

تمهيد:

إن الدراسة العلمية لا تقف عند حد جمع البيانات، بل يجب الوقوف عند مختلف جوانب المشكلة ودراستها دراسة شاملة واقعية، مستنديين في ذلك على التحليل والتفسير وهذا ما يضيف الطابع الأمبريقي العلمي على الدراسة، وفي هذا الفصل سنحاول تحليل وتفسير البيانات التي جمعت حول الموضوع.

1.5. تحليل وتفسير البيانات:

1.1.5. الوسائل الاتصالية:

جدول رقم 04: يبين ما إذا كانت الإدارة توفر المعلومات للعمال وكيفية وصولها.

النسبة	التكرار	الإحتمالات
% 44.31	39	عن طريق رئيسك
% 29.54	26	عن طريق الإعلانات
% 06.81	06	عن طريق المقابلة
% 11.36	10	عن طريق النقابة
% 02.27	02	عن طريق مكتب الاتصال
% 00	00	أخرى تذكر
% 05.68	05	لا
% 100	(*)88	المجموع

مما لا شك فيه أن استمرار العمل في أي هيئة أو مؤسسة يعتمد بصورة كبيرة على توفير المعلومات، والتي تشرح بدورها طريقة العمل، وهذا لا يكون إلا من خلال عملية الاتصال، ومن خلال الجدول يتبين لنا أن أغلب العمال أجمعوا على أن الإدارة توفر لهم المعلومات المتعلقة بالمؤسسة والعمل، حيث بلغت نسبتهم حوالي 94.31% وهو ما يعادل 83 إجابة من المجموع الكلي للإجابات، أما العمال الذين عارضوا هذا الرأي فقد بلغت نسبتهم حوالي 05.68% وهو ما يعادل 05 إجابات من المجموع الكلي للإجابات، أما الطريقة التي تصل بها المعلومات فمختلف فيها، وأكبر نسبة هي 44.31% وهو ما يعادل 39 إجابة من المجموع الكلي للإجابات،

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

والذي يقدر بـ 83 إجابة وكانت تشير إلى أن المعلومات تصل عن طريق الرئيس المباشر، في حين نجد أن نسبة 29.54 % وهو ما يعادل 26 إجابة من المجموع الكلي للإجابات أشارت إلى أن المعلومات تصل عن طريق الإعلانات، أما نسبة 11.36 % وهو ما يعادل 10 إجابات من المجموع الكلي، وتشير نسبة 06.81 % وهو ما يعادل 06 إجابات من المجموع الكلي للإجابات إلى أن المعلومات كانت تصل عن طريق المقابلة، في حين نجد أن نسبة 02.27 % وهو ما يعادل إجابتين من المجموع الكلي للإجابات أشارت إلى أن المعلومات تصل عن طريق مكتب الاتصال.

من خلال هذه الإجابات نستنتج أن مكتب الاتصال ليس له أي دور أو مهمة في توفير المعلومات، فهو بعيد كل البعد رغم أن من بين مهامه توفير المعلومات والسهر على إيصالها.

جدول رقم 05: يبين المدة المستغرقة لوصول المعلومات

الاحتمالات	التكرار	النسبة
في وقتها المناسب	35	55.55 %
متأخرة نوعا ما	25	39.68 %
متأخرة جدا	03	04.76 %
المجموع	63	~ 100 %

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب العمال أجمعوا على أن المعلومات تصلهم في وقتها المناسب، وتقدر نسبتهم بـ **55.55 %** وهو ما يعادل **35** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما نسبة **39.68 %** وهو ما يعادل **25** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة فأقروا على أن المعلومات تصلهم متأخرة نوعا ما، في حين أن نسبة **04.76 %** وهو ما يعادل **03** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة أقروا على أن المعلومات تصلهم متأخرة جدا.

مما سبق ذكره وبالرجوع إلى تفسير الجدول الأول نستنتج أن هناك عدم متابعة في عملية إيصال المعلومات، وليس هناك جهاز يسهر على إيصالها، وبالرجوع إلى القسم النظري نجد أن من وظائف العلاقات العامة العمل على إعداد البرامج الاتصالية، والسهر على تنفيذها وتقويمها من أجل تحقيق أهداف المؤسسة (أنظر ص: **62**).

جدول رقم **06**: يبين الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
------------	---------	--------

الاجتماعات	33	% 28.20
لوحة الإعلانات	20	% 17.09
الدعوات	12	% 10.25
الفاكس	09	% 07.69
الانترنت	08	% 06.83
الرسائل والخطابات	07	% 05.98
التقرير السنوي	06	% 05.12
اللافتات والملصقات	04	% 03.41
الندوات والملتقيات	04	% 03.41
صحف الحائط	03	% 02.56
مجلة المؤسسة	03	% 02.56
الصحف	03	% 02.56
التلفزيون	02	% 01.70
المعارض	01	% 00.85
الزيارات	01	% 00.85
الهاتف	01	% 00.85
المجموع	* 117	% ~ 100

مما لا شك فيه أنه لا توجد مؤسسة لا تمارس الاتصال، ولا تحقق أهدافها

إلا بوجوده، لكن استخدامه لا يكون إلا بوسائل، حيث إن طبيعة الموضوع

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

هي التي تحدد هذه الأخيرة، والجدول السابق يبين لنا أكثر الوسائل الاتصالية المستخدمة في المؤسسة، حيث نجد أن أكثر الوسائل استخداما هي الاجتماعات، وهذا

ما أكدته بعض المقابلات، حيث وجدنا أن بعض المسؤولين يتصلون بمرؤوسيهـم من خلال الاجتماعات اليومية، وأصبحت هذه الاجتماعات من الأعمال اليومية، وقد قدرت نسبتها بـ: **28.20%**، وهو ما يعادل **33** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، والتي قدر عددها بـ **117** إجابة، ثم تليها لوحة الإعلانات بنسبة **17.09%**، وهو ما يعادل **20** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، ثم نجد الدعوات بنسبة **10.25%**، وهو ما يعادل **12** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، ونجد الفاكس بنسبة **07.69%**، وهو ما يعادل **09** إجابات من المجموع الكلي للإجابات، أم الانترنت فكانت بنسبة **06.83%**، وهو ما يعادل **08** إجابات من المجموع الكلي للإجابات، أما باقي الوسائل المذكورة في الجدول فإن استعمالها - وذلك من خلال الإجابات الموجودة في الجدول - متناقص جدا، خاصة المعارض والزيارات والهاتف، وبالمقارنة مع أجوبة المقابلات التي أجريت مع بعض المسؤولين نجد أن هناك تناقضا، لأن أجوبتهم أكدت استخداما كاملا لجميع الوسائل الاتصالية ماعدا الاكسترنـت، وربما يرجع هذا التناقض إلى أن استخدام الوسائل ليس متاحا لجميع الموظفين بنفس الفرص، بمعنى أن هناك بعض الوسائل حكر على فئة معينة من الموظفين.

#### جدول رقم 07 : يبين تقييم وسائل الاتصال المستعملة في المؤسسة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>57.14%</b>	<b>36</b>	حسنة

متوسطة	25	% 39.68
سيئة	02	% 03.17
المجموع	63	% ~ 100

إن اختيار وسيلة الاتصال المناسبة يسهل عملية نقل المعلومات وفي وقتها، ومن خلال هذا الجدول يتضح لنا أن نسبة **57.14%** وهو ما يعادل **36** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة أقرروا أن وسائل الاتصال المستعملة في المؤسسة حسنة، أما نسبة **39.68%** وهو ما يعادل **25** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة أقرروا أن وسائل الاتصال المستعملة في المؤسسة متوسطة، في حين أن نسبة **03.17%** وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي لأفراد العينة أقرروا أن وسائل الاتصال المستعملة في المؤسسة سيئة.

من هذا نستنتج أن استعمال وسائل الاتصال لا يخضع لمبدأ اختيار الأفضل بل يخضع لمبدأ الموجود.

جدول رقم 08: يبين طبيعة المواضيع التي تتضمنها لوحة الإعلانات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
% 85.71	60	خاصة بالعمل
% 07.14	05	شخصية

أخرى تذكر	05	07.14 %
المجموع	70 (*)	100 %

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن معظم الإجابات تشير إلى أن المواضيع التي تتضمنها لوحة الإعلانات هي مواضيع خاصة بالعمل، حيث تقدر نسبة الإجابات بـ 85.71 % وهو ما يعادل 60 إجابة من المجموع الكلي للإجابات التي قدرت بـ 70 إجابة، في حين نجد أن نسبة 07.14 % وهو ما يعادل 05 إجابات من المجموع الكلي للإجابات تشير إلى أن المواضيع شخصية، ونفس النسبة كانت في البديل أخرى وتمثلت الإجابات في: مواضيع حول المناسبات، وقوانين منع الأكل، وبالرجوع للقسم النظري نجد أن هذه الوسيلة غير مستخدمة كما ينبغي ( أنظر ص: 138 ).

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

جدول رقم 09: يبين نسبة المشاركين في الاجتماعات ومدى تقييمها

النسبة	التكرار	الإحتمالات	
87.30 %	55	مفيدة	نعم
00 %	00	غير مفيدة	
11.11 %	07	لا	



الممتنعين	01	% 01.58
المجموع	63	% 100

من خلال هذا الجدول يتضح لنا أن نسبة المشاركين في الاجتماعات التي تنظمها المؤسسة تمثل أكبر نسبة حيث قدرت بـ **87.30%** وهو ما يعادل **55** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهذه النسبة كانت معنية بالسؤال الموالي، الذي يخص تقييم هذه الاجتماعات، وقد كان الرد إيجابيا، بمعنى أنهم أقرروا أن هذه الاجتماعات مفيدة، في حين أن الذين لا يشاركون في الاجتماعات تقدر نسبتهم بـ **11.11%** وهو ما يعادل **07** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، وربما يرجع عدم مشاركتهم في الاجتماعات إلى أن هذه الأخيرة لا تعنيهم أو تخص بعض المصالح دون أخرى، أما نسبة الممتنعين قدرت بـ **01.58%** وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي لأفراد العينة.

جدول رقم 10: يبين مدى تطبيق نتائج الاجتماعات

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	54	% 87.09
لا	03	% 04.83
الممتنعين	05	% 08.06
المجموع	62	% 100

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة **87.09 %** وهو ما يعادل **54** فردا من المجموع الكلي للذين أجابوا في السؤال السابق أقرروا بأن نتائج هذه الاجتماعات تطبق وأيدوها، في حين نجد أن نسبة **04.83 %** وهو ما يعادل **03** أفراد من المجموع الكلي للذين أجابوا في السؤال السابق أقرروا بعدم تنفيذ وتطبيق نتائج هذه الاجتماعات، وأنها مجرد حبر على ورق، أما نسبة **08.06 %** وهو ما يعادل **05** أفراد من المجموع الكلي للذين أجابوا في السؤال السابق كانت من الممتنعين.

جدول رقم 11: يبين ما إذا كانت المؤسسة تنظم حفلات أم لا، والجهة المسؤولة عن الحفلات

النسبة	التكرار	الاحتمالات	
<b>22.72 %</b>	<b>15</b>	إدارة الموارد البشرية	نعم
<b>01.51 %</b>	<b>01</b>	مكتب الاتصال	
<b>59.09 %</b>	<b>39</b>	النقابة	
<b>12.12 %</b>	<b>08</b>	أخرى تذكر	
<b>03.03 %</b>	<b>02</b>	لا	
<b>01.51 %</b>	<b>01</b>	الممتنعين	

المجموع	66 (*)	100 %
---------	--------	-------

يوضح هذا الجدول أن أغلب إجابات العمال تشير بأن المؤسسة تنظم حفلات تكريمية في المناسبات وتقدر نسبتها بـ **95.45 %**، وهو ما يعادل **63** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، في حين أن نسبة **03.03 %** وهو ما يعادل إجابتين من المجموع الكلي للإجابات تشير بعدم تنظيم المؤسسة لحفلات تكريمية، وحسب نفس الجدول فإن الجهة المسؤولة عن تنظيم الحفلات تضاربت فيها الإجابات، ونجد أكبر نسبة قدرت بـ **59.09 %**، وهو ما يعادل **39** إجابة من المجموع الكلي للإجابات أكدت أن النقابة هي التي تنظم الحفلات، أما نسبة **22.72 %**، وهو ما يعادل **15** إجابة من المجموع الكلي للإجابات أكدت أن إدارة الموارد البشرية هي المسؤولة عن تنظيم الحفلات، في حين أن نسبة **12.12 %** وهو ما يعادل **08** إجابات من المجموع الكلي للإجابات اختاروا البديل أخرى، وتمثلت في أن لجنة المشاركة هي التي تنظم الحفلات، وكانت نسبة **01.51 %** وهو ما يعادل إجابة

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

واحدة من المجموع الكلي للإجابات أكدت أن مكتب الاتصال هو الذي ينظم الحفلات، وبالرجوع للقسم النظري نجد أن تنظيم الحفلات هو من صميم عمل العلاقات العامة ( أنظر ص: 122 )، وبما أنه لا توجد إدارة للعلاقات العامة، فإن مكتب الإعلام والاتصال هو المعني بهذه الوظيفة، ويعتبر هذا بمثابة تداخل في المهام، والذي يعد من بين أكبر المشاكل التي تواجهها العلاقات العامة ( أنظر ص: 141 ).

2.1.5. الصعوبات والمشاكل التي تواجهها العلاقات العامة:

جدول رقم 12: يبين نوع المشاكل التي تواجه العمال

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>% 69.23</b>	<b>45</b>	مشاكل متعلقة بالعمل
<b>% 13.84</b>	<b>09</b>	مشاكل تخص علاقاتك بالزملاء
<b>% 07.69</b>	<b>05</b>	مشاكل تخص علاقاتك مع رئيسك
<b>% 04.61</b>	<b>03</b>	أخرى تذكر
<b>% 04.61</b>	<b>03</b>	الممتنعين
<b>% 100</b>	<b>(*) 65</b>	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن أغلب الإجابات أشارت بأن المشاكل التي تواجه العمال هي مشاكل متعلقة بالعمل وتقدر نسبتها بـ **69.23 %**، وهو ما يعادل **45** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، أما نسبة **13.84 %** وهو ما يعادل **09** إجابات من المجموع الكلي للإجابات تشير بأن المشاكل التي تواجه العمال هي مشاكل تخص العلاقة مع الزملاء، في حين أن نسبة **07.69 %** وهو ما يعادل **05** إجابات من المجموع الكلي للإجابات تشير بأن المشاكل التي تواجه العمال هي مشاكل تخص العلاقة مع الرئيس المباشر، أما نسبة **04.61 %** وهو ما يعادل **03** إجابات من المجموع الكلي للإجابات أشارت إلى البديل أخرى وكانت إجاباتهم تشير إلى المشاكل مع الإدارة، ونفس النسبة كانت من الممتنعين.

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

### جدول رقم 13: يبين في حالة وجود المشاكل بمن يتصل العامل

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>71.83 %</b>	<b>51</b>	رئيسك المباشر
<b>00</b>	<b>00</b>	مكتب الاتصال
<b>21.12 %</b>	<b>15</b>	النقابة
<b>05.63 %</b>	<b>04</b>	أحد الزملاء
<b>01.40 %</b>	<b>01</b>	أخرى تذكر
<b>100 %</b>	<b>71 (*)</b>	المجموع

من الطبيعي أن تكون هناك مشاكل أو صعوبات يواجهها العامل، وعليه أن يتصل بالجهات المعنية لحل هذه المشاكل، ومن خلال هذا الجدول يتضح لنا أن أغلب العمال يتصلون برئيسهم المباشر وتقدر نسبتهم بـ **71.83 %** وهو ما يعادل **51** إجابة من المجموع الكلي للإجابات، أما نسبة **21.12 %** وهو ما يعادل **15** إجابة من المجموع الكلي للإجابات تشير إلى أن العامل يتصل بالنقابة في حالة وجود مشاكل أو صعوبات، كما تشير نسبة **05.63 %** وهو ما يعادل **04** إجابات من المجموع الكلي للإجابات أن العمال يتصلون ببعضهم البعض في حالة وجود مشاكل أو صعوبات، وهذا ما يشجع الاتصالات الغير الرسمية وفي بعض الأحيان يزيد من حدة المشاكل والصعوبات، لكن بالرجوع دائما للقسم النظري نجده لا يتفق معه، خاصة بمقارنته بالدراسة التي قدمها الدكتور **سمير محمد حسين**، التي عرض فيها مجمل الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة، فوجد من بين الوظائف بحث شكاوي العمال بالمؤسسة ومحاولة إزالة أسبابها (أنظر ص: 67).

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

**جدول رقم 14: يبين ما إذا كان العمال يجتمعون مع بعضهم لحل مشاكلهم المهنية والشخصية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	<b>54</b>	<b>85.71 %</b>
لا	<b>07</b>	<b>11.11 %</b>
الممتنعين	<b>02</b>	<b>03.17 %</b>
المجموع	<b>63</b>	<b>100 %</b>

من خلال هذا الجدول يتضح لنا أن أغلب العمال يتصلون ببعضهم البعض، لحل مشاكلهم المهنية والشخصية، وتقدر نسبتهم بـ **85.71 %** وهو ما يعادل **54** فردا من

المجموع الكلي لأفراد العينة، أما نسبة 11.11 % وهو ما يعادل 07 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، لا يتصلون ببعضهم البعض، وبالإطلاع على إجابة السؤال 31 والسؤال 32 للذين لا يجتمعون ببعضهم البعض تبين أن بعضهم رؤساء فروع وبعضهم ليست له أقدميه.

جدول رقم 15: يبين إذا كان العامل يقرأ الإعلانات بنفسه، ومدى فهمه لها

النسبة	التكرار	الاحتمالات	
33.33 %	21	دائما	نعم
44.44 %	28	غالبا	
14.28 %	09	أحيانا	
00 %	00	نادرا	
07.93 %	05	لا	
100 %	63	المجموع	

من خلال هذا الجدول يتضح لنا أغلب العمال يقومون بقراءة الإعلانات بأنفسهم وتقدر نسبتهم بـ 92.09 % وهو ما يعادل 58 فردا من المجموع الكلي لأفراد

العينة، في حين تقدر نسبة الذين لا يقرؤون الإعلانات بأنفسهم بـ **07.93 %** وهو ما يعادل **05** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة.

وبالنسبة للذين يقرؤون الإعلانات بأنفسهم، سألناهم ما إذا كانت هذه الأخيرة مفهومة أم لا، فاختلقت إجاباتهم وكانت على النحو التالي: فمنهم من أكد لنا أنها مفهومة وتقدر نسبتهم بـ **33.33 %** وهو ما يعادل **21** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما نسبة **44.44 %** وهو ما يعادل **28** فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة فأجابوا: غالبا ما تكون هذه الإعلانات مفهومة، في حين أن نسبة **14.28 %** وهو ما يعادل **09** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة أجابوا بأحيانا.

نستنتج من هذا أن عدم فهم الإعلانات ربما يعود إلى عدم وجود متخصصين في الاتصال لكتابة هذه الإعلانات.

#### جدول رقم 16: يبين في حالة عدم فهم الإعلانات بمن يتصل العامل

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>58.53 %</b>	<b>24</b>	رئيسك المباشر
<b>00</b>	<b>00</b>	مكتب الاتصال
<b>26.82 %</b>	<b>11</b>	النقابة
<b>12.19 %</b>	<b>05</b>	أحد الزملاء
<b>00</b>	<b>00</b>	أخرى تذكر
<b>02.43 %</b>	<b>01</b>	الممتنعين
<b>100 %</b>	<b>41 (*)</b>	المجموع

يبين لنا هذا الجدول في حالة عدم فهم الإعلانات بمن يتصل العامل، وتشير أغلب الإجابات إلى أن العامل يتصل بالرئيس المباشر وتقدر نسبتها بـ **58.53 %** وهو ما



يعادل 24 إجابة من المجموع الكلي للإجابات، أما نسبة 26.82 % وهو ما يعادل 11 إجابة من المجموع الكلي للإجابات فتشير إلى أن العامل يتصل بالنقابة، في حين أن نسبة 12.19 % وهو ما يعادل 05 إجابات من المجموع الكلي للإجابات تشير إلى أن العامل يتصل بأحد زملائه، وكالعادة فإن مكتب الاتصال ليس له أي دور في هذا المجال والذي هو صميم عمله.

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

جدول رقم 17: يبين ما إذا كانت المؤسسة تهتم بمشاكل العمال واهتماماتهم، والجهة المهتمة

النسبة	التكرار	الاحتمالات	
45.45 %	30	رئيسك المباشر	نعم
00 %	00	مكتب الاتصال	
16.66 %	11	النقابة	
00 %	00	أخرى تذكر	
34.84 %	23	لا	
03.03 %	02	الممتنعين	
100 %	66 (*)	المجموع	

يبين لنا هذا الجدول أن أغلب إجابات العمال تشير بأن المؤسسة تهتم بمشاكل واهتمامات العمال، وتقدر نسبتها بـ 62.12 % وهو ما يعادل 41 إجابة من المجموع الكلي للإجابات، في حين أن نسبة 34.84 % وهو ما يعادل 23 إجابة من

المجموع الكلي للإجابات تشير بأن المؤسسة لا تهتم بمشاكل واهتمامات العمال، أما الجهة المهتمة بهذه المشاكل فقد اختلفت الإجابات فيها، حيث نجد أن نسبة 45.45% وهو ما يعادل 30 إجابة من المجموع الكلي للإجابات تشير إلى أن الاهتمام يكون من طرف الرئيس المباشر، أما نسبة 16.66% وهو ما يعادل 11 إجابة من المجموع الكلي للإجابات فتشير إلى أن النقابة هي المهتمة بمشاكل العمال، وكالعادة فإن مكتب الاتصال غائب وليس له أي دور.

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

جدول رقم 18: يبين الجهة التي تقدم يد المساعدة للعامل في حالة مواجهة تعقيدات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
52.11%	37	رئيسك المباشر
00%	00	مكتب الاتصال
23.94%	18	النقابة
16.90%	12	أحد الزملاء
03.50%	02	أخرى تذكر
03.50%	02	الممتنعين
100%	71 (*)	المجموع

مما لا شك فيه أن العامل تواجهه تعقيدات في عمله، خاصة إذا كان جديداً في منصبه، وفي هذه الحالة يجب عليه أن يطلب المساعدة، وهذا الجدول يبين لنا أن أغلب العمال يتلقون المساعدة من الرئيس المباشر وتقدر نسبتهم حوالي 52.11% وهو ما يعادل

37 إجابة من المجموع الكلي للإجابات والذي قدر بـ 71 إجابة، أما نسبة 23.94% وهو ما يعادل 18 إجابة من المجموع الكلي للإجابات فيتلقون المساعدة من النقابة، في حين أن نسبة 16.90% وهو ما يعادل 12 إجابة من المجموع الكلي للإجابات يتلقون المساعدة من زملائهم، أما نسبة 03.50% وهو ما يعادل إجابتين من المجموع الكلي للإجابات أشارت إلى البديل أخرى، وتمثلت الإجابة في أنهم لا يتلقون المساعدة من أي أحد، ونفس النسبة كانت من الممتنعين، أما مكتب الاتصال فلا علاقة لهم به.

\*- مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

جدول رقم 19: يبين ما إذا كانت هناك صعوبات في نقل المعلومات، وفيما تتمثل

النسبة	التكرار	الإحتمالات	
04.76%	03	محتوى الرسالة	نعم
09.52%	06	الوسيلة المستعملة	
00%	00	أخرى تذكر	
84.12%	53	لا	
01.58%	01	الممتنعين	
100%	63	المجموع	

يبين لنا هذا الجدول ما إذا كانت هناك صعوبات في نقل المعلومات، وكانت الإجابة كما يلي: نسبة 84.12% وهو ما يعادل 53 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة لا تواجههم أي صعوبات في نقل المعلومات، في حين نجد أن نسبة 14.28% وهو ما يعادل 09 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة تواجههم صعوبات في نقل المعلومات، وتباينت هذه الصعوبات، حيث نجد أن نسبة 04.76% وهو ما يعادل 03 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة أشارت إلى أن

الصعوبات تتمثل في محتوى الرسالة، أما نسبة **09.52 %** وهو ما يعادل **06** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة أشارت إلى أن الصعوبات تتمثل في الوسيلة المستعملة.

جدول رقم 20: يبين ما إذا كان هناك احتكار للمعلومات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>36.50 %</b>	<b>23</b>	نعم
<b>52.38 %</b>	<b>33</b>	لا
<b>11.11 %</b>	<b>07</b>	الممتنعين
<b>100 %</b>	<b>63</b>	المجموع

يبين هذا الجدول ما إذا كان هناك احتكار للمعلومات، وقد تباينت الإجابة بين مؤيد ومعارض مع وجود بعض الممتنعين عن الإجابة، لأن السؤال محرّج بعض الشيء، وقد تمثلت الإجابة كما يلي: أن نسبة **36.50 %** وهو ما يعادل **23** فرداً من المجموع الكلي لأفراد العينة أشاروا إلى أن هناك احتكار للمعلومات، أما نسبة **52.38 %** وهو ما يعادل **33** فرداً من المجموع الكلي لأفراد العينة أشاروا إلى أنه لا يوجد أي احتكار للمعلومات، في حين قدرت نسبة الممتنعين بـ **11.11 %** وهو ما يعادل **07** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، إن هذا التضارب في الآراء يحتمل تفسيرين: أولاً: إذا كان هناك احتكار للمعلومات فعلاً، فإن الأفراد الذين أجابوا بلا لا يقولون الحقيقة، وقصدوا هذه الإجابة للمجاملة.

ثانيا: إذا لم يكن هناك احتكار للمعلومات، فإن الأفراد الذين أجابوا بنعم لا يقولون الحقيقة وقصدوا بإجابته هذه تشويه صورة المؤسسة، وهذا يفسر بوجود فجوة بين هؤلاء العمال والإدارة.

جدول رقم 21: يبين وضعية قنوات الاتصال

النسبة	التكرار	الاحتمالات
41.26 %	26	مفتوحة دائما
01.58 %	01	مغلقة دائما
55.55 %	35	مفتوحة أحيانا
01.58 %	01	الممتنعين
100 %	63	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول وضعية قنوات الاتصال بين وحدات المؤسسة، وقد اختلفت الإجابات بين مفتوحة دائما ومفتوحة أحيانا، حيث نجد أن نسبة 41.26 % وهو ما يعادل 26 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة أشاروا إلى أن قنوات الاتصال مفتوحة دائما، أما نسبة 55.55 % وهو ما يعادل 35 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة أشاروا إلى أن قنوات الاتصال مفتوحة أحيانا، أما نسبة 01.58 % وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي لأفراد العينة فكانت إجابته بأنها مغلقة دائما، ونفس النسبة كانت من الممتنعين.

جدول رقم 22: يبين بمن يتصل العامل في حالة احتياجه لمعلومات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>54.05 %</b>	<b>40</b>	رئيسك المباشر
<b>00 %</b>	<b>00</b>	مكتب الاتصال
<b>29.72 %</b>	<b>22</b>	النقابة
<b>14.86 %</b>	<b>11</b>	أحد الزملاء
<b>00 %</b>	<b>00</b>	أخرى تذكر
<b>01.35 %</b>	<b>1</b>	المتنعين
<b>100 %</b>	<b>74 (*)</b>	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول الجهة التي يتصل بها العامل حال احتياجه للمعلومات، وكانت الإجابة على النحو التالي أن نسبة **54.05 %** وهو ما يعادل **40** إجابة من المجموع الكلي للإجابات و الذي قدر بـ **74** إجابة، يتصلون برئيسهم المباشر، أما نسبة **29.72 %** وهو ما يعادل **22** إجابة من المجموع الكلي للإجابات يتصلون بالنقابة، في حين نجد أن نسبة **14.86 %** وهو ما يعادل **11** إجابة من المجموع الكلي للإجابات يتصلون بأحد زملائهم، أما نسبة المتنعين فقدت بـ **01.35 %** وهو ما يعادل إجابة واحدة من المجموع الكلي للإجابات، ودائماً نجد أن مكتب الاتصال بعيد كل البعد عن العمال وهذا ما أكدته المقابلات.

\* مجموع الإجابات وليس مجموع عدد أفراد العينة.

### 3.1.5. البيانات الشخصية للعينة:

#### جدول رقم 23: يبين الفئات العمرية للعينة

النسبة	التكرار	الفئات
% 11.11	07	[28 - 23]
% 06.34	04	[34 - 29]
% 01.58	01	[40 - 35]
% 15.87	10	[46 - 41]
% 55.55	35	[52 - 47]
% 06.34	04	[58 - 53]
% 03.17	02	الممتنعين
% 99.96	63	المجموع

من خلال ترتيبنا لأعمار العينة والتي تتراوح ما بين ( 23 - 54 ) سنة نجد أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية ( 47 - 52 ) سنة حيث تقدر نسبتهم بـ 55.55% أي ما يعادل 35 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهذا يدل على أن الفئة الغالبة في المؤسسة هي فئة الكهول، وتليها الفئة الثانية وهي ( 41 - 46 ) سنة حيث تقدر نسبتهم بـ 15.87% أي ما يعادل 10 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما الفئة الثالثة وهي ( 23 - 28 ) سنة حيث تقدر نسبتهم بـ 11.11% أي ما يعادل 07 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، في حين تتساوى الفئتين التاليتين ( 29- 34 ) سنة و ( 53 - 58 ) سنة بنسبة تقدر بـ 03.17% وهو ما يعادل 04

أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، وتكاد الفئة ( 35 - 40 ) تنعدم حيث قدرت نسبتها بـ **01.58 %** وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما الممتنعين فقدرت نسبتهم بـ **03.17 %** وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي لأفراد العينة، ويلاحظ أن فئة الشباب تكاد تنعدم بالمقارنة مع فئة الكهول.



جدول رقم 24: يبين نسبة الذكور والإناث في العينة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>87.30 %</b>	<b>55</b>	ذكر
<b>12.69 %</b>	<b>08</b>	أنثى
<b>100 %</b>	<b>63</b>	المجموع

من خلال هذا الجدول يتضح أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث، حيث قدرت نسبة الذكور بـ **87.30 %** وهو ما يعادل **55** فرداً من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما نسبة الإناث فقدرت بـ **12.69 %** وهو ما يعادل **08** أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة، ويفسر هذا ربما بالبعد خاصة وأن المؤسسة تقع في المنطقة الصناعية - كما نعلم - وهي غير آمنة.

جدول رقم 25: يبين المستوى الدراسي لأفراد العينة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
00	00	ابتدائي
% 34.92	22	متوسط
% 30.15	19	ثانوي
% 34.92	22	جامعي
% 100	63	المجموع

يبين هذا الجدول المستوى الدراسي لأفراد العينة، حيث نجد أن نسبة 34.92 % وهو ما يعادل 22 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة مستواهم الدراسي متوسط، ونفس النسبة كانت من الجامعيين، أما نسبة 30.15 % وهو ما يعادل 19 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة مستواهم الدراسي ثانوي.

جدول رقم 26: يبين توزيع العينة إلى فئات مهنية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
رئيس دائرة	02	% 03.17
رئيس مصلحة	04	% 06.34
رئيس فرع	12	% 19.04
رئيس فوج	05	% 07.93
إطار	18	% 28.57
محاسب	03	% 04.76
موظف إداري	06	% 09.52
ممتنع	13	% 20.63
المجموع	63	% 100

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 28.57 % وهو ما يعادل 18 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة هم إطارات، في حين نجد أن نسبة 19.04 % وهو ما يعادل 12 فردا من المجموع الكلي لأفراد العينة هم رؤساء فروع في المؤسسة، أما نسبة 09.52 % وهو ما يعادل 06 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة فهم موظفون إداريون، أما نسبة 07.93 % وهو ما يعادل 05 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة هم رؤساء أفواج، أما نسبة 06.34 % وهو ما يعادل 04 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة فهم رؤساء مصالح، أما نسبة 04.76 % وهو ما يعادل 03 أفراد من المجموع الكلي لأفراد العينة فهم محاسبون، أما نسبة 03.17 % وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي لأفراد العينة فهم رؤساء دوائر.

#### 4.1.5. تحليل وتفسير بيانات المقابلة:

جدول رقم 27: يبين الهيئة المكلفة بوظيفة العلاقات العامة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
75 %	06	وظيفة مشتركة
25 %	02	مكتب الإعلام والاتصال
100 %	08	المجموع

إن ما نستشفه من الجدول أعلاه، أن وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة يقوم بها جميع عمال المؤسسة، وهذا ما تعبر عنه النسبة 75 % وهو ما يعادل 06 أفراد من المجموع الكلي للأفراد المبحوثين، والذين قدر عددهم بـ 08 أفراد، في حين نجد أن نسبة 25 % وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي للأفراد المبحوثين أقروا بأن الهيئة المكلفة بوظيفة العلاقات العامة هي مكتب الإعلام والاتصال، غير أن المقابلة مع رؤساء الدوائر واحتكاكنا بالعمال كشفنا لنا أن مكتب الإعلام والاتصال لا يقوم بكل الوظائف المخولة للعلاقات العامة، وذلك لأن هذا المكتب تابع للسيد الرئيس المدير العام، والمكلف بهذا المكتب يقوم بما يمليه عليه السيد الرئيس المدير العام.

جدول رقم 28: يبين تاريخ إنشاء مكتب الإعلام والاتصال

النسبة	التكرار	الاحتمالات
--------	---------	------------

1998	02	25 %
2000	01	12.50 %
2006	02	25 %
لا أدري	03	37.50 %
المجموع	08	100 %

من البديهي أن يعلم جميع العمال بكل المكاتب الموجودة في المؤسسة، والجدول أعلاه يبين لنا وجود اختلاف في الآراء حول تاريخ إنشاء مكتب الإعلام والاتصال ، وهذا يفسر بأنه لا يوجد احتكاك بهذا المكتب من طرف العمال، وتفيد البيانات أن نسبة 25% وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي للمبحوثين والذين قدر عددهم بـ 08 أفراد، أقرروا بأن تاريخ إنشاء هذا المكتب كان سنة 1998، ونفس النسبة أشارت إلى أن تاريخ إنشاء هذا المكتب كان سنة 2006، أما نسبة 12.50 % وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي للمبحوثين فقد أشارت إلى أن تاريخ إنشاء المكتب كان سنة 2000، في حين أن نسبة 37.50 % وهو ما يعادل 03 أفراد لا يدرون متى أنشأ هذا المكتب مع العلم أن هؤلاء المبحوثين من المسؤولين الكبار في المؤسسة، ويفسر هذا بعدم وجود الإعلام الداخلي أو لنقص فيه، بالإضافة إلى عدم تطبيق مبدأ العلاقات العامة والذي ينص على أن عمل العلاقات العامة يبدأ من داخل المؤسسة أولا ( أنظر ص: 56).

جدول رقم 29: يبين ما إذا كانت هناك مبررات لوجود مكتب الإعلام والاتصال

النسبة	التكرار	الاحتمالات	
25 %	02	الإعلام والاتصال	نعم

12.50 %	01	حجم المؤسسة ومكانتها في السوق الداخلي والخارجي	
25 %	02	شروط منظمة الإيزو	
12.50 %	01	القيام بوظيفة العلاقات العامة	
12.50 %	01		لا أدري
100 %	08		المجموع

من المؤكد أن وجود أي مكتب أو مصلحة في أي مؤسسة له مبرراته، وهذا ما يبينه الجدول أعلاه، حيث أقرت نسبة **87.50 %** وهو ما يعادل **07** أفراد من المجموع الكلي للمبحوثين الذين قدر عددهم بـ **08** أفراد أن وجود مكتب الإعلام والاتصال له مبرراته، خاصة وأن المكتب جديد النشأة بالمقارنة مع نشأة المؤسسة، أما المبررات فكانت كما يلي:

- نسبة **25 %** وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي لأفراد عينة المقابلة أشارت إلى أن من مبررات وجود هذا المكتب هو الإعلام والاتصال، ونفس النسبة أشارت إلى أن وجود مكتب للإعلام والاتصال كان من شروط منظمة الإيزو، أما نسبة **12.50 %** وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي لأفراد عينة المقابلة فقد أشارت إلى أن المبرر هو حجم المؤسسة ومكانتها في السوق الداخلي والخارجي، خاصة وأن المؤسسة في طريقها إلى الخصوصية، ونفس النسبة أشارت إلى أن المبرر كان للقيام بوظيفة العلاقات العامة، ونفس النسبة أشارت إلى أن المبرر هو وجود هيئة واحدة تتعامل مع الجمهور الخارجي حتى لا يحدث تعارض أو تناقض، لكن المبرر الأقرب إلى الحقيقة هو أن سبب وجود هذا المكتب هو منظمة الإيزو التي اشترطت أن يكون هناك مكتب أو هيئة خاصة بالاتصال.

جدول رقم 30: يبين ما إذا كانت المؤسسة تعمل بنتائج الملتقيات التي تشارك فيها

النسبة	التكرار	الاحتمالات
25 %	02	نعم
37.50 %	03	لا

أحيانا	02	25 %
لا أدري	01	12.50 %
المجموع	08	100 %

إن أي مؤسسة تطمح لأن يذيع صيتها، ولأجل هذا فهي تحاول بل تعمل جاهدة لتحقيق هذا الطموح الذي يجعلها معروفة لدى الجماهير، وحتى يتحقق هذا يجب عليها أن تشارك في الملتقيات، وكذا التظاهرات الوطنية والدولية، ومن خلال استجوابنا للمبحوثين أكدوا لنا جميعا أن المؤسسة تشارك في الملتقيات الوطنية والدولية، وحتما أن هذه الأخيرة تصل في النهاية إلى نتائج ينصح بتطبيقها، وحول هذا الموضوع اختلفت آراء المبحوثين، حيث نجد أن نسبة 37.50 % وهو ما يعادل 03 أفراد من المجموع الكلي للمبحوثين والذين قدر عددهم بـ 08 أفراد، أشارت إلى أن المؤسسة لا تعمل بهذه النتائج، أما نسبة 25 % وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي للمبحوثين فقد أكدوا لنا أن المؤسسة تعمل بالنتائج المتوصل إليها، ونجد أن نفس النسبة ترى بأن المؤسسة لا تعمل دائما بالنتائج بل أحيانا، أما نسبة 12.50 % وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي للمبحوثين فلا تدري، وهذا راجع ربما لأن الموظف لا يعمل بالمصلحة المعنية بتطبيق هذه النتائج، كذلك نجد أن المؤسسة تطبق فقط النتائج التي تخصها، وأحيانا تكون المؤسسة ضيف شرف في بعض الملتقيات – هذا ما ذكره البعض – وهي بهذا غير معنية بتطبيق النتائج.

**جدول رقم 31: يبين ما إذا كانت المؤسسة تقيم معارض خاصة بمنتجاتها**

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا، مشاركة فقط	07	87.50 %
لا أدري	01	12.50 %
المجموع	08	100 %



تعمل المؤسسات على جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، وذلك من خلال الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها، ومن بين هذه الأنشطة نجد المعارض، ومن خلال هذا الجدول يتضح لنا أن المؤسسة لا تقيم معارض خاصة بها وهذا بإقرار أغلب الأفراد المبحوثين والذين تقدر نسبتهم بـ **87.50%** وهو ما يعادل **07** أفراد من المجموع الكلي للأفراد المبحوثين، والذين يقدر عددهم بـ **08** أفراد، وهذا لا ينفي أن المؤسسة لا تشارك في المعارض التي تقام، وأمثلة ذلك المعرض الوطني بالجزائر العاصمة الذي يقام في أواخر كل سنة، مع العلم أن الجهة المعنية بتحضير هذا النشاط ليس مكتب الإعلام والاتصال بل هي الجهة المعنية بالإنتاج، وهذا تداخل في المهام ( أنظر ص: **141** )، ونجد أن نسبة **12.50%** وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي ليس لها علم بهذا الموضوع وذلك راجع لنقص الإعلام الداخلي كما ذكرنا سابقا.

جدول رقم 32: يبين ما إذا كان المكلف بمكتب الإعلام والاتصال محتاج إلى تكوين

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	<b>06</b>	<b>75%</b>
لا	<b>01</b>	<b>12.50%</b>
لا أدري	<b>01</b>	<b>12.50%</b>
المجموع	<b>08</b>	<b>100%</b>

يؤكد أغلب أفراد عينة المقابلة والذين تقدر نسبتهم بـ 75% وهو ما يعادل 06 أفراد من المجموع الكلي بأن المكلف بمكتب الإعلام والاتصال محتاج إلى تكوين خاصة في مجال الاتصال، مع العلم أنه حاصل على شهادة مهندس دولة في مكانيك الأشغال البترولية، وهي بعيدة كل البعد عن مجال الاتصال، وبالاستفسار عن وجوده بهذا المكتب وجدنا أن إتقانه للغة الأجنبية هي التي جعلته في هذا المكتب، بالإضافة إلى موهبة الكتابة، أما نسبة 12.50% وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي تؤكد أن المكلف بمكتب الإعلام و الاتصال ليس محتاج إلى التكوين، وربما يكون هذا مجرد مجاملة خاصة وأنه قريب من السيد الرئيس المدير العام، ونفس النسبة لا تدري، ويرجع هذا لعدم وجود أي علاقة بين مكتب الإعلام والاتصال وبين المكاتب الأخرى خاصة في مجال العمل.

جدول رقم 33: يبين ما إذا كانت هناك متابعة لعمل مكتب الإعلام والاتصال

النسبة	التكرار	الاحتمالات
62.50%	05	نعم
37.50%	03	لا أدري
100%	08	المجموع

لقد أكد لنا كافة المبحوثين بأنهم لا يعرفون وظيفة مكتب الإعلام والاتصال، كما أكدوا أن مهامه هي تلك التي يكلفه بها الرئيس المدير العام، كتحرير الرسائل إلى الوزارات أو الرد على المراسلات الأجنبية، بالإضافة إلى بعض المهام التي تبقى مجهولة بالنسبة لهم، ومن خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن نسبة **62.50 %** وهو ما يعادل **05** أفراد من المجموع الكلي تشير إلى أن هناك متابعة في عمل هذا المكتب، غير أن هذه المتابعة يؤكدنها الجميع بأنها من طرف السيد الرئيس المدير العام، في حين أن نسبة **37.50 %** وهو ما يعادل **03** أفراد من المجموع الكلي لا تدري ما إذا كانت هناك متابعة أم لا، وهذا راجع إلى أن مكتب الإعلام والاتصال بعيد كل البعد عن العمال وهذا ما ينطبق مع أجوبة الاستمارة.

جدول رقم 34: يبين ما إذا كانت تتم دراسات مسبقة عن خصائص الجمهور الخارجي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>62.50 %</b>	<b>05</b>	نعم
<b>12.50 %</b>	<b>01</b>	لا
<b>25 %</b>	<b>02</b>	لا أدري
<b>100 %</b>	<b>08</b>	المجموع

إن من صميم عمل العلاقات العامة هو القيام بدراسات مسبقة عن خصائص الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة، ومن خلال هذا الجدول يتبين لنا أن نسبة **62.50 %** وهو ما يعادل **05** أفراد من المجموع الكلي أشارت بأنه تتم دراسات مسبقة عن خصائص الجمهور الخارجي ويؤكدون أن هذه الدراسات مهمة ومهمة جداً، لأن هذه الدراسات حسب رأيهم تجعل المؤسسة قادرة على التعامل مع هذا الجمهور، في حين أن نسبة **12.50 %** وهو ما يعادل فرداً واحداً من المجموع الكلي تؤكد بأنه لا تتم أي دراسة مسبقة عن خصائص الجمهور الخارجي، وربما أن هذه الفئة غير معنية بهذه الدراسة، وكالعادة فهناك من لا يدري وتقدر نسبتهم بـ **25 %** وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي.

جدول رقم 35: يبين الهدف من تدعيم المؤسسة لبعض الأنشطة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
<b>75 %</b>	<b>06</b>	تحسين صورة المؤسسة والإشهار
<b>12.50 %</b>	<b>01</b>	مساعدة المجتمع
<b>12.50 %</b>	<b>01</b>	نشر وبت الدعاية الإعلامية للمؤسسة
<b>100 %</b>	<b>08</b>	المجموع

تعمل كثيرا من المؤسسات على تدعيم بعض الأنشطة الخيرية، الرياضية، إلخ، إلا أن هذا التدعيم يكون لأهداف معينة، ومن خلال استجوابنا لعينة المقابلة حول ما إذا كانت المؤسسة تقوم بتدعيم بعض الأنشطة، وجدنا تأكيدهم على هذا الموضوع، وتمثلت هذه الأنشطة فيما يلي: الخيرية، الرياضية، العلمية، الثقافي، إلخ، وهناك مكتب خاص لهذا الشأن وهو مكتب العلاقات الخارجية والنقل التابع لمصلحة الوسائل العامة، بالرجوع إلى القسم النظري نجد أن وظيفة تدعيم الأنشطة المختلفة هو من وظائف العلاقات العامة ( أنظر ص: 67 )، أما حول أهداف المشاركة في تدعيم هذه الأنشطة نجد أن نسبة 75 % وهو ما يعادل 06 أفراد من المجموع الكلي تؤكد بأن الهدف هو: تحسين صورة المؤسسة والإشهار، وهذا ما يؤكد العلماء في تدعيم المؤسسة لهذه الأنشطة، أما نسبة 12.50 % وهو ما يعادل فردا واحدا من المجموع الكلي تؤكد أن الهدف من تدعيم هذه الأنشطة هو مساعدة المجتمع، والتي تدخل في نطاق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ( أنظر ص: 50 )، ونفس النسبة تشير إلى أن الهدف هو نشر وبث الدعاية الإعلامية للمؤسسة.

#### جدول رقم 36: يبين ما إذا ساعدت الأنشطة على تحقيق الهدف منها

النسبة	التكرار	الاحتمالات
75 %	06	نعم
25 %	02	لا أدري
100 %	08	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن نسبة 75 % وهو ما يعادل 06 أفراد من المجموع الكلي تشير إلى أن هذه الأنشطة السالفة الذكر قد حققت الهدف المرجو منها، في حين أن نسبة 25 % وهو ما يعادل فردين من المجموع الكلي لا تدري.

2.5. عرض النتائج:

1.2.5. نتائج الدراسة:

من خلال تحليلنا للمعطيات التي تحصلنا عليها من الاستمارة والمقابلة، توصلنا إلى النتائج التالية:

1. أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية [41 - 52].
2. أغلب أفراد العينة ذكور، حيث قدرت نسبتهم بـ 87.30 %.

3. بالنسبة للمستوى الدراسي لأفراد العينة فإننا نجد أنها تتساوى بين المستوى المتوسط والثانوي والجامعي.
4. سوء فهم مصطلح العلاقات العامة، وهذا ما جعلنا نغير أسئلة الاستمارة.
5. حوالي **40 %** من أفراد العينة تصلهم المعلومات متأخرة نوعاً ما.
6. أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً هي الاجتماعات بنسبة **28.20 %** إجابة، ثم تليها لوحة الإعلانات بنسبة **17.09 %** إجابة، ثم تأتي الدعوات في المرتبة الثالثة بنسبة **10.25 %** إجابة.
7. استخدام وظيفة واحدة للوحة الإعلانات، وهي نشر ما يتعلق بالعمل فقط.
8. أغلب الموظفين يشاركون في الاجتماعات، وتقييمهم لها إيجابي ( مفيدة ).
9. نتائج الاجتماعات تطبق، وهذا حسب رأي العمال حيث قدرت نسبتهم بـ **87.09 %**.
10. المؤسسة تنظم الحفلات خاصة التكريمية، غير أن الجهة المسؤولة عن تنظيم الحفلات تضاربت فيها الآراء بين: النقابة وإدارة الموارد البشرية، أما مكتب الإعلام والاتصال فليس له علاقة بهذه الحفلات، ويعد هذا تداخلاً في المهام.
11. أغلب المشاكل التي تواجه العمال هي مشاكل خاصة بالعمل.
12. في حالة وجود المشاكل فإن أغلب العمال يتصلون برئيسهم المباشر.
13. في بعض الأحيان تعرض الإدارة لإعلانات غير مفهومة.
14. أغلب العمال يتصلون ببعضهم البعض لحل مشاكلهم المهنية والشخصية.
15. وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع موظفي المؤسسة.
16. نقص الإعلام الداخلي في المؤسسة.
17. المؤسسة تشارك في الملتقيات الوطنية والدولية.
18. المؤسسة لا تقيم معارض خاصة بمنتجاتها، ولكنها تشارك في المعارض التي تقيمها جهات أخرى.
19. المكلف بمكتب الإعلام والاتصال محتاج إلى تكوين في مجال الاتصال.

20. أغلب الموظفين ليست لهم أي علاقة بمكتب الإعلام والاتصال، وليست لديهم أدنى فكرة بالوظائف التي يقوم بها.
21. مكتب الإعلام والاتصال تابع مباشرة للسيد الرئيس المدير العام، وهو يقوم بالوظائف التي يملئها عليه السيد الرئيس المدير العام.
22. المؤسسة تقوم بتدعيم بعض الأنشطة ( الخيرية والرياضية، ...)، والمسؤول على هذه الأنشطة هو مكتب العلاقات الخارجية والنقل التابع لمصلحة الوسائل العامة وليس مكتب الإعلام والاتصال.
23. ولكن أهم نتيجة توصلنا إليها هي اقتناع بعض المسؤولين بضرورة وجود إدارة خاصة بالعلاقات العامة، وقد أكد لنا السيد رئيس مصلحة المستخدمين ذلك، وطرح هذه القضية في أحد الاجتماعات التي حضرها.

#### 2.2.5. الإجابة على التساؤلات:

انطلاقاً من الدراسة النظرية وبعد تحليلنا للجداول وتفسيرها توصلنا إلى بعض النتائج المتعلقة بالموضوع وهي:

#### 1.2.2.5. حول مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية:

من خلال المقابلات التي أجريناها مع بعض المسؤولين في المؤسسة، وكذا من خلال تحليلنا للاستمارات وجدنا أن وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة بدون استثناء، كما وجدنا أن مختلف أنشطة العلاقات العامة تمارس بشكل طبيعي، أما فيما يخص العلاقات العامة كجهاز أو قسم أو



إدارة قائمة بذاتها تشرف على مختلف الأنشطة خاصة الاتصالية منها غير موجودة، مع العلم أنه يوجد مكتب للإعلام والاتصال، إلا أن هذا المكتب تنحصر مهمته في ما يكلفه به السيد الرئيس المدير العام، من كتابة مراسلات بلغة أجنبية أو تحرير رسائل لبعض الهيئات العليا كالوزارات ...، ويشرف على هذا المكتب موظف واحد، وهو تابع مباشرة لمكتب المدير العام.

#### 2.2.2.5. حول المتخصصين في وظيفة العلاقات العامة:

رغم ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة إلا أننا لا نجد فيها ولو موظفا واحدا على الأقل ذا شهادة في مجال الاتصال أو العلاقات العامة أو ما شابه ذلك، وحتى المكلف بمكتب الإعلام والاتصال غير متخصص في هذا المجال، فهو متحصل على شهادة مهندس دولة في الأشغال البترولية، أما وجوده في هذا المكتب كان لإتقانه اللغة الأجنبية فقط، وهذا يقودنا إلى نتيجة هامة وهي أن شغل أي وظيفة في هذه المؤسسة لا يستدعي الشهادة.

#### 3.2.2.5. حول الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا في إدارة العلاقات العامة:

رغم انعدام إدارة العلاقات العامة، وعدم وجود متخصصين في هذا المجال، إلا أن المؤسسة تستعمل وسائل اتصالية لا بأس بها، لكن استخدام هذه الوسائل يتفاوت، حيث نجد أن الاجتماعات تستخدم بكثرة بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، ثم تليها في المرتبة الثانية لوحة الإعلانات، لتأتي بعد ذلك الدعوات في المرتبة الثالثة.

#### 4.2.2.5. حول المشاكل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية:

إن أكبر المشاكل التي تواجهها العلاقات العامة والتي وجدناه خاصة في المؤسسة محل الدراسة هي:

#### ◀ سوء فهم مصطلح العلاقات العامة:

يعتبر مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات الغامضة لدى الكثير من الناس، خاصة مع وجود بعض المفاهيم الاتصالية التي تتشابه مع العلاقات العامة،

مثل الإعلام والدعاية .... إلخ، ومن خلال الدراسة التي قمنا بها تأكد لنا هذا المشكل، خاصة عند عرض الاستمارة على رئيس مصلحة الموظفين، اقترح هذا الأخير تغيير مصطلح العلاقات العامة لأن أغلب العمال لا يفهمون هذا المصطلح، كذلك تأكدنا من هذا عند إجراء المقابلات، فعلى الرغم من أن أغلب الذين أجريت معهم المقابلة هم من خريجي الجامعة إلا أنهم لم يفهموا معنى العلاقات العامة، وطلبوا منا توضيحها.

#### ◀ تداخل المهام:

حيث إن أغلب وظائف العلاقات العامة هي موكلة لبعض الإدارات وهذا رغم وجود مكتب للإعلام والاتصال، ومن بين هذه المهام نذكر على سبيل المثال لا الحصر وظيفة تدعيم الأنشطة الخيرية والرياضية والثقافية وغيرها من الأنشطة، ووظيفة الحجز في الفنادق للزوار الأجانب، فهاتانوظيفتان موكلتان لمكتب العلاقات الخارجية والنقل التابع لمصلحة الوسائل العامة.

#### ◀ عدم الاعتراف بالعلاقات العامة:

ويعتبر هذا أكبر مشكل يواجه العلاقات العامة، حيث نجد أن أغلب المؤسسات أو أغلب المسؤولين لا يعترفون بالعلاقات العامة كإدارة قائمة بذاتها كباقي الإدارات، وهذا ما نجده مجسدا في الواقع من خلال عدم وجود إدارة للعلاقات العامة في أغلب المؤسسات إن لم نقل كلها.

#### ◀ عدم وجود متخصصين في المجال:

رغم وجود مكاتب الإعلام والاتصال في أغلب المؤسسات، إلا أنها تخلو من المتخصصين في مجال الاتصال أو العلاقات العامة.