) وبوزن مئوي قدره (٨٢%)، تلاها " تزيد المساحة الكافية لحرية العمل من أدائي المهني " بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٩) وبوزن مئوي قدره (٧٩.٦٧%)، وأخيراً " أقيم المعلومات بعناية لتحديد أوجه القصور المحتملة " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٣٥٧) وبوزن مئوي قدره (٧٨.٥٧%).

خامساً: الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة

جدول (١٢) الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة. ن = ٥٦

ت	الأخلاقيات المهنية	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المئوي	المرتبة	الاتجاه
١	تقيد مواثيق الشرف المهنية الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	ك	٢٦	٨	٢.٣٢	٧٧.٣٣	٥	موافق
		%	٤٦.٤٣	١٤.٢٩				
٢	يتوخى ممارسي العلاقات العامة الدقة بنشر الحقائق	ك	٣٢	٦	٢.٤٦٤	٨٢.١٣	٣	موافق
		%	٥٧.١٤	١٠.٧١				
٣	يلتزم ممارسي العلاقات العامة بعدم تشويه الحقائق	ك	٣٤	٦	٢.٥	٨٣.٣٣	٢	موافق
		%	٦٠.٧١	١٠.٧١				
٤	يمتلك ممارسي العلاقات العامة القدرة على تحمل المسؤولية الأخلاقية في العمل	ك	٣٠	٥	٢.٤٥	٨١.٦٧	٤	موافق
		%	٥٣.٥٧	٨.٩٣				
٥	يسيء استغلال المهنة لمصالح شخصية إلى أخلاقيات المهنة	ك	٣٦	٨	٢.٥	٨٣.٣٣	٢	موافق
		%	٦٤.٢٩	١٤.٢٩				
٦	يرفع الالتزام بأخلاقيات العمل من الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة	ك	٣٣	٤	٢.٥١٧	٨٣.٩	١	موافق
		%	٥٨.٩٣	٧.١٤				

يتضح من بيانات الجدول ترتيب الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على هذه الأخلاقيات والتي جاءت كما يلي:

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

جاءت " يرفع الالتزام بأخلاقيات العمل من الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة " في مقدمة الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة بمتوسط حسابي (٢.٥١٧) وبوزن مؤوي بلغ (٨٣.٩%)، بينما جاءت فئة " يلتزم ممارسي العلاقات العامة بعدم تشويه الحقائق، يسيء استغلال المهنة لمصالح شخصية إلى أخلاقيات المهنة " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٥) وبوزن مؤوي بلغ (٨٣.٣٣%)، وجاءت فئة " يتوخى ممارسي العلاقات العامة الدقة بنشر الحقائق " بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٤٦٤) وبوزن مؤوي بلغ (٨٢.١٣%)، ثم " يمتلك ممارسي العلاقات العامة القدرة على تحمل المسؤولية الأخلاقية في العمل " بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٤٥) وبوزن مؤوي قدره (٨١.٦٧%)، تلاها " تقيد موثيق الشرف المهنية الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية " بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٢) وبوزن مؤوي قدره (٧٧.٣٣%).

سادساً: الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة:

جدول (١٣) يبين الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة. ن= ٥٦

ت	الرضا الوظيفي	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المؤوي	المرتبة	الاتجاه
١	تعزز ممارسة العمل المهني من مكائتي الاجتماعية	ك	٣١	١٩	٦	٢.٤٥	٤	موافق
		%	٥٥.٣٦	٣٣.٩٣	١٠.٧١			
٢	تضعف التهديدات التي تعترض ممارسي العلاقات العامة من زملاء العمل بسبب الاختلاف في الرؤى من أدائهم المهني	ك	٢٨	٢٢	٦	٢.٣٩٣	٥	موافق
		%	٥٠	٣٩.٢٩	١٠.٧١			
٣	تجعلني المشاركة في القرارات المتعلقة في شؤون العمل راضياً عن عملي	ك	٣٥	١٧	٤	٢.٥٥٤	٢	موافق
		%	٦٢.٥	٣٠.٣٦	٧.١٤			
٤	تؤثر بيئة العمل السليمة في رفع الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة	ك	٣٦	١٣	٧	٢.٥٢	٣	موافق
		%	٦٤.٢٩	٢.٣٦	١٢.٥			
٥	يعزز تحسين المستوى المعاشي لممارسي العلاقات العامة من أدائهم المهني	ك	٣٩	١٥	٢	٢.٦٦١	١	موافق
		%	٦٩.٦٤	٢٦.٧٩	٣.٥٧			
٦	يجعلني الإيفاد إلى مهمات عمل راضٍ عن عملي	ك	٢٩	١٩	٨	٢.٥٢	٣	موافق
		%	٥١.٧٩	٣٣.٩٣	١٤.٢٩			

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

يتضح من بيانات الجدول ترتيب الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على الرضا الوظيفي والتي جاءت كما يلي:

جاءت " يعزز تحسين المستوى المعاشي لممارسي العلاقات العامة من أدائهم المهني " في الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة بمتوسط حسابي (٢.٦٦١) وبوزن مؤوي بلغ (٨٨.٧%)، بينما جاءت فئة " تجعلني المشاركة في القرارات المتعلقة في شؤون العمل راضياً عن عملي " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٥٥٤) وبوزن مؤوي بلغ (٨٥.١٣%)، وجاءت فئة " تؤثر بيئة العمل السليمة في رفع الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، يجعلني الإيفاد إلى مهمات عمل راضٍ عن عملي " بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٥٢) وبوزن مؤوي بلغ (٨٤%)، ثم فئة " تعزز ممارسة العمل المهني من مكانتي الاجتماعية " بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٤٥) وبوزن مؤوي قدره (٨١.٦٧%)، تلاها " تضعف التهديدات التي تعترض ممارسي العلاقات العامة من زملاء العمل بسبب الاختلاف في الرؤى من أدائهم المهني " بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٩٣) وبوزن مؤوي قدره (٧٩.٧٦%)،

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يخص المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وفقاً للنوع الاجتماعي.

-النوع الاجتماعي: للتحقق من الفرضية الأولى بحسب النوع الاجتماعي لمعرفة دلالة الفرق في المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي T- test لعينتين مستقلتين فاتضح له أن متوسط الذكور (٧.٧٤٨٥) و بانحراف معياري (٢.٧٧٣٣٦) ، و متوسط الإناث (٤.٨١٨٦) و بانحراف معياري (١.٦٣٨٠٦) و بدرجة حرية (٥٤) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (٤.٩١٠) أكبر من القيمة الجدولية (٢.٠٠) .

و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) وجدول (١٤) يُوضح ذلك.

جدول (١٤) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة.

النوع الاجتماعي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الحكم
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٤٠	٧.٧٤٨٥	٢.٧٧٣٣٦	٥٤	٤.٩١٠	٢.٠٠	دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥
إناث	١٦	٤.٨١٨٦	١.٦٣٨٠٦				

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (٧.٧٤٨٥) . وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبين الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة.

جدول (١٥) يبين العلاقة بين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبين الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة.

الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة			المتغير
الحكم	قيمة بيرسون		المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة
دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١	الجدولية	المحسوبة	الحرية
	٠.٣٥٤	٩٣٨.٠٠*	٥٤

توضح بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبين الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون ٩٣٨.٠٠* وهي أكبر من القيمة الجدولية (٠.٣٥٤) عند مستوى دلالة (٠.٠١) ودرجة حرية (٥٤) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

❖ الاستنتاجات:

- ١- أظهرت نتائج الدراسة أن طبيعة العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة قوية. وهذا يعود إلى روح التعاون والعمل بروح الفريق الواحد بين ممارسي العلاقات العامة.
- ٢- كشفت نتائج الدراسة إلى وجود تعاون بين قسم العلاقات العامة في وزارتي التربية والعمل والشؤون الاجتماعية والأقسام الأخرى داخل الوزارتين وهذا يؤشر لنا وجود تعاون وتنظيم في السياقات الإدارية في عمل الأقسام في الوزارات محل الدراسة.
- ٣- بينت نتائج الدراسة تصدر فئة التخصص على باقي الفئات الأخرى في الشروط المطلوبة التي يتم على ضوءها اختيار موظف العلاقات العامة، وهذا يعود على أهمية التخصص في عمل ممارسي العلاقات العامة لما له من دور كبير في نتائج وعمل القسم.
- ٤- أوضحت نتائج الدراسة بعدم وجود اهتمام بتدريب ممارسي العلاقات العامة لرفع مستواهم المهني، وهذا يعود إلى ضعف التخصيصات المالية لأقسام العلاقات العامة أو عدم وجود رؤية واضحة عن أهمية عمل أقسام العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا في الوزارات محل الدراسة.
- ٥- أشارت نتائج الدراسة تصدر فئة مواقع التواصل الاجتماعي في وسائل الاتصال التي يستعملها ممارسي العلاقات العامة للاتصال بالجمهور وهذا يعود لسهولة الاتصال بالجمهور عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لأنها متاحة في كل الأوقات وكذلك تسهل معرفة ردود أفعال الجمهور.
- ٦- أكدت نتائج الدراسة ضرورة اعتماد الأسس المهنية من قبل ممارسي العلاقات العامة في نقل المعلومات بما يحقق سمعة طيبة للمؤسسات التي يعملون فيها.
- ٧- أظهرت نتائج الدراسة بضرورة تحسين المستوى المعاشي لممارسي العلاقات العامة من لما له من أهمية كبرى في رفع أدائهم المهني وهذا يؤشر لنا أهمية تنمية الجانب الاقتصادي لممارسي العلاقات العامة وانعكاساته على جودة العمل.
- ٨- كشفت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

٩- بينت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المهارات الشخصية أو الفنية المرتبطة بعمل ممارسي العلاقات العامة وبين الرضا الوظيفي لعملهم في مجال العلاقات العامة، وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

❖ المقترحات

- ١- تخصيص ميزانية مالية لقسم العلاقات العامة .
- ٢- تكثيف الدورات التدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة.
- ٣- ربط اقسام العلاقات العامة مع الادارة العليا مباشرة لتسهيل عملها وانجاز خططها.
- ٤- التأكيد على وجود اشخاص مختصين في مجال العلاقات العامة داخل الاقسام المعنية.

❖ المصادر

- ١- ابو العلا. محمد علي. (٢٠١٣). العلاقات العامة في ضوء الاعلان وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة: دار الايمان للنشر والتوزيع.
- ٢- أيوب. أنعام حسن. وآخرون. (٢٠١٦). العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- ٣- جرادات. عبد الناصر. (٢٠١٩). مقدمة في العلاقات العامة، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- ٤- الجوهري. محمود محمد. (١٩٥٩). العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، القاهرة: دار المعارف.
- ٥- حجاب. محمد منير و حجاب. محمد منير (٢٠١٠). مدخل إلى الصحافة، القاهرة: دار الفجر للنشر.
- ٦- حسني. يسرا . (٢٠١٤). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، الجيزة: اطلس للنشر والتوزيع.
- ٧- حسين. سحراء أنور. (٢٠١٣). قياس تأثير ضغوط العمل في مستوى الأداء الوظيفي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (٣٦).
- ٨- الحوامدة. نضال صالح و الفهداوي. فهمي. (٢٠٠٢). أثر فضيلة التقوى في الأداء والرضا الوظيفي، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، العدد ٢.
- ٩- داغر. منقذ محمد و صالح. عادل حرحوش. (٢٠٠٠). نظرية المنظمة والسلوك التنظيمي، بغداد: دار الكتب للطباعة والنشر.
- ١٠- الدليمي. عبد الرزاق. (٢٠١٣). العلاقات العامة في التطبيق، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- ١١- الزبيدي. رؤوف حسين. (٢٠١٥). مبادئ العلاقات العامة، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- ١٢- سوم. دوج نيو و كاريل. بوب. (٢٠٠٣). ترجمة فايد رياح، الكتابة للعلاقات العامة الشكل والاسلوب، عزة: دار الكتاب الجامعي.
- ١٣- السيد. فؤاد البهي. (١٩٧٩). علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، القاهرة: دار الفكر العربي.
- ١٤- الضبع. رفعت عارف. (٢٠١٢). أصول العلاقات العامة الإنسانية والدينية، القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

- ١٥- الطراونة. تحسين. (١٩٩٢). تقييم الأداء الوظيفي والوظيفي، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد ٧، العدد ٤.
- ١٦- عابد. زهير عبد اللطيف و ابو السعيد. أحمد العابد. (٢٠١٤). إدارة العلاقات العامة وبرامجها، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- ١٧- عارف. حسين ناجي. (٢٠١٠). مبادئ العلاقات العامة، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- ١٨- عبد الأمير. سوسن و الهنداوي. ناس (١٩٩٩). الرضا الوظيفي وعلاقته بأداء العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- ١٩- عبد المقصود. هشام عطية. (١٩٩٨). علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- ٢٠- عجوة. علي. (٢٠٠٥). الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٤ ، القاهرة: عالم الكتب.
- ٢١- العدوي. فهمي محمد. (٢٠١١). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ٢٢- العطوي. فهد بن سويلم. (٢٠١٨). دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي، برلين: المركز العربي الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- ٢٣- عقيان. عبد الله احمد. (٢٠١٤). إدارة العلاقات العامة، عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع.
- ٢٤- العكيلي. جهاد كاظم. (٢٠٠٧). مؤثر ديمومة الإعلام في العراق: بحث ميداني لقياس قوة وديمومة وسائل الإعلام في العراق بعد ٩ نيسان ٢٠٠٣، مجلة "الباحث الإعلامي"، العدد (٣)، بغداد.
- ٢٥- عمر. عماد تاج الدين السر فقير. (٢٠١٣). إعداد وانتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
- ٢٦- عواد. فاطمة حسين. (٢٠١١). الاتصال والاعلام التسويقي، عمان: دار إسامة للنشر والتوزيع.
- ٢٧- الفار. محمد جمال. (٢٠١٤). معجم المصطلحات الاعلامية، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- ٢٨- الكبيسي. وهيب مجيد. (٢٠١٠). القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي.
- ٢٩- الكردي. عصمت. (١٩٩٦). الرضا الوظيفي لدى العاملين في النشاط الرياضي في الجامعات الأردنية الرسمية والأهلية، مجلة دراسات، المجلد ٢٣، العدد ٢.
- ٣٠- كمال. محمد مصطفى. (٢٠١٢). العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والازمات، إدارة – عولمة – اتخاذ قرارات، بيروت: دار المناهل اللبناني للطباعة والنشر.
- ٣١- اللبدي. نزار عوني. (٢٠١٥). إدارة العلاقات العامة وتنميتها، عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع.
- ٣٢- محمد. احمد حسين. (٢٠١٤). مبادئ في العلاقات العامة نظريات وتطبيقات، عمان: دار الخليج للصحافة والنشر.

تقويم الاداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية... أ.م.د هيثم عكاب عطية

٣٣-المزاهرة. منال هلال. (٢٠١٥). إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

٣٤-معلوف. لويس. (١٩٨٧). المنجد في اللغة والاعلام، ط٥، بيروت، دار دمشق.

٣٥-ملحم. سامي محمد. (٢٠٠٧). مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

٣٦-نوير. ريهام علي. (٢٠١٦). مقدمة في العلاقات العامة (العين: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.

٣٧-الهاللي. جاسم رمضان. (٢٠١٣). الدعاية والاعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

38- John, C. (1984). Organization a guide to problems and practice, 2nd ed., Harp and Row Publisher, London.

39- Alison Theaker. (2001). the public ReLations Hand book -landan . routledge .