

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الاجتماعية

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

### عنوان المذكرة

## اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

كرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع  
تخصص: علم الاجتماع الإتصال والعلاقات العامة

إشراف:  
عبد العالي دبلّة

من إعداد:  
زهية أذخينة

تاريخ

أعضاء لجنة المناقشة:  
المناقشة: .....

### أعضاء لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة العلمية	الإسم و اللقب
جامعة بسكرة	رئيسا	أستاذ	- بلقاسم سلاطينية
جامعة بسكرة	مشرفا مقرر	أستاذ	- عبد العالي دبلّة
جامعة خنشلة	عضوا مناقشا	أستاذ	- عبد العزيز العايش
جامعة بسكرة	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر-أ-	- رشيد زوزو

السنة الجامعية: 2012/2011

إِذَا كَانَ رَأْيِي

أَبْعَدُ مِنْ

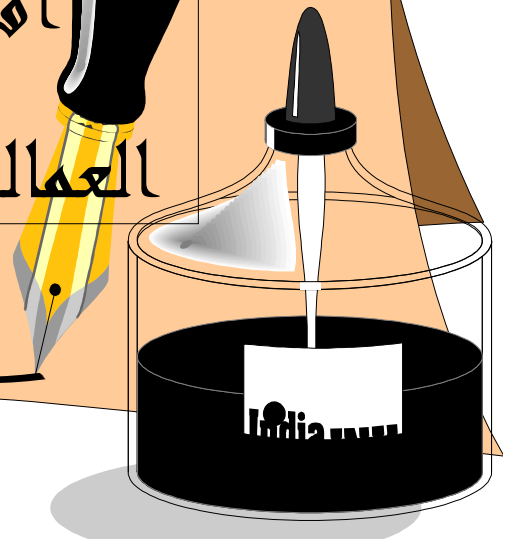
الْآخِرِينَ،

فَذَكَ

لَأَنْ يَـ

أَقْفَى عَلَى أَكْتَفَى

الْعَمَالِقِ



# إهداء

إلى من قال الله فيهما ( ... ) وقل  
ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا... )  
الروح الطاهرة والقلب المعطاء أسمى  
معاني الحب والوفاء  
تغمده الله برحمته واسكنه فسيح  
جناته

أبي الغالي

التي القلب يهواها والعمر فداها  
والعين تسعد لرأيها  
أرجو الله أن يرعاها  
أمي الحبيبة

أهدي من قلبي ومن قلبي

إن الهدايا على مقدار مهديها

لو كان يهدى للإنسان قيمته

لأهديتكم كل الدنيا وما فيها



## فهرست المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	شكر و عرفان : .....
/	إهداء:.....
-/	فهرست المحتويات:.....
-/	فهرست الجداول : .....
/	فهرست الأشكال : .....
أ	مقدمة : .....
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>	
4	<u>أولاً</u> : الإشكالية .....
6	<u>ثانياً</u> : أهمية الدراسة .....
6	<u>ثالثاً</u> : أسباب إختيار الموضوع .....
7	<u>رابعاً</u> : أهداف الدراسة .....
7	<u>خامساً</u> : تحديد المفاهيم الأساسية .....
13	<u>سادساً</u> : الدراسات السابقة .....
18	<u>سابعاً</u> : الفرضيات .....
<b>الفصل الثاني: الأبعاد السوسولوجية للاتجاهات</b>	
20	<u>أولاً</u> : الفرق بين الإتجاهات وبعض المفاهيم الأخرى.....
22	<u>ثانياً</u> : نظريات تفسير الإتجاهات.....
24	<u>ثالثاً</u> : خصائص ووظائف الإتجاهات .....
25	<u>رابعاً</u> : مكونات ومراحل تكوين الإتجاهات.....
29	<u>خامساً</u> : تصنيف الإتجاهات ومصادر تشكيلها.....
32	<u>سادساً</u> : تغيير الإتجاهات .....
33	<u>سابعاً</u> : طرق قياس الإتجاهات.....
37	خلاصة : .....

الفصل الثالث : المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

39	أولاً : نشأة العلاقات العامة .....
45	ثانياً : العلاقات العامة وبعض المفاهيم الأخرى .....
47	ثالثاً : أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .....
50	رابعاً : أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .....
52	خامساً : وظائف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .....
55	سادساً : جماهير العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .....
59	سابعاً : الرأي العام.....
64	خلاصة : .....

الفصل الرابع : نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

66	أولاً : التنظيم الإداري للعلاقات العامة .....
75	ثانياً : النشاط الإتصالي للعلاقات العامة .....
86	ثالثاً : تخطيط برامج العلاقات العامة .....
91	رابعاً : إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية .....
100	خامساً : أخصائي العلاقات العامة .....
104	سادساً : العلاقات العامة والتنمية .....
108	سابعاً : تقويم أنشطة العلاقات العامة .....
112	خلاصة : .....

الجانب التطبيقي

الفصل الخامس : إجراءات الدراسة الميدانية

115	أولاً : منهج الدراسة .....
115	ثانياً : حدود الدراسة .....
117	ثالثاً : العينة وكيفية إختيارها.....
119	رابعاً : أداة جمع البيانات.....
121	خامساً : الخصائص السيكمترية للأداة.....
125	سادساً : أساليب التحليل .....
126	خلاصة : .....

	الفصل السادس : عرض وتحليل النتائج
128	أولاً : عرض وتحليل البيانات الشخصية .....
134	ثانياً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الأولى للدراسة .....
147	ثالثاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية للدراسة .....
160	رابعاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة للدراسة .....
171	خامساً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الرابعة للدراسة .....
180	سادساً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الخامسة للدراسة .....
188	سابعاً : تحليل بيانات الاسئلة المفتوحة للدراسة .....
190	ثامناً : النتائج النهائية للدراسة .....
196	رابعاً : الإنتاج العام .....
198	خاتمة : .....
200	المراجع : .....
/	الملاحق : .....

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
120	العبارات الموجبة والعبارات السالبة حسب فرضيات الدراسة	01
122	نتائج صدق المحكمين حول الإستبيان.	02
128	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	03
128	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الإجتماعية	04
129	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	05
129	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشهادات المتحصل عليها	06
130	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإلتناء الحزبي	07
130	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية العضوية	08
131	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مزاولة وظيفة في مؤسسة ما.	09
131	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصنيف المؤسسة	10
132	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإلتناء السوسيو مهني	11
135	إتجاهات عينة الدراسة نحو التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	12
148	إتجاهات عينة الدراسة نحو النشاط الاتصالي للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	13
161	إتجاهات عينة الدراسة نحو تخطيط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	14
172	إتجاهات عينة الدراسة نحو إدارة الأزمات في الاجهزة الحكومية .	15
181	بيبياتجاهات عينة الدراسة نحو عملية تقويم نشاطات العامة في الأجهزة الحكومية	16

## فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الخبرات السابقة التي تتشكل من خلالها الإتجاهات	27
02	هرم ماسلو للحاجات الأساسية	61
03	العلاقات العامة كأحد الأقسام التابعة لأي من مديريات الإدارة العامة	67
04	تعدد أقسام العلاقات العامة بتعدد مديريات الإدارة العامة	67
05	موقع العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للإدارة العامة للمؤسسة	68
06	التنظيم الإتصالي لإدارة العلاقات العامة	70
07	التنظيم الوظيفي لإدارة العلاقات العامة	70
08	بالتنظيم الوظيفي الإتصالي لإدارة العلاقات العامة	71
09	نموذج إدارة العلاقات العامة الكبيرة الحجم	72
10	نموذج إدارة العلاقات العامة حسب الموقع.	73
11	موقع مستشار العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة	103
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	128
13	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الإجتماعية	128
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	129
15	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشهادات المتحصل عليها	129
16	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإنتماء الحزبي	130
17	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية العضوية	130
18	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب إمكانية مزاوله وظيفة في مؤسسة ما	131
19	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصنيف المؤسسة.	131
20	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإنتماء السوسيو مهني.	132
21	إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.	146
22	توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لإتجاهاتهم نحو التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.	147
23	إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو النشاط الإتصالي للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	159
24	توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لإتجاهاتهم نحو النشاط الإتصال للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	160
25	إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو التخطيط في العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	170
26	توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لإتجاهاتهم نحو التخطيط في العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	171
27	إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو إدارة العلاقات العامة للأزمان في الأجهزة الحكومية	179
28	توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لإتجاهاتهم نحو إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية	180



187	إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو التقويم في العلاقات العامة للأجهزة الحكومية.	29
188	توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لإتجاهاتهم نحو التقويم في العلاقات العامة للأجهزة الحكومية.	30

## فهرس الملاـق

الصفحة	العنوان	الرقم الملحق
أ-هـ	الإستبيان	01
و	إختبار "ت" عند مستوى الدلالة 95 %	02
ز	إختبار "ت" عند مستوى الدلالة 99 %	03
ح	معامل بيرسون	
ط	معامل ألفا كرونبيخ	04
ي	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور الدراسة الأول .	05
ك	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور الدراسة الثاني .	
ل	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور الدراسة الثالث .	
م	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور الدراسة الرابع .	
ن	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور الدراسة الخامس .	
س-ف	التكرارات والنسب المؤوية لمحور الدراسة الأول .	06
ص-ر	التكرارات والنسب المؤوية لمحور الدراسة الثاني .	
ش-ث	التكرارات والنسب المؤوية لمحور الدراسة الثالث .	
ذ-ض	التكرارات والنسب المؤوية لمحور الدراسة الرابع .	
غ-ظ	التكرارات والنسب المؤوية لمحور الدراسة الخامس .	
أأ	متفرقات	07

## مقدمة :

إن ما يمر به المجتمع في هذه الدينامية الحافلة بالتحويلات والتطورات التي تمس العديد من الميادين ساهمت في تغيير هذا العصر، هذا ما يجعل المؤسسات تواجه ظروف متقلبة سواء على مستواها الداخلي أو الخارجي ومما يخلف فرص جديدة للتقدم هذا من جهة ومن جهة أخرى تبرز هذه التغيرات عقبات ومخاطر لم تتعود عليها المؤسسة والعمال في حد ذاتهم، لذلك تجد الإدارة نفسها في موقف يفرض عليها تدارك الأوضاع المؤسسية وذلك بالتجديد المستمر في مفاهيمها وتوجهاتها وعلاقاتها وأساليبها الاتصالية.

وإذا كان من المسلم أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية واتصالية حتمية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات الأولى، فإنه من الثابت أنها احد أهم مصالح المؤسسة والتي لقيت اهتماما كبيرا خلال العقود الماضية ذلك لأهمية جمهورها الداخلي والخارجي ولأهمية كسب ثقتهم وتأييدهم لأهدافها ومشاريعها.

وان كانت العلاقات العامة قد حظيت بأهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات : الوحدات الإنتاجية والمنشآت الخدمية فإن الحكومات كمؤسسات ضخمة ومعقدة في أي من الدول المتقدمة أو النامية ومهما كان شكل أو نوع نظامها السياسي أو الاقتصادي فإن نجاحها في أداء رسالتها يتوقف إلى حد كبير على مدى تعاون جماهيرها معها في إطار من الاتصال الإقناع ومدى إعلامهم بالحقائق والتعليمات والقوانين واللوائح وكذا الإرشادات لتحسين صورتهم الذهنية وتحقيق التنمية المحلية والعالمية ودفع بعجلة التغيير الاجتماعي قدما إلى الأمام لمواكبة نظيراتها من دول العالم المتقدم .

وبما أن مجلس الأمة كأحد الغرف البرلمانية ومجمع أهم نخبة الشعب وقادة الرأي ساهم إلى حد كبير في عملية تقنين سياسات الإصلاحات ومد جسور من الشفافية لتوطيد التفاعل والتواصل بين المواطنين كمجتمع مدني وبقية هيئات الدولة .

ورغبة منا في تحديد اتجاهات أهم قادة الرأي لهدف تحديد أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تبلور لنا موضوع الدراسة الذي نحن بصدد دراسته والذي سنتناول فيه اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك لتشخيص واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وكشف اتجاهات أهم قادة الرأي وأهم نخبة المجتمع كمثلي الشعب نحوها .

حيث تم التطرق لهذا الموضوع بتقسيم الدراسة إلى فصول تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة والذي يضم إشكالية الدراسة والإشكاليات الجزئية المتفرعة عنها

ومدى أهمية الموضوع مع تحديد أسباب اختياره وأهدافه وكذا تحديد أهم المفاهيم الأساسية التي تناولناها في الدراسة بالإضافة إلى أهم الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها وعليه تم اقتراح الفرضيات كحلول متوقعة

والفصل الثاني خصص في تحديد الأبعاد السوسولوجية للاتجاهات، حيث تعرضنا فيه للفرق بين الإتجاه وبعض المفاهيم الأخرى بالإضافة إلى نظريات تفسير الاتجاهات وأهم خصائصها ووظائفها ومكوناتها ومراحل تكوينها وأنواعها ومصادر تشكيلها وكذا تغييرها وطرق قياسها .

والفصل الثالث فقد تناولنا المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك بالتطرق لنشأة وتطور العلاقات العامة والتداخل بين العلاقات العامة وبقية المفاهيم الأخرى بالإضافة لأهمية وأهداف ووظائف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، وكذا جماهير العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والرأى العام .

وفي الفصل الرابع تطرقنا لأهم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، حيث تناولنا التنظيم الإدارى لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والنشاط الاتصالي المعتمد وكيفية تخطيط برامج العلاقات العامة، وكذا كيفية إدارة الأزمات، بالإضافة لسمات أخصائي العلاقات العامة، والإسهامات التنموية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والتقويم والتقييم لنشاطاتها.

هذا فيما يخص الجانب النظري، أما فيما يخص الجانب الميداني فقد حدد في فصلين: الفصل الخامس للإجراءات المنهجية باعتبارها أهم الركائز الإمبريقية للدراسة الميدانية وتم التناول فيه منهج وحدود الدراسة والعينة وكيفية اختيارها، وكذا أدوات جمع البيانات وخصائصها السوسيومترية مركزين على الأساليب الإحصائية المعتمدة.

وفي الفصل السادس والأخير تم عرض وتحليل البيانات الشخصية وعرض وتحليل بيانات الدراسة لكل من فرضياتها الجزئية، وكذا النتائج النهائية للدراسة والاستنتاج العام ، والخاتمة مدعمة ببعض التوصيات وكذا المراجع والملاحق .

الجانب

النظري

## الفصل الأول : إشكالية الدراسة واعتباراتها

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- أسباب اختيار الموضوع
- 7- التعاريف الإجرائية
- 8- حدود الدراسة

## أولاً : الإشكالية :

تمتد جذور العلاقات العامة إلى أمد بعيد ورغم محاولة الأخصائيين ربط تطورها بتطور العلاقات البشرية في إطار من العقائد الدينية والايديولوجيات السياسية فقد شككت لنا قناعات أنها فلسفة اجتماعية إدارية ونشاط إرادي اتصالي يهدف إلى توثيق صلة المؤسسة بالمجتمع ويبرز الصورة المشرفة لها كمؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه وكذا الحرص على الصالح العام .

فالحكومة بالمفهوم الحديث أضحت مسألة إدارية معقدة نتيجة تداخل أدوارها المتعددة التي تحتاج بالضرورة لشرح وتوضيح وتفسير لتوعية المواطنين بالبرامج التنموية قصد تحقيق مستوى أعلى للمعيشة في الحياة الاجتماعية بجميع نواحيها المجتمعية كالتهذيب والصحة والأسرة والشباب... الخ ومن تم الوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية؛ ولا يتم ذلك معزل عن العلاقات العامة التي أضحت الواجهة الأمامية في جل الأجهزة الحكومية تأييدا لتصريح سمو رئيس مجلس الوزراء "الشيخ ناصر المحمد الصباح" والذي يتضمن «ضرورة تفعيل دور العلاقات العامة في كل الوزارات عبر الإعلان عن الإنجازات ومراحل تنفيذ المشاريع الخاصة بالوزارات» المدرجة في صحيفة "الأنباء" الصادرة في مارس 2010 بالكويت.

وإن ذل ذلك إنما يدل على أن تأييد المواطنين وعامة الشعب وإعلامهم وكسب رضاهم هو المحك الأساسي الذي تقوم عليه سياسات الأجهزة الحكومية من خلال خططها وبرامجها ومشاريعها المقدمة، هذا ما يقودنا لتسليط الضوء على الأبعاد السوسيولوجية لواقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.

وكما أن دراسة الاتجاهات تحتل مكانة بارزة في الدراسات السوسيولوجية لديناميات الجماعة والسيكولوجية في تحليل الشخصية كونها تعد بمثابة مؤشرات نتوقع في ضوءها سلوكا مميزا لأهم نواتج عملية التنشئة الاجتماعية وأهم الموجات الضابطة والمنظمة للسلوك الإنساني والاجتماعي، حيث تمس أي شيء له وجود وحضور سوسيولوجي أو سيكولوجي للفرد نحو موضوع معين كما هو الحال بالنسبة لأعضاء مجلس الأمة باعتبارهم من أفراد المجتمع وأهم نخبة الشعب كجمهور تتعامل معه

الأجهزة الحكومية وتعمل جاهدة لكسب تأييده لسياساتها التنموية، وكذا أهم قادة الرأي كأعضاء من الجمهور الداخلي في الأجهزة الحكومية تساهم في سن القوانين ضمن السلطة التشريعية ورسم الخارطة التنظيمية للمشاريع التنموي، باعتبارها معقل للتنظيم الاجتماعي في أضخم مستوياته ومصدر لتنمية الثروة البشرية في بناء عقد الروابط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والحضارية لأهم المشاريع التنموية

وبما أن أعضاء مجلس الأمة هم أهم فئة تحمل صفة التميز لإزدواجية الأدوار كونهم الناطق الرسمي بإسم الشعب عند الدولة وكذا الناطق الرسمي بإسم الحكومة عند الشعب أي اتجاهاتهم تحدد الرأي العام في كل من الأجهزة الحكومية كجمهور داخلي للسلطة التشريعية في سن القوانين ورسم سياسات الخارطة التنظيمية وكذا الرأي العام عند عامة الشعب كجمهور لهذه المؤسسة ينتظر منها تلبية متطلباته التنموية لذلك بذر في أدهاننا التساؤل التالي: ماهي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات

### العامّة في الأجهزة الحكومية؟

والذي تفرعت عنه التساؤلات الجزئية التالية:

- ما هي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التنظيم الإداري للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية؟
- ما هي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الاتصالي المعتمد للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية؟
- ما هي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تخطيط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية؟
- ما هي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية؟
- ما هي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية؟

### **ثانياً: أهمية الدراسة :**

- تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة من خلال مايلي :
- تتناول العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بمختلف جوانبها الإدارية والتنظيمية والاتصالية وأساليب ممارستها للكشف عن واقعها لتحليل أبعادها السوسولوجية
- تساعد على استخلاص أهم المشكلات التي تعاني منها الأجهزة الحكومية وبالتالي معرفة أهم التوصيات التي تسهم في تحليل وتقديم قاعدة معلوماتية لدراسات في مجال العلاقات العامة لتكون بوابة الأبحاث السوسولوجية في الأجهزة الحكومية .

### **ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع :**

- إن اهتمامنا بدراسة موضوع اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لم يأتي من العدم وإنما يعود لعدة أسباب موضوعية وذاتية.
- الأسباب الموضوعية :**

- الكشف عن واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية باعتبارها قيادة الدولة في تحديد موقع الحكومة من حيث هيكلتها الإدارية وتكنولوجياتها الاتصالية واستراتيجياتها التخطيطية واحتوائها للأزمات وكذا رسكلتها وتقويمها لموظفيها، وأثر كل ذلك على دينامياتها الاجتماعية في إحداث التوازن.
- الكشف عن مدى التفاعل الاجتماعي بين السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والذي يبرز إما مظاهر التوافق والتكامل الاجتماعي أو الاختلاف والصراع .
- الظروف الراهنة التي تبرز بعض الانتكاسات في العلاقات الاجتماعية كاحتجاجات العمال وبعض المشاكل الاجتماعية الناجمة عن بعض الأزمات الداخلية، وكذا الثورة العربية المطالبة بالتغيير وتأثرها على العلاقات الدولية.
- ندرة الدراسات السوسولوجية في الأجهزة الحكومية.

### **الأسباب الذاتية :**

- رغبتني في الغوص في مجال العلاقات العامة.



### **رابعاً : أهداف الدراسة**

إن أي دراسة علمية يتم دراستها إلا ولها أهداف تسعى لتحقيقها، ومن أهم أهداف هذه الدراسة مايلي:

#### **أهداف علمية :**

- كشف اتجاهات أعضاء مجلس الأمة من تأييد أو معارضة لواقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ومدى تأييدهم للإستراتيجيات المتبعة في تنفيذ المشاريع التنموية .
- تحديد مدى التكامل بين الأجهزة الحكومية والمجتمع ليطم تحديد مكانة الجزائر حكومة ودولة محليا وعالميا .

#### **أهداف عملية :**

- التدريب على إجراء دراسة علمية بإتباع خطوات منهجية لتكون بداية الابحاث السوسيوولوجية المحكمة

### **خامساً : تحديد المفاهيم الأساسية**

من بين المفاهيم المتعلقة بالموضوع والتي كثر حولها الجدل وفسرت من رؤى متباينة كل حسب اتجاهه أو ميوله أو انتماءه أو حتى خلفيته النظرية، وان كان جوهرها واحد فاعلمتها تشكل قاسم مشترك بين علم الاجتماع والإعلام والعلوم السياسية، فهذا التباين دفعنا إلى محاولة تحديد العناصر البنائية والوظيفية لكل مفهوم للوصول إلى مفهوم إجرائي يمكننا من ترجمة مختلف التساؤلات إلى حقائق واقعية.

#### **✓ الاتجاهات :**

تعددت تعاريف الاتجاه بتعدد باحثيها وإن كان هناك اتفاق نسبي حول مفهومها العام فـ:

- **الاتجاه لغة:** هو ترجم لكلمة (ATTITUDE) وهو مصدر للفعل إتجه ويعني قصد جهة معينة أو الإقبال عليها.
- **الاتجاه اصطلاحاً** عرف الاتجاه اصطلاحاً حسب :

"بوجاردوس" أن الإتجاه هو «نزعة نحو أو ضد بعض العوامل البيئية حيث تصبح لهذه النزعة قيمة إيجابية أو سلبية». (أحمد محمد الطيب، 1999، ص94) ويرى "جيلفورد" أن الاتجاه هو «حالة استعداد لدى الفرد تدفعه إلى تأييد أو عدم تأييد موضوع اجتماعي». (أنور عقل، 2001، ص78) كما يرى "توماس" أن الإتجاه هو «موقف الفرد إتجاه إحدى القيم أو المعايير السائدة في البيئة الإجتماعية». (كامل محمد محمد عويضة، 1996، ص114) أما "ميثيل أرجايل" فيرى أنه «الميل إلى الشعور أو السلوك أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين أو منظمات أو موضوعات أو رموز» (جودت بني جابر، 2004، ص266).

ويرى "دوب" أنها عبارة عن «إستجابة مضمرة أو ضمنية محفزة لها دلالة أو أهمية اجتماعية في المجتمع الذي نعيش فيه». (Freedman, 1978, p283) ويرى "روكينش" أن «الإتجاه هو تنظيم مكتسب له صفة الإستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدونها الفرد نحو موضوع أو موقف، ويهيئه للإستجابة بإستجابة تكون لها أفضلية عنده». (عطوف محمود ياسين، 1981، ص117).

ويرى "راجي عيسى القبيلات" بأن الإتجاه مجموعة من المكونات المعرفية والإنفعالية والسلوكية التي تتصل بإستجابة الفرد نحو موضوع أو موقف أو شخص ما من حيث القبول أو الرفض لموضوع الإتجاه. (راجي عيسى القبيلات، 2005، ص49). وقد أورد "ألبورت" سبعة عشر تعريفا لمفهوم الإتجاه، يلخصها في أن الإتجاه «حالة من الإستعداد العقلي والعصبي، نشأت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مرت بالإنسان، وهو يؤثر تأثيرا ديناميا على إستجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به». (محمد شفيق، 2003، ص144).

بالنظر إلى التعريفات المختلفة للاتجاهات سنتبنى في الدراسة الراهنة المفهوم التالي:  
**الاتجاهات:** عبارة عن استجابات أعضاء مجلس الأمة للموضوعات المختلفة بالإيجاب أو السلب مستنديين في ذلك لتكامل حواسهم الداخلية وكذا المؤثرات البيئية التي تحيط بهم.

✓ أعضاء مجلس الأمة :

في الواقع أن مجلس الأمة باختلاف توجهات أعضائه وحيويتهم يبقى، رغم حدائته، أحد أهم الأنظمة الحيوية للنسيج المؤسساتي للبلاد لما يقدمه من خدمات استنادا على خبرة وكفاءة أعضائه.

يعد مجلس الأمة الجزائري الغرفة الثانية للبرلمان ممثلا للسلطة التشريعية في البلاد، ويضم المجلس 144 عضوا، ينتخب ثلثا (2/3) أعضائه أي 96 عضوا عن طريق الاقتراع المباشر من طرف أعضاء المجالس المحلية (المجالس الشعبية البلدية والولائية) ضمن كل ولاية، فيما يعين رئيس الجمهورية الثلث المتبقي أي 48 عضوا، والذي تدوم عهده ستة (06) سنوات ([www.radicalgerie.dz/18-10-2010/11:25h](http://www.radicalgerie.dz/18-10-2010/11:25h))

مجلس الأمة الجزائري هو الغرفة العليا (الغرفة الثانية السيناتورس) وعدد أعضائه 144 عضو يعين رئيس الجمهورية ثلثهم أي 48 عضو مدة 6 سنوات بينما ينتخب الثلثين الآخرين من المجالس الشعبية الولائية بحصة عضوين من كل ولاية من ولايات الجزائر.

([www.marefa.org/18-10-2010/11:36h](http://www.marefa.org/18-10-2010/11:36h))

مجلس الأمة كغرفة برلمانية عليا جاء أيضا لترقية الديمقراطية الشعبية المحلية والسمو بتمثيلها في أسمى المؤسسات الدستورية والبرلمانية حيث أن نظام مجلس الأمة الدستوري والبرلماني والقانوني يجعل تشكيلته تتكون من 144 عضو من بينهم نسبة الثلثين يتم انتخابهم من بين ومن طرف أعضاء مجالس الشعبية البلدية والبالغ عددهم 154 مجلسا والمجالس الشعبية البلدية المحلية عن طريق الاقتراع الحر والمباشر بينما يعين ثلث أعضاء مجلس الأمة من قبل رئيس الجمهورية وطبقا للمعايير والشروط المنصوص عليها في أحكام المادة 101 من الدستور وذلك من بين الشخصيات والكفاءات الوطنية في المجالات العلمية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية لمدة ستة (06) سنوات قابلة للتجديد ويجدد نصف أعضاء مجلس الأمة كل ثلاثة (03) سنوات. (هيئة التحرير، أبريل 2010، ص.ص 8-9)

ومما سبق سنتبنى في الدراسة الراهنة المفهوم التالي :

أعضاء مجلس الأمة: هم أهم الشخصيات والكفاءات الوطنية في كل من المجالات العلمية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية، عددهم 144 عضو يتم انتخاب ثلثهم من طرف ومن بين المجالس المحلية بالاقتراع الحر والمباشر ويتم تعيين الثلث الباقي من طرف رئيس الجمهورية ليمثلوا الغرفة الثانية للسلطة التشريعية الجزائرية في الفترة السادسة 2007-2012.

### ✓ العلاقات العامة:

لقد أصبح تعبير العلاقات العامة شائعا ويزداد كذلك على مر الأيام لذلك اختلفت مفاهيمها.

- العلاقات العامة لغة: فهي من حيث البناء اللفظي مكونة من كلمتين "العلاقات" و"العامة" فالأولى تعني الصلات والروابط وخيوط الاتصال بين الإدارة والثانية وهي "العامة" والتي يقصد بها عامة الناس او الجماهير المتعاملة مع الإدارة أو المؤسسة (عبد العزيز صالح بن حبتور، 2009، ص202)

- العلاقات العامة اصطلاحا: عرفت العلاقات العامة اصطلاحا حسب :

"قاموس ويبستر الدولي الجديد (New Webster's International Dictionary)" أن العلاقات العامة هي «مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحادات أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل تحقيق وخلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معهم كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام ، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه». (محمد فريد الصحن، 2004، ص20).

كما يعرفها "جيمس شوارتز (G.Shwartz)" أنها «عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين الزبائن والمساهمين والمستخدمين وجيران المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام، وذلك من خلال التحليل الذاتي والتصويب داخليا، ومن خلال جميع أساليب التعبير خارجيا». (المرجع السابق، ص20).

كما هي «وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف وتأييد ذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها ونشاطاتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل للمخطط» (علي عجوة (ب)، 1985، ص.ص 22-21). العلاقات العامة هي العملية المستمرة للسياسات العليا والخدمات والأفعال من أجل مصالح أولئك الأفراد وتلك الجماعات التي يقدر الفرد أو المؤسسة ثقافتها ونيتها الطيبة وهي تفسر هذه السياسات والخدمات والأفعال لتأييد الفهم والتقدير الكاملين. (هنا حافظ البدوي، 2001، ص 34)

هي أيضا «النشاط الذي تقوم به أية صناعة أو اتحاد أو حكومة أو أي منظمة أخرى لإقامة وتدعيم علاقات طيبة ومستمرة مع فئات خاصة من الجماهير كالعملاء والعاملين والمستثمرين وكذلك مع الجمهور العام وذلك بغرض التماسي مع الظروف المحيطة ولتعرف المجتمع بها». (فؤاد عبد المنعم البكري، 2004، ص 19)

فالعلاقات العامة هي "عملية مستمرة تستخدم وسائل الاتصال والبحوث الاجتماعية للوصول إلى خطط تحقق التفاهم والتكيف بين المنظمات وجماهيرها حتى تعم الفائدة. (غريب عبد السميع غريب، 2006، ص 48)

أوضحت هذه التعاريف أهداف العلاقات العامة والأدوات التي تستخدم للتأثير على الرأي العام وهي أدوات الإعلام، ووسائل الاتصال المختلفة، كما أنها حددت بوضوح الجمهور الداخلي والخارجي.

بالنظر إلى المفاهيم المختلفة للعلاقات العامة سنتبنى في الدراسة الراهنة المفهوم التالي:  
**العلاقات العامة:** هي عملية اتصالية مستمرة تقوم بها الأجهزة الحكومية أو جميع المنشأة والمؤسسات التابعة لها، تهدف من خلالها إلى كسب ثقة وتأييد جمهورها الداخلي والخارجي وتعمل على تحقيق وتدعيم الصالح العام.

✓ الأجهزة الحكومية:

- **الحكومة لغة:** نظام حكم ،أي كيفية استعمال السلطة العامة وممارستها.(محمد عبد المعز نصر، 1981، ص511)

- **الحكومة اصطلاحاً:** تعتبر الحكومة هي الإدارة أو التنظيم السياسي للدولة ذلك ما أشار إليه "ماكيفر" و"فيبر" و"برو" وعلى حد تعبير "روسو" أنها تقوم بدور وسيط بين الحكام والمحكومين وتهدف إلى تحقيق الحرية وتنفيذ القانون في نفس الوقت، وكما أشار أيضاً "هوبز" و"بنتام" أنها ذلك النشاط المرتبط بالحكم أو عملية الحكم والذي يتمثل في ممارسة الضبط أو السيطرة على الآخرين كما أنها تعني الأداة التي بواسطتها يتم تحقيق النشاط في المجتمعات الحديثة. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2000، ص300).

كما يقول "لاسكني" أن الحكومة تقوم لتنفيذ أغراض الدولة، فهي ليست ذاتها القوة القاهرة العليا وإنما هي مجرد جهاز الإدارة الذي يحقق أغراض تلك القوة، وإن وظائفها تنفيذية وتشريعية وقضائية، فما هي إلا تعبير عن عبقرية الشعب.(محمد عبد المعز نصر، مرجع سابق، ص14).

كما يقصد بالحكومة نظام الحكم وكيفية ممارسة السلطة العامة في الدولة فيستعمل تعبير الحكومة للدلالة على مجموعة الهيئات الحاكمة أو المسيرة للدولة، وهي السلطات العامة الثلاثة التشريعية والتنفيذية والقضائية.(عبد الغني بسيوني عبد الله، دس، ص181).

كما أنها تعني ممارسة السلطة في جماعة سياسية معينة، أي نظام حكم في الدولة وكيفية ممارسة صاحب السيادة السلطة العامة وشكل الحكم، ومن جهة أخرى هي مجموعة الهيئات الحاكمة أو المسيرة للدولة، كما تعني الكيان التنظيمي للسلطة التنفيذية والمواقع القيادية مثل رئيس الدولة والوزراء ومساعدوهم.(علي شريف، 1988، ص.ص 21-22).

فهناك من يعتبر الحكومة التنظيم السياسي للدولة وهي الأداة التي تجد إدارة الدولة صاحبة السيادة تعبيراً محسوساً عن طريقها، وإذا كان صاحب السيادة التشريعي هو الحكومة فشكل الحكم يعتمد إلى حد كبير على طبيعة الشعب وفكره السياسي.(محمد عبد المعز نصر، مرجع سابق، ص24)

فقد قسم "أرسطو" بعد تقسيم "أفلاطون" الحكومات إلى حكومات ملكية وهي التي يدير شؤونها ملك واحد، وحكومة أرستقراطية وهي التي يدير أموراً خيار سادة القوم في الجماعة

، والحكومة الشعبية أو الجمهورية وهي التي يدير أمورها جمهور أو عدد كبير من أفرادها.

أما "مننيسكيو" فقد قام بتقسيم آخر للحكومات من حكومات ملكية أو فردية وفيها يكون حكم الفرد في ظل القانون وحكومات إستبدادية وفيها حكم الفرد غير مقيد بالقانون وحكومة جمهورية وتكون السيادة فيها للأمة أو لجزء منها، أما "روسو" والذي يعتبر الحكومة هي التنظيم العملي للدولة فقد قسمها إلى حكومة ملكية وحكومة أرستقراطية وحكومة ديمقراطية. (إبراهيم عبد العزيز شيها، 2006، ص.ص 124-125).

فتعتبر هذه التقسيمات للحكومات جميعها تقسيمات تاريخية، لكن الحكومات في الوقت الراهن يمكن تقسيمها من حيث خضوعها للقانون إلى حكومات استبدادية وحكومات قانونية، أو من حيث الخضوعها للرئيس الأعلى للدولة إلى حكومات ملكية وحكومات جمهورية، أو من حيث مصدر السيادة لحكومات فردية وحكومات أرستقراطية وحكومات ديمقراطية وشعبية وهو حال الجزائر مثلا.

بالنظر إلى مختلفة المفاهيم السابقة سنتبنى في الدراسة الراهنة المفهوم التالي:  
الأجهزة الحكومية: هي مجموعة مؤسسات الهيئات الحاكمة والمسيرة للدولة ضمن كل من السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية للأنظمة الديمقراطية.

### سادسا : الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة من أهم الروافد المعرفية والأطر العلمية الموجهة للباحث والمقدمة لخبرات وتجارب الباحثين السابقين ليستمد منها تساؤلات وفرضيات بحثه على اعتبار أن البحث العلمي عملية تراكمية تغذي بعضها بعضا ومن هنا اعتمدنا على الدراسات التي تخدم بشكل مباشر أو غير مباشر إشكالياتنا لذلك إعتدنا على الدراسات التالية :

#### ✓ الدراسة الأولى :

دراسة لـ "سمير حسين وآخرون" والمعنونة بـ "إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" بالمملكة العربية السعودية لسنة 1991 تهدف إلى دراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية وأساليب ممارسة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة

العربية السعودية بهدف التعرف على هذه الجوانب والتقويم الموضوعي لها وطرح المشكلات الناتجة عنها

وقد تم تطبيق البحث على عينة من الجوازات والهيئات والمؤسسات العامة والمصالح الحكومية والمركزية وأيضا مجموعة المديریات والوكالات والفروع والوحدات المحلية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها مايلي :

- تزايد نسبة وجود إدارات العلاقات العامة في جميع الجهات الحكومية بصفة عامة.
- تركز أهداف إدارات العلاقات العامة في عمليات الإتصال بالجمهور الخارجي والمتمثلة في العمل على دعم الصلة بوسائل الإعلام، وكسب تأييد الرأي العام وثقته عن طريق إمداد الجمهور بالمعلومات وحقائق عن المنظمة ونشر الوعي بأهمية الخدمات التي تقدمها.
- إن أنشطة العلاقات العامة تتركز في تنظيم الزيارات واستقبال الوفود، ثم النشاط الإعلامي، ويليه النشاط الاجتماعي.
- الإنخفاض الواضح في نسبة الجهات التي تقوم بإجراء البحوث والدراسات للاستعانة بها في تخطيط أنشطة العلاقات العامة.
- التركيز على البحوث الخاصة بالجمهور الخارجي مقارنة بالجمهور الداخلي.
- تحتل الوسائل المطبوعة المرتبة الأولى كوسائل اتصالية تستخدمها إدارات العلاقات العامة بصفة دائمة وتأتي في مقدمتها الصحف والمجلات السعودية.
- يأتي الاتصال الشخصي في الترتيب الأول من حيث الأهمية في الإتصال بالجمهور الداخلي للمنشأة من وجهة نظر المسؤولين عن إدارات العلاقات العامة.
- تأتي الوسائل المطبوعة في الترتيب الأول من حيث الأهمية في الاتصال بفئات الجمهور الخارجي للمنشأة يليها الاتصال الشخصي المباشر .
- قلة نسبة الإدارات التي تقوم بتقويم أنشطتها.

(سمير حسين وآخرون، 1991)

✓ الدراسة الثانية :



تم إعداد هذه الدراسة من طرف "خالد مرغلاني" و"راشد هارون" والمعنونة بـ "آراء القيادات الإدارية في الأجهزة الحكومية نحو إدارة العلاقات العامة" لسنة 1992 حيث هدفت الدراسة للتعرف على حقيقة اتجاهات المسؤولين في الإدارة العليا نحو الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في الوقت الراهن والتصورات المستقبلية لها والذي طبق على 220 موظف من موظفي الإدارة العليا في الأجهزة الحكومية والمكونة من 20 جهة وقد اعتمد في ذلك على استبانة لجمع البيانات والذي توصل عن طريقها لعدة نتائج منها :

- تأكيد الإدارة العليا على عدم وضوح مفهوم ومهارات إدارات العلاقات العامة.
  - عدم وضوح مهام إدارات العلاقات العامة أدى إلى عدم الإدراك لأهمية العلاقات العامة.
  - تأكيد الإدارة العليا في المملكة العربية السعودية على الدور التقليدي لإدارات العلاقات العامة داخل منظمة العمل، ويتمثل هذا التأكيد في درجة الموافقة العالية على نشاط هذه الإدارة داخل المنشأة.
  - التأكيد القوي لقادة الإدارات العليا على ضرورة الاهتمام بالجمهور الخارجي كجزء مهم ورئيسي في تدعيم مجهودات إدارة العلاقات العامة
  - النشاط الخارجي لإدارة العلاقات العامة يتمثل في إيجاد الصورة الإيجابية عن الجهاز لدى الجمهور الخارجي والعمل على أن يكون حلقة وصل بين الجمهور الخارجي والإدارة العليا
  - التأكيد على استقلالية إدارة العلاقات العامة ماليا وارتباطها إداريا بالإدارة العليا .
- (خالد مرغلاني وراشد

هارون، 1992)

✓ الدراسة الثالثة :

وهي دراسة "علي الفهيد" والمعنونة بـ "دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات" لسنة 1999 حيث حاولت هذه الدراسة إبراز الدور الذي تقوم به الإدارة العامة

في تحسين صورة الجهاز أو الجهة التابعة لها أمام جماهيرها أو الجهات التي تتعامل معها باستخدام وسائل الاتصال

المختلفة سواء على مستواها الشخصي أو من خلال وسائل الإعلام المختلفة لعلاج الأزمات وإزالة أثارها المعنوية والمادية عن طريق مواجهة الرأي العام وتزويده بالمعلومات والتبريرات المنطقية لغرض الدفاع عن مصالحها والحفاظ على ثقة جماهيرها حيث هدفت الدراسة للتعرف على مدى كفاءة واستعداد إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية للقيام بواجباتها وأدوارها في احتواء الأزمات التي قد تحدث في هذه الأجهزة وكيفية تصرفها حيال المراحل المختلفة التي تمر بها الأزمة .

واتبع الباحث في دراسته منهج المسح الاجتماعي واعتمد على الاستبانة والمقابلة الشخصية كأداة للدراسة حيث وزع الباحث أربع (04) استبانات خاصة بمديري إدارات العلاقات العامة بأربع جهات حكومية وهي الوزارة الداخلية ووزارة الصحة ووزارة الحج ووزارة البرق والبريد والهاتف وذلك بطريقة الحصر الشامل، وكذلك وزع 120 أستبانة بطريقة عشوائية بسيطة على العاملين بالإدارة العلاقات العامة بالأربع وزارات السابقة وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها :

- لا تمارس إدارة العلاقات العامة أنشطة ما قبل وقوع الأزمة هذا يجعل عامل الوقت في غير صالحها .
- تمارس إدارة العلاقات العامة أنشطة إثناء وقوع الأزمة بدرجة متوسطة وهذا يعني إن هناك قصور في جانب علاج الأزمات وإزالة أثارها .
- لا تمارس إدارة العلاقات العامة أي نشاط بعد زوال الأزمة لتلافي وقوعها مستقبلا ووضع خطط كفيلة بالتعامل معها في حالة وقوعها وهذا يعني وجود قصور واضح .
- تمتلك إدارة العلاقات العامة ثقافة نظرية مناسبة إلى حد ما لمواجهة الأزمات والتفاعل معها.
- تواجه إدارة العلاقات العامة معوقات تحول دون قيامها بدور فعال في مواجهة الأزمات.

- اغلب مديري إدارات العلاقات العامة لم تتح لهم الفرصة للاشتراك في دورات تدريبية تتناول إدارة الأزمات .
  - عدم قدرة العاملين بإدارة العلاقات العامة على القيام بالدور الإعلامي للعلاقات العامة في مقاومة الأزمات هذا ما يؤدي إلى تفاقم الأزمة .
- (على الفهيد، 1998).

#### ✓ الدراسة الرابعة :

وهي دراسة "جبران الفرد" والمعنونة بـ "تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها" لسنة 2001 حيث تناولت هذه الدراسة برامج العلاقات العامة للتعرف على مدى تحقيقها لأهدافها من خلال قدرتها على قراءة أهداف المنظمة التي تنتمي إليها والعمل في إطارها ضمن جانبين :

**الأول وقائي** لوقاية المنظمة من كل ما يمسها أو يعيقها في تحقيق أهدافها

**الثاني علاجي** بهدف التدخل السريع لإيقاف الأزمات قبل تفاقمها وإزالة الآثار وإعادة بناء جسور الثقة بين الجهاز والمجتمع .

حيث هدفت الدراسة إلى تقويم برامج العلاقات العامة للتعرف على مواطن القوى والضعف في هذه البرامج وبالتالي وضع تصور يساعد في تحقيق الأهداف المرجوة من إدارة العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية، وإتبع الباحث في ذلك منهج المسح الاجتماعي واعتمد على الاستبانة كأداة للدراسة وتوصل في الدراسة إلى نتائج من أهمها :

- لا يزال قياس اتجاهات الرأي العام من قبل العلاقات العامة متدنيا في إدارة العلاقات العامة.
- تبدد جهودها على أعمال ليست من اختصاصها مما يؤكد على عدم تورطها وإنها ماتزال تقليدية.
- عدم وضوح أهداف العلاقات العامة وعدم جدواها وانعدام رضا غالبية العاملين بإدارة العلاقات العامة عن البرامج الموضوعية لتحقيق هذه الأهداف.
- يستخدم التخطيط بدرجة متدنية جدا وهذا يجعل عمل العلاقات العامة تشوبه العشوائية والارتجال.

- غياب عمل التقويم لنشاطات العلاقات العامة.
  - أهم وسائل الاتصال في إدارة العلاقات العامة بال جماهير من وجهة نظر العاملين هي التلفزة والصحافة المطبوعة.
  - لا تحدد العلاقات العامة جماهير إستراتيجية لبرامجها عند بث رسائلها الإعلامية.
  - تدني درجات الرضا عند الجماهير الداخلية والخارجية عن دور العلاقات العامة.
  - هناك صعوبات ومعوقات تواجه العلاقات العامة وتحول دون قيامها بدورها على الوجه الأمثل.
  - برامج العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية لا تحقق الأهداف المحددة لها.
- (جبران الفرد بن فهد، 1990)

#### **تقييم الدراسات السابقة :**

يلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها تناولت موضوع العلاقات العامة من خلال الزوايا الرئيسية لبحثنا سواء في رسائل الجامعية أو الأبحاث العلمية، فأغلبها اعتمدت على منهج المسح الإجتماعي والمنهج الوصفي والوصفي التحليلي مستندة في ذلك على أداة الاستبيان كأداة رئيسية مؤكدة في نتائجها على عدم وضوح مفهوم مهارات العلاقات العامة وعدم اهتمامها بالأبحاث والدراسات وتركيز اهتمامها بالجمهور الخارجي على حساب الجمهور الداخلي وكذا إهمالها للإتصال الجماهيري وتركيزها على الإتصال الشخصي وعدم اهتمامها بإدارة الأزمات في وقتها وذلك ما يجعل عامل الوقت في غير صالحها ، بالإضافة لقلت الإدارات التي تركز على عملية تقويم نشاطات العلاقات العامة مؤكدين على ضرورة إستقلالية إدارة العلاقات العامة ماليا وتواصلها إداريا مع الإدارة العامة.

#### **سابعا: الفرضيات:**

بما أن الفرضيات إجابات إحصائية لأسئلة الدراسة بناء على المعارف والدراسات السابقة لذلك حاولنا في هذه الدراسة إختبار الفرضيات التالية:

**الفرضيات الجزئية:**

- ا - **الفرضية الجزئية الأولى:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التنظيم الإداري للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة.
- ب - **الفرضية الجزئية الثانية:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الاتصالي المعتمد للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة
- ج - **الفرضية الجزئية الثالثة:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التخطيط للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
- د - **الفرضية الجزئية الرابعة:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية سالبة.
- هـ - **الفرضية الجزئية الخامسة:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تقويم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية سالبة.

## الفصل الثاني : الإتجاهات

- 1- تعريف الإتجاه
- 2- الفرق بين الإتجاه وبعض المفاهيم الأخرى
- 3- نظريات تفسير الإتجاهات
- 4- أهمية الإتجاهات
- 5- خصائص الإتجاهات
- 6- وظائف الإتجاهات
- 7- مكونات الإتجاهات
- 8- مراحل تكوين الإتجاهات
- 9- أنواع الإتجاهات
- 10- مصادر تشكيل الإتجاهات
- 11- تغيير الإتجاهات
- 12- طرق قياس الإتجاهات

خلاصة

### أولاً : الفرق بين الإتجاه وبعض المفاهيم الأخرى :

نالت دراسة الاتجاهات قسط كبيراً من اهتمامات العلماء باعتبارها أهم نواتج عملية التنشئة الاجتماعية وأهم الموجهات الضابطة للسلوك الإنساني والمنظمة للسلوك الاجتماعي، فلقد تداخلت المفاهيم بين ماهية الإتجاه وبعض المصطلحات الأخرى كالسمة والاهتمام والرأي والمعتقد والقيمة و... الخ، وسنتطرق بالتفصيل لتوضيح الفرق بين الإتجاه وبعض المفاهيم الأخرى.

1 **الإتجاه والسمة (Trait) :** السمة هي صفة أو خاصية للسلوك تتصف بقدر من الاستمرار ويمكن ملاحظتها وقياسها، حيث أشار "جيلفور" إلى أن الإتجاه نوع من هذه الصفة أو الخاصية المتعلقة بالموضوعات والمسائل الاجتماعية، كما يميز "ألبورت" بين الإتجاه والسمة على أساس أن الإتجاه يرتبط بموضوع معين أو بفئة معينة من الموضوعات، بينما السمة ليست كذلك فعمومية السمة تكون أكبر من عمومية الإتجاه ويتضمن الإتجاه عادة تقييم بالقبول أو الرفض للموضوع الذي يتجه إليه .

2 **الإتجاه والإهتمام (interest) :** يرى "ايزنك" أن هناك علاقة بين الإتجاه والإهتمام، فالإهتمام هو إتجاه له وجهات إيجابية حيال أشياء معينة ويشعر الفرد نحوها بجاذبية معينة، وعلى الرغم من ذلك فإن هناك اختلافاً بين الإهتمام والإتجاه فبينما يشير الإهتمام إلى بعض التفضيلات المهنية، يشير الإتجاه إلى أمور إيجابية أو سلبية والإهتمامات غالباً موجبة بينما الإتجاهات قد تكون سالبة أو محايدة، كما تتسم الإهتمامات بالتحديد والخصوصية في حين تتسم الإتجاهات بالعمومية والشمولية. (عبد اللطيف محمد خليفة، 1992، ص53).

**الإتجاه والرأي (Opinion) :** هناك من الباحثين من يفرق بين الإتجاه والرأي، وعلى هذا الأساس فإن "ثيرستون" يعرف الرأي بأنه التعبير اللفظي للإتجاه، فعندما يقول الشخص بأن كل الناس خلقوا متساوين فإن هذا القول يعتبر رأياً، وإذا كان الشخص مخلصاً في قوله هذا مدركاً لما يقوله فإن ذلك يعكس اتجاهه. (مقدم عبد الحفيظ، 2003، ص243).

فالرأي هو إعتقاد خالي من الدافعية والدينامية، في حين الإتجاه هو حالة من الاستعداد والتأهب العقلي ذات دوام نسبي يتسم بسيادة الخصائص الدينامية أو الدافعية.

3 **الإتجاه والمعتقد (Plief):** إن المعتقد يرتبط بالجانب المعرفي أو المعلوماتي بينما يرتبط الإتجاه بالجانب الوجداني أو الإنفعالي فعلى الرغم من أن المعتقد يساهم في تكوين إتجاه الفرد فإنه ينتمي إلى المكون المعرفي بينما ينتمي الإتجاه إلى المكون الوجداني، فقد يعتقد الفرد في موضوع لم تتكون عنه بعد مشاعر إيجابية أو سلبية، أي أن المعتقدات نحو موضوع ما يمكن أن توجد دون وجود إتجاه نحو هذا الموضوع والعكس ليس صحيحا.

4 **الإتجاه والقيم (Value):** نجد أن الفرق بين الإتجاه والقيمة على المستوى الوصفي هو الفرق بين الخاص والعام، حيث تقف القيم بمثابة محددات للإتجاهات كما أن القيم هي عبارة عن تجريدات وتعميمات تبنى من خلالها إتجاهات الأفراد.(عبد اللطيف محمد خليفة،مرجع سابق،ص55).

بينما يشير الإتجاه إلى مجموعة من المعتقدات التي تتعلق بموضوع أو موقف معين ويمكن التمييز بين المفهومين في ضوء أن القيمة هي المكون الأساسي خلف الإتجاه أو تعمل على تشكيل الاتجاه القابل للتغيير ويرجع ذلك إلى الثبات النسبي للقيم التي تشكلها وتدعمها الثقافة والإطار الحضري للمجتمع.

5 **الاتجاه والميل (desire):** يخلط الكثيرين بين مفهومي الميل والاتجاه فالميل يعبر عن استجابة الفرد إزاء موضوع معين من حيث التأييد أو المعارضة وهو ما نحب أو نفضل بينما الاتجاه يتعلق بما نعتقد لأنه ليس كل ما نحبه نعتقد والعكس صحيح أي أن الاتجاه يعبر عن عقيدة بينما الميل يعبر عن شعور.(محمد شفيق،مرجع سابق،ص121).

ونرى أن الميل يكون دائما إيجابيا يدل على موقف القبول أو الرفض في حين الاتجاه قد يكون إيجابي وقد يكون سلبي، حيث يتعلق الميل بالنواحي الذاتية أو الشخصية ليست محل خلاف أو نقاش في حين الاتجاه يتعلق بالأمور الاجتماعية التي يدور حولها الخلاف



والتساؤلات، كما أن أغلب ميول الفرد ترتبط باستعداداته الفسيولوجية والموروثة إلا أنه لا علاقة للإتجاه بذلك.

6 **الإتجاه والمشاعر (feelings):** نعني بالمشاعر ردود الأفعال الوجدانية والانفعالية المرتبطة بأحد الموضوعات وتشكل في الأساس التقويم الانفعالي، وهي أضيق من الإتجاهات وتمثل أحد مكوناتها. (محمد فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، 1997، ص119).

7 **الإتجاه والإيديولوجية (ideology):** الإيديولوجية هي إطار شامل يجمع داخله عدد كبير من إتجاهات الفرد التي يرتبط بعضها ببعض الآخر تتمثل فيها إدراكاته لذاته وإدراكاته للمجتمع الخارجي، أو هي عبارة عن الإتجاه الشامل الذي يمكن أن نطلق عليه فلسفة حياة الفرد. (عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، ص45)

### ثانياً : نظريات تفسير الإتجاهات

وحسب تعدد الإيديولوجيات تعددت نظريات تفسير الإتجاهات ومن أبرزها مايلي:

1. **نظرية التعلم الإجتماعي :** إن التعلم الذي تبحثه نظرية التعلم الاجتماعي "لروتز" هو «التعلم الذي يحدث في المواقف الإجتماعية الواقعية أثناء التفاعل الاجتماعي لأنها ترى أن الجانب الكبير من التعلم بالنسبة للإنسان إما أن يكون واسطته أناس آخرون أو يحدث في حضور هؤلاء الناس». (بشير معمري، 2007، ص79).

ويؤكد علماء هذه النظرية ومنهم "بانديروا" و"التزر" على أن الإتجاهات متعلمة وأن تعلمها هذا يتم من خلال نموذج إجتماعي ومن المحاكاة فالوالدان هما أوضح النماذج التي يحاكي الأطفال سلوكهما ويتوحدون معها منذ مراحل العمر المبكرة ، ثم يأتي دور الأقران في المدرسة ومن ثم وسائل الإعلام. (جودت بني جابر، مرجع سابق، ص280)

وتركز هذه النظرية على دور الأسرة وجماعة اللعب ووسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات من خلال ما تقدمه من مواقف إجتماعية.

**نظرية التحليل النفسي :** تؤكد هذه النظرية أن لإتجاهات الفرد دورا حيويا في تكوين الأنا الذي يمر بمراحل مختلفة ومتغيرة من النمو منذ الطفولة إلى مرحلة البلوغ، متأثر في ذلك بمحصلة الإتجاهات التي يكونها الفرد نتيجة قياس مستوى توتراته الذي تحدده الصراعات الداخلية بين متطلبات الهو الغريزية وبين الأعراف والمعايير والقيم الإجتماعية إذ يكون الإتجاه إيجابي أو سلبي نحو الأشياء التي غيرت مستوى التوتر، لذلك إعتبر "فرويد" الأنا هو ذلك «النظام المعقد من العمليات النفسية التي تكون بمثابة الوسيط بين الهو والعالم الخارجي». (عبد الرحمن الوافي، 2006، ص19).

2. **النظرية السلوكية :** تؤكد نظرية الإشرط الكلاسيكي للعالم الروسي الشهير "إيفان بافلوف" على دور كل من المثير الشرطي والمثير الطبيعي في إمكانية إحداث السلوكيات الإيجابية بدلا من السلوكيات السلبية، وذلك عن طريق تعزيز وتدعيم المواقف الإيجابية كلما ظهرت لدى الفرد، أما نظرية الإشرط الإجرائي للعالم الأمريكي الشهير "سكنر" فتري أن تعلم الإتجاهات يقوم أساسها على مبدأ التعزيز، إذ يرى أن سلوك الكائن الحي أو استجابته التي يتم تعزيزها يزيد احتمال تكرارها وبذلك فإن الإتجاهات التي يتم تعزيزها يزيد احتمال حدوثها أكثر من الإتجاهات التي لا يتم تعزيزها. (صالح محمد وعلي أبو جادو، 2006، ص202) .

فالاتجاهات هي عادات متعلمة من البيئة وفق قوانين الإرتباط وإشباع الحاجات المستمدة من نظريات الارتباط الشرطي وتعديله باستخدام نظريات التعزيز.

3. **النظرية المعرفية :** وتقوم هذه النظرية على مساعدة الفرد على إعادة تنظيم معلوماته حول موضوع الإتجاه وإعادة البنى المعرفية المرتبطة به في ضوء المعلومات والبيانات المستجدة حول موضوع الإتجاه، ويسير هذا المنحى ضمن المراحل التالية:

- تحديد الإتجاهات المراد تكوينها أو تعديلها.
- تزويد الأفراد بالتغذية الراجعة حول الإتجاه المستهدف .
- إبراز التناقض حول محاسن الإتجاه المرغوب فيه ومساوئ الإتجاه غير المرغوب فيه من خلال الأسئلة والمناقشة.

- تعزيز الإتجاه المرغوب فيه.

(المرجع السابق، ص.ص 202-203)

وبناء على ذلك الإتجاه المعرفي يؤكد على العمليات المعرفية والأحداث الداخلية لدى الفرد وهي من أهم الأهداف التعليمية التي تحدث تقدم في النمو المعرفي وبالتالي يتغير السلوك المعرفي المنتاسب مع كمية المعرفة المتحصل عليها.

### **ثالثاً : خصائص ووظائف الإتجاهات:**

1. **خصائص الإتجاهات :** تختلف الإتجاهات من حيث تأثيرها أو إنعكاسها في إستجابات الأفراد -بالقبول أو الرفض- إزاء المواضيع الإجتماعية على أساس خصائصها ومن أهمها:

1. مكتسبة ومتعلمة وليست وراثية ويتم تعلمها بعدة طرق.
2. قابلة للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ.
3. الإتجاهات لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائماً علاقة بين الأفراد وموضوع من مواضيع المجتمع.
4. الإتجاهات المشتركة بين أعضاء الجماعة تكاد توحد سلوكهم.
5. يمكن التعبير عنها بعبارات تشير إلى نزعات إنفعالية.
1. نزعة فريدة لا تشكل جزء من ثقافة المجتمع (الشاذ لا يقاس عليه) .
2. يمكن إخفاؤها.
3. يصعب التعبير عنها بإعتبارها نزعات إنسانية وردود فعل عاطفية للشخص نحو الأشياء والأشخاص.
4. تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها ولها خصائص إنفعالية.
5. توضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الإتجاه.
6. فردية إتجاه مثيرات معينة، فقد تكون إيجابية أو سلبية أو لا تكون.
7. تتفاوت في وضوحها وجلائها فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض.
8. قد تكون محدودة أو عامة .

9. تتشكل من ثلاثة أبعاد رئيسية معرفي وإفعالي وسلوكي ،وهناك من يضيف البعد الإدراكي كبعد رابع
10. لها صفة الثبات والإستمرار النسبي ولكن يمكن تعديلها وتغييرها تحت ظروف معينة.
11. قد تكون قوية وتظل قوية على مر الزمن وتقاوم التعديل والتغيير وقد تكون ضعيفة يمكن تعديلها وتغييرها.
- (سامي محمد ملحم، 2001، ص163)

## II. وظائف الإتجاهات:

- يرى البعض بأن الإتجاه يساعد على سعادة ورفاهية الفرد وبالضرورة سعادة ورفاهية المجتمع ككل، وذلك من خلال الوظائف التالية:
1. الوظيفة التكيفية: وتمكن هذه الوظيفة الفرد من تحقيق أهدافه المرغوبة وتجنب أهدافه غير المرغوبة وذلك من خلال التواجد مع الأفراد الذين يكون لهم نفس الإتجاهات الخاصة به وهذا بدوره يساعد على الإندماج .
  2. الوظيفة المعرفية: وتتعلق هذه الوظيفة بإدراك الفرد لبيئته الإجتماعية والطبيعية والذي من شأنه أن يجعل العالم من حوله أكثر ألفة وتوقعا.
  3. وظيفة التعبير عن الذات: وتتعلق هذه الوظيفة بحاجة الفرد لإخبار الآخرين عن نفسه ومعرفة ذاته، أي الوعي بما يعتقد ويحس به وهو الوعي بالذات
- (محمد فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، مرجع سابق، ص.ص125-126)

## رابعا: مكونات ومراحل تكوين الإتجاهات :

### I. مكونات الإتجاهات :

إنفق الآراء على أن الإتجاه الإجتماعي مكون من ثلاثة عناصر أساسية تتفاعل مع بعضها البعض من أجل إعطاء الشكل النهائي للإتجاه، وهذه العناصر وإن كانت إفتراضية نظرية فإن معظم الدراسات التجريبية التي تجري في ميدان الإتجاهات حتى الآن تؤكد صحة ذلك وهي:

1. **المكونات المعرفية** : هي المكونات التي تتراكم عند الفرد أثناء احتكاكه بعناصر البيئة، وتنقسم إلى:

- أ- **المدركات والمفاهيم** : المقصود بها كل ما يدركه الفرد حسياً أو معنوياً.
- ب- **المعتقدات** : يقصد بها مجموعة المفاهيم الراسخة في عقل الفرد، فالناحية المعرفية للإتجاه تتكون من معتقدات الفرد إزاء موضوع أو شيء معين، وقد تكون هذه المعتقدات مرغوبة أو غير مرغوبة. (أحمد عبد اللطيف وحيد، 2001، ص47)
- ج- **التوقعات** : هي ما يمكن أن يتنبأ به الفرد بالنسبة للآخرين أو يتوقع حدوثه منهم، وتعتبر كل من المدركات والمعتقدات والتوقعات الأساس المعرفي بغض النظر عن كون الإتجاه إيجابياً أو سلبياً.

2. **المكونات الإنفعالية** : قد لا نكون مبالغين إذا قلنا أن أهم مكونات الإتجاه هي الشحنة الإنفعالية التي يصطبغ بها سلوك الفرد، فالمكونات العاطفية والإنفعالية هي تلك الشحنة المصاحبة ولذلك فإن معظم الدراسات والبحوث التي أجريت حول المكونات العاطفية والإنفعالية للإتجاه كانت تدور دائماً حول عمق وشدة وكمية الإنفعال الذي يصاحب سلوك الفرد نحو موضوع أو شيء معين. (كامل محمد محمد عويضة، مرجع سابق، ص121)

3. **المكونات السلوكية** : تشير إلى إستعداد الفرد للقيام بأفعال وإستجابات معينة تتفق وإتجاهاته، وهذا بإعتبار الإتجاهات تعمل كموجهات للسلوك. (محمود السيد أبو النيل، 1984، ص275)

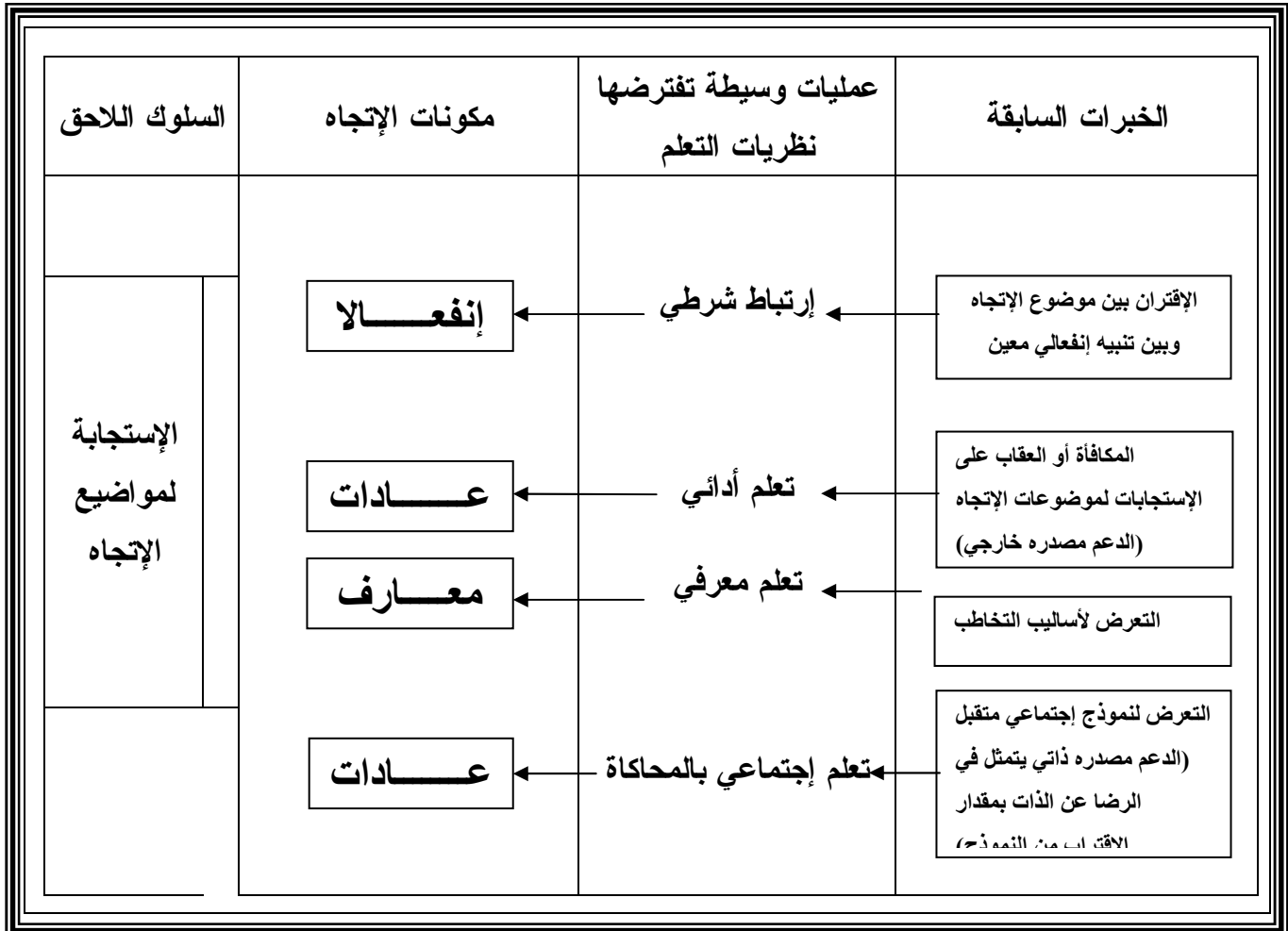
ويمكن القول أن سلوك الإنسان هو تعبيرات وإستجابة واضحة مقدمة في موقف ما ناجمة عن رصيد معرفته وعاطفته المصاحبة لهذه المعرفة.

وهناك من يضيف المكون الرابع كأساس عاماً لبقية المكونات

4. **المكون الإدراكي**: فهو جملة المثيرات المساعدة للفرد على إدراك مختلف المواقف وتحديد ردود أفعاله إزاءها، وقد يكون الإدراك حسياً عندما تتكون الإتجاهات نحو

الملموسات وقد يكون اجتماعيا عندما تتكون الاتجاهات نحو المثيرات الاجتماعية والأمور المعنوية. (فؤاد البهي السيد وسعد عبد الرحمان، 1999، ص 253) ويصعب فصل كل مكون عن الآخر لذلك تعمل هذه المكونات الأربعة بشكل مترابط ومتكامل الجوانب ليحصل الفرد على استجابات تتناسب مع انفعالاته وخبراته ومدركاته

الشكل رقم (01) : يوضح الخبرات السابقة التي تتشكل من خلالها مكونات الإتجاه



المصدر: عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، دس، ص 60.

11. مراحل تكوين الإتجاهات :

يتفاعل الفرد مع بيئته بعناصرها ومقوماتها وأصولها مما تساعده على تكوين اتجاهاته الإجتماعية حيث تنمو وتتطور عبر المراحل التالية :

1. **المرحلة الإدراكية المعرفية:** وفيها يدرك الفرد مثيرات البيئة ويتصرف بموجبها، فيكتسب خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطاره المعرفي.

2. **المرحلة التقويمية:** وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه عنها، فضلا على الكثير من أحاسيسه ومشاعره التي تتصل بها .

3. **المرحلة التقديرية:** وفيها يصدر الفرد القرار الخاص بنوعية علاقته بهذه المثيرات وعناصرها فإذا كان القرار موجبا فإن الفرد كون إتجاهها إيجابيا نحو ذلك الموضوع، أما إذا كان القرار سالبا فيعني أنه كون إتجاهها سلبيا نحوه.

(سامي محمد ملحم، مرجع سابق، ص164)

وهناك عدة طرق يكتسب منها الفرد إتجاهه منها:

1) **التعليم بالخبرة:** لا يعيش الإنسان بمعزل عن الآخرين. فهو على اتصال مباشر معهم وفي تفاعل مستمر مع غيره في حياته اليومية وفي مختلف المواقف الإجتماعية ولا يمكن أن يخرج الإنسان من هذه التفاعلات والعلاقات الشخصية والاجتماعية دون أن يكتسب خبرات معينة.

فالفرد يكتسب اتجاهاته ويكونها تبعاً لما يتعلمه من خبراته السابقة في تفاعلاته الشخصية وعلاقاته الاجتماعية مع مقومات بيئته من أشخاص، وأحداث وأوضاع، سارة أو مؤلمة.

2) **التعلم بالتلقين:** يتمثل في نقل الآراء والأفكار والمشاعر والأحاسيس نحو موضوع معين من فرد أو جماعة، بتكرار التعبير عن متضمناتها. فالفرد يكتسب اتجاهاته ويكونها سواء الايجابية أو السلبية إزاء موضوع معين بناء على ما يتلقاه من روايات لفظية وتعبيرات غير لفظية متكررة ومتضمنة أفكار وأراء ومشاعر وأحاسيس الآخرين نحوه. (محمود عمر ماهر، 2006، ص.ص171-172)

3) التعليم بالنموذج: نوع من التعلم البديل تكتسب فيه الإتجاهات بملاحظة سلوكيات واستجابات الآخرين ومن ثم تقليد النموذج في هاته الاستجابة لنفس الموقف وغالبا ما تكون اتجاهات وسلوكيات الأبناء شبيهة بسلوك الآباء. (خليل ميخائيل معوض، 2000، ص.ص 251-252).

### خامسا: تصنيف الإتجاهات ومصادر تشكيلها

#### 1. تصنيف الإتجاهات :

تتعدد الإتجاهات من الناحية الوصفية وهذا ما يساعدنا على تصنيفها والتمييز بينها وتحديد أنواعها بناء على عدة أسس وهي:

#### 1. على أساس الموضوع :

أ- إتجاه عام : ويكون معمما وموجها نحو موضوعات متعددة وهو أكثر ثباتا وإستقرارا.

ب- إتجاه خاص : وهو الإتجاه الذي يكون محدد نحو موضوع نوعي وأقل ثبات من الإتجاه العام مثل إتجاه شعب من الشعوب نحو طعام معين.

(عبد الفتاح محمد دويدار، 2006، ص270).

#### 2. على أساس الأفراد:

أ- إتجاه جماعي : وهو الإتجاه الذي يشترك فيه جماعة أو عدد كبير من الناس كإتجاهاتهم نحو نوع معين من الرياضة.

ب- إتجاه فردي : وهو الإتجاه الذي نجده عند الفرد ولا نجده عند باقي الأفراد ، كما هو الحال لدى المرضى النفسيين.

(المرجع

السابق، ص270)

#### 3. على أساس الهدف :

أ- إتجاه موجب : يعبر عن الحب والتأييد لموضوع الإتجاه.



ب- إتجاه سالب : يعبر عن الكره والمعارضة لموضوع الإتجاه.

(المرجع ع

السابق،ص270)

#### 4. على أساس الوضوح :

أ- إتجاه علني : وهو الذي يسلكه الفرد في مواقف حياته اليومية دون حرج أو تحفظ.

ب- إتجاه سري : وهو الذي يحرص الفرد على إخفائه في قرارة نفسه ويميل في كثير من الأحيان إلى إنكاره ويتستر على السلوك المعبر عنه.

(فؤاد البهسي السيد وسعد عبد

الرحمن،2006،ص259).

#### 5. على أساس القوة :

أ- إتجاه قوي : وهو الإتجاه الذي يتضح في السلوك القوي الفعلي الذي يعبر عن العزم والتصميم ويبقى قويا على مر الزمن نتيجة لتمسك الفرد بقيمته.

ب- إتجاه ضعيف : ويكمن وراء السلوك المزاجي المتردد من السهل التخلي عنه وقابليته للتغيير والتحول حسب الظروف.(جودت بني جابر،مرجع سابق،ص178)

#### II. مصادر تشكيل الإتجاهات :

إن الإتجاهات أنماط سلوكية يمكن إكتسابها وتعديلها بالتعلم وتخضع للمبادئ والقوانين التي تحكم أنماط السلوكات الأخرى، فقد تتكون بعض الإتجاهات بالملاحظة والتقليد، وقد تتكون نتيجة التعلم الإشرطي بنوعيه الإستجابي والإجرائي من خلال إشتراط بعض الخبرات الإنفعالية السارة وغير السارة ببعض الأوضاع.

وتلعب قابلية الإيحاء دورا كبيرا في تكوين الإتجاهات الإجتماعية، كما تلعب الأسرة والصحافة وغيرها من أجهزة الإعلام دورا بارزا في تشكيل هذه الإتجاهات، وهناك فئة قليلة من الإتجاهات نكتسبها عن قصد وعن طريق التفكير والتحليل والدراسة حين يحدد المرء موقفه نحو قضية معينة.

ورغم أن العوامل الوراثية مصادر لتشكيل الإتجاهات وذلك من خلال الفروق الفردية الموروثة كـبعض السمات الجسدية والذكاء، إلا أن العوامل البيئية تعتبر المصدر الرئيسي في تشكيل الإتجاهات من خلال تفاعل عناصرها، ويمكن توضيحها فيما يلي:

### 1. التنشئة الإجتماعية للفرد عن طريق الأسرة (الوالدين) : وتتم عن طريق:

- أ- الثواب والعقاب (كالحلويات والألعاب والإبتسامات والقبول والرفض كالعبوس والحرمان من الألعاب والنزهة والمكافآت).
- ب- تزويد الفرد بالمعلومات في مراحل نموه الأولى وهذه تشكل أساسا للإتجاهات والمعتقدات والقيم والمفاهيم (الخير، الشر، الجميل، القبيح، الحق، الباطل، الحلال، الحرام، المقبول، المرفوض...إلخ) ، والإتجاهات التي يكتسبها الطفل من الوالدين قوية وتقاوم التغيير.

2. المدرسة : تلعب المدرسة دورا هاما في تطوير وتكوين الإتجاهات لدى المتعلمين وذلك من خلال تفاعلهم مع المعلمين، ونحن نعلم أن المربين ينقلون إلى الأطفال ميولهم وإتجاهاتهم وتعصبهم ومطامحهم عن طريق عمليات التعلم والتقليد والتوحد والتبني.

3. التفاعل الإجتماعي مع الأصدقاء والعناصر الإجتماعية الأخرى : التي يبدأ الفرد بالإتصال بها والتواصل والتفاعل معها بصورة مختلفة (شرطي المرور، البائع، البقال، عامل التنظيفات، عامل البريد...إلخ).

4. المجتمع : بعاداته وتقاليده وقيمه السائدة ومؤسساته المختلفة مثل: المؤسسات الدينية والإعلامية والإجتماعية والإقتصادية والسياسية... (المرجع السابق، ص 273) .  
وبما أن الإتجاهات ميولات مكتسبة بالخبرة والتقليد والمحاكاة وبالتفاعل مع البيئة المادية والإجتماعية، فإن أهم العوامل المساعدة على تشكيلها ما يلي:

### 1. تشكل الإتجاهات وفق إشباع الرغبات: عادة ما تنمو لدى الفرد إتجاهات إيجابية

نحو الموضوعات أو الأشخاص الذين يشبعون رغباته، وكذا الوسيلة التي تحقق

للفرد أهدافه، في حين نجد الإتجاهات السلبية تنمو إتجاه الموضوعات أو الأشخاص التي تعيق وصول الفرد إلى هدفه المطلوب.

## 2. تشكل الإتجاهات وفق المعارف المكتسبة: «تلعب الأحداث المعرفية كالتوقعات

والمعتقدات دورا هاما في إدراكنا للبيئة والمواقف، وفي تحديد توقعاتنا للتعزيز من الأحداث التي تصادفنا. وبالتالي السلوك الذي سوف يستخدم، وخاصة في المواقف الجديدة». (بشير معمريّة، مرجع سابق، ص84).

فمثلا الجماعة التي ليس لها علم عن محاسن ومخاطر عملية الإستسناخ فلا يكون لهم أي إتجاه حولها لا بالإيجاب ولا بالسلب.

## 3. تشكل الإتجاهات وفق الجماعة : تساهم الجماعة التي يعتبر الفرد عضوا فيها في

تكوين إتجاهاته، فالفرد الذي ينتمي إلى جماعة المثقفين تكون إتجاهاته إيجابية نحو الثقافة والتعليم، والفرد الذي ينتمي إلى الجماعة الدينية تكون إتجاهاته إيجابية نحو القيم والأخلاق والمواضيع الدينية ... وهكذا، كما تأثر الجماعات الأولية والجماعات المرجعية في تكوين الإتجاهات، فالجماعات الأولية المحيطة بالفرد مثل الأسرة من أهم العوامل المؤثرة في إتجاهاته فهي تحدد للفرد مواقفه وتخلق له الظروف التي تنمي فيه معتقدات ومشاعر معينة وبالتالي إتجاهات معينة، أما الجماعات المرجعية فهي التي لا يكون الفرد عضوا فيها في بعض الأحيان ولكنه يتوحد بها فتتشكل إتجاهاته على غرارها مثل شخص من بيئة فقيرة يتطلع إلى أن يكون عضوا في طبقة أعلى مما يجعله يبنذ إتجاهات جماعته ليتبنى إتجاهات الجماعة التي يتطلع إليها.

## 4. تشكل الإتجاهات وفق شخصية الفرد : تعتبر «الشخصية محصلة الخبرات الفردية

في بيئة ثقافية معينة من خلال تفاعل إجتماعي متميز ولهذا تحدد بناء شخصية الفرد عن طريق ملاحظة نموذج سلوكه العام وطريقة تفكيره ومشاعره». (فاروق مداس، 2003، ص146).

فإتجاهات الفرد جزءا من شخصيته وهي تعكس التركيبات النفسية حسب الفروق الفردية.

### سادسا : تغيير الإتجاهات

كما سبق وأن أشرنا إلى أن الإتجاهات الضعيفة تتميز بعدم الثبات والإستقرار فهي قابلة للتغيير أو التعديل، وأهم طرق تغيير الإتجاهات هي:

1. تعديل الخبرة المعرفية والإدراكية لموضوع الإتجاه: هناك بعض الإتجاهات تتكون نتيجة معلومات خاطئة غير صحيحة، والركيزة الأولى في تعديلها هي إعطاء المعلومات الصحيحة والحقيقية المتعلقة بالموضوع، مما يكتسب الفرد خبرة جديدة من نوع جديد تعدل من المحتوى المعرفي والإدراكي لإتجاهه.

2. التحكم في الشحنة الإنفعالية التي تصاحب الإتجاه : إن الشحنة الإنفعالية كما سبق وأن أشرنا هي التي تميز بين الإتجاه القوي والإتجاه الضعيف ، والتحكم في هذه الشحنة يمكن من التحكم في قوة الإتجاه وتعديله من الوجهة السالبة إلى الوجهة الموجبة أو العكس،

3. إخضاع سلوك الفرد للمعايير الإجتماعية : إن زيادة فاعلية المعايير الإجتماعية التي تعمل على تغيير سلوك الفرد تعمل على تغيير إتجاهاته بناءا على الضغوط الإجتماعية التي تؤثر على محتواه السلوكي.

4. إخضاع سلوك الفرد للموضوعية العلمية في التفكير : بمعنى أن يتدرب الفرد على التفكير العلمي الصحيح حتى تتكون عنده إتجاهات خاضعة لهذا التفكير.

5. تغيير الجماعة المرجعية : إذا غير الفرد جماعته المرجعية التي ينتمي إليها تتغير إتجاهاته حسب إتجاهات الجماعة المرجعية الجديدة.

6. الإتصال المباشر بموضوع الإتجاه : يسمح الإتصال المباشر بموضوع الإتجاه التعرف عليه من جوانب عديدة ، مما يساعد في تغيير إتجاهاته.

7. تغيير الموقف الإجتماعي : تتغير إتجاهات الفرد وتتعدل بتغير المواقف الإجتماعية.

8. التغيير القسري للسلوك : تؤذي الظروف الإضطرابية إلى تغيير قسري في السلوك تعمل عادة في تغيير إتجاهات الفرد.

9. أثر وسائل الإعلام : تعمل وسائل الإعلام على تقديم المعلومات والحقائق التي تساعد في تغيير الإتجاهات.
  10. تأثير الأحداث الهامة : يؤثر تغير الأحداث في تغيير الإطار المرجعي ، مما يؤثر في إتجاهات الأفراد.
  11. تأثير رأي الأغلبية والخبراء : يمكن تعديل إتجاهات الفرد بإستخدام رأي ذوي الخبرة والمكانة والأشخاص الذين يثق فيهم.
- (كامل محمد محمد عويضة، مرجع سابق، ص.ص 122-123)

### سابعاً: طرق قياس الإتجاهات

ومن بين طرق قياس الإتجاهات نذكر:

1. طريقة بوجاردوس Bogardus : ( مقياس البعد الإجتماعي ) إقترح العالم "بوجاردوس" سنة (1925) مقياس لقياس البعد الإجتماعي بين الجماعات القومية المختلفة. (محمود عمر ماهر، مرجع سابق، ص55)

حيث تهدف هذه الطريقة إلى قياس المسافات الإجتماعية بين الجماعات وتتضمن عبارات تمثل بعض مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الإجتماعي لقياس تسامح الفرد وتعصبه وتقبله أو نفوره من خلال سبع وحدات تمثل درجات متفاوتة لمواقف الحياة الواقعية، ويعتبر مقياس "بوجاردوس" من أسهل المقاييس في التطبيق، إلا أنه لا يقيس الإتجاهات المتطرفة تطرفاً كبيراً كما في الغضب الشديد وقد طبق "بوجاردوس" مقياسه هذا سنة 1926 على عينة تقدر بألفين من الأمريكيين لقياس إتجاهاتهم نحو 39 جماعة قومية. (عزت عبد العظيم الطويل، 1999، ص330)

توصل العالم "بوجاردوس" لمقياسه هذا والذي كان اول مقياس من مقاييس الإتجاهات وذلك بعد عدة محاولات قياس عبارات مواقف الحياة الدينامية للمسافات الإجتماعية.

2. طريقة ثرستون Thurstone : (المقارنة المزدوجة) إقترح "ثرستون" سنة (1927-1928) طريقة لدراسة الإتجاهات نحو عدد من الموضوعات وأنشأ عدة مقاييس متساوية الأبعاد ويتكون المقياس من عدد من الوحدات أو العبارات لكل منها وزن

خاص وقيمة معبرة عن وضعها بالنسبة للمقياس ككل، أما في طريقة إعداد المقياس وتقدير الوزن الخاص بكل عبارة فهي أن الباحث يجمع عدد كبير من العبارات قد تزيد عن مئة يرى أنها تقيس الإتجاه الذي يريد قياسه ونعطي مدى الموافقة أو الرفض أو التقبل أو النفور ثم يكتب كل عبارة على ورقة منفصلة ويعرض العبارات على مجموعة من المحكمين والخبراء في الميدان، ويطلب منهم أن يضع كل عبارة في خانة من 11 خانة بحيث تكون أكثر العبارات الإيجابية في الخانة رقم 1 وأكثرها سلبية في الخانة رقم 11 والمتوسطة في الخانة رقم 6 وهكذا ثم يحسب متوسط الدرجة التي قدرت لكل عبارة من قبل كل المحكمين وتكون قيمة المتوسط هي الوزن الذي يعطى له.

(السابق، ص.ص 330-331).

ويلاحظ أن هذا المقياس يستغرق وقتا وجهدا في إعداده وأن الأوزان قد تتأثر بالتحيزات الشخصية للمحكمين وقد استخدمت طريقة ثرستون في قياس الإتجاهات نحو الحروب ونحو معتقدات الكنيسة ونحو الزوج والصينيين.

3. **طريقة ليكترت Likert:** انتشرت هذه الطريقة سنة 1932 لقياس الإتجاهات نحو شتى الموضوعات وغالبا ما يتكون هذا المقياس من خمسة سلالم كل سلم يعبر عنه بعبارة القبول أو الرفض أو القبول المطلق أو الرفض المطلق أو الحياد مثل: غير موافق مطلقا-غير موافق-محايد-موافق-موافق جدا، ويطلب من المفحوص أن يضع علامة (X) في المكان الذي يوافق إتجاهه بالنسبة لكل عبارة إبتداء من الموافقة التامة إلى عدم الموافقة، والعلامة الموضوعية بين قوسين تبين تقدير درجة الإستجابة وعلى هذا فالدرجة المرتفعة تدل على الإتجاه الموجب والدرجة المنخفضة تدل على الإتجاه السالب، ويمكن جمع الدرجات التي يحصل عليها الفرد على كل عبارة من المقياس لتوضيح الدرجة الكلية العامة التي تبين إتجاهه العام مثال ذلك إذا كان لدينا عشر عبارات في المقياس فإن أعلى درجة يحصل عليها الفرد هي 50 وتدل على الموافقة التامة على الموضوع وأقل درجة يحصل عليها الفرد هي 10 وتدل على المعارضة

التامة، ويجب أن تختار عبارات مقياس "ليكرت" من عدد كبير من العبارات التي يمكن جمعها من إختبارات أخرى بحيث تكون محددة للمعنى وتوضح نوع الإتجاه سواء كان موجبا أو سالبا، ويفضل عدد متساوي من العبارات الموجبة والسالبة وتحسب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة وبين الدرجة الكلية للمقياس. (سلوى محمد عبد الباقي، دس، ص.ص. 89)

4. **طريقة جوتمان Guttman**: (المقياس التجمعي المتدرج) وضع "جوتمان" طريقة قياسه سنة (1947-1950) وتتخلص هذه الطريقة في محاولة إيجاد مقياس يشبه المقياس الذي يستخدم لكشف قوى الرؤية أو الإبصار عند الأفراد، فالفقرة التي يوافق عليها الفرد تدل على أنه موافق على ما سبقها من فقرات كقياس قوة البصر، فالعلامة التي يستطيع الفرد رؤيتها تدل على أنه إستطاع رؤية العلامات السابقة لها وهكذا تحدد قوة الإبصار بالتدرج في العلامات حتى يصل الفرد إلى أقصى علامة تحدد قوة بصره، كذلك يصل "جوتمان" إلى أقصى علامة تحدد إتجاهه نحو الموضوع. (أحمد محمد الطيب، مرجع سابق، ص. 99).

ويعتبر هذا النوع من المقاييس مقياس تجمعي صحيح حيث يستدل من خلاله على الصفوف التي رآها الفرد المفحوص من درجته النهائية وهو أحد الأسس العامة التي تميز المقياس الصحيح، إذ أن هذا الشرط لم يتوفر تماما في جميع المقاييس السابقة.

5. **طريقة أسكود Osgood**: (مقياس التمايز اللفظي) إقترحها "أسكود"، سوسي وطانينباوم" سنة 1957 لقياس معنى أو دلالة المفاهيم والفرضية التي تكمن وراء هذه التقنية هي أن معنى موضوع معين بالنسبة للفرد يشتمل ليس فقط على المعنى الذي يدل عليه، ولكن يأخذ بعد المعاني الدقيقة الأخرى المتضمنة للمفهوم أو التي يوحىها، وبمعنى آخر أن موضوع الإتجاه في هذه الطريقة يقدر على عدة مقاييس مكونة من عدة صفات ثنائية القطبين مثلا جيد-سيء، قوي-ضعيف، وهدفه التعرف على أين

يضع الفرد مفهوما معينا كالوطن والسياسة... وغير ذلك في الأبعاد التالية: البعد التقييمي وبعد القوة وبعد النشاط.

وإذا أخذنا على سبيل المثال كلمة سياسة فإنه يمكن تقديرها من طرف شخص معين على أنها غير مفضلة في البعد التقييمي وذات نفوذ في بعد القوة ونشطة نسبيا في بعد النشاط، وعلى كل يعتبر البعد التقييمي من أهم أبعاد هذا المقياس. (مقدم عبد الحفيظ، مرجع سابق، ص.ص 249-250).

إضافة لعدة طرق كطريقة "مورينو" للسلوك التعبيري و"أوزجود" لتمييز معاني المفاهيم وطريقة الانتخاب التي تعتمد على استمارة تتكون من عدة مواضيع وعلى الفرد أن يختار أهمها، ينتشر استعمالها في الحياة اليومية والانتخابات السياسية وهي طريقة سهلة غير مكلفة، وطريقة الترتيب التي تشبه طريقة الانتخاب حيث تقتضي تقديم عدد من المواضيع للفرد ومطالبته بترتيبها وفقا لاتجاهاته نحوها. طريقة التداعي الحر وهي شكل من أشكال المنبهات الإسقاطية تشير تداعيات وخاطر المبحوث حول موضوع ما عن اتجاهه نحوه بحيث يقدم للفرد كلمات ترتبط بموضوع الإتجاه المراد دراسته ضمن مجموعة أخرى من الكلمات. ويطلب منه ذكر أول كلمة تخطر عند سماعه لها، وكذا طريقة الصور الغامضة حيث قام فروم بالمقارنة بين استجابة مجموعة الأشخاص على استبانة تتعلق بالاتجاه نحو الحرب من جهة، وتفسيرات هؤلاء الأشخاص لمواد مصورة غامضة الموضوعات من جهة أخرى. وتبين له وجود علاقة وثيقة بين عاملي القومية والعدوان تظهر في استجابة المبحوثين على الإستبيان من جهة وبين تفسيراتهم للصور من جهة أخرى، وهي طرق نادرة الاستعمال. (جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي، دس، ص.ص 107-109).

إن لقياس الإتجاهات فوائد علمية في ميادين عدة بغرض معرفة شدتها ومدى ثباتها، ويهدف قياسها إلى :

- معرفة موقف الشخص أو المجموعة إتجاه قيمة إجتماعية معينة فإذا كانت تلك القيمة مما يجب العمل على تثبيت أركانه - التعاون مع الآخرين مثلا- فنبدأ



- بالوقوف على مدى قوتها لدى الشخص أو المجموعة ، وبعد هذا نستطيع أن نضع خطة التوجيه التي يكون من شأنها دعم تلك القيمة.
- معرفة السمة السائدة لدى الشخص الواحد أو لدى مجموعة من الأفراد إتجاه موضوع معين أو مجموعة من المواقف أو الحالات الإجتماعية.
  - قياس قوة إحدى القيم الإجتماعية بمنطقة معينة أو مجتمع معين.
  - تتبع التحولات الإجتماعية في ضوء التغيرات التي تقع في إتجاهات المجتمع.
- (يوسف ميخائيل أسعد، دس، ص255)

### خلاصة :

تلعب الإتجاهات دورا كبيرا في توجيه السلوك الاجتماعي في الكثير من مواقف الحياة بالقبول أو الرفض إزاء المواضيع الإجتماعية الجدلية وتمدنا في ذات الوقت بتنبؤات صادقة عن سلوكه في تلك المواقف، لذلك حاولنا في هذا الفصل أن نتعرف على ماهية الإتجاهات ملمين بجميع أبعادها السوسولوجية وإرتباطاتها الأكاديمية في الحياة النفسية والاجتماعية للفرد باعتباره يعيش في مجتمع يؤثر ويتأثر لغرض تحديد الموفق الذي يتبعه عضو مجلس الأمة في إتخاده للقرار الملائم قصد تفعيله بإتجاه الأهداف التي تسطرها الدولة وتسعى لتحقيقها.

## الفصل الثالث : التقويم الجامعي - الإمتحانات نموذجاً -

- 1- مفهوم التعليم الجامعي وأهدافه
- 2- التكيف الأكاديمي للطالب الجامعي
- 3- مفهوم التقويم الجامعي
- 4- الفرق بين التقويم وبعض المفاهيم الأخرى
- 5- أهداف التقويم الجامعي
- 6- أهمية التقويم الجامعي
- 7- خصائص التقويم الجامعي
- 8- وظائف التقويم الجامعي
- 9- أنواع التقويم الجامعي
- 10- أساليب التقويم الجامعي
- 11- معايير وأسس التقويم السليم
- 12- عيوب التقويم الجامعي

خلاصة

## أولاً : نشأة العلاقات العامة :

يصعب تحديد زمكانية نشأة العلاقات العامة أو التأكيد على مؤسسها وهذا ليس بالغريب لأن محاولة الإنسان لإقامة علاقات مع الوسط الاجتماعي المحيط به ومحاولاته لكسب تأييده قديمة قدم الوجود الإنساني من خلال اتجاه علاقته من البساطة إلى التعقيد سواء في وسائلها أو سعة نشاطها وسنحاول سرد نشأتها في تسلسل كرونولوجي نستطيع من خلاله ملاحظة أهم تطوراتها.

### 1. في العصور البدائية:

فالعلاقات العامة كمنشآت مارسها الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه، ومع ظهور التجمعات البشرية على شكل أسري وعوائل ومن ثم على شكل عشائر وقبائل... الخ ومع تدرجها على مر الأجيال ظهرت القرى والمدن والأقوام والأمم فكان رب الأسرة هو الذي يتحكم في مسار العلاقات العامة على مستوى أسرته ومنها إلى رئيس العشيرة (إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبو كنجو، 1999، ص.ص 23-24).

فقد كانت القبائل البدائية تحتاج إلى الإعلام للمحافظة على بقائها سواء في الحصول على مصادر لتتحقق تعاون وتماسك أفرادها وذلك في توفير الغذاء أو الوقوف في وجه الأعداء ولا يتم ذلك إلا عن طريق التفاهم بين هؤلاء الأفراد وإحساسهم بقوة الروابط التي تربطهم بعضهم ببعض. (جميل أحمد خضر، 1998، ص.ص 37-38).

حيث يعد نصب الأهرامات والمعابد والتماثيل والقبور واللوحات الفنية والكتابات القديمة ومختلف الفنون المعمارية في العالم القديم شهادة على أولى محاولات التأثير في سلوك الإنسان وكذا البلاغة اللغوية الرفيعة كوسيلة من وسائل الإقناع الأساسية حيث كان رئيس القبيلة يجتمع بأفراد قبيلته للتداول في الشؤون التي تخص القبيلة ليتمكن في ضوء ذلك اتخاذ القرار المناسب في إدارة الشؤون العامة.

## 2. في الحضارات القديمة:

تداخلت العلاقات العامة كنشاط متشعب في كثير من صور التفاعل لكل من حضارة وادي الرافدين ووادي النيل في الشرق والحضارة اليونانية والرومانية في الغرب حيث إهتم ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي في مناسبات كثيرة واهتمت الدولة بتسجيل ووصف الأحداث الهامة في المجتمع مثل الانتصارات الحربية والبعثات التجارية وإقامة الجسور وعرضها على الناس لكسب تأييدهم وإقناعهم بأن الحاكم حريص على مصالحهم وقضاياهم وأمورهم، كما كان يتم استخدام وجهات المعابد وجدرانها لنقش التعاليم الدينية وتصوير بعض الأحداث البارزة والتي تكشف عن عدة جوانب سياسية واقتصادية ودينية وفي ظل الحضارة الفرعونية، حيث عثر على وثائق كانت تصدرها الحكومات الفرعونية لتفخيم الحكام والإعلام عن منجزاتهم وأخبار الحروب والانتصارات العسكرية التي حققها الحكام. (إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبودة كنجو، مرجع سابق، ص25)

وفي بابل وأشور تمت عدة عمليات استهدفت التأثير على أفكار الجماهير واستثارت عواطفهم قصد الإشادة بأعمال القادة، حيث اهتم الملوك وحكام بالتأثير على عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم في أوقات الأحداث والانقلابات السياسية(\*) والعسكرية في الثورات وذلك عندما يتطلب الأمر مزيد من التفسير والشرح لتكييف أذهانهم مع الاتجاهات الجديدة، فكان لملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية كما توجه عن طريقها التعليمات مع اختيار الوقت المناسب لذلك. (حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، 1993، ص.ص 171- 172)

واختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية تستند عليه الآن إدارات العلاقات العامة الحديثة.

أما العلاقات العامة عند اليونان والرومان فقد توسعت أنشطتها فكانت تتم بالاتصال الإقناعي مع أفراد الشعب لاعتماد حضارتهم على ثقة الشعب وتأييده لحكومتهم، ذلك أنها كانت تعرف الكثير عن إدارة الشعب الحر وبعض مبادئ الديمقراطية وخاصة اليونانية

(\*) ومثال ذلك عندما إعتلى الملك "ميناس" العرش تم توحيد الوجهين القبلي والبيدي وأعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية تبين ذلك وتم وضع لها الرمز الذي يشير لذلك التوحيد، حيث وضعوا تحت العرش نبات البردي المجلوب من الجنوب مع زهر الزنبق المجلوب من الشمال.

فأخذت العلاقات العامة تنمو وتهتم بالاتجاهات السائدة وميولات الناس وتقاليدهم، كما كانوا يسمحون للشعب أن يوضحوا آرائهم وتساؤلاتهم وأفكارهم للمسؤولين. (حمدي عبد الحارس البخشونجي، 2000، ص.ص 48-49)

لذلك كان الاتصال يسير في الإتجاهين، وهذا يوضح الاهتمام الكبير بالرأي العام، فالعلاقات العامة قد حظيت بأهمية بالغة عند الحكومة فكانت تستمد سلطتها من قادة الراي وموهبة السفطائيين<sup>(\*)</sup> ورضا المحكومين، فقد عملوا الرومان قصار جهدهم من أجل إعطاء أهمية كبيرة للشعب وإدارته ويتجلى ذلك في العبارة المشهورة "أن صوت الشعب من صوت الله" و"إدارة الشعب من إدارة الله" وما طبع من نقش على واجهة مجلس الشيوخ عبارة "مجلس الشيوخ والشعب الروماني"، حيث استغل "يوليوس قيصر" الوقائع اليومية التي بدأت الظهور سنة 59 قبل الميلاد لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرض أعمال أعضائه وأقوالهم على الجمهور، كما استغل الإمبراطور "أوغستين" صحيفة الوقائع اليومية التي تكبر الزوج الذي يعيل أسرة كبيرة وتثني على الأسرة المترابطة وتسخر من الإنتحار كهروب من الواقع. (حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، مرجع سابق، ص.ص 173-174)

وإنتشار الإثراء والشعر وأهمها قصائد الشاعر "فرجيل" الموجهة للفلاحين لتحثهم على زيادة الإنتاج لمواجهة خطر النمو السكاني، وهي أهم وظائف العلاقات العامة

### 3. في العصور الوسطى :

فلقد تردت المجتمعات في ظلومات الجهل والإنحلال ولم يكن هناك مجال لتطوير العلاقات العامة فإنصب نشاطها في شؤون الدعوة الدينية، وعند ظهور المذهب البروتستانتي وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها في مأزق حرج تنشد الخلاص من هذا المذهب الجديد الذي إعتبرته خروجاً عن المسيحية وأهتتم الكرادلة تحت رعاية البابا

---

(\*) وهم أشخاص يحترفون الإقناع ويعرفون فنون الكتابة والخطابة ويتقنونها إتقاناً يجعل قدرتهم الإقناعية متفوقة بحيث يسهل عليهم دحر من يقف أمامهم.

بمسائل الإعلام والنشر لإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية بعد ظهور الكنيسة البروتستنتينية على يد "مارتن لوثر". (حسن محمد خير الدين، دس، ص5) إذ أنه نجح في إقناع العديد من الجماهير بمظاهر الظلم الذي كانت تمارسه الكنيسة الكاثوليكية وقد إعتد في دعوته الجديدة على مجموعة دعاة لهم القدرة على الإقناع.

#### 4. في عصر الفتحات الإسلامية:

لقد عنى الإسلام بالإنسان كرامته وأفكاره ورغباته فالدعوة الإسلامية قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة فلم تعتمد على انتهاز الفرص بل أنها اعتمدت على البرهان والإقناع والحجة حيث استخدم الرسول صلى الله عليه وسلم الإتصال الإقناعي بأساليبه في دعوته للإسلام وموضع هدفه لقوله تعالى: ﴿... وأدعو لسبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة...﴾ (سورة النحل، الآية 125)

كما انه دعا إلى المعاملة الحسنة لقوله تعالى ﴿...وجادلهم بالتي هي أحسن...﴾ (سورة النحل، الآية 125)

محددا اتجاه الإتصال المتبادل بين أفراد المجتمع وحرصه على مبدأ الشورى لما لذلك من أثر في تصفية النفوس وتقريبها من بعضها البعض لقوله تعالى ﴿...وأمرهم شورى بينهم...﴾ (سورة الشورى، الآية 38).

وكذا تجنب المكر والخداع والغش والإلتزام بالصراحة والدقة والصدق في استقاء المعلومات ونشرها في كلمات لبقة مستساغة لقوله تعالى: ﴿...ألم ترمي كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء...﴾ (سورة إبراهيم، الآية 24).

وكل هذا يعتبر من أساسيات العلاقات العامة في الوقت الراهن:

العلاقات العامة = (الأداء الحسن + الأخبار الصادقة)

فإذا كان يصعب على رجل المبيعات الترويج لمنتوج معين أو السياسي للإقناع بنظام سياسي معين، فكيف لأمة اعتناق دين جديد والالتزام بفروضه وسننه وعقائده؟ تلك أقرب السبل التي أستند إليها الرسول صلى الله عليه وسلم في نشره للدعوة المحمدية وتداولتها الدول العربية والحكومات الإسلامية في حل المشكلات الاجتماعية والتشجيع على التضامن وتقديم النصح والابتعاد عن التكتلات الحزبية والعصابات التنظيمية بتدعيم

خطب المناسبات الدينية كخطب صلاة الجمعة في إتصالها الجماهيري للتشاور في المشكلات اليومية للمجتمعات المحلية وكذا القضايا القومية للدول الإسلامية.

### 5. في العصور الحديثة:

رغم أن جذورها تعود لأمد بعيد إلا أنها كإصطلاح بمعناه الحديث لم يستخدم إلا في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر، فلقد شهدت هذه الفترة تطورا سريعا في ميدان الصناعة والإنتاج الضخم والذي كانت إحدى نتائجه ظهور العلاقات العامة، حيث كان "دورمان إيتون" من مدرسة بيل للقانون أول من استخدم هذا الإصطلاح في خطاب ألقاه سنة 1882 والمعنون بـ: العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية، ثم ظهر هذا الإصطلاح سنة 1906 ثم 1919 وهكذا حتى أصبح مألوفا في العشرينيات عندما ابتدع "بيرنيز" عبارة مستشار العلاقات العامة، فرغم ما قوبل به من سخرية على أنه إصطلاح مرادف لعبارة السكرتير الصحي إلا أنه بعد الحرب العالمية الثانية أصبح الإصطلاح راسخا في لغة إدارة الأعمال الأمريكية. (غريب عبد السميع غريب، مرجع سابق، ص37)

ولقد مرت العلاقات العامة بالمراحل التالية:

✓ **المرحلة الأولى:** تبدأ من عام 1900 إلى غاية قيام الحرب العالمية الأولى عام 1914 وقد اعتبرها بيرنز مرحلة إعداد وتخصيب.

✓ **المرحلة الثانية:** تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى وتتميز هذه المرحلة بظهور النشاط الحركي في مجال العلاقات العامة إذ يظهر التدخل الحكومي واضحا في عدد كبير من البلدان التي شملتها الحرب، ويأتي هذا الإهتمام في الولايات المتحدة الأمريكية بالأخص وذلك بدراسة الرأي العام للتعرف على مقوماتها للحصول على تأييده، وفي سبيل ذلك تقدمت أساليب قياس وتوجيه الرأي وإتصفت العلاقات العامة نتيجة لذلك بصفات إجتماعية وأخلاقية ونفسية تستند على إحترام الكيان الإنساني عن طريق التبصير والتوضيح والمساعدة العينية.

✓ المرحلة الثالثة: تقع في الفترة ما بين 1919-1929 وهي مرحلة النمو بسبب قوة الدفع التي إنطلقت إبان الحرب وتتميز هذه المرحلة بإزدهار واضح في أساليب العلاقات والممارسات الإعلانية التي ظهرت أثناء الحرب العالمية الأولى لتسويق البضائع وجمع الهبات.

✓ المرحلة الرابعة: من 1933-1945 وتمتد على مدى ظهور الأزمة العالمية الكبرى وهي الأزمة الإقتصادية التي إجتاحت العالم مما أستوجب تدهور العلاقات العامة، فجاءت الحرب العالمية الثانية لتشهد إنطلاق نشاط العلاقات العامة من جديد.

✓ المرحلة الخامسة: من 1945 إلى وقتنا الراهن نمو كبير جدا للعلاقات العامة وبلوغها مرحلة النضج، وكانت هناك محاولات لوضع دساتير أخلاقية للمهنة تحدد أدابها وقواعدها ومن أبرز الجمعيات التي إهتمت بهذا المجال "جمعية العلاقات العامة الدولية" و"جمعية العلاقات العامة الأمريكية" والتي وضعت دستورا للمهنة عام 1960 وعدلته 1963 ومحاولة "معهد العلاقات العامة البريطاني" الذي أصدر في 1970 دستورا للمهنة.

(ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي، 2005، ص.ص 225-227 )

فتبقى العلاقات العامة في تطور إلى الوقت الراهن حيث تشير الدراسات إلى أن نجاح أي مؤسسة في الوقت الحاضر مرهون بقدرتها على تكيف نفسها مع الظروف المحيطة سواء كانت سياسية أو إجتماعية أو اقتصادية أو تقنية. ويرجع في ذلك للجهود المتراكمة لكل من "روكفلر" و"أفي لي" و"إدوارد بيرنز" و"أموس كندال" و"جريزويلد" و"إيرل بنوسن" و بولين مانديجو" بالإضافة لبعض الرواد الذين ساهموا بشكل لا بأس به في خدمة العلاقات العامة وتطويرها وإعطائها المكانة اللازمة كـ: "كارل بوير" و"هاروود شيلدز" و"فرانكنبرج".... الخ.

وبصفة عامة فقد تطورت فكرة العلاقات العامة بظهور مفهوم الدولة، حيث أضحت الحكومات والهيئات العامة تعتمد على العلاقات العامة أي ما إعتاد في تعاملها مع



المواطنين والتجمعات الجماهيرية للسيطرة على زمام الأمور وفي رسم سياسات إقناعية تكسب بها ود الرأي العام.

### ثانياً : العلاقات العامة وبعض المفاهيم الأخرى

كثيراً ما يتم التداخل بين مفهوم العلاقات العامة وبقية مفاهيم فنون الإتصال الأخرى أو بينها وبين بقية علاقات التفاعل، ولإزالة هذا اللبس والغموض الذي قد يقع فيه الطالب سنحاول أن نوضح البعض من بين هذه الاختلافات:

1. **العلاقات العامة والإدارة :** تعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية الاستشارية للإدارة التي هي "نشاط لتحقيق الهدف بأحسن الوسائل وأقل التكاليف وبأفضل إستخدام للمواد والتسهيلات المتاحة.(بشير العلاق،دس،ص12) .  
فالعلاقات العامة تقدم النصح للإدارة ولكنها لا تستطيع أن تصدر قرار فيما تراه، أما إصدار القرارات فهو من إختصاصات الإدارة العليا وحدها.

2. **العلاقات العامة والدعاية:** تعمل العلاقات العامة على إقناع الجمهور وتحقيق تعاونه معها على أساس الثقة والتفاهم المتبادل وذلك عن طريق الإعلام الصادق، لكن الدعاية تمثل الجهود التي تسعى من خلالها للتأثير في الجماهير والسيطرة على سلوكهم، فهي أداة وقوة للسيطرة على المجتمع واستمالت أفكاره وإستغلال عواطفه وغرائزه، فهي وسيلة لا تمد الجمهور إلا بالمعلومات التي تتفق ووجهة نظر المؤسسو لكن العلاقات العامة مفهوم حديث يبحث في المنظمة عن أوجه القوة لتعزيزها وأوجه الضعف لعلاجها وينقل ذلك للجمهور، كما أنها تتقل مطلب وشكاوى واهتمامات الجمهور إلى السلطات العليا في المنظمة.(حمدي عبد الحارس البخشونجي، مرجع سابق،ص21) .

3. العلاقات العامة والإعلان: العلاقات العامة نشاط إنساني يستهدف الإقناع، أما الإعلان فهو عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة وبواسطة معلنين يدفعون ثمن لتوصيل معلومات معينة لفئات من المستهلكين.(المرجع السابق،ص23) .

فكلاهما نشاطان يسعيان إلى الإقناع باستخدام وسائل الإعلام ولكن الإعلان وظيفة تسويقية مدفوعة الأجر ويكون إتصالها في إتجاه واحد بحيث يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري، بينما العلاقات العامة وظيفة إدارية غير مدفوعة الأجر للقصص والأخبار التي تنتشرها وتستخدم وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي لأنها تعتمد على الاتصال ذو اتجاهين.

4. العلاقات العامة والإعلام: فالإعلام بمعناه السليم والدقيق هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب.(عبد اللطيف حمزة،1978،ص105)

ولهذا فالعلاقات العامة تعتمد على الإعلام الصادق لتعبئة الرأي العام والتأثير فيه والتأثر به، وذلك من خلال وسائله الإعلامية المختلفة .

5. العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية: تمثل العلاقات الإنسانية بمفهومها الواسع جميع العلاقات بين البشر والتي وجدت بوجود العلاقات بين الجماعات بهدف تقوية الروابط والصلات، ولا يمكن الفصل العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية فتمتاز العلاقات العامة بالعمومية أما العلاقات الإنسانية فهي جزء من الكل والهدف من كليهما هو تحقيق العلاقات الرشيدة السوية لصالح الفرد والمؤسسة والمجتمع فالعلاقات العامة كعلم يهتم بدراسة سلوك الأفراد والجماعات على أسس علمية سليمة والهدف من ذلك رعاية العلاقات الإنسانية وكسب ود الجمهور فيما يسمى بالتكيف الإجتماعي كهدف من أسمى أهداف العلاقات العامة.(شدوان علي شيبية،2005،ص.ص36-37).

6. العلاقات العامة والعلاقات الاجتماعية: بما أن العلاقات العامة هي فن دراسة التعاملات والاتصالات والعلاقات ما بين المنشأة والأفراد المكونين لجمهورها سواء الداخلي أو

الخارجي، ولتلك العلاقات التي هي سمة التجمعات الإنسانية جوانب عديدة اجتماعية وثقافية وإنسانية وغيرها فمهمة العلاقات العامة إيجاد الانسجام والتوازن بين تلك الجوانب لتجنب الصراع وعدم التكيف والاعتراب الذي قد ينشأ داخل التنظيمات فالعلاقات العامة تهتم بدراسة الجوانب الاجتماعية للسلوك بهدف إقامة علاقات إيجابية أما العلاقات الاجتماعية فهي تلك الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع، والتي تنشأ من طبيعة اجتماعاتهم وتبادل مشاعرهم والذي بالضرورة يهتم بالسلوك الاجتماعي ويكشف عنه التفاعل بين أعضاء الجماعات وهذا ما تهتم بدراسته العلاقات العامة بشقيها السلبي والإيجابي. (المرجع السابق، ص.ص 36-37) .

7. **العلاقات العامة والعلاقات الصناعية:** فالعلاقات الصناعية هي العلاقات الناشئة من العمالة أو التوظيف فهي أساس العلاقات العامة والتي تتفق معها في تعميم الممارسة الإنسانية في محيط الصناعة والنشاط البشري، وتختلف معها في الأغراض الخاصة والوسائل، فالعلاقات العامة تهدف إلى تزويد الجمهور (الداخلي والخارجي) بالحقائق عن واقع المؤسسة والأعمال الصالحة والإنجازات الطيبة، في حين أن العلاقات الصناعية تهدف إلى استخدام القوى البشرية والرقابة عليها ضماناً لإسهامها في العمل وتعاونها على أكمل وجه. (إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبود كنجو، مرجع سابق، ص 89) .

### **ثالثاً: أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية**

في ظل التقدم التكنولوجي وانتشار العولمة لم تعد مشكلة الدولة مشكلة إنتاج بقدر ما أصبحت مشكلة إقناع جمهور المواطنين وتحسيسهم بالانتماء والولاء وبقدر إقناعهم بالخدمات والمتوجات المحلية وهذا ما تركز عليه أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، فلقد اهتمت الكثير من الدول بأنشطة العلاقات العامة لضخامة حجم أجهزتها الإدارية واتساع مسؤولياتها اتجاه أفراد مجتمعاتها تماشياً والتطورات الطارئة عليها والناجمة عن التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وانتقالها من ممارستها لدورها التقليدي في المحافظة على الأمن الداخلي وصون ممتلكاتها وحماية حدودها لتشمل

أولويات التنمية المحلية والعالمية ودفع بعجلة التطور قدما إلى الأمام بالإعلام صادق للحقائق والتعليمات والقوانين واللوائح والإرشادات ضمن الاتصال الإقناعي ولتحسين الصورة الذهنية وذلك بـ:

1- تهيئة الرأي العام لنقل الأفكار المستحدثة والجديدة وإيجاد جمهور يساند أجهزتها الحكومية ويوفر التعاون بينها وبين جماهيرها ويساعد على تحقيق التكيف والتماسك الاجتماعي.

2- تقوم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بغرس روح المسؤولية الاجتماعية بين أفراد المجتمع للتغلب على العقبات والصعوبات التي تواجههم، ذلك أن المشاركة الجماهيرية توظف الإحساس بالمسؤولية.

3- تحقق العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لجمهورها الداخلي الخدمات المتنوعة وتكفل لهم الرعاية الاجتماعية وتهيئ لهم الحياة الهادئة والتي بدورها تنمي الإحساس بالانتماء والولاء. (بسام الحاج حسين، 1986، ص.ص 25-26) .

4- بحوث العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية توضح اتجاهات وعادات وتقاليد ومعتقدات ورغبات واحتياجات عامة الشعب، وهو المحك الرئيسي لسياساتها التنموية في رسم الخارطة التنظيمية للمجالات التنموية. (حمدي عبد الحارس البخشنونجي، مرجع سابق، ص 33) .

5- دعم ثقة الموظفين في الأجهزة الحكومية عن طريق إطلاعهم على الحقائق والمعلومات عن أهداف المؤسسة وسياساتها إنجازاتها وبرامجها وخططها المستقبلية والمزمع تنفيذها وكذا الإعلام بالمشكلات التي تواجهها

6- شرح ما يصدر من تشريعات وقوانين وقرارات وتوعية جمهور المواطنين في المجال المالي والاقتصادي من خلال تبسيط المعلومات المالية والاقتصادية.

7- تقوم بتنظيم وتحديد المسؤولية لأوجه النشاط وتحافظ على التعاون المتكامل بين جمهور المواطنين والأجهزة الحكومية.

8- تسهم العلاقات العامة في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية من خلال التغذية الراجعة لاتجاهات المواطنين.

9- تعمل العلاقات العامة على ضمان التفاهم ذلك أنها تسهم في تقليل السلبيات أو الأمراض الإدارية وتحسين الصلة بالجمهور.

10- مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية، كما تعمل حلقة وصل المؤسسة والمؤسسات الإعلامية والدعائية والتسويقية خارج الأجهزة الحكومية. فتزايدت أهمية العلاقات العامة عما كانت عليه وزادت ضرورتها الملحة في الأجهزة الحكومية لتحسين الصورة الذهنية ولتحقيق الصالح العام ويرجع ذلك لعدة أسباب:

✓ زيادة تشابك العلاقات العامة في المجتمع المعاصر وخروج اهتمامها من النطاق المحلي إلى النطاق العالمي.

✓ نشأة الحكومات المركزية الكبيرة وما تتبعه من فلسفات وأيديولوجيات مختلفة مما استوجب بذل أجهزتها جهوداً للتعريف بنفسها وشرح سياساتها وتعبئة الرأي العام لقبولها.

✓ التطور الاقتصادي الكبير وزيادة عرض الإنتاج، الأمر الذي تطلب أسواق جديدة في ظل المنافسة والاستعانة بتأييد ثقة المستهلكين والتعرف على آرائهم وانطباعاتهم إزاء السلع والخدمات المعروضة.

✓ ظهور آثار سلبية للهجرة من الريف إلى المدينة وما ترتب عنها من تغيرات في فئات المجتمع وآثارها على المستوى القومي مما أدى بالاهتمام ببحوث الرأي العام ودراسة التركيبة الاجتماعية للسكان وعناصرها وتحولاتها وهو أحد اختصاصات نشاط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية. (محمد عبده حافظ، 2009، ص، ص41-43).

✓ تعاضد قوة الرأي العام وانتشار الديمقراطية وازدياد ثقافة ووعي الجماهير الأمر الذي قادهم لطلب الحقائق والمعلومات من الأجهزة الحكومية وهذا يدعم نشاط العلاقات العامة للجهاز الحكومي لضمان الصالح العام (فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص 24).

✓ ظهور النقابات العمالية والمهنية للجمهور الداخلي ( دور نقابات العمال ) ففي ظل التقدم التكنولوجي وانتشار الثورة الرقمية والتطورات التي رافقت الأقمار الصناعية ومبدأ الفضاء المفتوح، فلم تعد مشكلة الدولة مشكلة إمكانيات مادية وتوسعات

صناعية بقدر ما أصبحت مشكلة إقناع المواطنين وتحسينهم بالانتماء والولاء وبقدر إقناعهم بالخدمات والمنتجات المحلية وهذا ما تركز عليه أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية للترويج المحلي وسعيها للتغيير الإيجابي والتوعية والتحسيس بالمسؤولية لتحقيق الغاية المنشودة للأبعاد التنموية.

أما من وجهة نظر الكونجرس الأمريكي فيدعم أهمية العلاقات العامة في أجهزته للأسباب التالية :

✓ من خلال برامج العلاقات العامة تستطيع الحكومة أن تضعف الرقابة الشعبية على عملها وبالتالي إضافة رقابة السلطة التشريعية على السلطة التنفيذية وذلك لأن كليهما منتخب من طرف الشعب

✓ قد تلجأ الحكومات إلى الاستعانة بالعلاقات العامة للحصول على تأييد الجمهور لبرامجها بصرف النظر عن هذه البرامج

✓ قد تستغل الحكومات برامج العلاقات العامة المنمقة لتغطية عيوب التنفيذ وسوء الإدارة .

✓ قد تستعمل الحكومات العلاقات العامة لتبرر بعض من تصرفاتها ولتغطية فشلها أمام الرأي العام

(ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق، ص.ص 311-312)

#### رابعا: أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

ليس هناك شك في أن أهداف أي جهاز من الأجهزة الحكومية ما هو إلا تجسيد للنتائج النهائية التي ترغب الدولة تحقيقها محاولة لرسم آفاقها المستقبلية وتحديد إستراتيجية لمشاريعها التنموية، لذلك تسعى العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لتحقيق أهداف عديدة وحسب الدراسة التي أجريت على تسع وعشرون (29) مؤسسة حكومية وعامة توصلت لمجموعة من الأهداف تعمل الأجهزة الحكومية لتحقيقها وذلك حسب أهميتها:

1- الإعلام عن أهداف الأجهزة الحكومية وأوجه نشاطها.

- 2- كسب ثقة الرأي العام والعمل على كسب تأييد وتواصله مع الأجهزة الحكومية وذلك بإمداده بالمعلومات الصحيحة والحقائق ومشروعاتها وخدماتها.
- 3- شرح سياسة الدولة لجمهور المواطنين من خلال شرح أهداف نظامها السياسي والاجتماعي والاقتصادي السائد.
- 4- مكافحة الإشاعات الضارة والمعرضة للأجهزة الحكومية.
- 5- نشر الوعي داخل الأجهزة الحكومية.
- 6- دعم العلاقات بين الأجهزة الحكومية وبقية المنشآت سواء الخدمية أو الصناعية.
- 7- شرح سياسة الجهاز الحكومي للجماهير الداخلية والخارجية من مقيمين أو مغتربين.
- 8- تقديم الخدمات للجمهور الداخلي في الجهاز الحكومي.
- 9- ربط الموظفين والعاملين بعضهم ببعض بعلاقات وطيدة وخلق روح التعاون والتفاهم المثمرين .
- 10- خلق صورة ومركز جيد للجهاز الحكومي في أذهان المواطنين والمغتربين وكذا المتعاملين داخل البلاد وخارجها.
- 11- التعرف على متطلبات جماهير الجهاز الحكومي بالخارج ورفعها للإدارة.
- 12- دعم العلاقات التكاملية بين الجهاز الحكومي وبقية الأجهزة الأخرى.
- 13- نشر الوعي بأهمية الخدمات التي يقدمها الجهاز الحكومي وإرشاد المواطنين بما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة.
- 14- تنمية أسباب التفاهم المتبادل مع المتعاملين في الخارج.
- 15- رفع المستوى الثقافي والاجتماعي للعاملين بالمنشأة.
- 16- دعم التعاون المثمر بين العاملين والإدارة.
- 17- التعرف على متطلبات المتعاملين مع الجهاز الحكومي بالداخل ورفعها إلى الإدارة.
- 18- خلق صورة ومركز جيد للجهاز الحكومي في أذهان المتعاملين خارج البلاد.
- 19- الترويج لخدمات الجهاز الحكومي وكذا منتجات المحلية.
- 20- رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم.
- 21- تنمية أسباب التفاهم المتبادل مع المتعاملين داخليا.

22- التبصير بأنسب الوسائل لزيادة الكفاءة

(محمد نجيب الصرايرة، 2001، ص.ص 19-20)

وهناك من قسم أهداف العلاقات العامة حسب نوعية جماهيرها كالتالي:

ا. أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية مع جمهورها الداخلي:

- ✓ إمداد العاملين بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالجهاز الحكومي تاريخه وأهدافه وسياساته وأنشطته وغيرها مما يلزم توفرها.
- ✓ رفع الروح المعنوية للعاملين وإعلامهم بمستوى تقدمهم بصفة مستمرة وبأهمية الأعمال التي يؤدونها.
- ✓ تنمية شعور الإنتماء والولاء والاعتزاز لشد ارتباط العاملين بالجهاز الحكومي.

ا. أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية مع جمهورها الخارجي

- ✓ إيجاد سمعة جيدة وصورة ذهنية طيبة ومركز متميز للجهاز الحكومي لدى الجماهير
- ✓ الإعلام عن نشاط الجهاز الحكومي وخدماته وسياساته وكافة جهوده المبذولة.
- ✓ الإتصال الدائم بأجهزة الإعلام المختلفة والمحافظة على علاقة حسنة ومستمرة معها.
- ✓ إيجاد رأي عام إيجابي ومؤيد للجهاز الحكومي على المستوى القومي.

(هدى لطيف، 1997، ص.ص 47-48)

خامسا : وظائف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

يصعب على إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لأي دولة إدارة نشاطها دون فهم عميق لنظامها السياسي والذي يعتبر بالمفهوم الحديث النسق المتكامل من المبادئ والأفكار والقيم والإيديولوجيات والعقائد التي تسود أي مجتمع فضلا عن المؤسسات التي تعلن بها الدولة شخصيتها وتمارس بها سياساتها. (علي بن فايز الجحني (أ) 2001، ص 186) ولقد أجمع العديد من المفكرين على أن وظائف النظام السياسي أربعة

هي:



- I. **الوظيفة العقدية:** وهي أولى الوظائف الأصلية للنظام السياسي المعاصر إذ أن لكل دولة أو جهاز حكومي عقيدة أو أيديولوجية يعبر عنها ويبشر بها ويعدها على أنها مضمون يتحدى به (علي بن فايز الجحني(ب)، 2006، ص162) .
  - II. **الوظيفة التطويرية:** وهو السعي الفعال لجعل المكونات والأطر التشريعية أو التنظيمية في تطور دائم لتجنب التطورات الداخلية التي يمكن أن تحدث نتيجة ظهور مستجدات، فالتطور السياسي يعني عملية التفاعل الذاتي مع الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وتدخل الحكومة وأجهزتها بما يكفل الصالح العام واقتراح النظم وتعديل الخطط والآليات واستراتيجيات والتعبير عن الحقائق الاجتماعية المتجددة بحيث يصبح الإطار النظامي رداء صالح لهذا الجسم في صورته الجديدة. (علي بن فايز الجحني(أ)، مرجع سابق، ص191) .
  - III. **الوظيفة التوزيعية:** وهي تحقيق العدالة التوزيعية بحيث تتناسب مع مقتضيات التطور بما يفرضه هذا من سرعة وحزم ويسمو على مستوى المصالح الفردية أو النزعة الذاتية. (مهنا الصالحي ومحمد نصر، 1985، ص273) .
  - IV. **الوظيفة الجزائية:** وهي المرتبطة بتحديد ما يقع على عاتق الدولة بخصوص التقصير والمخالفات التي قد تحدث داخل المجتمع فهي تسعى لحماية الوظائف الأخرى. ومن الجدير بالذكر أن وظائف النظام السياسي في الدول العربية الإسلامية يركز على علوم الدين والدنيا في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتدعيم التكافل الاجتماعي وتوفير العدالة الاجتماعية والمحافظة على الأمن والاستقرار بصد الاعتداءات ورفع مستوى الرعاية في المجتمع في جميع المجالات. (عمر عودة الخطيب، 1993، ص146) . وهي تعتبر القواعد الأساسية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
- ولكي يكون النظام السياسي في أية دولة نظاما فعالا منسجما مع ذاته وشعبه برضي متبادل فإنه لابد أن يخضع لجملة من القواعد وهي وظائف إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية؛ وهذا ما أحدث جدل كبير بين الأكاديميين والممارسين حول ماهية

الأنشطة التي تؤدي داخل إدارة العلاقات العامة حيث يرجعها البعض إلى الوظائف الآتية:

1- الحصول على المعلومات من المواطنين عن طريق إجراء بحوث حول الاتجاهات والرأي العام وتحليل مضمون وسائل الإعلام وتوفير سبل مناسبة لتلقي شكاوي واقتراحات الجمهور.

2- تقديم معلومات للمواطنين لشرح وتفسير السياسات والقرارات وتحديد الأعمال المزمعة.

3- المساهمة في تحديد المجتمع عن طريق وضع البرامج المخططة التي تهدف إلى توسيع مداركه وآفاقه للحصول على دعمه وتأييده وكذا تغيير أنماطه السلوكية تغييرا إيجابيا لتحقيق الصالح العام. (عبد الرحمن العناد، 1994، ص.ص 52-57)

أما (Samblack) فيشير إلى أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لها وظيفتين : أولهما: تقديم المعلومات الدقيقة بصورة منتظمة عن خطط الحكومة وسياساتها وإنجازاتها للمواطنين وكذا إعلامهم بالقوانين والأنظمة والإجراءات التي تتعلق بحياتهم. وثانيهما: تقديم الشورى للمسؤولين والمحكومين خاصة بالنسبة لردود الفعل الحالية والمتوقعة حول السياسات الموجودة أو المرتقبة وإمداد الحكومة بالمشكلات البيئية وأهم القضايا التي تشغل الرأي العام. (محمود يوسف، 2009، ص 90) .

ولكن لا تكفي هاتين الوظيفتين لتحقيق أهداف العلاقات العامة بل لابد من وجود عدة وظائف أساسية مكملة والتي أمكن اكتشافها ومعرفتها خلال البحث العلمي في مجال العلاقات العامة والممارسة الفعلية لها، حيث رجحت من طرف معظم الباحثين على أنها خمس وظائف:

1- **البحث:** خطوة جمع المعلومات للإجابة على التساؤلات الواردة لحل المشكلات الاجتماعية، حيث ويقصد به «قيام جهاز العلاقات العامة بإجراء الدراسات المتصلة بقياس الرأي العام لفئات الجماهير الداخلية والخارجية المتعاملة مع المؤسسة». (مختار التهامي وآخرون، 1980، ص 42) .

ومن هنا نجد أن البحث عن الحقائق هو إلقاء نظرة فاحصة ومتأملة في الماضي لتحديد جذور المواقف والظروف التي تحيط بالأجهزة الحكومية والأبعاد الاقتصادية منها والاجتماعية واتجاهاتها نحو المستقبل.

2- **التخطيط:** تزدهم التعاريف المختلفة للتخطيط فهناك من يعتبره اختيار بين البدائل للسياسات التنظيمية وهناك من يعتبره التقرير سلفاً لما يستوجب على المنظمة عمله، فبالنتبؤات والاستعدادات المستقبلية لأوضاع الدولة يعتبر التخطيط لأجهزتها هو «تحديد أهداف الجهاز الحكومي ووضع سياساته وتحديد طرق العمل وإجراءات تنفيذه وإعداد الميزانيات التقديرية لأنشطته المختلفة، ثم وضع البرامج الزمنية بناء على ذلك، ووضع السبل للتحقق من إنجازها بما يحقق الموضوعية». (صالح خليل أبو إصبع، 2009، ص181).

3- **الاتصال:** فالالاتصال هو نقل المعلومات بين الموظفين ورؤسائهم على مختلف

الاتجاهات والمستويات الإدارية في المنظمة (Ghosheh Zahi, S A, p46)

وحسب رأي "لازويل" الذي يرى أن الاتصال هو أداة التحكم في الجماهير من جانب السلطة الحاكمة أو الصفوة، فالالاتصال هو استخدام الرموز لتنفيذ السياسة بدلاً من استخدام أساليب العنف التقليدية. (محمد سعد أبو عامود، 2009، ص100).

4- **التنسيق:** وهو محاولة التوفيق بين الإدارة العليا للجهاز الحكومي من ناحية ومديري إدارته الفرعية من ناحية أخرى ضمن استراتيجيه مرسومة لتحقيق الاتصال الفعال بالجمهور الداخلي والخارجي.

5- **التقويم:** التقويم هو التحري عن نواحي القصور، وتشخيص الأخطاء التي تصاحب عملية التنفيذ الميداني أو العملي تمهيداً للقيام بإصلاح الخطأ وإبعاد الإخفاقات أو السلبيات، ويمكن إجراء ذلك بشكل مستمر من بداية التنفيذ وحتى مرحلة النتائج وتقييم أثارها.

فالتقويم يهدف إلى إظهار مواطن القوة والضعف ليتم تحديد تخطيط لبرامج مستقبلية بناء على الدروس المستفادة من عملية التقويم.

ومنه تحقيق إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لوظائفها بشكل سليم ومتكامل سيؤدي لتحقيق أهدافها بفعالية وكفاءة عالية لأنها غاية تسعى الدولة للوصول إليها ووظائف العلاقات العامة في أجهزتها هي الوسيلة الوحيدة التي من شأنها أن تحقق لها ذلك.

### سادسا : جماهير العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .

يعتبر العنصر البشري هو العنصر الحاسم الذي يتوقف عليه نجاح الدولة أو أي جهاز من أجهزتها، وفي ظل هذه التحديات التي شهدتها العالم في أواخر العشرية الأخيرة من القرن الماضي لم يبقى لأي دولة الخيار سوى الرهان على مواردها البشرية، إذ تعتبر هذه الأخيرة نسيج معقد يصعب التحكم في آلياته.

فكلمة جمهور تعني عند علماء الاجتماع عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام واحد يعرفون به، ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع أعضائه وتشعرهم بالوحدة والتي تتفاوت درجتها من جمهور لآخر، ليصبح وحدة تكاملية أكثر منه فئة جماعية.(غريب عبد السميع غريب، مرجع سابق،ص216)

أما من وجهة نظر خبراء العلاقات العامة فالجمهور جماعة من الأفراد تقع في محيط نشاط منشأة أو مؤسسة معينة تأثر عليها وتتأثر بها وتتسم بطابع مميز

(www,26se.net /18-10-2010/11:45h)

حيث أن الجمهور يختلف في حجمه فقد يكون صغير في أحيان وقد يكون كبير في أحيان آخر وقد يختلف الجمهور حسب خصائصه المونولوجية أو حسب الحالة العائلية أو حسب المذاهب الدينية أو الانتماءات الحزبية، فمعرفة بواعث سلوكياته وكيفية تكوين اتجاهاته وأحكامه من أهم مسؤوليات خبير العلاقات العامة ليتم على ضوءها رصد فئات الجماهير التي له علاقة بها، وليتم التحكم في حجمه والتأثير على اتجاهه للوصول لتوافق اجتماعي لنسيج متكامل بين الأجهزة الحكومية وجماهيرها سواء موظفين أو عامة الشعب فالجمهور أهم متغير في العملية الاتصالية، فإن لم يكن لدى خبير العلاقات العامة فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العلمية والعملية وخصائصه الأولية، فإن خلفياته وتجاربه

وعواطفه وتعليمه وثقافته وظروفه النفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية تحد من قدرته على التأثير والتأثر وما يعتريه من تغيرات سواء في الفئات أو الصفات،

ويمكن تصنيف أنواع الجماهير في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى نوعين رئيسيين هما:

1. **الجمهور الداخلي:** ونقصد به موظفي الدوائر الحكومية والمؤسسات العامة والشركات العامة والإدارات المحلية وكذا النقابات العمالية، فتقة الموظفين في الإدارة وعدالتها وحرصها على مصلحتهم تساعد على تحسين الصورة الذهنية للإدارة. (محمد منير حجاب، 2007، ص107)

فجمهور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لا يقتصر على فئة أو صفة معينة بل يشمل كافة الموظفين باختلاف مستوياتهم الإدارية وفروعهم المهنية حيث تسعى العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لإقامة علاقات طيبة مع موظفيها باعتبارهم المرآة العاكسة

لصورة الإدارة والجهاز الحكومي وللدولة بصفة عامة وذلك لتحقيق مجموعة أهداف منها مايلي :

- ✓ الحصول على ثقة الموظفين وضمان تأييدهم لسياسة المنظمة.
- ✓ الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.
- ✓ اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.
- ✓ توعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

(www.minshawi.com/18-10-2010/09:45H)

بالإضافة لـ\_\_\_\_\_:

- ✓ لخلق بيئة مناسبة للموظفين، وتحسيسهم بالبعد الإنساني
- ✓ تدعيم الاتصال الداخلي بنوعيه الصاعد والنازل، الرسمي وغير الرسمي.

2. **الجمهور الخارجي:** ونقصد به مجموعة الأفراد المستفيدين من خدمات الجهاز بحيث ينقسموا إلى قسمين:

✓ **الجمهور الخارجي المحلي:** ويتمثل في الجمهور الذي يكون موقعه داخل الدولة كالمراجعين من الأفراد والمؤسسات وبقية الدوائر والأجهزة الأخرى وكذا وسائل الإعلام سواء الموالية للدولة أو المعارضة.

✓ **الجمهور الخارجي الدولي:** ويمثل الجمهور الذي موقعه خارج الدولة مثل بقية الدول التي تربطها به علاقة وكذا المنظمات الدولية التي لها علاقات مباشرة مع الدوائر الحكومية كاليونيسيف واليونيسكو وجامعة الدول العربية

(منال طلعت محمود، 2002، ص346)

وبصفة عامة الجمهور الخارجي كل شخص أو مؤسسة أو هيئة لها علاقة بالجهاز الحكومي وتستفيد من خدماته وتكون خارج إطاره التنظيمي، سوء كانت أجهزة الحكومية أخرى أو إدارات خاصة أو وسائل الإعلام - معارضة أو موالية- وبتعاملات مباشرة أو غير مباشرة، والتي تتميز بالصدق والشفافية بحيث تعمل على تحقيق عدة أهداف منها :

✓ قياس الرأي العام والتعرف على اتجاهاته نحو الجهاز.

✓ إعلام المسؤولين بنتائج هذا القياس لتمكينهم من اتخاذ الإجراءات المناسبة حيال هذا التوجه.

✓ إبلاغ الجمهور الحقائق الخاصة بالجهاز من حيث أهدافه وفلسفته وسياسته

✓ مقاومة الدعايات المغرضة وإيجاد تفهم كامل وودي نحو الجهاز.

✓ تعريف المواطنين برسالة الجهاز وإبراز الجهود التي يبذلها الجهاز لصالح الوطن والمواطنين.

✓ إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات التي تساعد على تكوين رأي إيجابي وصحيح نحو الجهاز،

✓ التأكد من أن الأخبار التي تنشر عن الجهاز صحيحة ومناسبة مع العمل على تصحيح الخاطئ منها.

✓ دعم علاقة الجهاز بقيادة الرأي العام كونهم قادرين على التأثير على قاعدة كبيرة من الجمهور.

(www.prarabic.com/23-01-01/10:35H)

ومن أهم وسائل خدمة الجماهير إختيار العناصر الصالحة المتفهمة لدورها في خدمة الجمهور لوصول الخدمة بسهولة ويسر إلى جماهير الشعب وذلك بتدعيم اللامركزية الإدارية وتفويض السلطات وتبسيط الإجراءات، خاصة ما كان منها له علاقة مباشرة بخدمة الجماهير. (منال طلعت محمود، مرجع سابق، ص45)

فالعلاقات العامة الناجحة تضع الجمهور الداخلي والخارجي محل الاهتمام والدراسة بحيث يكون الهدف هو التعرف على آراء واتجاهات وميول جماهيرها الداخلية والخارجية على حد سواء، وذلك لتحقيق الصالح العام لدى عامة الشعب، ويدعم ذلك الرئيس الأميركي جورج واشنطن بقوله «ان من واجب الدولة ان تعرف الجمهور بنشاطاتها حتى تأمل كسب وتأييد الرأي العام لها».

(www.alanba.com/17-02-)

(2011/16:28H)

### سابعا: الأي العام.

تعاطمت أهمية الرأي العام في أغلب دول العالم سواء العربية منها أو الغربية، متقدمة منها أو نامية نتيجة تطور أوضاعها السياسية والاجتماعية والثقافية، وكذا انتشار وسائل الاتصال السلوكية واللاسلكية ومطالبة الشعوب بالتغيير، فمن الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية التأثير الإيجابي على الرأي العام ومحاولة كسب تأييده لسياساتها الداخلية بإعتباره أهم سمي من سمات جماهير الأجهزة الحكومية، هذا ما يدفعنا لتحديد مفهوم الرأي العام وبعض من مقوماته.

فينسب البعض الاستخدام الأول لعبارة الرأي العام لـ"روسو" في سنة 1744م مستخدما إياه للإشارة للعادات الاجتماعية وسلوكيات المجتمع، وتوسع إستعمالها من طرف الكتاب الفرنسيين للإشارة للظاهرة السياسية المقترنة بالضمير العام. (9)

(Vincent Price,1992P)

والرأي العام باعتباره نتاجا لعملية تفاعل اجتماعي داخل جماهير الأجهزة الحكومية سواء الداخلية أو الخارجية فيعرفه الدكتور "إسماعيل علي سعد" أن الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي كالأفراد والتنظيمات، والتي يمكن أن تؤثر في تشكيلها من خلال عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي. (إسماعيل علي سعد، 1981، ص150)

### 1. المقومات الاجتماعية لتكوين الرأي العام :

✓ العادات والتقاليد والقيم المتوارثة: تمثل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة كبداهيات وقيم لها تأثير كبير يستلهمها الجمهور في تكوين الرأي العام حول القضية المطروحة للنقاش، فالشفافية والانفتاح حيث تختلط قيم التحذيث بمورثات المجتمعات الأهلية سواء طائفية أو عشائرية تعمل على تفتيت الرأي العام. (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص159)

✓ الدين : يعد أحد مقومات التراث الثقافي والذي بطبعه من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل ويتميز بشدة التأثير في توجيه الرأي العام في معظم الشعوب والجماعات والأفراد. (شدوان شيبه وطارق الخليفة، 2009، ص256)

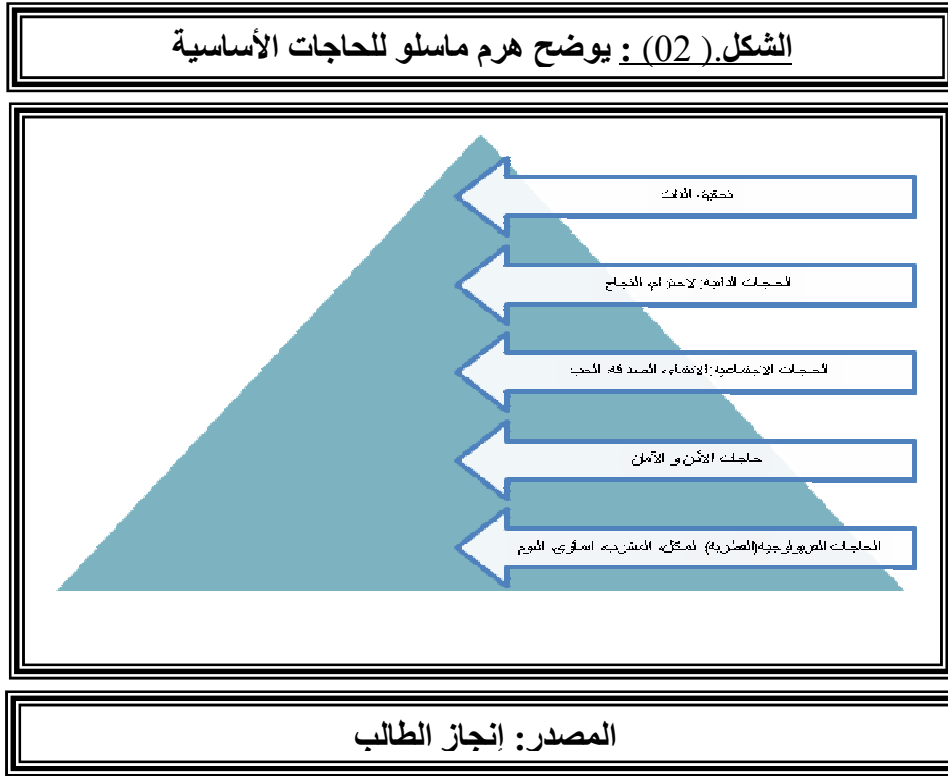
✓ مؤسسات التنشئة الاجتماعية: يذكر علماء مدرسة التحليل النفسي أن خصائص الشخصية تتكون خلال السنوات الخمسة الأولى في حياة الطفل وأن كل ما يأتي بعده ماهو إلا تقوية للخيوط التي نسجتها الأسرة والبيئة. (جميل أحمد خضر، مرجع سابق، ص169)

ولاشك أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية التي تركز على الإذاعة والتلفزيون في اتصالاتها مع جماهيرها تكسب أكبر عدد من أفراد الأسرة والتي يتأثر صغارها باتجاهات أوليائهم .



- ✓ **الحوادث والمشكلات:** وهي من العوامل الهامة التي تهز المجتمع وتعمل على تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام والذي قد يكون دائماً أو مؤقتاً. (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص160)
- ✓ **الزعماء والقادة:** يلعب الزعيم أو القائد دوراً مهماً في حياة الناس وأرائهم، بتجسيده الملامح الأساسية لمواطنيه. (المرجع السابق، ص161)
- ✓ **النظام السياسي ودور الحكومة:** الأوضاع السياسية ومهما اختلف خطها الفكري تلعب دوراً مهماً في تكوين الرأي العام، فالدول المستبدة والدكتاتورية الراضية لكل أشكال المشاركة السياسية وغياب الحرية وإحلال الخوف يتميز برأي عام مكبوث ينعدم في ضوءه للتعاطف والتضامن والثقة بين الشعب وحكومته، فالحيات الحزبية في بيئة تتميز بالحرية والانفتاح ضرورة من ضرورات النظام السياسي. (منال طلعت محمود، مرجع سابق، ص126)
- ✓ **الوضع الدولي:** تمثل البيئة الدولية عاملاً مؤثراً قوياً في الرأي العام وفي جوانب الحياة السياسية والثقافية داخل الدولة، والذي لا يؤثر على الرأي العام داخل الدولة فقط وإنما على الرأي العام العالمي، وخير مثال على ذلك الوضع الدولي وتأثير الانتفاضة التونسية على الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي المصري وكذا على الثورة الليبية واليمنية والسورية و... و...
- ✓ **النظام الاتصالي ووسائله:** لوسائل الاتصال دور كبير في تكوين الرأي العام وذلك من خلال ما تحمله من مضمون ووفقاً لأهدافها ومنهجها الاتصالي لذلك إهتمت الأغلبية الدول على اختلاف أيدلوجياتها ونظم حياتها بتنمية وتعزيز أجهزة الإعلام المؤيدة لسياساتها. (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص162)
- فلا يقتصر دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على إقناع الرأي العام بسياسة الجهاز الحكومي وإنما يمتد ليشمل الاستجابة لما هو مناسب من آراء واتجاهات الجمهور الذي قد يفرض على الجهاز تغيير سياسته، فسياسة الجهاز يجب أن تتحدد على أساس احتياجات جماهير الجهاز الحكومي والتي تتولد نتيجة الحرمان الذي يولد عدم الاستقرار

والتي قد بينها الإسلام كقواعد للحياة لقوله تعالى ﴿...إن لك أن لا تبوء فيها ولا تعمرى، وإنك لا تطمأ ولا تصحى...﴾ (سورة طه، الآية 118-119).  
وبدوره "إبراهيم ماسلو" قد صنفها كالتالي:



## 2. وظائف الرأي العام:

ظاهرة الرأي العام ظاهرة قائمة في كل المجتمعات العربية منها أو الغربية إلا أن درجة فاعليته تختلف تبعا إيديولوجية نظامها القائم وتوجهاته، لذلك تسعى الحكومات بكل أجهزتها وباختلاف طبيعة نظمها السياسية لدراسة توجهاته ومدى قوته والبحث في عوامل كسب تأييده وذلك لتعدد المهام المنوطة به وهي على النحو التالي:

✓ التأثير على القرار السياسي: في الدول الديمقراطية تعتبر السلطة سلطة الشعب لذلك من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تبنى على الرأي العام الذي ينعكس على نشاط أجهزتها.

✓ التأثير على الانتخابات: تسمح عملية التصويت في الدول الديمقراطية باختيار القيادات السياسية وبتشكيل سياسة قومية لزعماء في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

✓ يعد أحد العوامل المؤثرة على الحكم: فالمسؤولين في أي حكومة يفترض أنهم يمثلوا الشعب تمثيلاً صحيحاً ويعكسوا الرأي العام لذلك الكثير من الحكومات تضع وتمارس سياساتها على هدى اتجاهات الرأي العام.

✓ المتابعة السياسية: فمهمة الرأي العام لا تقتصر على مجرد الانتخابات بل تمتد لتشمل جوانب أخرى في الممارسات السياسية مثل مناقشة الحاكم وإستجوابه وتقديم النصح إن إدعى الأمر.

✓ إنجاز خطط الدولة: يعمل الرأي العام على إنجاز خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يعمل على تحفيز المواطنين بالمشاركة في ذلك.

✓ تحديد ملامح السياسة الخارجية: للرأي العام دور في تحديد ملامح السياسة الخارجية فمعني بذلك لابد عليه أن يأخذ بعين اعتباره رغبة الشعب.

✓ مساندة الأفكار السياسية: فللرأي العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية، فنجاح أي فكرة أو اتجاه سياسي أو اجتماعي يتوقف على مدى دعم الرأي العام لها.

(المرجع السابق، ص.ص 140-141)

✓ التحديث السياسي: والذي ينطوي على معنى التنمية السياسية أو بناء وتطوير الهيكل المؤسسي والأبنية اللازمة والقادرة على إستيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغير الإجماعي، حيث يستعجل الرأي العام كل من :

- **تحقيق التمايز في الوظائف السياسية:** فعلى مستوى الحكومة يتم التمايز بين الوظيفة التشريعية والتنفيذية والفضائية بالإضافة لمؤسسات جديدة كالأحزاب والنقابات والاتحادات.
- **تحقيق المساواة عن طريق ترشيد السلطة:** وذلك بالمساواة بين المواطنين وإقامة نظام يقوم على أساس اللاشخصية ويعتمد على مبدأ الكفاءة بالدرجة الأولى.
- **توسيع المشاركة السياسية:** وهو أن تحضي النخبة الحاكمة بالتأييد لقرارات الحكومة وكذا إجراءات المواطنين ذات الصلة المشروعة كالتصويت والمظاهرات وتحركات جماعات الضغط والتمثيل النيابي بمختلف صورته والذي يعني زيادة مساهمة الشعب في العملية السياسية .
- **زيادة قدرة النظام السياسي:** سواء بالنسبة للسياسة العامة التي تستهدف فكرة المساواة والمواطنة أو في ترويض العلاقات التقليدية الأولية أو في مرحلة التجديد للتمايز البنائي.

(محمد عبده حافظ، مرجع سابق، ص.ص 287-288)

- ✓ **الحفاظ على الروح المعنوية:** من إهتمام أفراد الجماعة وحماسهم للرأي القوي المنبثق من مبادئ القيم السائدة لخلق الروح المعنوية العالية ،
- ✓ **الإسهام في التشريع:** الرأي العام هو النسيج الذي تصنع منه القوانين في المجتمعات الديمقراطية، فالقوانين ماهي إلا تعبيراً عن رغبات الرأي العام وضماناً للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية والتي يؤمن بها الشعب .
- ✓ **وظيفة الرقابة الاجتماعية:** وتتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد وقيم المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرفات أو مظاهر لا تتفق مع عادات المجتمع .

(إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبود كنجو، مرجع سابق، ص.ص 446-447)

✓ **تطوير الحياة الاجتماعية:** إن جوانب التطوير للحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية للرأي العام وتظهر قدرته على تغيير الأوضاع والأنشطة والتشريعات لتحقيق الاستقرار والتوازن الاجتماعي والاقتصادي .

✓ **التعبئة الاجتماعية:** يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية السياسية والاقتصادية كما يعمل على إحباطها إن لم تتمكن أجهزتها من إقناعه بتوجهاتها لهذا فإن نجاح الدولة في تحقيق التنمية الشاملة يعتمد اعتماد كبيراً على قدرتها في خلق رأي عام مساهم ومشارك ومتفهم. (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص144)

فقوة رأي جماهير العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية له تأثير كبير على استقرار الجهاز الحكومي والتي تختلف مظاهر تعبيره بين كل من إختلاق الإشاعات والمظاهرات العامة واستخدام أجهزة الإعلام أو الإعتصامات والمقاطعات والثورات والتي يتضح البعد الكبير لتأثيرها السياسي على الدولة واستقرارها.

### **خلاصة :**

لقد تطرقنا في هذا الفصل في تحديد المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة لتوضيح الروابط والصلات الوثيقة بين الأجهزة الحكومية وجماهيرها، ليتم على ضوءها تحديد الروابط الحتمية بالإنها كمفهوم وبين الديمقراطية التي تحتم إقامة علاقات سليمة في تدعيم الإتصال والفهم المتبادل بين الأجهزة الحكومية وعامة الشعب من جماهيرها.

## الفصل الرابع : إجراءات الدراسة الميدانية

- 1- التذكير بفرضيات الدراسة
- 2- منهج الدراسة
- 3- الدراسة الإستطلاعية
- 4- أداة جمع البيانات
- 5- الخصائص السيكمترية للأداة
- 6- الدراسة الأساسية
- 7- الأساليب الإحصائية

## أولاً: التنظيم الإداري للعلاقات العامة

تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة للأجهزة الحكومية، بحيث تسند إليها أدوراً حيوية تهدف من خلالها إلى تحسين علاقة الأجهزة الحكومية ب جماهيرها وتحقيق الصالح العام لإبراز الصورة المشرفة للدولة.

ومن منطلق أن كلمة العلاقات تحوي اتجاهين علاقات سلبية وعلاقات إيجابية، فعلم العلاقات العامة يعمل على الحد من العلاقات السلبية وتطوير العلاقات الإيجابية، وذلك بتنظيم النشاطات أو القوى الشخصية المنسقة بوعي، فقد تصور "تالكت بارسونز" التنظيم «نسقا إجتماعيا يتألف من أنساق فرعية مختلفة كالجماعات والأقسام والإدارات، وأن هذا التنظيم يعد نسق اجتماعي يدخل في إطار نسق إجتماعي أكبر وأشمل كالمجتمع». (طلعت إبراهيم لطفى، 2007، ص 23)

وبصفة عامة التنظيم في العلاقات العامة هو عملية تصميم أساسها تقسيم العمل وتحديد المسؤوليات والسلطات وتدعيم علاقات التعاطف والألفة والمشاركة الوجدانية والتضامن الاجتماعي لتحقيق التنسيق اللازم وبلوغ الأهداف المحددة بأفضل الأساليب وأقل التكاليف.

### 1. مفهوم الهيكل التنظيمي:

لكل مؤسسة لابد لها من هيكل تنظيمي، وقد عرف الهيكل التنظيمي بأنه نظام مؤلف من شبكات المهام أو الوظائف تقوم بتنظيم العلاقات والاتصالات التي تربط أعمال الأفراد والمجموعات معاً، فالهيكل التنظيمي الجيد هو ذلك الذي يتضمن عنصرين هامين يكونان مصدر القوى للمؤسسة، وهما تقسيم العمل حسب الاختصاصات، والتنسيق من أجل إنجاز المهام بفاعلية لتحقيق أهداف المنظمة بشكل أفضل.

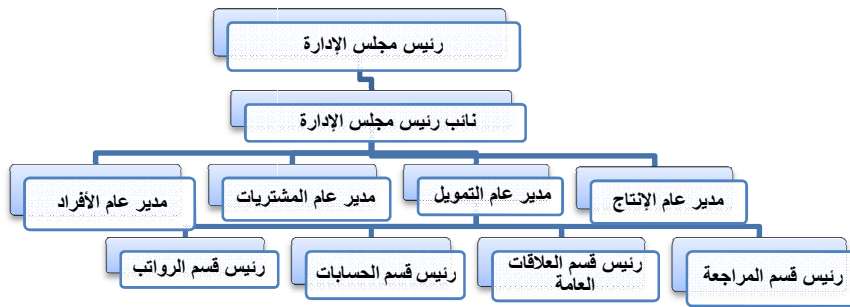
([www.pressacademy.net.24/12/2009.12h45m](http://www.pressacademy.net.24/12/2009.12h45m))

### 2. موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجهاز الحكومي:

أما من حيث موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للأجهزة الحكومية فقد يأخذ أحد المواقع التالية:

✓ موقع العلاقات العامة كأحد الأقسام التابعة لأي من مديريات الإدارة العامة: هناك في بعض الهياكل التنظيمية للجهاز الحكومي، أين تأخذ العلاقات العامة شكل قسم يرأسها رئيس يعمل تحت إشراف إما مدير التمويل أو الإنتاج أو المبيعات أو... الخ فيختلف حجم قسم العلاقات العامة من جهاز لأخرى، وهنا يكون رئيس قسم العلاقات العامة بعيدا عن مراكز اتخاذ القرار وتأثيره ضعيفا عليها حسب الشكل التالي :

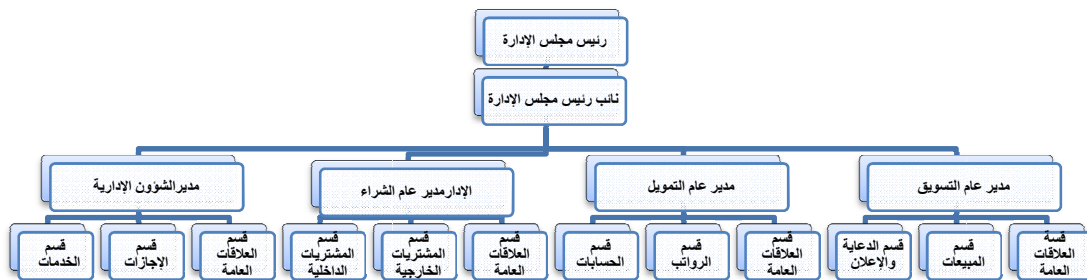
الشكل (02) : يوضح العلاقات العامة كأحد الأقسام التابعة لأي من مديريات الإدارة العامة .



المصدر: محمد عبدو حافظ، 2009 ، ص103

✓ تعدد أقسام العلاقات العامة بتعدد مديريات الإدارة العامة: كما أن هناك في بعض الهياكل التنظيمية بالمؤسسة أين تأخذ العلاقات العامة قسما أو مصلحة في جل أو كل المديريات المتوفرة في هذا الهيكل، مما يترتب منه ازدواجية الأعمال والأنشطة واحتمال حدوث تضارب وتعارض بين تلك الأقسام، بالإضافة إلى تزايد حجم التكاليف التي تقع على عاتق الجهاز الحكومي وعلى برامج الدعاية ووسائل الاتصال وكثرة العاملين وذلك حسب الشكل التالي:

الشكل (03) : يوضح تعدد أقسام العلاقات العامة بتعدد مديريات الإدارة العامة .



المصدر : المرجع السابق ، ص 104

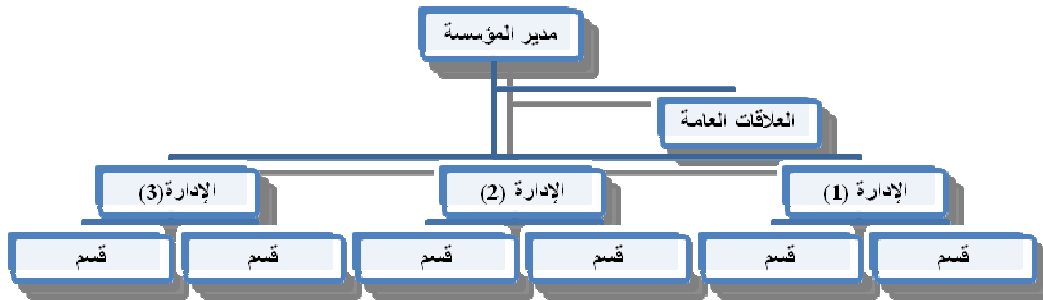


✓ موقع العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للجهاز الحكومي :

في الواقع إن إدارة العلاقات العامة هي من الإدارات الفنية التي تساعد الإدارة العليا في إتمام عملها على وجه مرضي ويكسبها ثقة الجماهير والمتعاملين معها ،ولهذا نجد أن موقعها في الهيكل التنظيمي يقع إلى جانب رئيس المنشأة، سواء كانت جهاز حكومي أو غير حكومي، وذلك لاعتبار أن مهامها استشارية للرئيس ومسئولي الإدارة العلي. ( أحمد محمد المصري، 2006، ص.76)

كما أن اتصال العلاقات العامة مباشرة بالإدارة العليا من الأمور الحيوية والضرورية لنجاحها في أعمالها وأن مدير العلاقات العامة لا يمكن بل لا يستطيع أداء واجبه كما ينبغي ما لم يشغل منصبا يوازي مدير الإدارات الكبرى وإلا تعذر عليه إجراء الدراسات اللازمة وتحليل الاتجاهات والعمل كمستشار سلوكي للمؤسسة، ناهيك عن ضرورة فهمه وإطلاعه على كل ما يدور داخل الجهاز الحكومي حتى يستطيع رسم السياسات العامة الداخلية منها والخارجية ،وكذا تقديم معلومات من شأنها أن تقنع جمهورها بنشاطها؛ ذلك ما كانا إقتراحنا لهذا الشكل على أنه أحسن وأنسب موقع تتخذه إدارة العلاقات العامة.

الشكل. (03) : يوضح موقع العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة .



المصدر: علي برغوث ، 2007 ، ص 55 .

وما يميز هذا الهيكل من تواجد العلاقات العامة ضمن رأس الهرم التنظيمي من كون العلاقات العامة بحاجة لأن تتمتع بسلطات واسعة داخل الجهاز الحكومي لتمكنها من

الحصول على المعلومات التي تحتاجها وقتما وكيفما تشاء.

### 3. التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي :

ينطلق التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة من عدد الأنشطة والمسؤوليات التي تحملها، حيث لا تختص بالعلاقات بين الجهاز الحكومي وال جماهير الخارجية فقط، وإنما تهتم أيضا بتمتية العلاقات الداخلية التي هي أساس النجاح المثمر. والتنظيم الداخلي هو عبارة عن التقسيمات الداخلية لإدارة تتألف من وحدات تقوم بمجموعة من النشاطات الداخلية، فرغم أنه لا توجد تقسيمات ثابتة لدائرة العلاقات العامة الداخلية إلا أن أغلب الأجهزة الحكومية تشكل وحدات الكبرى متخصصة في مجالات مختلفة لتغطي بها وظيفة العلاقات العامة الداخلية .

#### ✓ أنواع التنظيمات الداخلية لإدارة العلاقات العامة :

اتضح مما سبق مهمة التنظيم الجيد والسليم لأجهزة العلاقات العامة لغرض قيامها بمسؤولياتها وأعمالها بكل كفاءة ونجاح ولتجنب الإسراف والعناء والتقليل من هدر الطاقات والجهود والأموال ومحاولة الوصول إلى الهدف بأقصر طريق ممكن، دون الإخلال بالمبادئ الإنسانية والقيم الأخلاقية وخلق روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في مجال العلاقات العامة .

ولا شك أن أسلوب تنظيم أجهزة العلاقات العامة يختلف من جهاز إلى آخر، تبعاً للأهداف العامة للجهاز الحكومي حيث يتطلب أن يراعى في تنظيم إدارة العلاقات العامة الانسجام مع أهداف الجهاز الحكومي وأنشطته ونوعية الجماهير التي يتعامل معها لتحقيق أهداف الدولة.

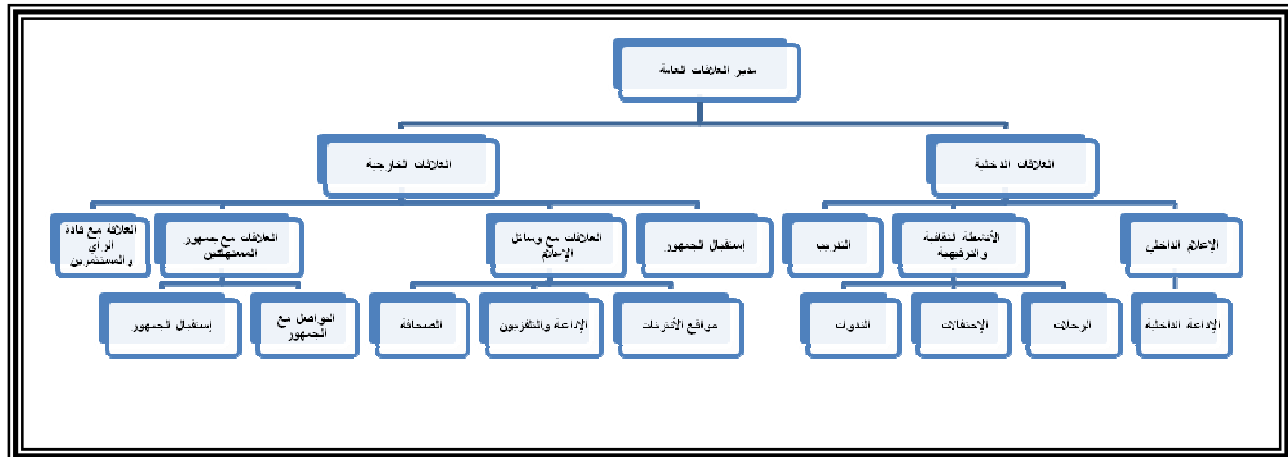
وبصفة عامة هناك نوعين رئيسيين للتنظيم الداخلي للعلاقات العامة وهما التنظيم الاتصالي والتنظيم الوظيفي ويضيف آخرون تنظيماً ثالثاً يجمع بين كلا النوعين وهو التنظيم الوظيفي الاتصالي :

- **التنظيم الاتصالي:** يقوم على أساس حجم النشاط الاتصالي مع الجماهير المختلفة

لجهاز الحكومي مثل جماهير الموظفين والمواطنين وجماهير وسائل الإعلام

وجماهير المستثمرين والمستهلكين... الخ.

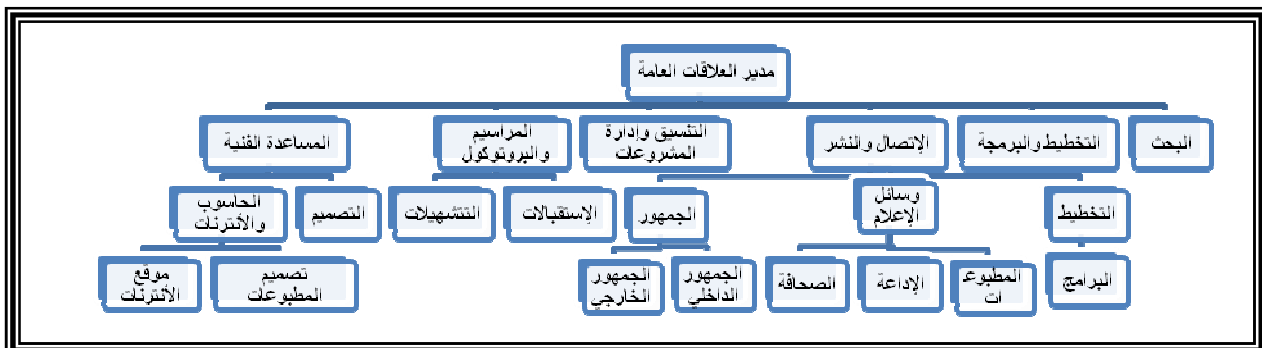
الشكل (04) : يوضح التنظيم الإتصالي لإدارة العلاقات العامة.



المصدر: المرجع السابق ، ص 56 .

- **التنظيم الوظيفي**: يقوم على أساس تقسيم أنشطة العلاقات العامة حسب نوعها مثل نشاط النشر، نشاط البحث، نشاط التخطيط، نشاط الاتصال... الخ، ويختلف حجم قسم العلاقات العامة من جهاز حكومي لآخر وهنا يكون رئيس قسم العلاقات العامة بعيدا عن مراكز اتخاذ القرار وتأثيره ضعيفا عليها.

الشكل (06) : يوضح التنظيم الوظيفي لإدارة العلاقات العامة

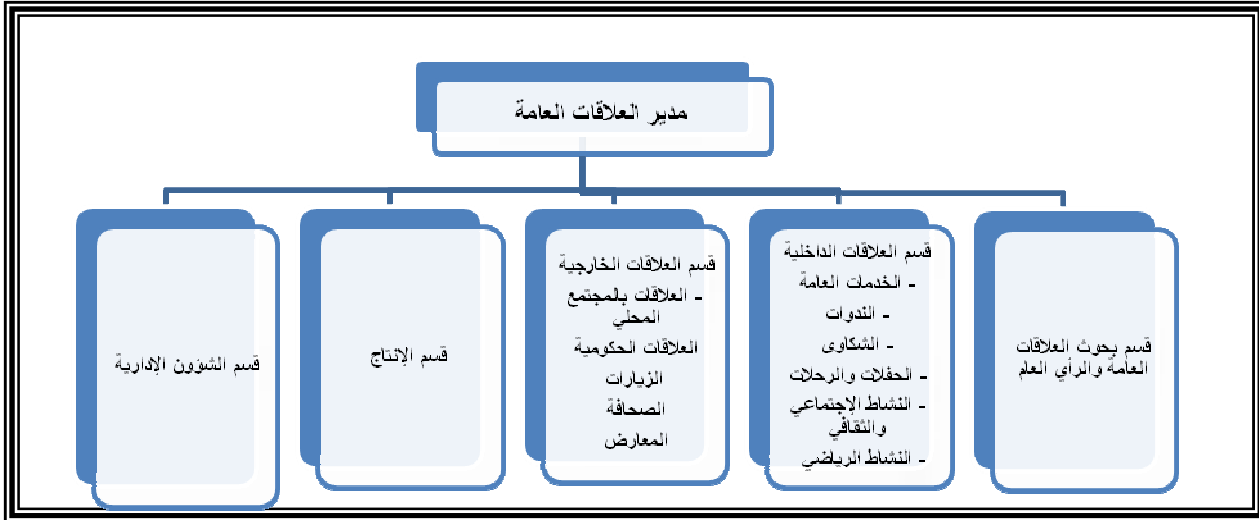


المصدر: المرجع السابق ، ص 57 .

ومن مميزات هذا التقسيم التخصص في المعرفة والخبرة الإشراف الكامل على كل عملية من العمليات التي تقوم بها الأجهزة الحكومية.

- **التنظيم الوظيفي الاتصالي:** وهو التنظيم الذي يجمع بين الأسلوبين الاتصالي والوظيفي حيث يوزع العمل على أقسام تختص بالوظائف وأقسام أخرى تتفرع وتتنوع حسب فئات الجماهير والأجهزة المتوفرة.

**الشكل (06): يوضح التنظيم الوظيفي الاتصالي لإدارة العلاقات العامة .**



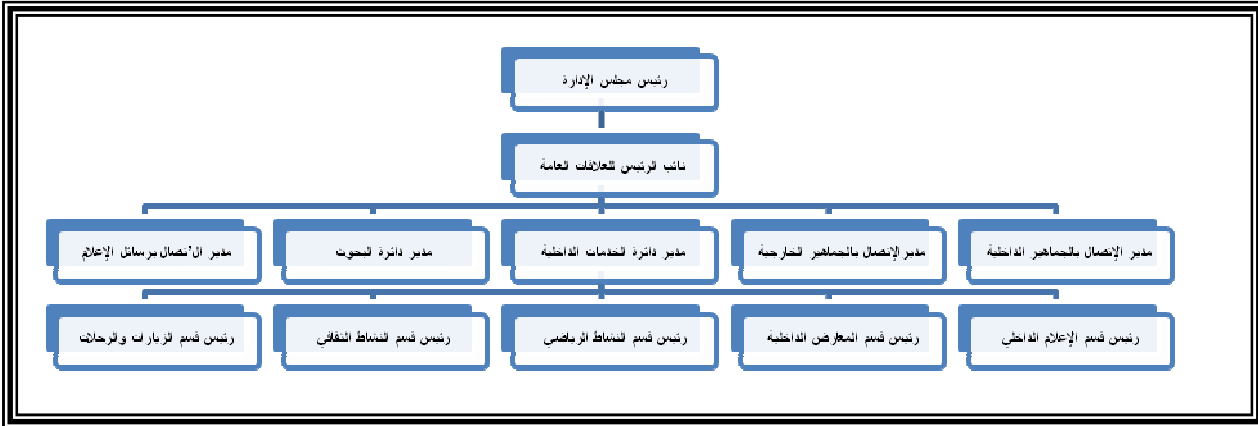
**المصدر:** غريب عبد السميع غريب، 2006 ، ص 165 .

ولا يمكن توقع أن يكون هناك نموذج واحد لتنظيم أجهزة العلاقات العامة يصلح استخدامه في جميع أنواع الأجهزة الحكومية، كما لا يمكن البقاء على نفس التنظيم بشكل دائم، بل لا بد من إعادة النظر فيه من وقت لآخر انسجاماً مع الظروف المستجدة.

✓ **العوامل المؤثرة في اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة:** لا يتم تنظيم العلاقات العامة وفقاً لنموذج واحد أو قالب محدد مسبقاً أو متعارف عليه بين الخبراء والمهتمين، إنما تعود عملية تنظيم العلاقات العامة لمجموعة من العوامل، ومن بين هذه العوامل المؤثرة في اختيار وتحديد الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة هي:

- **حجم المؤسسة:** إنه لمن المعروف لدينا جميعاً أن الأجهزة الحكومية كمؤسسات معقدة تختلف في أحجامها وأنواع الجماهير التي تتعامل معها، وهذان الأمران يؤثران في المكان الذي يجب أن توضع فيه دائرة العلاقات العامة حسب أهميتها بالنسبة لهذا الجهاز الحكومي ومدى تأثيرها عليه، فهناك أجهزة تضم بضعة موظفين - وبالطبع تكون فروع لأجهزة حكومية كبيرة- وهناك أخرى تضم المئات أو الآلاف من الموظفين والمستشارين والخبراء، فكلما نمى الجهاز الحكومي وزاد عدد موظفيه كلما زادت فرص تنمية إدارة العلاقات العامة، وكذلك كلما اتسعت الخدمات التي يقدمها الجهاز الحكومي وكلما احتاج إلى المزيد من المال والموظفين، وزاد دور العلاقات العامة وفعاليتها. وعلى ضوء ذلك يتحدد الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة. وكنموذج لإدارة العلاقات العامة الكبيرة الحجم.

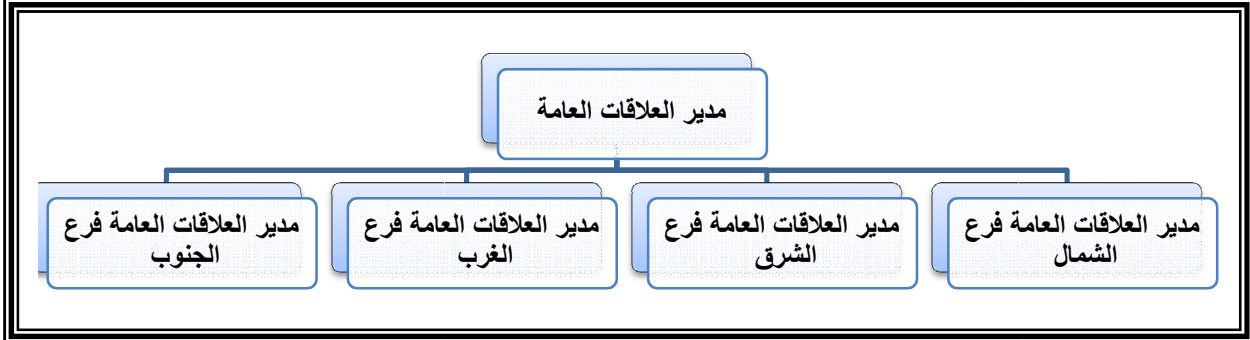
**الشكل (09): يوضح نموذج إدارة العلاقات العامة الكبيرة الحجم.**



**المصدر: المرجع السابق ، ص 31.**

وهناك أيضا في الأجهزة الحكومية الضخمة أين يكون هناك تنظيم يتم على أساس المواقع: وعادة ما نلجئ لهذا الأسلوب في حالة المنظمات التي تكون أفرعها موزعة في عدة مناطق جغرافية والشكل التالي يوضح هذا النوع من التنظيمات.

الشكل (10): يوضح نموذج تنظيم إدارة العلاقات العامة على حسب الموقع .



المصدر: إنجاز الطالب

✓ **طبيعة عمل المؤسسة ومدى ارتباطه بالجمهور:** إن نشاط العلاقات العامة في أي جهاز حكومي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمنتجات أو خدمات هذا الجهاز ونوع جمهوره، فمثلاً إذا كان جمهور الجهاز الحكومي هو عامة الشعب يكون دور العلاقات العامة أكبر وبالتالي تأخذ حيزاً أكبر ومجالاً أوسع، ولكن إذا كان الجمهور مجموعة من المصنعين وعددهم قليل يطلبون منها منتج معين، فإن دور العلاقات العامة يكون أقل وتشغل حيزاً أصغر في هذا الجهاز وبعده قليل من الموظفين.

✓ **حجم العلاقات العامة وأهدافها:** كلما كبر حجم دائرة العلاقات العامة وزادت أهدافها لا بد وأن تعطى المؤسسة أهمية أكبر، لأن الأهداف والحجم الكبيرين يتطلب أن يكون هناك كادر يناسب هذا العبء من حيث الكم والكيف.

✓ **طبيعة الإدارة العامة للجهاز الحكومي ومدى تقديرها لدور العلاقات العامة:** مما لا شك فيه أنه كلما كانت الإدارة العامة متفتحة وناضجة لا بد من تقديرها لدور العلاقات العامة وإعطائها دوراً بارزاً في هيكلية المؤسسة، وكلما كانت الإدارة العامة تقليدية كلما نظرت إلى العلاقات العامة نظرة أقل أهمية مما يكون عثرة في طريقة إقامة جسور الثقة والتواصل مع جمهوره، وكذا مدى التزامه بالمسؤولية الاجتماعية

مما يسهم في التوسع أو الحد من أعمال العلاقات العامة.

✓ **المركز المالي للجهاز الحكومي:** إن قوة المركز المالي لأي جهاز حكومي يحدد مكان وشكل العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمؤسساته، فمثلاً إذا كان الجهاز يعاني من أزمة مالية لا تستطيع إدارته من إقامة برامج علاقات عامة كبيرة ومزدهرة، لأن البرامج الطموحة والعلاقات الغنية والواسعة تحتاج إلى نفقات كبيرة وهذا ما تتميز به المؤسسات الإنتاجية ذات الدخل المادي.

✓ **حجم ونوعية الجمهور الذي يتعامل معه الجهاز الحكومي:** إن نوع الجمهور الذي يتعامل مع الأجهزة الحكومية وحجمه من أهم الأمور التي تحدد اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة، فكلما زاد عدد القطاعات التي ترتبط بمؤسساته أو تقدم لهم خدمات وكذا عدد فئات وتصنيفات جماهيره، كلما تطلب منا قيام بمسؤولية قوية وفعالة وكلما زادت أنشطة إدارة العلاقات العامة.

(www.ksu.edu.sa24/12/2009.12h45m)

إن القواعد والمحددات التنظيمية وكذا العوامل المؤثرة في إختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة يحدد - إلى حد بعيد - البنية الأساسية لموقع العلاقات العامة ولتنظيمها والعاملين فيها والاستشارات التي يمكن أن تحققها، وطبيعة العلاقة بينها وبين الدولة ومن بينها :

- طبيعة نشاط الجهاز الحكومي، فمؤسسات الأجهزة الحكومية التي تعمل في مجال تقديم الخدمات، وتلك التي تنتج سلعاً مادية بحاجة لتنظيم أكثر اتساعاً عن تلك التي تقدم أفكاراً .
- مدى اقتناع الإدارة العليا بنشاط العلاقات العامة، ومدى اهتمامها بتركيز أعمال العلاقات العامة ضمن إدارة واحدة، فكلما تشتت مهمات العلاقات العامة على الإدارات الأخرى، كلما أصبح تنظيم العلاقات العامة أكثر ضيقاً.
- طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة المركزية وأفرعها، وطبيعة علاقة العلاقات العامة بالإدارات الأخرى .

- مدى استعانة العلاقات العامة بالمستشارين من خارج المؤسسة
- درجة تنفيذ المهام والأنشطة ليست من اختصاص العلاقات العامة.

(علي برغوث، 2007، ص55)

### ثانياً : النشاط الاتصالي للعلاقات العامة

يعتبر الاتصال من أهم المواضيع التي شغلت اهتمام العلماء والباحثين في فروع معرفية شتى ومجالات علمية مختلفة، فالاتصال هو سبيل لديناميكية جمهور المواطنين سواء موظفين داخل الأجهزة الحكومية أو متعاملين معها، والاتصال الفعال في مجال العلاقات العامة هو الاتصال الذي يؤدي إلى خلق نوع من الاستجابة اتجاه تحقيق أهداف الدولة المسطرة بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، حيث تقول "أندي ريكارد" في كتابها "طالما أن الاتصال هو إيصال رسالة إلى المستقبل بغية تغييره أو إقناعه بشيء ما، فإن نجاحها يتوقف على مدى إيصال المعنى الضمني لها بينما فشلها يتوقف على التضارب بين المعنى الصريح والمعنى الضمني. (مصطفى حجازي، 2000، ص170)

فالالاتصال عملية معقدة تتضمن جوانب كثيرة ينبغي الإحاطة بها حتى يستطيع أخصائي العلاقات العامة تحقيق النجاح الإداري ورسم أحسن صورة ذهنية للجهاز الحكومي لدى المواطنين، وأغلبها تتركز في النقاط التالية:

#### **1. النقاط الأساسية في لإتصال :**

- ✓ أن الاتصال سلسلة من العمليات أو الأحداث المستمرة يتم استخدامها في نقل المعاني والقيم الاجتماعية والخبرات المشتركة تجاه الموقف أو الأهداف.
- ✓ القائم بالاتصال قد يكون شخصاً عادياً موظف أو مسئول وقد يكون معنوياً (الجهاز الحكومي سواء هيئة أو مؤسسة...) وهو الطرف الذي يبادر بالاتصال ويوجه رسالته للمستقبل الذي يعنيه الأمر.
- ✓ الرسالة الاتصالية وهي المعلومات أو الآراء أو المشاعر أو الاتجاهات التي نرغب في نقلها إلى الآخرين عبر الرموز، التي قد تكون صوتية مثل الكلام، أو صورية مثل الكتابة، أو حركية مثل الإشارات أو تكون خليطاً من هذه الرموز.



- ✓ المتلقى وهو من تعنيه الرسالة سواء كان فرداً أم جماعة أم هيئة أو مؤسسة ما.
- ✓ الهدف المسطر للوصول إليه وهو التأثير في أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو أراء الموظفين بالجهاز الحكومي أو جماهير المواطنين المتعامل معهم أو بقية الأجهزة الخاصة التي تربطها بها مصالح سواء مصالح تعاونية أو تنافسية.
- ✓ الوسيلة والتي عن طريقها يتم نقل الرسالة، فيتم نقلها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية في حالة الاتصال الجماهيري.
- ✓ مهما كان نوع العملية الاتصالية فإن هناك بعض عناصر التشويش التي يحتمل أن تتدخل في العملية الاتصالية مما تتمكن في أن تؤثر في نجاح أو فشل العملية الاتصالية "كالتشويش الناتج عن وجود أحكام مسبقة لدى أحد الأطراف والتي تعارض مضمون الرسالة وتقلل من نسبة فهمها وتقبلها"

(Roger Mucher, S A, p19)

- ✓ رجع الصدى وذلك بإعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها أم لا.
- ✓ الأثر وهو نتيجة الاتصال، قد يكون هذا الأثر نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر الرسالة في إقناع المستقبل بهدفها وفي تحسين الصورة الذهنية.
- ✓ السياق: كل اتصال يحدث في مكان ما لا بد أن يعبر عن سياق معين، فلا يمكن فصل السياق الاجتماعي عن السياق الثقافي أو الاقتصادي أو السياسي، فكلما كان للبيئة الاتصالية جوانب مشتركة بين المرسل والمستقبل كلما كانت فرصة نجاح العملية الاتصالية أفضل، وهذا ما يحدد مدى التوافق بين الدولة والشعب.
- فالالاتصال باعتباره شريان ينقل المعاني والخبرات والمضامين بالإضافة للثقافة والأفكار والرؤى المستقبلية، تتعدد أبعاده ضمن تبادل للمعاني والتعبيرات الفنية وسيكولوجية الإقناع وتطبيقات التكنولوجيا الرقمية وغيرها لتحقيق الاتصال الفعال الذي لا يستند على كفاءة المرسل وأهليته اللغوية فقط بل مجموعة من الدعائم يجب أن يرتكز عليها والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- ✓ **مصادقية المصدر:** فالسمعة الطيبة للجهاز الحكومي ومصادقته العالية هي أساس إنتشار الرسالة وقابلية الاقتناع بها وهذا يتوقف على نوعية الجهاز الحكومي ومهارات أخصائييه الاتصالية وقدرتهم على معالجة المواضيع بذكاء وكذا مواقع مراكزهم الاجتماعية .
- ✓ **التعبير عن الواقع:** فينبغي أن تتفق رسالة الجهاز الحكومي مع الواقع المعاش والبيئة المحيطة به سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي.
- ✓ **المعلومات التي لها هدف:** فالمستقبل سواء كان موظف حكومي أو مواطن عادي يجب أن يكون مضمون الرسالة الاتصالية يعنيه ويتفق مع عاداته وتقاليده وميوله واتجاهاته ويشبع رغباته وهذا ما تؤكدته المقولة الشهيرة " لكل شعب إعلامه الخاص به"
- ✓ **وضوح الرسالة:** فيجب أن تصاغ الرسالة بعبارات سهلة مبسطة للمواضيع المعقدة وبأسلوب جذاب لخط فكري واضح يعبر عن سياسة الجهاز الحكومي، محددة في ذلك إستراتيجية ثابتة تتماشى مع كافة المواطنين المعنيين باختلاف أعمارهم وثقافتهم وانتماءاتهم الحزبية.
- ✓ **الاستمرارية والاتساق:** فالعملية الاتصالية تتغذى من التكرار والتتويج في كيفية عرض الرسالة الاتصالية ذلك لزيادة المثيرات الإقناعية التي تتسق مع ظروف جمهور الجهاز الحكومي.
- ✓ **إمكانيات المستقبل:** التركيز في عرض الرسالة الاتصالية على الإمكانيات المادية والمعنوية لجمهور المواطنين المستهدفين من هذه الرسالة وكذا على مهاراته الاتصالية.
- ✓ **الوسائل المناسبة:** ينبغي اختيار الوسائل التي لها أكبر عدد من الجمهور المستهدف والتي تصلح لتناول الفكرة المطروحة تماشياً مع المكان والزمان وتبعاً لمراحل انتشارها فالالاتصال الجماهيري له دور فعال في إثارة الانتباه وخاصة في انتشار الأفكار المستحدثة التي تتبناها الدولة

✓ **الصحة والضبط:** بمعنى سلامة لغة الرسالة الاتصالية وخلوها من الأخطاء النحوية أو الإملائية واختيار الكلمات الصحيحة المؤثرة والمعاني الواضحة الجلية والمحسوسة وفقرات المتسلسلة المعبرة والكلمات الطيبة واللطيفة التي تضيء نوع من الاحترام والتقدير والسرور والمحبة على جو العملية الاتصالية والإجابة التامة والموجزة على جميع الأسئلة المتعلقة بتبين مدى حرص الجهاز الحكومي على التواصل مع موظفيه وبقية المواطنين والمتعاملين ومدى حرصه على تحقيق المصلحة العامة.

## 2. وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

تشهد هذه الألفية تقدماً ملحوظاً في وسائل الاتصال من حيث التغطية والفعالية وسهولة الاستخدام لذلك ارتبطت امتيازاتها بالظروف التي تترتب على استعمالها، ولهذا تم تصنيف وسائل الاتصال للعلاقات العامة حسب مضمون الرسالة وحالة وموقع أخصائي العلاقات العامة في العملية الاتصالية سواء كان مرسل أو مستقبل وذلك بغية تحقيق أهداف الجهاز الحكومي وفقاً لطبيعة الرموز المستخدمة إلى :

ا. - الوسائل المطبوعة

- الوسائل الصوتية

- الوسائل المرئية

- الوسائل المرئية-الصوتية

ا.ا. - وسائل الاتصال بالفعل

- وسائل الاتصال اللفظية

- الوسائل الإتصال غير اللفظية

وفي دراستنا سنحاول أن نتبنى التصنيف الأخير لأنه أكثر توضيحاً للأبعاد السوسيوولوجية للجهاز الحكومي وخاصة في المجالات الدبلوماسية وفي تنظيم الأحداث الخاصة بالإضافة لتوضيحه كيفية أداء أخصائي العلاقات العامة لوظيفته التي تتطلب منه التركيز على الجزئيات أكثر من الكليات كشخص ملزم بإتقان مهارات الإتصال الفعال.

✓ وسائل الإتصال بالفعل :

تشارك وسائل الاتصال بالأعمال أو بالأفكار أو التصرفات بقية وسائل الاتصال في عملية نقل الرسالة، حيث يستخدمها أخصائي العلاقات العامة في علاقاته بجمهور الموظفين أو علاقته بجمهور المواطنين في تحقيق التفاهم والود بين الجهاز الحكومي وجماهيره وذلك في :

- القدوة أو النموذج الحي.

- تقديم الهدايا والمنح والتبرعات

- المشاركة في المناسبات الاجتماعية والدينية والوطنية والأحداث الخاصة

- القيام بأعمال التسهيلات والخدمات المختلفة.

- تقديم المنح والهدايا والتبرعات للهيئات المحلية والأفراد المحتاجين

(محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص.ص 208-210)

بالإضافة لمجموعة من أشكال التعبير المادية كـ\_\_\_\_\_:

الملابس والمفروشات والحلي والمنشآت والمعدات والديكور وكذا الفنون التشكيلية والمجسمات والصور والرموز وهي أول رسالة يتم استقبالها والدالة عن المكانة والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للمرسل سواء كان موظف أو جهاز إداري.

✓ وسائل الاتصال اللفظية: وهو يعتمد على اللغة بالدرجة الأولى وبشكليها الشفهي

والكتابي، فهي من أهم وسائل الاتصال في المواقف المختلفة سواء كانت تعليمية أو إدارية أو مؤسسية أو جماهيرية

❖ الاتصال الشفهي: وهو الذي يتم بين أخصائي العلاقات العامة والمواطن سواء

موظف أو عميل بصورة منطوقة وغير مكتوبة حيث يعتبر هذا الأسلوب أقصر الطرق لتبادل المعلومات والأفكار وأكثرها سهولة ويسر وصراحة ومن بين وسائل الاتصال الشفهي داخل العلاقات العامة مايلي:

- الإجتماعات: وهي لقاءات بين مجموعة من الأفراد في جهة تنظيمية واحدة

يجتمعون معا لتبادل الأفكار والمعلومات الخاصة بموضوع معين أو لحل مشكلة

عالقة أو إتخاذ قرارات بشأنها. (أحمد ماهر، 2000، ص162)

وليكون الاجتماع فعالا وناجحا يجب إعداد خطة سليمة تتناسب وموضوع الإجماع ومراعاة جو ومكان الاجتماع والترتيب الجيد لشكل القاعة وتجنب الضوضاء.

- **اللجنة:** وهي شكل متخصص من جماعات العمل تعقد بصفة رسمية لتناول موضوعات معقدة أو متخصصة أو مطلوبة على وجه السرعة، أو فيها مخاطرة إذ يتم فيها اتخاذ القرار من خلال فرد واحد، ويمكن تقسيم اللجان إلى ثلاثة أنواع رسمية هي: اللجان الدائمة واللجان التمهيدية ولجان المهام الخاصة (المرجع السابق، ص162)

- **المقابلات الشخصية:** وهي نوع من الاتصال يتضمن طرفين يكون لأحدهما على الأقل هدف أو غرض من المقابلة وتقوم هذه المقابلات على هدف التفاوض أو التقييم وتعتمد على طلب أو إعطاء أو تبادل معلومات.

- **الإذاعة:** وهي الإرسال أو البث المنظم للكلام والموسيقى والمعلومات عن طريق الصوت وتستقبل من قبل جمهور متعدد وفي أماكن مختلفة في نفس الوقت. (إياد البكري، 2003، ص45)

- **التلفزيون:** وهو من يعني "الرؤية عن بعد" ويمكن أن نعرف نظام التلفزيون من الناحية العلمية بأنه « طريقة إرسال وإستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية ثم بواسطة الأقمار الصناعية» (أحمد بخوش، 2008، ص43)

وهو من وسائل الاتصال السمعية البصرية وأكثر الوسائل مقدرة على الإقناع لكثاف جماهيرها

- **الهاتف:** وهو يعتبر سيد الاتصالات الشفهية بلا منازع بالإضافة للعديد من وسائل الإتصال الشفهي من محاضرات ومؤتمرات و... الخ

❖ **الاتصال الكتابي:** وهو تبادل المعلومات بطريقة غير مباشرة بين المرسل والمستقبل، ويستعمل هذا النوع من الاتصال خاصة في المنشأة الكبيرة الحجم، حيث لا تسمح الظروف للرؤساء خاصة في المراتب العليا بالالتقاء بالمرؤوسين في

المستويات المختلفة عن طريق الاتصال المباشر، ومن خلال تسميته تتجلى فكرة استخدامه للوسائل الكتابية ومن بينها نذكر:

- **التقارير:** وهي عبارة عن عرض مجموعة من المعلومات الإدارية تتعلق بموضوع معين، وتتضمن قدرا من التحليل المفصل لها، ذلك للخروج بنتيجة معينة تساعد الإدارة على تنظيم والتخطيط والرقابة في العمل، وهي أنواع عدة فحسب طبيعتها تنقسم إلى تقارير إخبارية وتحليلية أو بحسب الفترة الزمنية إلى دورية وغير دورية.

- **الخطابات والمراسلات:** وهي تعتبر من الوسائل الكتابية الهامة في مجال الأعمال، وهي تتناول موضوع محدد.

- **الإعلانات:** وهي وسيلة يتناول فيها وجهة نظر المؤسسة، سهلة التسيير والاستعمال ومنتشرة تقريبا في جميع المؤسسات كما أنها غير مكلفة.

- **صندوق الاقتراحات والأفكار:** حيث تضمن هذه الوسيلة حرية التعبير للموظفين والمتعاملين، وذلك بكتابة أفكارهم واقتراحاتهم على الورق وهي تساهم في إضفاء جو التعامل الفعال والمثمر بين الإدارة والعمال الناتج عن إشعار هؤلاء الآخرين بقيمة آرائهم واقتراحاتهم .

- **جريدة المؤسسة:** هي وسيلة تطوير للموارد البشرية، تستعملها المؤسسة لتحفيز الأفراد عن طريق زرع روح المشاركة والانتماء، وتكون همزة وصل بين مختلف المصالح والأقسام لأنها تسلط الضوء على حياة المؤسسة ونشاطاتها ونزاعاتها وحوافزها والحوادث التي تقع بداخلها.

- **كشف النتائج:** وهو عرض المعلومات حول النتائج المحققة من طرف المؤسسة بحيث يطلع من خلاله العمال على نتائج جهودهم ويكون في شكل جداول وبيانات وأرقام.

بالإضافة للعديد من وسائله كالبرقيات والأوامر والتعليمات المكتوبة والمنشورات والدوريات والمجلات والملصقات و... الخ .

#### ✓ وسائل الاتصال غير اللفظية:

رغم أن الاتصال غير اللفظي من أقدم أشكال الاتصال إلا أن إهتمام العلاقات العامة به يعد حديثا نسبيا حيث أنه يأخذ مظاهر متعددة كالإشارات والإيماءات وصياح وكذا تعبيرات الوجه وحركات الجسم وغيرها.

فتكون وسائل الإيصال غير اللفظية أو غير الرمزية كلغة الجسد ووسائل الاتصال بالفعل أكثر أهمية في حجم المعلومات التي نستقبلها بنسبة 70% إلى 80%، في حين تنتقل وسائل الاتصال الرمزية سوى النسبة الباقية، فلغة الجسد هي الجزء الأهم وأعقد في إي رسالة تنقل بواسطة المقابلة لاحتوائها تعابير دالة من نظرات أو توترات أو انفعالات وكذا ملابس الشخص المتكلم من حيث التناسق والانسجام، كما تدعمها في ذلك نبرة وطبيعة الصوت التي يمكن أن تنتقل من 15% إلى 20% من الرسالة المطروحة.(محمد منير حجاب،مرجع سابق،ص.ص220-221)

فالرسائل الاتصالية لها دوما محتوى ظاهري عقلاني لفظي ومحتوى آخر خفي ضماني لا يعبر عنه بالألفاظ، فكثير من الحالات ما يحدد القصد من الكلمات ليس معناها اللغوي الشائع بل النبرة التي تلفظ بها والتي قد تقلب المعنى رأسا على عقب فقد يكون المدلول لنفس الجملة تهديد في حين قد يكون دعابة، فلقد أصبح معروفا في علم الاتصال والعلاقات الإنسانية أهم المعاني للرسالة الاتصالية تكون من خلال اللغة دون اللفظ، والتي من خلالها يستنتج اللبيب المعني الأساسي للرسالة والذي لا يكون المعنى الظاهري سوى تغطية له أو وسيلة للإشارة إليه.(مصطفى حجازي،مرجع سابق،ص178).

ومن مصادر الاتصال غير اللفظي:

#### 3. أنواع الحركات الاتصالية:

✓ **ملامح مادية:** تلعب الملامح الجسمانية والمنفولوجية للفرد مثل البيئة والحجم والوزن والطول ولون البشرة والملابس وغيرها وتميزها بالاعتدال والنظافة والتناسق والجاذبية دورا هاما في الاتصال

✓ **حركات وإيماءات جسمانية:** مثل الاتكاء للأمام والخلف والإيماءات مثل الإشارات باليدين أو الأصابع وغيرها، وهذه توحى بمعنى معين للمستقبل

✓ **اللمس:** يعتبر اللمس أيضا من الاتصالات غير اللفظية، وفي بعض الثقافات يعتبر اللمس أو الرتابة على الظهر دلالة على العاطفة والدفء والصدقة.

✓ **حركات والتقاء العينين:** وهذه تؤدي إلى تنظيم تدفق المعلومات وحدود بدء وانتهاء المحادثة بالإضافة إلى أن التحديق يسهل عملية التغذية الراجعة لأنها تعكس الانتباه والاهتمام وأن العواطف ومشاعر يتجنب الأفراد النظر إلا بعضهم البعض حين مناقشة أبناء غير سارة أو تقديم تغذية سلبية حيث أنه التحديق يرتبط بنوع من العلاقة بين أطراف الاتصال.

✓ **تعايير الوجه:** وهذه تحمل معاني غزيرة ومنها الابتسامة التي تشير إلى الدفء والسعادة والصدقة بينما العبوس وتقطيب الحاجبين يشير إلى الغضب وعدم الرضا، كما أن لحركات الشفاه دلالاتها فمحاولة تجنب الوجه الجامد الجليدي من أساسيات الإقناع.

فلتعبير الوجه عدة معاني تفصح عنها كـ:

- **الإيمان:** لقول الله تعالى ﴿...سماهم في وجوههم من أثر السجود...﴾ (سورة الفتح، الآية 29)
- **السعادة:** لقول الله تعالى ﴿...وجوه يومئذ مسفرة ، ضاحكة مستبشرة...﴾ (سورة عبسى، الآية 38-39)
- **العبوس:** لقول الله تعالى ﴿...عبس وتولى...﴾ (سورة عبسى، الآية 1)
- **الحزن:** لقول الله تعالى ﴿...ظل وجهه مسودا وهو كظيم يتواره من القوم من سوء ما بشر به...﴾ (سورة النحل، الآية 58-59)



- الشقاء: لقول الله تعالى ﴿... ووجوه يومئذ عليها خبرة ترهقها فترة ، أولئك هم الكفرة الفجرة...﴾ (سورة عيسى، الآية 40-42)
  - الإجرام: لقول الله تعالى ﴿... يعرفه المجرمون بسماهم فيؤخذ بالنواصي والأقدام...﴾ (سورة الرحمان، الآية 41)
  - الاستكبار: لقول الله تعالى ﴿... مرحا إن الله لا يحب كل مختار فخور...﴾ (سورة لقمان، الآية 18) ولقول الله تعالى ﴿... وإذا قيل لهم تعالوا يستغفر لكم رسول الله لو وارو وؤؤوسهم ورأيتمهم يصدون وهم مستكبرون...﴾ (سورة المنافقون، الآية 3)
  - العجب: لقول الله تعالى ﴿... حامله ناصبة، تطلى نار حامية، تسقى من عين عانية...﴾ (سورة الغاشية، الآية 3-5)
  - الذل: لقول الله تعالى ﴿... وجوه يومئذ خاشعة ، حامله ناصبة، تطلى نار حامية...﴾ (سورة الغاشية، الآية 2-4)
  - السخرية: لقول الله تعالى ﴿... وإذا مروا بهم يتغامزون...﴾ (سورة المطففين، الآية 30)
  - الخوف: لقول الله تعالى ﴿... أشعة عليهم فإذا جاء الخوف رأيتهم ينظرون إليك تدور أعينهم كالذي يغشى عليه من الموت...﴾ (سورة الأحزاب، الآية 19)
- ✓ **خصائص الصوت :** فللصوت عدة معاني
- ارتفاع الصوت: وهو يذل على الغضب والتهديد والقوة والوضوح وعدم إحترام بعد الفارق بين المرسل والمستقبل.
  - انخفاض الصوت: وهو يذل على عدة معاني منها الخوف والمرض والخجل والإحترام والسرية
  - سرعة الصوت: وهي تحمل معاني متعددة كالعصبية والشعور بالخطر والفرح والدهشة وقد تؤثر على المستقبل بالإيجاب أو بالسلب.
  - الصوت البطيء: وهي يبعث دلالات عن عدم التأكد من الشيء أو الخوف
- ✓ **نوعية الصوت:**

كحدثه وتواصله نبرته والوقوف أثناء الكلام تعطي إنطباع عن شخصية المتكلم من مستوى تعليمي جنسية مكانة اجتماعية ....الخ

#### 4. نطاق مسافة التفاعل بين الأشخاص:

وهو يشير إلى أن الأفراد يحاولون الحفاظ على نطاق مسافة يتوافق مع توقعاتهم الثقافية وطبيعة التفاعل وأن أي اختراق لحزام المسافة يوجد نوعاً من عدم الارتياح والذي يمكن أن يعيق الاتصال فالانتقال من مكان لآخر بتلقائية ونشاط وثقة لمسافات معينة من أهم عناصر لغة الجسم

فمن الحركات التأثيرية للغة الجسد الإيجابية في الإقناع بالمواضيع المطروحة في المفاوضات أو المواضيع الجدلية النقاط التالية — :

✓ الابتسامة بالعينين.

✓ تغيير نبرة الصوت واستخدام الكفين المفتوحين للإيحاء بالصدق.

✓ المصافحة الدالة على اكتساب الثقة.

✓ مراعاة الاتجاه الجيد للجسد والقدمين.

✓ استخدام أسلوب المنارة عند توجيه الحديث إلى مجموعة من الأشخاص أو

الجمهور

✓ الالتزام بالمسافة الفاصلة بين الأصدقاء أو زملاء العمل أو الغرباء، كلما كان ذلك مناسباً.

✓ النظر إلى المنطقة المثلثية في الوجه.

✓ إتخاذ وضع إيجابي عند الجلوس.

✓ والحفاظ على استقامة الظهر والاسترخاء عند المشي.

(بيتر كليتون، 2005، ص.ص 146-

147)

فهذه الأعمال تعد وسائل اتصالية تتحدث عن نفسها للعاملين أو ضيوف الجهاز الحكومي أو الوفود أو بقية المواطنين المتعاملين معهم حيث تتسم هذه الوسائل بنقل دلالات صادقة الشعور ذات فاعلية في التعبير.

لتصرفات يلحظونها تعمل على تحسين صورة الجهاز الحكومي أو إرسال رسالة معينة تتطوي تحت طيات هذا الحدث فتعمل على نغم المشاعر دون الحاجة للتعبير بالألفاظ. بالإضافة للعديد من تكنولوجيات الاتصال والتي تلعب دورا خطيرا في مجال تطوير العلاقات العامة كعلم وكتطبيق فالعلاقات العامة ليست إلا تطورا من تطورات تكنولوجيا الاتصال، وتتجلى أهميتها من خلال استخدامها في تطوير نشاط العلاقات العامة ورفع مستوى الأداء و بناء شبكات اتصالية واسعة حيث إنها ساهمت في تطوير اختصاصات العلاقات العامة وإمكانياتها بحيث أصبحت تؤدي دورها بصورة أكثر فعالية وصار الكمبيوتر أداة اتصالية لاغني عنها. (جمال مجاهد، 2009، ص199)

وبالإضافة للعديد من وسائل الاتصال الإلكترونية كالانترنت، الفاكس، التلكس، التللكس، كونفرنس، وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، والتي يرى بشأنها "ليرنز" أنها تلعب دورا كبيرا في تحريك الناس حيث أنها تسهم بكفاءة في نشر التعبئة النفسية بين المواطنين حيث تلعب دور كبير في عملية الحراك الاجتماعي من حشد الخيال وإثارة الطموحات وزيادة التوقعات فتجعل الحراك الذهني الخيالي بديل للحركة المادية البدنية والتي بالضرورة تعمل على تغيير الآفاق والتكيف الاجتماعي. (مي العبد الله، 2006، ص.ص 295-296)

### **ثالثا: تخطيط برامج العلاقات العامة**

حتى تحقق العلاقات العامة أهدافها وتتم العملية الاتصالية بنجاح ويحدث التأثير المنشود يستوجب عليها التخطيط لأهدافها المستقبلية، فالتخطيط كعملية فكرية نحاول بموجبها الربط بين الأهداف والوسائل والإمكانيات المادية والبشرية لرسم الطريق الذي يحدد سياسات الجهاز الحكومي فالتخطيط في أبسط معانيه " هو النشاط العقلي الذي يوجه لإختيار أمثل إستخدام ممكن لمجموعة الطاقات لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة. (محمد شومان، 2002، ص72)

#### **1. أهمية التخطيط :**

بما أن برامج العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تهدف إل تحقيق المنفعة المتبادلة بينها وبين جماهيرها فإن رسمها لخطط تستند عليها في تنفيذ أهدافها له أهمية بالغة وذلك بـ:

- ✓ توفر الخطة ووحدة الهدف والتوجيه للمؤسسة.
- ✓ توفر حوافز للمستخدمين إذا شعرو باشتراكهم في وضعها مما يعزز الإلتناء ويزيد من حافز الإنجاز.
- ✓ توفر الخطة إطارا عمليا لصناعة القرار من خلال إدراك أهداف المؤسسة وطرق تحقيقها ورجع الصدى حولها.
- ✓ يؤدي التخطيط الجيد إلى استخدام ملائم وفقا لإمكانيات المنظمة .
- ✓ يؤدي التنبؤ الدقيق في الخطة إلى تقليل عناصر المخاطرة والشك والتردد في اتخاذ القرارات
- ✓ يساعد المديرون على تفحص مؤسستهم من جميع جوانبها والتنسيق الفعال بين جميع أنشطتها
- ✓ تضع الخطة معايير للأداء ومعايير لقياس المؤسسة.
- ✓ يعزز التخطيط قدرات المؤسسة على المنافسة.
- ✓ يساعد على تحقيق أقصى استفادة من وسائل الإعلام المتاحة في الوصول إلى الجماهير المستهدفة.
- ✓ يساعد على استخدام أحسن الوسائل الاتصالية وأمثلة المواضيع وبأساليب أكثر فعالية وفي أوقات ملائمة

(محمد عبده حافظ، مرجع سابق، ص.ص 60-61)

## 2. مبادئ التخطيط لبرامج العلاقات العامة :

يحدد أخصائي العلاقات العامة مجموعة من المبادئ يلتزم بها ليكون تخطيطه مجديا وفعال وهي

- ✓ التركيز على الهدف المراد تحقيقه: وذلك بتوجيه كافة الطاقة في التنبؤ على ذلك الشيء المراد تحقيقه.

✓ **شمولية التحقيق:** فيجب أن يشمل التخطيط كافة الأنشطة والوسائل والأساليب المتعلقة بالهدف المراد تحقيقه.

✓ **أولوية وأسبقية التخطيط في تنفيذ الهدف:** وهذا يعني أننا في سعينا للوصول إلى غاية أو هدف ما يجب أن نعتد أولاً بالتخطيط قبل أي وظيفة إدارية أخرى وذلك لتحديد الأنشطة والمسارات والإمكانات المؤدية إلى الغاية والهدف.

✓ **فعالية وكفاية التخطيط:** وهذا يعني أن يكون التخطيط قابلاً للتطبيق ويخدم الهدف بشكل يغطي كافة الأنشطة والوسائل والأساليب والإمكانات الضرورية لتحقيق الغاية.

✓ **مرونة التخطيط:** وهذا يعني أن يكون التصور المستقبلي له أبعاد يمكن التحرك من خلالها بسهولة لمواجهة التغيرات المستقبلية من خلال بدائل محتملة .  
(المرجع السابق، ص.ص 53-54)

### 3. أنواع برامج العلاقات العامة :

فعملية التخطيط في العلاقات العامة بعدان **الأول بنائي** أو **إعتيادي** (وقائي) يعتمد على رؤية الجهاز الحكومي والمكانة التي يرغب الوصول إليها بعد فترة من الزمن و**البعد الثاني** علاجي لمعالجة الآثار والمخلفات لذلك تنقسم أنواع برامج التخطيط في العلاقات العامة إلى نوعين وهي:

✓ **البرامج الوقائية:** وهي برامج طويلة المدى تعمل على الوقاية من المشاكل والمخاطر وكذا التنبؤ بالأحداث المستقبلية وتتصف بالاستمرارية تستهدف تحقيق الفهم المشترك والمشاركة في المسؤوليات الاجتماعية والمحافظة على علاقات الود والتكامل المستمر مع جمهورها بالقضاء على أي مصدر من مصادر سوء الفهم أو الإشاعات المغرضة.  
(شريف أحمد شريف العاصي، 2006، ص347)

✓ **البرامج العلاجية:** وهي برامج تستخدم عندما يحتاج الأمر إلى بذل جهود محددة لمواجهة الأزمات الطارئة والتي تبرز فجأة في علاقة المؤسسة بجمهور معين من جماهيرها النوعية.

وتتسم البرامج العلاجية بقصر المدى لأنه يستند إليها في المواجهة السريعة للمشكلات والأزمات، فهي برامج لتصحيح أوضاع خاطئة كالمشكلات والصراعات والأزمات والخلافات والنزاعات التي تتعرض لها الأجهزة الحكومية، فالبرنامج الناجح من أهم العناصر الجوهرية في ميدان العلاقات العامة والذي تحدد نتائجه مدى تكامل بين الإدارة والموظفين ومدى إحساسهم بالإنتماء والولاء.

#### 4. مراحل التخطيط :

✓ **تحديد الأهداف:** تتبع أهداف العلاقات العامة لأي جهاز حكومي من السياسة العامة التي ترسمها الدولة، بحيث تمثل هذه الأهداف السند الأساسي ولأداة الإقناع الرئيسية التي تسعى من خلالها للتغلب على المشكلات وإشباع الحاجيات الفعلية التي تكشف عنها الدراسات والمعلومات، وينبغي أن تتسم أهداف العلاقات العامة بالواقعية والوضوح والتحديد الدقيق وأن تراعى المقومات الأساسية للدولة، كما أنه من ضروري التمييز بين الأهداف الرئيسية التي تملئها الخطة العامة والأهداف الفرعية. (علي عجوة(ب)، مرجع سابق، ص.ص 89-90)

فرغم أن الأهداف تختلف من جهاز حكومي لجهاز حكومي آخر باختلاف السياسات وبإختلاف الظروف والبيئة المحيطة بكل جهاز، إلا أن هناك أهداف مشتركة بين جميع الأجهزة الحكومية تتفق مع سياسات الدولة في تحقيق التنمية المستدامة والصالح العام لكافة فئات الشعب،

✓ **الدراسة العلمية:** فإن إنجاز الأهداف العامة للمؤسسة لا يرتبط بمجرد توفر الإمكانيات والموارد الضرورية، بل دراسة إتجاهات جماهير المؤسسة وتحديد سماتها وخصائصها (حمدي عبد الحارث البخشونجي، مرجع سابق، ص 133)

فمعرفة القطاعات الجماهيرية المؤثرة أو التي تتأثر بسياسة الأجهزة الحكومي ودوره في المجتمع ومعرفة خصائصه المميزة يسهل في إختيار وسائل الإتصال المناسبة في التأثير والإقناع والمخاطبة، كما أن دراسة الجمهور والتعرف على أرائه وإتجاهاته أصبحت ضرورة أساسية لتخطيط السياسة التي تتفق مع الصالح العام.

✓ **تصميم خطة العمل:** وتتضمن هذه الخطوة وضع برنامج خطة العلاقات العامة وتحديد

الرسالة الإعلامية التي ينبغي توجيهها للجمهور والتي تركز على مجموعة من النقاط :

- تحديد نطاق وطبيعة المهام المفترض تنفيذها.

- تحديد فريق العامل المسؤول عن تنفيذ هذه المهام مع الأخذ بعين الاعتبار المؤهل العلمي والخبرة.

- تحديد مضمون أو محتوى الخطة المراد تنفيذها.

- جدولة الخطة وذلك بتحديد حجم المادة الإعلامية والوسيلة المناسبة وكذا عدد المرات التي تتكرر فيها المادة الإعلامية

(محفوظ أحمد جودة، 2008، ص122)

✓ **تنفيذ الخطة:** وذلك يبدأ العمل التطبيقي لهذه الخطة مع مراعاة التوزيع الزمني

والمكاني للمعلومة سواء على المستوى الداخلي بين المديریات والمصالح او على المستوى الخارجي بين كافة المواطنين.

✓ **المتابعة والتقويم:** وذلك بتتبع خطوات التنفيذ خطوة خطوة ابتداء من عملية الدراسة

وصولاً التنفيذ الذي يتغذى بالضرورة من التقويم الذي له صدى كبير في رسم الخطة المالية.

## 5. الخطة الإجرائية لتنظيم العلاقات العامة :

إن تنظيم إدارة العلاقات العامة يجب أن يتم في إطار الخطة الإجرائية التالية :

✓ **الخطوة الأولى:** حصر الأنشطة وكافة الأعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة،

بناء على أسس عملية تستطيع بها التمييز بين ما هو نشاط علاقات عامة وما هو غير ذلك .

✓ **الخطوة الثانية:** تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة

واحدة ومتخصصة داخل النشاط العام .

- ✓ **الخطوة الثالثة:** وهو إنشاء وحدات إدارية داخل نطاق العلاقات العامة وإعطاء كل جزء أو مصلحة اسم وظيفي مناسب بحيث يتفق مع طبيعة ونوع الواجبات والمسؤوليات الموكلة إليه.
- ✓ **الخطوة الرابعة:** تعيين في كل قسم وظيفي الأفراد المناسبين له بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
- ✓ **الخطوة الخامسة:** تحديد السلطات الوظيفية لكل موظف حسب حجم المسؤولية الملقاة على عاتقه.
- ✓ **الخطوة السادسة:** تحديد العلاقة الوظيفية بين الأقسام التابعة للعلاقات العامة وبينها وبين الأقسام في الوحدات الإدارية الأخرى للجهاز الحكومي.  
(محمد عبده حافظ، مرجع سابق، ص.ص 108-

(109)

وكتعليق لهذه الخطوات ففي الخطوة الأولى على أن تكون لمسؤول العلاقات العامة مضامين وتوجيهات واضحة، أما في الخطوة الثانية يمكن أن تكون أساسا علميا يمكن الاعتماد عليه في.

إنشاء أقسام وظيفية فيما بعد، كما أنها تساعد في تحديد المؤهلات العلمية والعملية في من ستناط بهم مسؤوليات هذه الأقسام، أما في الخطوة الثالثة فيجب مراعاة عدم الازدواجية عند تجميع الأعمال بحيث لا يكون العمل الواحد مسؤولية أكثر من قسم، أما في الخطوة الرابعة فيتم التعيين على أساس المؤهلات العلمية والعملية، وفي الخطوة الخامسة يجب الاحتكام إلى السلطة والمسؤولية، فيما لا شك فيه أنه لا سلطة في غياب المسؤولية، ولا مسؤولية في غياب السلطة؛ فمنح السلطة لمن لا مسؤولية له يفتح مجالا للتسيب وسوء استخدام السلطة، كما أن تحميل المسؤولية لمن لا سلطة لهم يعني إجحافا وظلما لا أساس له، أما في الخطوة الأخيرة فتحدد العلاقات الوظيفية بجميع اتجاهاتها العمودية الصاعدة والنازلة وكذا الأفقية وبجميع أبعادها السوسيو مهنية.

6. الصعوبات العملية التخطيطية :



- ✓ تعامل العلاقات العامة مع عناصر غير ملموسة يؤدي ذلك لصعوبة التنبؤ بدقة عن المستقبل وخاصة في التخطيط طويل المدى
  - ✓ طبيعة عمل العلاقات العامة طبيعة ديناميكية يوجب على أخصائي العلاقات العامة ملاحقة الأحداث والتكيف معها لذلك قد تبرز مواقف مفاجئة وتغيرات لا يمكن ملاحقتها بالسرعة المطلوبة
  - ✓ الفهم الخاطئ للعلاقات العامة ومجالات عملها من قبل بعض الإدارات يساهم في تعقيد عملية التخطيط لها.
  - ✓ عدم حرص الإدارة على إشراك مسئول العلاقات العامة في أعمال رسم السياسات ووضع البرامج على مستوى الجهاز الحكومي ككل .
  - ✓ عدم وجود أهداف واضحة متفق عليها لتطبيق برامج العلاقات العامة.
  - ✓ عدم كفاية الوقت الذي غالبا ما يضيع في المشاكل الروتينية البسيطة .
  - ✓ الإحباط وعدم التعاون الذي يواجهه الممارسون في التنسيق مع الإدارات الأخرى.
- (المرجع السابق، ص.ص 61-62)

#### رابعا: إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية.

بما أننا نعيش في عصر التقدم العلمي والتقني الذي ساهم في إحداث الكثير من التغيرات على الأجهزة الحكومية في شتى الميادين سواء على صعيد الهدم أو البناء وبأبعادها التنافسية، والذي أوجب على الدولة مسايرة هذه التغيرات التي بالضرورة تنجم عنها عدة أزمات والتي هي من سيم الدينامية الاجتماعية والتطور البشري، فمن الصعب تصور دولة أو جهاز حكومي يخلو من الأزمات.

فالأزمة كظاهرة ترافق سائر الأجهزة الحكومية وفي جميع مراحل حياتها من النشوء والارتقاء إلى الانحطاط والانهيار، فهي العنصر الرئيسي الذي يتوسط هذه المراحل بتحريك الأذهان وإشعال الصراع والتحفيز على الإبداع، فالأزمة هي "حادثة خطيرة يؤثر على أمن الإنسان أو البيئة أو سمعة المؤسسة، ويؤدي إلى سير العمل بشكل معاكس لما هو مقرر له"

(Michael Bland, S A, p5).

وبالمفهوم البسيط هي « تغيرات مفاجئة تطرأ على البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة أو الدولة بسبب تصور معين سواء كان عن قصد أو غير قصد ،وقد تكون نتيجة عوامل يصعب التحكم بها مثل العوامل السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التكنولوجية...، وغيرها». (بشير العلق، 2009، ص59)

ولقد أثار مصطلح "أزمة" جدلا واسعا بين العلماء فمن الناحية الزمنية لحظة وقوع الأزمة يمكن وضعها كسمة فارقة بين الطوارئ والكوارث فالخطر الذي ينجم عن الأزمة، والذي بالضرورة يمكن أن ينجم عنه مشاكل اجتماعية. (إدوارد ب. بورودزيكيس، تر: أحمد المغربي، 2008، ص104)

فالمشكلة الاجتماعية تمثل حالة يشترط أن تؤثر على عدد كبير من الأفراد بحيث يعتبرون هذه الحالة سلبية وغير مرغوب فيها ويكون لديهم شعور عام بضرورة فعل شيء ما أو إيجاد حلول مناسبة لهذه الظاهرة وهذا ما نلاحظه في كل من تونس، مصر، ليبيا، اليمن، سوريا... الخ.

فالتخطيط لإدارة الأزمة يجب أن يبدأ من جهاز العلاقات العامة بالجهاز الحكومي، مع الأخذ في الاعتبار أن التخطيط المهني والفعال يحتاج إلى مشاركة فعالة من العديد من الإدارات بالجهاز الحكومي.

(Sam black, 1993, p142)

### 1. خصائص الأزمة :

✓ **المفاجأة:** فالأزمة غالبا تنشأ فجأة وأحيانا تكون هناك مؤشرات تدل على قرب وقوع الأزمة وأحيانا تكون هناك أزمات كامنة بحاجة لمؤثر كي تنفجر مثل انقلاب النظام في كل من تونس ومصر

✓ **السرعة:** فأكثر ما يعيق إدارة الأزمة عامل الوقت في التصرف وإتخاذ القرار خاصة مع التقدم التكنولوجي وانتشار وسائل الاتصال التي خنقت إدارة العلاقات العامة في كيفية إعادة التوازن، وذلك ما حدث في ليبيا.

✓ **التهديد:** تحمل الأزمة في ثناياها تهديدا لأحد مكونات النظام أو للنظام كله وتبقى تشكل خطر مالم يتم التعامل معها في الوقت المناسب.

(علي برغوث، مرجع سابق، ص.ص 85-86)

## 2. إدارة الأزمات :

لقد بحث رواد إدارة الأزمات في المواضيع الرئيسية التي تتطوي تحت حقل إدارة الأزمات ومنه تم وضع عدد لا بأس به من النماذج التي فسرت للعلاقات العامة كيفية احتواء الأزمة ومنها نموذج 1992 "مارا" (Marra Modal) ونموذج 1992 "هرد" (Hurd Model) ، ونموذج "الفونسو هريرو" (Alfonco Herrero) وهو الذي سنستند إليه في دراستنا هذه. أما دور العلاقات العامة قبل وقوع الأزمة فيمكن في البحث عن الحقائق للإعلام بالخطر لإدارة القضايا والتخطيط لمواجهة الأزمة وذلك لأهمية إعداد خطة لمواجهة الأزمة ومن خطواتها ما يلي:

- ✓ **تكوين الفريق:** وذلك باختيار أعضائه من إدارة العلاقات العامة على حسب خبراتهم وخلفياتهم يرأسه مدير إدارة العلاقات العامة للمنظمة
- ✓ **إعداد السيناريوهات:** إعداد خطة اتصالات في الأزمة تقوم على مفهوم السيناريوهات الموازية لظروف الاتصالات في الأزمة وذلك بعد جمع الحقائق والمعلومات والبيانات اللازمة لعملية التخطيط
- ✓ **تعيين الناطق الرسمي:** وهو الشخص المخول للتكلم بالنيابة عن المنظمة في وقت الأزمة مع وسائل الإعلام والأطراف الأخرى ذات العلاقة بالمنظمة ومواجهة الرأي العام
- ✓ **تحديد الجمهور:** وهو ما يهم العلاقات العامة بحيث تتم دراسة لتحقيق المصالح المشتركة وذلك بالأخذ بعين الاعتبار :
  - مكان تواجد هذا الجمهور
  - إمكانية الوصول إليه مباشرة أم حتمية استخدام وسائل الإعلام وما هي أنسبها في هذه الحالة
  - المدة الزمنية المستغرقة للاتصال بالأطراف المعنية خلال تنفيذ برامجها
  - مدى كفاية المعلومات عن أهم فئة من جماهيرها مثل قادة الرأي لدى المنظمة.
  - مدى تقدير شكل التوزيع الديموغرافي للجمهور.

- مستوى اللغة التي يمكن التخاطب بها في حالة اختلاف المستويات التعليمية والثقافية لجماهيرها

✓ **تحديد الهدف:** وذلك بتحديد الهدف من الإتصال بكل فئة من فئات الجماهير بدقة ووضوح فمثلا:

- الهدف من وسائل الإعلام هو كسب وتأييد الرأي العام

- الهدف من الموظفين والعاملين هو لرفع معنوياتهم

- من الحماية المدنية أو الشرطة لطلب المساعدة

✓ **تأسيس مركز اتصالات:** مناسب تتوفر فيه الوسائل اللازمة يسمح للفريق بمراجعة الوقائع والخيارات والبيانات والإستراتيجيات والقيام بكل ما هو ضروري لمواجهة الأزمة بفعالية وكفاءة

✓ **تقييم الخطة:** وفي الخطوة الأخيرة يقوم فريق العمل بتقييم وفحص كافة جوانب الأزمة وما تحقق من نجاح أو فشل. (علي بن فايزة الجحني(ب)، مرجع سابق، ص.ص 183-186)

فالتخطيط لإدارة الأزمة يجب أن يبدأ من جهاز العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية، مع الأخذ في الإعتبار أن التخطيط المهني والفعال يحتاج إلى مشاركة فعالة في العديد من إدارات الجهاز الحكومي وبنظرة فاحصة على خطة العلاقات العامة في إدارة الأزمات نجد أن الإعلام يلعب دورا هاما، وهذا إذا كان التعامل مع الأزمة بطريقة غير تقليدية ذات إستراتيجية واضحة المعالم والأهداف.

### 3. نموذج "الفونسو هريرو" (Alfonco Herrero) لإدارة الازمات :

أما نموذج "الفونسو هريرو" فهو يتكون من اربع مراحل أساسية وهي:

✓ **المرحلة الأولى: إدارة القضايا**

وهي تعتمد على:

1 مسح البيئة المحيطة بحثاً عن الاتجاهات العامة التي قد تؤثر فيها في المستقبل القريب –

2 جمع البيانات عن القضايا التي يحتمل أن تثير المتاعب ومن ثم تقييمها .

3 تطوير إستراتيجيات الاتصالات وتركيز جهودها على منبع حدوث أي أزمة لإعادة توجيه مسارها ,

#### ✓ المرحلة الثانية: التخطيط المنعي أو الوقائي

وذلك من أجل تحذير ورصد البيئة المحيطة مع مرحلة إدارة القضايا، كما انه يستخدم المعلومات لتحذير نظم الاتصالات الداخلية، كما أنها توجه مواردنا في مرحلة إدارة القضايا إلى تحديد القضية التي تمثل تهديداً، بحيث أن مرحلة التخطيط الوقائي هي نقطة البدء في عملية إدارة الأزمة في بعض المواقع مثل: الحرائق، الانفجارات، الأعاصير، والفيضانات حيث يحين وقتها للقيام بـ:—:

- وضع سياسة تتسم بالمبادرة حيال المشكلة
- إعادة تحليل ارتباطات المنظمة بجمهورها
- اختيار الأعضاء المحتملين لفريق الأزمة
- تحديد الممثل الملائم للمنظمة لإدارة علاقاتها مع وسائل الإعلام
- تحديد الرسالة والهدف والمنافذ الإعلامية التي تستخدم في تنفيذ خطة اتصالات الأزمة

كما يجب على الإدارة في هذه المرحلة أن تقيم كل من:

- أبعاد المشكلة
- درجة تحكم المنظمة في الوقت
- ✓ الخيارات التي يمكن للمنظمة أن تختار من بينها في تطوير خطة نوعية لمواجهة الأزمة

#### المرحلة الثالثة : الأزمــــــــــــــــة

فإذا لم تكن هناك خطة موجهة للأزمة أو إذا قوبلت بسوء التصرف، فإنه يتعين على المنظمة إستعمال الطوارئ التي قد تقلل من أي ضرر قد ينتج من الأزمة وتتضمن هذه المرحلة مايلي:

- تقييم استجابة المنظمة للأزمة
- إجهاض الدعاية السلبية مع إيلاغ زبائن المنظمة بالإجراءات التي اتخذت لحل المشكلة
- توجيه رسالة من المنظمة إلى جمهورها والاستعانة بالخبراء والبدا في تنفيذ برامج الاتصالات الداخلية.

#### ✓ المرحلة الرابعة : ما بعد الأزمة

وحينها تحن المنظمة إلى الأيام المجيدة السابقة ولذلك عليها:

- الاستمرار في إيداء الاهتمام لجمهورها المتنوعة.
- الاستمرار في مراقبة المشكلة إلى أن تتناقص حدتها.
- الاستمرار في إطلاع وسائل الإعلام على إجراءاتها إذا دعت الضرورة لذلك.
- تقييم كيفية عمل خطة الأزمة إذا وجدت وكيفية استجابة الإدارة والعاملين للموقف.
- دمج هذه التغذية المرتدة في خطة الأزمة وتحسينها ومنع أي أزمات مستقبلية.
- تطوير إستراتيجية طويلة المدى للاتصالات لتقليل الأخطاء الناتجة عن الأزمة.

(المرجع السابق، ص.ص 183-186)

ورغم وجود عدة نماذج لإدارة الأزمة وتحويل إتجاهها من السلبي إلى الإيجابي يمكن للإدارة العلاقات العامة أن تستند عليهم في إدارتها لإزماتها إلا أن هذا لا ينفى وجود عدة أخطاء يمكن أن يقع فيها المسؤولين لذلك خصص "روبن كوهن" (2000) كتابه المعنون "بانجيل أزمة العلاقات العامة (The PR Crisis Bible) واعتبر السبع خطايا القاتلة من أصعب الأخطاء التي يتم اقترافها وهي:

❖ **عدم توقع حصول أزمة:** من أسوأ ما يواجه الإدارة هو عدم توقعها حصول أزمة وإعتبار أن لا موقع للأزمات في إستراتيجيتها، وهذا ما يستغرق وقتاً طويلاً في إستجابتها للأزمة مما يجعلها تظهر وكأنها غير مهتمة ولا تتحمل المسؤولية، حينها

تكون وسائل الإعلام لما بالمرصاد وهذا ما يزرع صورتها عند المواطنين، لذلك يجب التعامل مع الأزمة باعتبارها مسألة إدارية إجرائية والتي ببساطة تتم في الظروف الإستثنائية والإطار المرجعي بالإستجابة وإدارة الأزمة عادة يقوم على بنى الإدارة القائمة مع تحسين خطوط الإتصال.(صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص.ص 219-222)

❖ لا يهمني كيف تكون الأزمة: البقاء خلف الأبواب وعدم المبالاة بالأزمة سيقود إلى تفاقم المشكلة وانفجار أمثالها فسياسة غلق الأبواب تجعل الموقف أكثر سوءا بحيث يمكن للقوى الخارجية من زعزعت صورة الجهاز الحكومي عند جمهورها من المواطنين، فقد يقود أسلوب الأداء في مواجهة أي حدث وتوجيهه في الإتجاه السيئ أو الاتجاه الجيد وذلك بناء على الدور الذي تلعبه قياداتها.(المرجع السابق، ص.ص 222-

223)

❖ دعهم يأكلون من الكعكة: ويتم الحكم على القادة بأفعالهم المتصورة، ولا يكون الحكم على أعمالهم وإنما كيف يقومون بها والتصرف ببرودة وبدون عاطفة وتجاهل الضرر الذي يسببونه للإنسان أو الحيوان أو البيئة لن يكسب احترام جمهور المواطنين، فالعاطفة الإنسانية لها قوتها الفاعلة في تشكيل تصورات الجمهور للسيطرة على الرأي العام، فإذا كان هناك خطأ يقود إلى تهديد سلامة الناس يجب تحذيرهم ومحاولة إصلاح الخطأ،(المرجع السابق، ص.ص 223-224)

❖ إنه ليس خطأنا: فعدم تحمل المسؤولية المشكلة التي تواجه المؤسسة وهي السبب الرئيسي لفقدان الرؤساء سمعتهم، فالأمانة هي أفضل سياسة للتعامل، فيتوقع جمهور المواطنين من الأجهزة الحكومية الوثوق بها والاعتماد عليها فأكبر أخطاء إدارة الأزمات محاولة إخفاء المشكلة فالأخبار السيئة يصعب إخفاءها عن وسائل الإعلام إذ أن وراء كل خبر سيئ أناس غاضبون أو أناس لهم مصالح خاصة يناسبهم إثارة الضوضاء.(المرجع السابق، ص.ص 225-226)

❖ أن تقول لوسائل الإعلام لا تعليق: كلمة لا تعليق تثير اهتمام وسائل الإعلام وتحفز الصحفيين على الاستقصاء والتسابق على صفقة صحفية وتقود إلى تعقيد الأمر،

ولجوء الإعلاميين للبحث عن أجوبة لأسئلتهم في مكان آخر هذا ما يفقد الجهاز الحكومي سيطرته الفعلية على الموقف، فمن الضروري أن نعرف أنه لا يستطيع أي جهاز حكومي أن يبقى صامتا، فالاتصال ونشر الأخبار بسرعة والاعتذار ضروري للسيطرة وعليها معرفة كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، كما أنه من الأمور الواجب أخذها بعين الاعتبار:

➤ مواجهة الإعلاميين تتم من خلال الإجابة الفورية على أسئلتهم وتوفير المعلومات الممكنة بأسرع وقت.

➤ الإدراك أن هناك جهات متعددة يهملها الأمر وليس الصحفيين وحدهم .

➤ عمل الصحفيون بناء على المعادلة : **FACE**

F(Feelings)	1 المشاعر
A (Analisis)	2 التحليل والتلخيص السريع
Ceime )	3 جريمة، فساد....الأزمة (المشكلة)
	C(.Corruption
E(Energy)	4 الطاقة

وهذه المعادلة ناجحة مع وسائل الإعلام، وذلك بالقيام بإظهار المشاعر (F) وتقديم تحليل سريع للمشكلة (A) والاهتمام والتعاطف مع الأزمة (C) وإظهار ذلك بالطاقة الحيوية التي تدل على الإقناع.

➤ الأخذ بعين الاعتبار أن القصة الإخبارية التي تقدم للإعلام تكون ذات بعد إنساني تتمتع بالألفة والبساطة.

➤ عدم الدفاع على موقف يجهلونه

➤ مراعات المراحل التي تمر بها الأزمة .

(المرجع السابق، ص.ص 226-231)

➤ مجرد أرقام في بيانات الميزانية: فالعوامل الداخلية الناتجة عن التشعب والاندماج الذي يطرأ على الجهاز الحكومي لها تأثيرات متعددة على اتجاهات المستخدمين بالأداء السلبي أو الإيجابي، فمن المهم تفكير في مستقبل نمو الجهاز الحكومي وفوائده والمحافظة على الاستقرار الداخلي ولذا فإن التعامل مع المستخدمين بإعتبارهم أساسا



متينا للمؤسسة وتقدير الإدارة لهم بالإنصاف والتكريم والترقية وزيادة الرواتب إن أمكن فذلك قد يدير الأزمة ويمتص الإضرابات، فمن أكثر الأمور حدة في هذا العصر التطور التكنولوجي، فنقل الأخبار عن الجهاز الحكومي وتوزيعها أصبح أمر سهلا جدا سواء عن طريق الرسائل القصيرة (SMS) للهواتف النقالة أو عبر الرسائل الإلكترونية وتسريب الإشاعات عبر شبكات الانترنت، بحيث أصبح المستخدمون اليوم أكثر وعيا بمصالحهم وحقوقهم، وكذا بدور الجهاز الحكومي في المجتمع (المرجع السابق، ص.ص 232-235)

وهذا يدخل ضمن مهام العلاقات العامة ومدى شفافيتها في التعامل ليتم تحديد أبعاد حمايتها للجهاز الحكومي فعلى إدارة العلاقات العامة حينما تواجه مشكلة في جهازها الحكومي -بغض النظر على طبيعتها- أن تقوم بالتواصل بفعالية مع المستخدمين، وذلك بتقديم المعلومات لهم وجعلهم يشعرون أنهم ليسو مجرد أرقام.

### التواصل الداخلي الفعال يمهّد في النهاية إلى الحكومة من التواصل الخارجي الضار

🚩 **تصرف بسرعة وفكر لاحقا:** وذلك بالتصرف الفوري لمواجهة المشكلة دون التفكير بالعواقب فكثير من القرارات المتسرة تعقد الأمور فأغلب القرارات المتسرة تكون تحت طياتها تشعبات وعواقب متعددة اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وإنسانيا وإعلاميا.... إلخ، ولعل من أهم الأمور في إدارة الأزمات هو الوقت والحصول على المعلومات الصحيحة من أجل التحرك الصحيح لذلك على الجهاز الحكومي الاستعداد للاستجابة وأن لا تنتظر ماذا سيحدث.

حيث أنه يقدم "جوناثان بيرنستين Jonathan Bernstein" مجموعة من الأساليب

الاتصالية التي تمارس أثناء الأزمات لتجعلها أكثر سوءا منها :

- أن تبق على أمل بأن لا أحد يعلم شيئا عن الأزمة.
- البدء بمواجهة الأزمة بعد أن تصبح معروفة للجميع .
- دع سمعتك تتحدث عنك .

- تمسك بطريقة رد الفعل بدلاً من الفعل المبادر استخدام لغة لا يفهمها جمهورك .
- لا تستمع إلى أصحاب المصلحة.
- افتراض أن الحقيقة ستنتصر فوق كل شيء.
- خاطب القضايا وتجاهل المشاعر.
- قدم تصريحات مكتوبة فقط .

(المرجع السابق، ص.ص 235-240)

فالتخطيط لإدارة الأزمة يجب أن يبدأ من جهاز العلاقات العامة للجهاز الحكومي ،مع الأخذ في الاعتبار أن التخطيط المهني والفعال يحتاج إلى مشاركة فعالة للعديد من الإدارات بالجهاز الحكومي.

(Sam black,1993 , p142)

فالإعلام الصادق والفعال للعلاقات العامة والسمعة الجيدة تدفع الجهاز الحكومي للاستمرار نحو اتصال ذو اتجاهين مع جمهوره والبحوث الاستكشافية للتنبؤ تقلل من فرص حدوث أزمات، فكل جهاز حكومي يتعرض لأحداث طارئة يحتاج للتصرف بشكل عاجل، والتي بالضرورة تحتاج لإدارة علاقات العامة كي تتعامل معها، فالأزمة تعتبر إختباراً حقيقياً لنشاط لإدارة العلاقات العامة فلما أن تنجح وتعيد للمؤسسة سمعتها وإما أن تفشل وتفقد المؤسسة جماهيرها، فالأزمة في الحقيقة بلاء يبتلينا الله به لقوله:

﴿... إن كل شيء خلقه بقدر...﴾ (سورة القمر، الآية 49)

﴿... وكان أمر الله قدرا مقدورا...﴾ (سورة الأحزاب، الآية 38)

### خامسا: أخصائي العلاقات العامة

1. شروط الواجب توفرها في أخصائي العلاقات العامة :

فهذه الشروط يجب أن تحدد إدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي على حسب نوعية جمهور المواطنين الذين تتعامل معهم وعلى حسب مجال عملها وكذا التنظيم الذي

تسير به أي إذا كان وظيفي أو اتصالي أو حتى وظيفي اتصالي، كما يمكن أن نوجز هذه الشروط في النقاط التالية:

✓ **النشاط :** العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي وجهد متواصل يعمل على وتيرة الحركة المسارعة والتوجيه الصائب قوله تعالى: ﴿...وقل أعملوا فسيرى الله ورسوله والمؤمنون...﴾ (سورة التوبة، الآية 105).

✓ **حسن المظهر والجاذبية:** من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهندام لينال إعجاب الآخرين، وهي من الأشياء الهامة في عمل أخصائي العلاقات العامة لقول الرسول صلى الله عليه وسلم ﴿...وخالق الناس بخلق حسن...﴾. وكذا (إن الله جميل ويحب الجمال) فالمعروف أن الانطباع الأول في العملية الاتصالية له تأثير في نجاح أو فشل العملية الاتصالية أو المقابلة.

✓ **اللباقة :** ويلزم على أخصائي العلاقات العامة القدرة على استخدام الألفاظ الجيدة والابتعاد على الألفاظ السوقية أو التي يتداولها أدنى المستويات وذلك لقوله تعالى ﴿...وأدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة، وجادلهم بالتي هي أحسن...﴾ (سورة النحل، الآية 125) ولقوله

﴿ألم ترى كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفروعها في السماء﴾ (سورة إبراهيم، الآية 24)

✓ **البدأ بالعملية الاتصالية :** قول الرسول صلى الله عليه وسلم: ﴿...أنفثوا السلام بينكم...﴾ فمن الأمور الهامة في عمل أخصائي العلاقات العامة أن يكون قادر على البدا بالعملية الاتصالية مع الآخرين أي أن يبدأ الحديث وأن يصنع له المناسبة والعمل على التحفيز ومواصلة الحديث والابتعاد عن النقاشات التي تمثل وجهة نظر والتي قد تكون متميزة إلى جانب دون آخر، للابتعاد عن ردود الأفعال المعاكسة ﴿...وقولوا للناس حسنة...﴾ (سورة البقرة، الآية 83)

✓ **القدرة على الإقناع :** وهنا ليس كل الناس قادرين على الإقناع والقدرة على الإقناع ليس بالتسلط والعنف بل الإقناع الهادف والمنطقي البعيد عن الجفاء والصياح لقوله

تعالى ﴿...وأخض من صوتك إن أنكر الأصوات لصوت الحمير...﴾ (سورة لقمان، الآية 19)

✓ الشخصية الاجتماعية الجذابة: وهي التي تستطيع أن تجذب الآخرين وتدفعهم لمجاراتها ولفت الأنظار وإقامة علاقات طيبة، وللشخصية القوية صفات معروفة في علم النفس والتحليل النفسي

✓ القدرة على كسب ثقة الآخرين: فهناك من تتعامل معهم للولهة الأولى تحس أنهم محل ثقة لدلالات في تصرفاتهم توحى بمدى صدقهم وأمانتهم ونزاهتهم وتقديرهم للآخرين، وذلك لقدرتهم على الإقناع والتأثير.

✓ البعد عن الهجومية: وذلك أن يكون أخصائي العلاقات العامة شخصية سوية طبيعية لا تهاجم الناس دون سبب ولا تستغل الفرص لتعيب وتذكر مساوئ الآخرين فالشخصية المستقرة والمتزنة تخلق انطباع طيب عند الآخرين ﴿...وفيها رحمة من الله لنت لهم، ولو كُنْتُم ظالماً خليطاً للقلب لنفخو من حولك...﴾ (سورة آل عمران، الآية 159)

✓ الشجاعة : ففوة الشخصية والشجاعة تمكن الأخصائي من التمسك برأيه وعرض إقتراحه والدفاع عن وجهة نظره ومواجهة المشكلة بكل عزيمة لقول الله تعالى : ﴿...وشاورهم في الأمر فإذا عزمت فتوكل على الله إن الله يحب المتوكلين...﴾ (سورة آل عمران، الآية 159)

✓ إتقان إحدى اللغات الأجنبية: وذلك في المؤسسات التي تتعامل مع الأجانب كثيراً كالفنادق وشركات الطيران وكذا المثقفين العلمانيين لقول الرسول صلى الله عليه وسلم (من تعلم لغة قوم آمن شرهم)

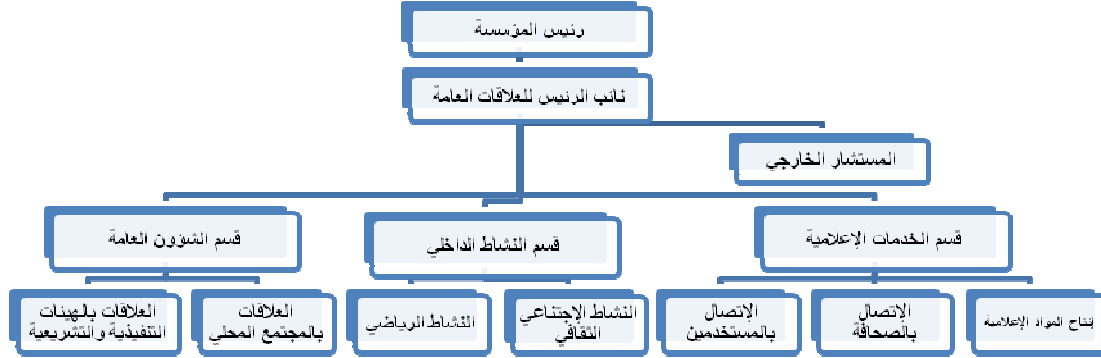
بالإضافة لعدة سمات كالذكاء والكياسة والتكيف والصدق و...الخ، وبصفة عامة كل ماتتميز به الشخصية المحبوبة وكذا المقدره على الاتصال الجماهيري

## 2. مستشار العلاقات العامة :

تلجأ بعض المنشأة الى التعامل مع واحد أو أكثر من المستشارين في مجال العلاقات

العامة وتستفيد من خبرتهم واتصالاتهم في وضع سياسة العلاقات العامة وتنظيم الحملات الإعلامية .

الشكل (01) : يوضح موقع مستشار العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة .



المصدر : أحمد محمد المصري ، 2006 ، ص75 .

#### ✓ واجبات مستشار العلاقات العامة :

- مساعدة الإدارة في فتح قنوات الاتصال وسلامة وامتداد بقائها.
- مساعدة الإدارة في وضع أقوى البرامج وأحسنها في ميدان العلاقات العامة
- أن يكون متخصص أو يملك القدرة على السيطرة والتحكم في المشكلة الاتصالية التي يطلب منه التدخل لأجلها حتى يستطيع تعديل مسارها وحلها في الوقت المناسب ( أحمد محمد المصري، مرجع سابق، ص83)

#### ✓ ميادين عمل مستشار العلاقات العامة :

ميادين عمل مستشار العلاقات العامة كثيرة وواسعة وهناك فرق بين الاستعانة بمستشار العلاقات العامة عند الحاجة إليه في عملية معينة، وبين تعيينه بصفة دائمة أو التعاقد معه لمدة طويلة عدة أشهر أو سنة أو أكثر. ففي الحالة الأولى يتم التعاقد مع المستشار على الأتعاب التي يطلبها لإتمام عملية معينة، أما الحالة الثانية، فهو العقد عمل إستشاري مقابل أتعاب شهرية أو سنوية مع تحمل المنشأة بكافة المصاريف المادية.

#### ✓ مزايا الاستعانة بمستشار العلاقات العامة :

- القدرة على النظر إلى الأمور بموضوعية تامة دون التأثر بالخلافات الشخصية التي قد تتولد داخل التنظيم الواحد.
  - الابتعاد عن المشكلات المتعلقة بالخلافات اليومية التي قد يغرق فيها أخصائي العلاقات العامة.
  - الخبرة الواسعة والمهارات المتعددة نظرا لتعامله مع المشكلات المتنوعة.
  - زيادة علاقته واتصالاته بوسائل الإعلام والجهات السياسية والتشريعية.
  - زيادة مصداقية المستشار لدى الإدارة العليا للمنظمة.
  - لا يعتبر المستشار الخارجي عبئا على الميزانية، فهو لا يأخذ راتبا منتظما بل متغيرة طبقا لما يؤديه من خدمة.
- عجوة (أ)، 2004، ص56).

#### ✓ عيوب الاستعانة بمستشار العلاقات العامة :

- عدم التواجد المستمر في المنظمة وعدم ارتياح إدارة الموظفين والعمال بالمنظمة للتعامل معه.
- عدم المعرفة بالأسباب غير المعلنة للمشاكل ذلك لاعتباره شخص غريب .
- التعامل مع أكثر من منظمة في وقت واحد، قد تكون في بعض الأحيان متنافسة .

(المرجع السابق، ص57)

وحتى نزيد من مزايا مستشار العلاقات العامة فهناك مجموعة من الصفات التي ينبغي توافرها في المستشار وهي كثيرة مثل الإلمام بالمهارات العلمية في جميع المجالات والقرب من مصادر المعلومات والعلاقات الواسعة مع وسائل الإعلام والوعي بالمنظمات المنافسة في السوق والصلة الواسعة بقيادة الرأي في المجتمع و... و...

#### سادسا: العلاقات العامة والتنمية

فالعلاقات العامة نشاط يدرس سلوك الأفراد والجماعات من خلال الاتجاهات والقيم ولا بد لهذه السلوكات من اتصال صادق يعمل باتجاهين وهذا ينعكس على تطور وتنمية المجتمع سواء في الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء

وتتمية المجتمع تشير للعمليات التي تتوحد بها جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية. (نور الدين زمام، 2007، ص116)

والتنمية كمسؤولية إجتماعية نشاط أساسي من مبادئ العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تعمل على تحقيق التقدم الاجتماعي وللتطرق إلى ذلك يجب معرفة بعض النقاط المهمة :

✓ من مفاهيم التنمية إحداث تغيير اجتماعي مادي ومعنوي والانتقال لحاله مرغوبة مخطط لها تستهدف تعديل السلوك الإنساني من السلوكات غير السوية إلى السلوكات السوية ذات الطابع المجتمعي الإيجابي المتكامل.

✓ فالتنمية الإنسانية تعني تغليب مصلحة المواطن، فغاية التنمية الاجتماعية هي المواطنين الذين يتطلبون سلسله من التغييرات كالتعليم وتغيير الاتجاهات والأنماط السلوكية غير السوية.

✓ الدول النامية تنتهج التغيير الاجتماعي وهذا التغيير الاجتماعي بحاجة للإقناع لدى ثقافات تلك الدول وبالتالي فهي بحاجة إلى أداة للإقناع وذلك يأتي عن طريق العلاقات العامة والتي هي وسيلة فعالة لإقناع المواطنين على التغيير الإيجابي.

✓ للعلاقات العامة دور هام في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء وفي كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لإحداث التنمية وبناء نظام جديد تتواكب والتطورات الراهنة.

لذلك حدد الدكتور "عبد العالي دبله" جوهر التنمية في أمرين مترابطين عضويا هما تحقيق المساواة بين أفراد المجتمع وكذا تعظيم فرص الحياة أمامهم. (عبد العالي دبله، 2004، ص147)

## 1. دور العلاقات العامة في المجالات التنموية :

ان الدور المطلوب من العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في الجانب التنموي هو ربط خططها التنموية بالأهداف العامة وشرحها للجمهور ليتعرف عليها وعلى برامجها وسياساتها، حيث تم تحديد بعض المجالات التنموية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في كل من:

### ✓ المجال السياسي

يجب أن تعمل العلاقات العامة في هذا المجال على توعية ونشر وتدعيم كل من:

- غرس الشعور بالانتماء الوطني والقومي لدى جمهور المواطنين.
- المساهمة بموضوعية تامة في إيجاد الوعي السياسي لدى المواطنين وتشجيعهم على المشاركة السياسية وإتخاذ القرارات من خلال العمل الديمقراطي السليم البعيد عن الخداع والمزايدات الحزبية الرخيصة. (هناك حافظ بدوي، مرجع سابق، ص352)

- تنمية الوعي السياسي وإكساب المواطن رصيد من المعارف والمعلومات عن المحيط والمعطيات والبنى وكذا التراث السياسي لمجتمعه، ومعرفة حقوقه وواجباته السياسية. (أمل خلف، 2006، ص53)

- تعميق وعي جمهور المواطنين بسياسة الدولة ومحاولة حماية التجربة الديمقراطية وحمايتها من القوى المعادية التي تحاول ضرب الوحدة الوطنية.

- نشر الوعي السياسي للجمهور.

- تهيئة جماهير المواطنين للتغييرات التي ستحصل وإيضاح آثارها لغرض التكيف ولغرض توضيح موقف الجهاز الحكومي ولشرح خطته المستقبلية.

- إفساح المجال لكافة الآراء الوطنية للتعبير عن ذلك ومعرفة متطلباتهم.

### ✓ المجال الاقتصادي

- تنمية الوعي الادخاري عند المواطن كضرورة قومية لتوفير الاستثمارات اللازمة للمشاريع المستقبلية ولترشيد الاستهلاك

- تنمية الوعي الضريبي لدى المواطن لحماية اقتصاد الوطن



- نشر الوعي التأميني باعتباره أحد أوعية الادخار اللازمة لتمويل المشاريع التنموية
- إرشاد المواطنين للصالح العام وتشجيع الابتكار والإشادة بالعاملين المثابرين الذين يقدمون أحسن الخدمات للاقتصاد الوطني .

(هناك حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.ص 348-350)

- تبصر الجمهور على حقيقة الأوضاع الاقتصادية والمالية.
- مشاركة الأفراد بوضع الخطط التنموية.

#### ✓ المجال الاجتماعي

- تنشيط الجهود الرسمية واستثارة الجهود الشعبية لمحاربة الأمية والأمراض المستوطنة والآفات السيئة
- الدعوة إلى ترشيد الأنماط السلوكية السائدة في الأفراح والمآتم والأعياد الدينية والتأكيد على القيم الروحية للقضاء على العادات السيئة التي ارتبطت بهذه المناسبات (المرجع السابق، ص.ص 355-356).
- التعايش والتفاعل مع الجمهور في الظروف الاجتماعية ومشاركته في أفراحه وأتراحه.
- تستطيع العلاقات العامة تغيير العادات الاجتماعية السيئة في تغيير الاتجاهات وتعديل السلوك وترشيد الأنماط الاستهلاكية التي بالضرورة تعود على الأسرة والمجتمع بالنفع.

#### ✓ المجال الإداري

العلاقات العامة تسهم في التنمية القومية من خلال المجال الإداري وذلك على النحو التالي:

- توعية العاملين في الدولة بالحرص على المصلحة العامة.
- توعية العاملين بأهمية إقامة علاقات طيبة ومستمرة مع الجماهير
- توعية العاملين بأعمالهم ومسئولياتهم للتعامل الجيد مع الجمهور

فتلبية رغبات جماهير المواطنين وسيادة القيم والعدالة والمساواة يعطي مردودا أساسيا للشعور بالمسؤولية والتضحية في العمل انطلاقا من إيمانهم بجهود الجهاز الحكومي الذي

يرعى مصالحهم بمشاريع تنموية تلبى حاجياتهم بشكل موضوعي هادف يؤدي إلى تقوية الوطن والمواطن كوحدة متلاحمة، لكن حين يتم الحديث عن ترويج حرية الرأي والديمقراطية تبقى هذه المفاهيم محل جدل ورفض في أغلب الأحيان من قبل بعض النخب السياسية التي تتعاط مع التنمية بانتقائية وأحياناً بازدواجية، مما يجعل بعض المشاريع التنموية متعثرة أحياناً وغير قابل للإنجاز أو غير متلائمة مع خصوصية المجتمعات المحلية.

### سابعاً: تقويم نشاطات العلاقات العامة

أولى الاهتمام بتقويم برامج وحملات العلاقات العامة في كل من جانبيها الأكاديمي والمهني، ورغم أنها المرحلة النهائية في الترتيب من حيث العرض العلمي للعملية الإدارية لوظائف العلاقات العامة في كل الأجهزة سواء الحكومية منها أو غير الحكومية، إلا أنها امتداد للوظيفة الأولى - البحوث - في سلسلة مستمرة ومتداخلة عبر بقية المراحل.

فالتقويم هو التحري عن نواحي القصور وتشخيص الأخطاء التي تصاحب عملية التنفيذ الميداني أو العملي تمهيداً للقيام بإصلاح الخطأ وإبعاد السلبيات حيث أنه يمكن إجراء ذلك من بداية التنفيذ حتى مرحلة النتائج وتقييم آثارها. (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 513)

يرى "جرونلند" أن التقويم يشتمل على الخصائص النوعية والكمية للسلوك مضافاً إليه أحكاماً قيمية تتصل بمدى ملائمة هذا السلوك. (إسماعيل محمد الفقي، 2005، ص 8)

**فعلمية التقويم عملية ديناميكية مستمرة متكاملة تتكون من ثلاثة مراحل :**

➡ **مرحلة التنفيذ:** وهي أو خطوة في عملية التقويم بحيث يجب مراجعة مراحل وطرق تنفيذ برنامج التخطيط قبل الشروع، بحيث يتم تحديد ما سوف يترتب على تنفيذ البرنامج، ويجب تفسير هذا الاختلاف وشرحه وتحديد إمكانية تعديله أو تعديل الهدف المرسوم.

➤ **رصد التقدم الذي يتم إحرازه:** حيث يجب تقويم دوري لنتائج كل خطوة من خطوات البرنامج بصورة منتظمة وتعديل ما يلزم تعديله من البرامج إذا لزم الأمر، لتحديد مدى إتساق مراحل التنفيذ مع أهداف البرنامج، ويجب في هذه المرحلة تقويم أية نتائج أو أحداث غير متوقعة أثناء التنفيذ وفحص الفروق بين التقدم الفعلي والتقدم المتوقع عند التخطيط .

➤ **تقويم النتائج:** وتتناول هذه الخطوة النتائج النهائية للبرنامج وفيها يتم مقارنة النتائج النهائية بالأهداف المحددة في الخطة لتحديد الفرق بين ما كنا نتطلع إليه وما بلغناه فعلا وهذا يوضح أهمية المرحلتين السابقتين لشرح السياق الذي نفذ فيه البرنامج وتفسير النتائج النهائية مع إعداد تقرير للمعلومات وكذا تدعيم ذلك بمقترحات.(راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد،2005، ص.ص310-311)

### 1. أهداف تقويم أنشطة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية:

يجمع الباحثون والخبراء الأكاديميين على أن تقويم العلاقات العامة يهدف إلى إمداد الجهاز الحكومي بـ:

- ✓ حصيلة أنشطة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي لتحقيق الأهداف الموضوعية لخطتها والمستمدة من السياسة العامة للدولة وفلسفتها الاجتماعية.
- ✓ دلالات هذه النتائج من الناحية الكيفية والتي توضح آثار هذه الأنشطة على صورة الجهاز الحكومي في أذهان الجماهير سواء كانوا موظفين أو مستفيدين، (علي عوجة(ج)، دس، ص233)

✓ النتائج الكمية التي حققتها العلاقات العامة في المجالات المعنوية

### 2. معايير التقويم :

ويمكن تحديد معايير تقويم العلاقات العامة لنشاطاتها لمعياريين أساسيين كما يلي :

- ✓ **المعايير الكمية:** وهي التي يعبر عنها بالأرقام والكميات والنسب المؤوية يتم استخدامها في قياس نتائج بعض الأنشطة المادية مثل الإنتاج والتوزيع ليتم إعداد التقارير بالأرقام عن كل أداة من أدوات التي استخدمت في تنفيذ أنشطتها وعدد مواد

الدعاية أو الإعلانات التي كتبت وعدد الكتيبات التي طبعت والأفلام التي أنتجت والخطابات التي أرسلت والأحاديث التي تمت وهكذا فإن هذه الأرقام توضح حجم العمل الذي تم وتكاليفه والوقت الذي أستغرقه بشكل عام أو بشكل تفصيلي طبقا لكل نشاط أو جزء من البرنامج. (محمد عبدو حافظ، مرجع سابق، ص320)

✓ **المعايير النوعية:** وهي التي لا يمكن أن يعبر عنها بالأرقام والكميات فهي معايير لغير الملموس الذي يصعب قياسه مثل ارتفاع الروح المعنوية للعاملين أو تحقيق السمعة الطيبة أو تحسين الصورة الذهنية لدى جماهيرها. (علي عجوة (ج)، مرجع سابق، ص225)

### 3. أنواع التقويم في العلاقات العامة :

وينقسم التقويم للعلاقات العامة إلى قسمين أساسيين من حيث البرامج والأداء وهما:

#### ✓ **تقويم برامج العلاقات العامة:**

يقصد بها قياس النتائج التي تحققت من تنفيذ برنامج معين أو نشاط معين ويتضمن تقويم برامج العلاقات العامة خطوات متعددة يمكن تحديدها على النحو التالي:

#### - **تحديد الهدف من التقويم:** وذلك بـ:

➤ استهداف الإطارات التخطيطية الأولى وذلك بتقويم المعلومات التي وضعت على ضوءها الخطة والمعلومات التي جمعها المخطط عن سياسة الجهاز الحكومي بجميع إداراته ومدى التنسيق بينهم وعن الإمكانيات المادية والبشرية ووسائل الاتصال المتوفرة والمعلومات عن البيئة الخارجية وكذا تقويم الإجراءات التنفيذية للبرامج المحددة والتكلفة اللازمة وفي ضوء ذلك يتم تقويم المدخلات الأساسية .

➤ تقويم الإجراءات التنفيذية للبرنامج ويترتب هدف التقويم في مناقشة إجراءات التنفيذ للوقوف على المشكلات والمعوقات التي أثرت على النتائج المستهدفة .

➤ تقويم الآثار الناتجة عن تنفيذ البرنامج: وذلك بدراسة التأثيرات الملموسة أو المستمرة للرسالة الإعلامية في تزويد الجماهير بالمعلومات ومدى تغييرها للاتجاهات والآراء حول مشكلة معينة ومدى النجاح الذي حققته لرسم صورة طيبة للمنشأة في أذهان الجماهير ومدى إمكانية تطوير البرامج المماثلة.

- **تحديد إستراتيجية التقييم:** وهناك مداخل عديدة تحدد الإستراتيجية المتبعة في عملية التقييم وتشمل:
    - **التقييم بالأهداف:** وهو الذي يركز على تحقيق الأهداف التي تم وضعها
    - **التقييم بالإجراءات:** ويركز على الإجراءات التي أتبعها الجهاز الحكومي لتحقيق برنامجه.
    - **التقييم بالآثار:** ويركز على مدى تحقيق النتائج المتوقعة على الفئات المستهدفة .
  - **تحديد مجتمع الدراسة التقييمية:** وهي العينة التي سيتم اختيارها للحصول على إجاباتها عن الأسئلة المحددة طبقاً للأهداف السابقة .
  - **اختيار الأداة:** وتوجد أدوات عديدة ويتوقف تصميمها وفقاً لطبيعة الدراسة ووفقاً لمقدرتها على تحقيق الهدف .
  - **إجراءات العمل الميداني:** وذلك بالتأكد من مصداقية الأداة وثباتها ولمعرفة قدرتها على توفير معلومات صحيحة وبتشكيل الفريق الذي سينفذ عملية التقييم
  - **فرز المعلومات:** وتصنيفها وتبويبها وعرضها طبقاً للأسس المنهجية.
  - **تحليل المعلومات:** للحصول على مؤشرات تتعلق بجوانب القوة والضعف في البرنامج .
  - **إعداد التقرير النهائي:** ويعد بطريقة علمية ومتميز بالصدق والدقة ومدعماً بالبيانات الإحصائية ليساعد على تحقيق الأهداف المنشودة
- (محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص.ص 551-556)

#### ✓ **تقييم أداء العاملين:**

- يقصد به قياس مدى تحقيق العمال في الأجهزة الحكومية للأهداف المحددة لهم في برامج معين أو نشاط معين، كما يقصد به قياس نوعية سلوكهم بما يتناسب مع الأعمال المنوط بهم،
- **تقييم المديرين لأداء العاملين:** وذلك بتقييم أداء كل موظف على أساس الأعمال التي أتمها خلال فترة معينة وكذا سلوكياته ويتم ذلك بطريقة تجميع البيانات عن كل من

الاستعداد الشخصي وإنتاجية العمل والمواظبة وإمكانية الاعتماد على هذا الموظف وقدرته العملية.

ومن خلال ذلك يتم تحديد كل من:

✓ الخصائص الرئيسية للموظف

✓ توافق الوظيفة مع استعدادات ومؤهلات الموظف .

✓ ميولاته العملية ومؤثراته الشخصية وحالته الصحية وإحتياجاته التكوينية .

- **التقويم الذاتي:** يقوم الموظف ذاته وذلك بمراقبة تصرفاته أو بتدريبه على طرق قياس أو على أشكال توضيحية. (المرجع السابق، ص.ص 533-537)

#### 4. صعوبات تقويم أنشطة العلاقات العامة:

من بين الصعوبات التي تواجه تقويم أنشطة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية هي:

✓ أن العلاقات العامة لا تتم معزلة عن المتغيرات الأخرى التي تمارس في ظلها لذلك على أخصائي العلاقات العامة أن يكون على إطلاع بكل مدخلات ومخرجات الجهاز الحكومي وكذا التغيرات التي تطرأ عليه.

✓ أن العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق أهداف قصيرة أو متوسطة المدى وإن كان من اليسر تقويم ذلك، لكن من العسر تقويم أهداف طويلة المدى.

✓ وإذا كان من اليسر تقويم الأنشطة الإنتاجية للسلع والخدمات الملموسة، فيصعب فعل ذلك في الخدمات غير الملموسة كالتعامل مع الأحاسيس والمعنويات.

✓ لحدائته كمفهوم عند بعض المسؤولين، فإن أنشطة العلاقات العامة وأهدافها ليست محددة حتى الآن.

✓ عدم إدراك أهمية العلاقات العامة ،

(على عجوة (ج)، مرجع سابق، ص.ص 231-233)

فمن ضروريات التقويم أن نضع في التقرير الوسط أو البيئة التي ينفذ فيها البرنامج المعين أو المشروع أو النشاط، فلقد تبين أن بيئة الأداء تتفاعل داخل متغيرات كثيرة تؤثر على حجم الإنجاز، كما أن المقاييس المستخدمة في التقويم تتحدد مقدرتها على إعطاء

نتائج مؤكدة تتعلق بحجم الأداء ونوعيته والعوامل المؤثرة فيه، أما إذا كانت النتائج ضعيفة لا تدل إلا على مؤشرات فقط، فإن هذا يعني أن المقاييس ليست كافية وتحتاج لإدخال تطوير معين أو استخدام مقاييس أخرى أكثر قدرة على تحقيق الأغراض المستهدفة منها، فليس في كل الحالات تكفي النتائج الضعيفة أو المؤشرات لتقديم صورة حقيقية لقيمة العمل أو لكفاءة العاملين.

### خلاصة:

تعمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على تهيئة جماهيرها لتقبل المزيد من الأفكار والآراء الجديدة والتطور معها لدحر قوى التخلف ومسايرة ركب التقدم والحضارة بجميع مقتضيات التنمية الشاملة، ولا يتم هذا التكيف الاجتماعي دون نجاحها في نشاطاتها الأساسية من تنظيم مثالي واتصالات فعالة وتخطيط ناجح وإدارة الأزمات الطارئة وتقويم نهائي لنشاطاتها كأهم النشاطات الأساسية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وأهم النقاط التي تعمل على الإجابة على التساؤلات المطروحة .

## الفصل الخامس : عرض نتائج الدراسة

1- عرض نتائج الفرضية العامة

2- عرض نتائج الفرضية الجزئية الأولى

3- عرض نتائج الفرضية الجزئية الثانية

خلاصة



### أولاً : منهج الدراسة

تفرض طبيعة الموضوع على الباحث نوع المنهج الذي يعتمد عليه خلال دراسته ليحدد به الخطوات التي يتبعها في معالجة إشكالية بحثه، فالمنهج اصطلاحاً هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. (بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلاني، 2004،

ص 31)

واختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بمشكلة المبحوث والمجال الذي ينتمي إليه وطبيعة تشخيص العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية من خلال تحليل اتجاهات أعضاء مجلس الأمة تفرض علينا استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب الذي يعتمد على دراسة العلاقات العامة كما توجد في الواقع بتشخيصها وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة بجمع البيانات اللازمة عنها من خلال فهم وتحليل اتجاهات جمهورها.

فالمنهج الوصفي التحليلي هو «مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالاتها للوصول إلى نتائج وتعليمات عن الظاهرة أو موضوع البحث. (بشير صلاح الرشيد، 2000، ص 59).

أما محمد شفيق فيعتبره الطريقة المنتظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع معينة قصد اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات التي تتصل بها ولتفسيرها وتكشف الجوانب التي تحكمها (محمد شفيق، 1985، ص 84)

### ثانياً: حدود الدراسة

ويمكن توضيح حدود هذه الدراسة في :

✓ الحدود المكانية : وهو مقر تجمع أعضاء مجلس الأمة والذي يقع بـ: 07 شارع زيروت يوسف: الجزائر العاصمة، تأسس لأول مرة بموجب التعديل الدستوري الذي جرى في إسنفتاء 28 نوفمبر 1996 المادة 98، والذي أحدث ازدواجية الغرف البرلمانية بعد أن كان نظام الحزب الواحد هو السائد، بحيث ينتخب أعضائه عن طريق الإقتراع غير المباشر والسري على قائمة متعددة الأسماء وبالأغلبية في دور واحد. وجاء هذا التغيير تماشيا مع النظام الذي تنتهجه 75 بالمئة من دول العالم.

✓ الحدود البشرية : شملت الدراسة على 72 عضوا من أعضاء مجلس الأمة.

✓ الحدود الزمانية : تمت الدراسة خلال الفترة الممتدة بين سبتمبر 2010 وجوان 2011 وذلك عبر عدة مراحل موزعة على النحو التالي:

- المرحلة الأولى : في شهر سبتمبر 2010 وتم فيها ضبط موعد مع عضوين من أعضاء مجلس الأمة في توقيتين مختلفين والاتصال بالعضو الثالث هاتفيا، بطرح موضوع الدراسة الذي نحن بصدد دراسته ليتم الترحيب والتشجيع على الموضوع المقترح لتعدد فوائده العلمية وقلة الدراسات السوسيولوجية في الأجهزة الحكومية، حيث تم النقاش حول إمكانية الاتصال بأفراد مجتمع الدراسة وتم التأكد من صعوبة الحصر الشامل لأفراد العينة لاستحالة الإجابة على الاستبيان الإلكتروني والذي كان مقترح وذلك لعدة أسبابا تخص افراد العينة.

- المرحلة الثانية: في شهر فيفري 2011 وتم فيها الاتصال ببعض الأعضاء وجمع بعض الوثائق المكتبية من كتيبات ومجلات الدورية للتعرف على مجتمع الدراسة عن كثب.

- المرحلة الثالثة: في الأسبوع الثالث من شهر أفريل 2011 تم الإتصال بأحد الأعضاء وإقتراحه كأحد المحكمين ليتم تحكيمه للإستبيان.

- المرحلة الرابعة: في الأسبوع الأول من شهر ماي 2011 تم تسليم الإستبيان لأحد الأعضاء ليتم توزيعها على أعضاء مجلس الأمة وذلك على مستوى الدراسة الإستطلاعية.

- **المرحلة الخامسة:** في الأسبوع الأخير من شهر ماي 2011 والمقرر فيه معالجة قانون البلدية تم قصدنا لمقر مجلس الأمة ليتم الإلتقاء ببعض الأعضاء وكذا رؤساء وأمانات الكتل الثلاثة، الكتلة المعينة من طرف رئيس الجمهورية وكتلة جبهة التحرير الوطني (FLN) وكتلة التجمع الوطني الديمقراطي (RND) وتكليفهم بتوزيع الإستبيان بعد موافقة رؤساء الكتل الثلاثة.

وإعتادنا على هذه الفترة والتي تزامنت مع الدورة المحددة لمناقشة قانون البلدية لسنة 2011 الذي كان بتاريخ 23/24/25 ماي 2011، لعدة أسباب منها:

- ✓ تزامن هذه الفترة مع ضبطنا للأداة التي اعتمدنا عليها في جمع البيانات .
- ✓ توزع أفراد المجتمع الكلي على 48 ولاية وبالتالي يصعب التنقل والتعامل معهم.

✓ عدم جدوى في إستعمال الإستمارة الإلكترونية وذلك لعدم فتح الكثير من الأعضاء لعلبهم الإلكترونية .

- **المرحلة السادسة:** وفي شهر جوان 2011 تمت المقابلة المفتوحة مع بعض الأعضاء على شكل دردشة في إبداء آرائهم حول فرضيات موضوع الدراسة.

### **ثالثا: العينة وكيفية إختيارها**

تعتمد دراسة المجتمع على أساس أخذ كل مفرداته للتعرف على خصائصه ومعالجه والتي توضح الصفات التي تميزه عن غيره، لكن في كثير من الأبحاث العلمية يصعب دراسة جميع مفردات المجتمع في إطار أسلوب الحصر الشامل لذلك تجرى الدراسة في جزء من المجتمع الكلي وفقا لما يسمى بالمعاينة في سبيل التغلب على صعوبات الحصر الشامل، وذلك بدراسة عدد محدود من المفردات أو الحالات بصورة أفضل من خلال جمع معلومات دقيقة عن كل حالة لاستخلاص نتائج ذات دقة معينة بأقل تكلفة وبأقل جهد وفي وقت قياسي. (محمد محمود مهدي، 2002، ص33)

فتعد العينة النقطة الأساسية التي تدور حولها الدراسة والتي تحدد مدى مصداقية ودقة البيانات الإحصائية، وبما أن هدفنا هو تشكيل عينة موضوعية تمثل مجتمع البحث تمثيلا جيدا إعتدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية البسيطة وهي النموذج الذي يعتمد

الإختيار بالطريقة العشوائية بحيث تعطي فرصة متكافئة ومتساوية لجميع الوحدات لكي تكون ضمن المطلوب دراستها وتحليلها، وفيها تلعب الصدفة دورا هاما في الإختيار. (عبد الغني عماد، دس، ص57)

### 1. عينة الدراسة الإستطلاعية :

تمثل الدراسة الإستطلاعية نقطة البداية في البحث العلمي لأنها وحدة منهجية متكاملة تهدف إلى جمع معلومات حول مدى الإمكانيات العملية في إجراء بحث ما عن مواقف الحياة الفعلية إذ يتوقف على نجاحها إستمرار عملية البحث العلمي. (عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، 2001، ص.ص. 142-143).

وبناء على هذا تعتبر الدراسة الإستطلاعية همزة وصل بين الجانب النظري والجانب التطبيقي لما لها من أهمية في نجاح البحث العلمي ولما تحققه من أهداف. فتم تمثيل عينة الدراسة الإستطلاعية بالإسنعانة بأحد الأعضاء وتسليمه ثلاثون (30) استبيانات ليتم الإجابة عليها رفقة أصدقائه من أعضاء مجلس الامة. ليتم إستعادة إثنين وعشرون (22) إستبيان وبالتالي تم إلغائنا لإستبيان وإستعمالنا لواحد وعشرون (21) إستبيان كعدد فردي وذلك بنسبة 14,5% من المجتمع الأصلي.

### 2. عينة الدراسة الأساسية :

تعتبر هذه الدراسة من الخطوات الهامة لإنجاز أي بحث علمي، وفي بحثنا هذا يمثل مجتمع الدراسة بعينة من أعضاء مجلس الأمة تقدر بـ 72 عضو. تم تمثيل عينة الدراسة الأساسية بإختيار العينة بالطريقة العشوائية بسيطة حسب ما ذكر أنفا

حيث تم توزيعنا — 72 إستبان بنسبة 50% ولتأخر الإجابات إستكفينا بنسبة 20%

$$20\% = \frac{n \times 100}{144}$$

144

حيث: n: عدد الأعضاء التي استجابة للدراسة

144: المجتمع الكلي للدراسة

ومنه:  $n = 28.8$  والعدد الصحيح لـ  $n$ : هو 28 لذلك إتمدنا في بحثنا على 28 عضو من أعضاء مجلس الأمة، وكذا بإرتياب خطأ القياس (-)  $(0.01+،0.01)$

### رابعاً: أداة جمع البيانات

بغية الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة، التي توصلنا إلى إيجاد إجابات عن التساؤلات والقضايا المطروحة، من أجل ذلك استخدمنا في هذه الدراسة الأدوات التالية:

#### 1- الاستبيان :

يعد أداة هامة لجمع البيانات الخاصة بفروض وتساؤلات الدراسة ميدانيا فهو «عبارة عن نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى أعضاء مجلس الأمة من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، بحيث تغطي أسئلتها جميع محاور البحث».

وباعتبار موضوع دراستنا تركز على الاتجاهات والتي تعتمد على مقاييس محددة تم جمع في هذا الإستبيان قسمين :

- **القسم الأول:** يضم التعليمات وكذا التعريف الإجرائي للعلاقات العامة والأجهزة الحكومية والبيانات الشخصية لكل عضو من الأعضاء من جنس، الحالة الإجتماعية، المستوى التعليمي والشهادات المتحصل عليها، الإنتماء الحزبي، مدة العضوية، ونوعية العضوية، مزاولة وظيفة ما في مؤسسة من المؤسسات الحكومية، والتي تساعدنا في التحليل بالإضافة لأربع أسئلة مفتوحة،

- **القسم الثاني:** يضم مقياس ليكارت لقياس عبارات وبدائل الإجابة والذي تم الإعتماد عليه كمقياس للإتجاهات لسهولة حساب قيم عباراته، فقد قلصت البدائل من خمس (05) بدائل لثلاثة بدائل (03) وذلك لدقة عبارات الأداة حيث يصعب على المفحوص التمييز بين موافق بشدة وموافق، وكذا غير موافق بشدة وغير موافق، فلقد صيغت عبارات المقياس وفق ومؤشرات قابلة لقياس، متضمنة الأبعاد الثلاثة { بعد معرفي وبعد سلوكي

وبعد وجداني} موزعة على المحاور الخمسة حيث تضم عبارات موجبة وعبارات سالبة فتصحح الإجابات التي يدلي بها المفحوص حسب مفتاح تصحيح معد لذلك:

في العبارات الموجبة: في العبارات السالبة :

- ✓ 3 درجة للإجابة موافق. ✓ 1 درجة للإجابة غير موافق.  
 ✓ 2 درجة للإجابة محايد. ✓ 2 درجة للإجابة محايد.  
 ✓ 1 درجة للإجابة غير موافق. ✓ 3 درجة للإجابة موافق.

الجدول (01): يحدد العبارات الموجبة والعبارات السالبة حسب فرضيات الدراسة.

الرقم	تصنيف المحور	عدد العبارات	العبارات الموجبة	العبارات السالبة
01	تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	13	13،12،8،6،1،2،5	4،3،7،9،10،11
02	النشاط الإتصالي المعتمد في العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	17	2،4،5،6،7،9،11 12،13،14،17	1،3،8،10،15،16
03	تخطيط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	14	1،2،3،4،5،6،9،10،12،1 3،14	11،7،8
04	إدارة العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية.	11	10،7،8،9،4،5،6،2	1،3،11
05	تقويم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	10	1،2،3،4،5،6،7،8	9،10
	المجموع	65	44	21

2- **المقابلة الحرة:** وهي كالمناقشة العادية، لأنها تسمح للباحث التفرع في حديثه إلى أي اتجاه يراه مهما كما أنها تتيح للمفحوص الشعور بالارتياح والاطمئنان أثناء المقابلة، فضلا عن أي سير بالمناقشة في أي اتجاه يساعد على كشف ما لدى الفرد من مميزات قد لا تظهر إذا ما حددت أسئلة المقابلة. (جازية كيران، 2008، ص51)

وقمنا بإجراء مقابلات حرة ومفتوحة مع عشرة أعضاء من أعضاء مجلس الأمة وتتمحور أسئلتها حول إتجاهاتهم نحو كل من :

- ✓ التنظيم الإداري للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
- ✓ النشاط الاتصالي المعتمد للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
- ✓ تخطيط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
- ✓ إدارة الأزمات في الأجهزة الحكومية.
- ✓ تقييم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.

وكانت تهدف لتدعيم تحليل وتفسير نتائج فرضيات الدراسة، بحيث آرائهم كانت تقريبا تصبوا في مسار واحد ولم تكن تختلف كثيرا عما أدلوا به في الإستبيان وخاصة في الأسئلة المفتوحة والتي بدورها تم تبويبها على شكل فئات تضم كل فئة مجموعة الآراء المتشابهة.

3- **الوثائق والسجلات الإدارية:** وهي إحدى أدوات جمع البيانات وفيها يرجع الباحث إلى جمع البيانات حول موضوع الدراسة أو بعض المحاور من الوثائق والسجلات الإدارية لتكون البيانات المجمعة من الوثائق والسجلات الإدارية بيانات تكميلية للإستمارة والمقابلة والملاحظة أو لبعضهم لوظيفة تكميلية في التحليل والتفسير والتعليل. (رشيد زرواتي، مرجع سابق، ص223)

ومن بينها :

- ✓ مجلات ودوريات تصدر عن مجلس الأمة
- ✓ وثائق تضم أسماء الأعضاء والإنتماء الولائي والحزبي ونوعية العضوية.

### **خامسا: الخصائص السيكومترية للأداة:**

تم تعيين الخصائص السيكومترية في تحديد أداة الإختبار وشكل بنودها وتحليلها كميًا وكيفيًا وذلك بحساب صدق البنود وثباتها بإستعمال الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية SPSS النسخة 19 (Version 0.19)

1. **الصدق :** لقد تم حساب صدق الأداة بالطرق التالية :

✓ صدق المحكمين :

عرضت أداة الإستبيان التي تقيس إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحوى واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على تسع (08) محكمين من أساتذة علم النفس وعلم الإجتماع والإتصال والإعلام، أربعة (04) منهم بدرجة أستاذ تعليم عالي وأربعة (04) بدرجة أستاذ محاضر ومن بينهم أستاذ مساعد للتحكيم في كل من :

- مدى كفاية المعلومات الشخصية.

- مدى ملائمة بدائل الأجوبة.

- مدى إنتماء الفقرات لكل محور

- مدى قياس الفقرات لما وضعت لأجله.

أما فيما يخص التعليمات والمعلومات الشخصية والبدائل وعدد الفقرات ، فكانت نتائج التحكيم كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (02) يبين نتائج صدق المحكمين حول الإستبيان.

عدد المحكمين معلومات الإستبيان	8 محكمين	6 محكمين	4 محكمين	2 محكمين
البيانات الشخصية	/	كافية	/	كافية مع تغيير: = المستوى الثقافي بالمستوى التعليمي. = منتخب من طرف الشعب بمنتخب من طرف ممثلى الشعب
البدائل	/	كافية	/	= ذكر سبب تقليص عدد البدائل من 5 إلى 3
عدد الفقرات	كافية	/	/	/
قياس الفقرات لما وضعت لأجله	/	%75	%85	%60

يتضح من الجدول رقم (02) أنه تم الموافقة على عدد الفقرات من طرف كل المحكمين أما عن البيانات الشخصية فقد تم طلب تعديل مؤشرين وعن كفاية البدائل فعند ذكر السبب بطل العجب ، أما فيما يخص مدى قياس الفقرات لما وضعت فقد كانت بنسب مختلفة أغلبها تصب في التعديل اللغوي .



وبناء على ذلك تم الإمتثال لآراء المحكمين وإجراء تعديلات على الأداة لتكون صالحة للقياس (الملحق 1).

✓ صدق المقارنة الطرفية (الصدق التمييزي) :

تقوم هذه الطريقة على حساب معامل التمييز بين طرفي درجات المجموعة العليا ودرجات المجموعة الدنيا وذلك بإستخدام اختبار "ت" لقياس دلالة الفروق بين متوسطات المجموعات المرتبطة .

- عبارات الإستبيان بجميع محاوره: وبعد تطبيق المعادلة على الإستبيان بجميع عباراته قدرت قيمة "sig" بـ 0,025 عند كل من مستوى الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائياً وبالتالي الإختبار صادق لقياس 65 عبارة مع بعض.

هذا على مستوى الأداة بجميع محاورها فتم التأكد من صدق المقارنة الطرفية على مستوى المحاور كل على حدى فكانت النتائج كالتالي:

- محور تنظيم إدارة العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية: عباراته قدرت قيمة "sig" بـ 0,043 عند كل من مستوى الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائياً وبالتالي الإختبار صادق لكل 13 عبارة من المحور الأول.

- محور النشاط الإتصالي المعتمد للعلاقات العامة في الاجهزة الحكومية: عباراته قدرت قيمة "sig" بـ 0,015 عند كل من مستوى الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائياً وبالتالي الإختبار صادق لكل 17 عبارة من المحور الثاني.

- محور تخطيط العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية: عباراته قدرت قيمة "sig" بـ 0,048 عند كل من مستوى

الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائية وبالتالي الإختبار صادق لكل 14 عبارة من المحور الثالث.

- محور إدارة العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية: عباراته قدرت قيمة "sig" بـ: 0,030 عند كل من مستوى الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائية وبالتالي الإختبار صادق لكل 11 عبارة من المحور الرابع.

- محور تقويم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية: عباراته قدرت قيمة "sig" بـ: 0,030 عند كل من مستوى الدلالة 0,01 و 0,05 وهي أقل من 0,05 وهي دالة إحصائية وبالتالي الإختبار صادق لكل 10 عبارات من المحور الخامس .

ومنه الإختبار صادق على مستوى جميع عبارات الأداة وكذا صادق على مستوى كل محور على حدى، وهذا ما يؤكد صلاحية الأداة للقياس.

#### ✓ الصدق الذاتي :

يتم قياس هذا النوع من الصدق على أساس حساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات بوصفه معاملا لصدق الاختبار وذلك على النحو التالي :

معامل الصدق الذاتي =  $\sqrt{\text{معامل الثبات}}$  (سعد عبد الرحمن، 1998، ص186).

معامل الصدق الذاتي =  $\sqrt{0,49}$

= 0.70 وهي قيمة موثوق بها على قدر عالي من الصدق.

#### 2. الثبات :

لتقدير ثبات الإستبيان استخدمت الطرق التالية :

#### ✓ معامل ألفا كرونباخ :

يعتبر معامل ألفالكرونباخ الذي يرمز له عادة بالحرف اللاتيني  $\alpha$  من أهم مقاييس الإتساق الداخلي للاختبار المكون من درجات مركبة، فهو يربط ثبات الاختبار بثبات بنوده.

فتم حسابه وكانت النتيجة:

معامل ألفا  $\alpha = 0.73$  وهو معامل على قدر عالي من الثقة يدل على ثبات الاختبار. من خلال ما سبق ذكره تم التأكد من صدق وثبات الأداة المستخدمة في الدراسة مما يدفعنا إلى الإعتماد عليها في الدراسة الأساسية بكل ثقة.

### سادسا: أساليب التحليل :

الدراسة الراهنة اعتمدت في تحليلها للمعطيات على أسلوبين هما:

#### 1. الأسلوب الكمي:

من حيث تكيم البيانات وصدق بنودها وثباتها وتبويبها في جداول وحساب التكرارات ونسبها المئوية معتمدين في عملية تكيم البيانات على بعض الأساليب الإحصائية تمثلت في:

✓ معامل الإختبار"ت": لقياس دلالات الفروق بين طرفي المجموعة العليا والمجموعة السفلة (الملحق:02).

✓ معامل الإرتباط بيرسون: لمعرفة مدى صدق الأداة (الملحق:03).

✓ معامل ألفاكرونباخ: لقياس ثبات الأداة (الملحق:04)

✓ التكرارات والنسب المئوية: لوصف خصائص أفراد مجتمع الدراسة للمتغيرات وتكرارات بدائل فقرات الاستبيان (الملحق:06)

✓ الوسط الحسابي: لمعرفة متوسط كل فقرة من فقرات الإستبيان بالنسبة للمحور الذي تنتمي إليه (الملحق: 05 )

✓ **الإنحراف المعياري:** وقد أستخدم الإنحراف المعياري في الدراسة لتحديد درجة تشتت إستجابات أفراد عينة الدراسة بين بدائل الفقرات (الملحق:05)

✓ **متوسط الأوزان:** وذلك لمعرفة العتبة الفاصلة بين الاتجاه السلبي والاتجاه الإيجابي.

وتم بإستعمال الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية SPSS النسخة 19 (Version0.19).

## 2. الأسلوب الكيفي:

استخدام في التعليق والتحليل على الجداول بالاعتماد على الواقع المعاش في الحياة الإجتماعية وكذا الدراسات السابقة في الجانب النظري.

## **خلاصة:**

تعتبر الإجراءات المنهجية من أهم الركائز الإمبريقية للدراسة الميدانية والأسس الرئيسية في تحديد مدى صدق الفرضيات والتي تدعم الخلفية النظري لذلك تضمن هذا الفصل وصفا كاملا لمنهج الدراسة المستخدم، حيث تم فيه تحديد المجتمع الذي تم تطبيق الدراسة عليه وكيفية اختيار عينة الدراسة وكيفية بناء الأداة المستخدمة في جمع البيانات والإجراءات التي استخدمت في معالجتها الإحصائية.

## الفصل السادس : تفسير نتائج الدراسة

- 1- تفسير نتائج الفرضية العامة
- 2- تفسير نتائج الفرضية الجزئية الأولى
- 3- تفسير نتائج الفرضية الجزئية الثانية

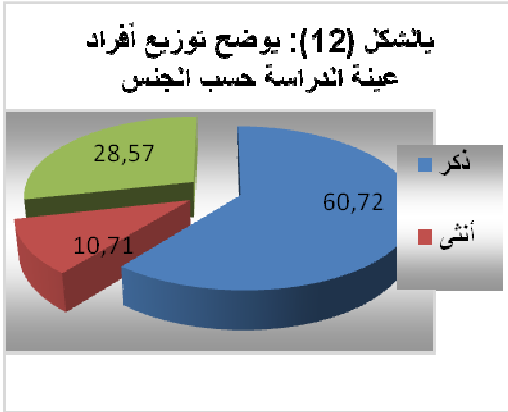
خلاصة

**أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية**

بعد جمع الاستمارات التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة تم عرض وتحليل بيانات كل من:

✓ الجنس :

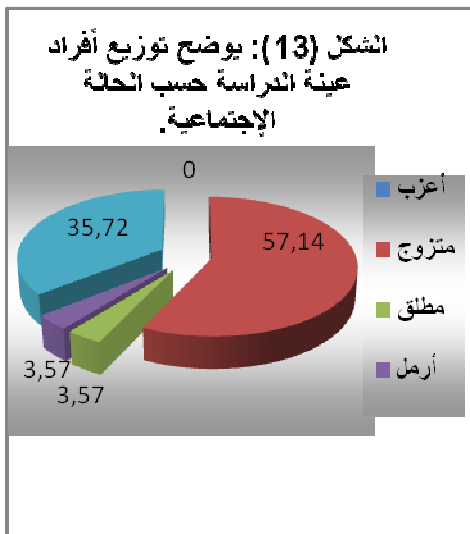
الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	17	60.72
أنثى	3	10.71
دون إجابة	8	28.57
المجموع	28	100

من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس نلاحظ أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة ذكور بنسبة (60.72%) تليها نسبة أفراد عينة الدراسة الذين لم يدلوا بإجاباتهم بنسبة (28.57%) في حين نجد نسبة الإناث (10.71%).

✓ الحالة الإجتماعية:



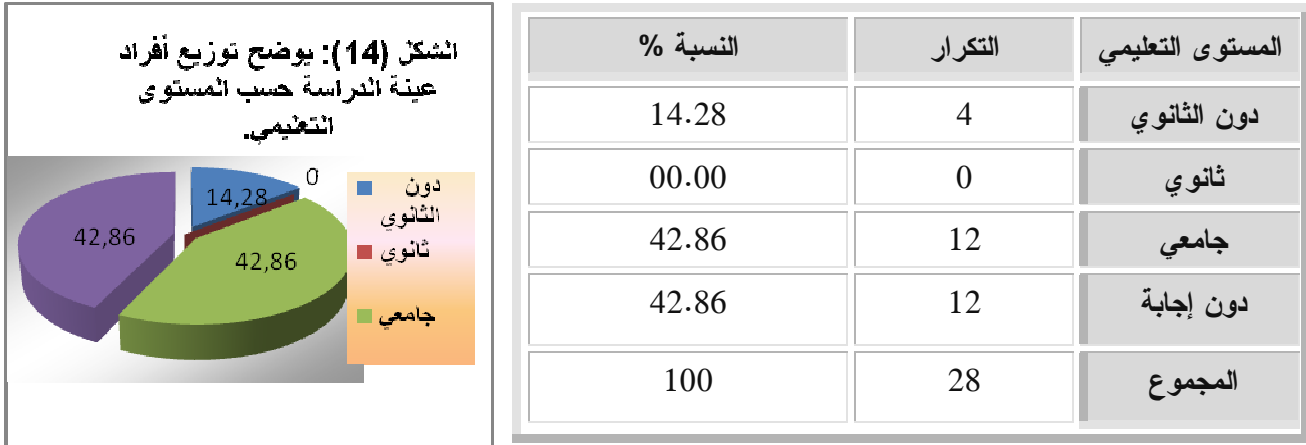
الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية

الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة %
أعزب	0	00.00
متزوج	16	57.14
مطلق	1	3.57
أرمل	1	3.57
دون إجابة	10	35.72
المجموع	28	100

من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية نلاحظ أن النسبة (57.14%) لأفراد عينة الدراسة المتزوجين ونسبة (35.72%) لأفراد عينة الدراسة الذين لم يدلوا بإجاباتهم، في حين نجد النسبة (3.57%) لكل من أفراد عينة الدراسة المطلقين والأرامل.

### ✓ المستوى التعليمي:

الشكل رقم (05): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



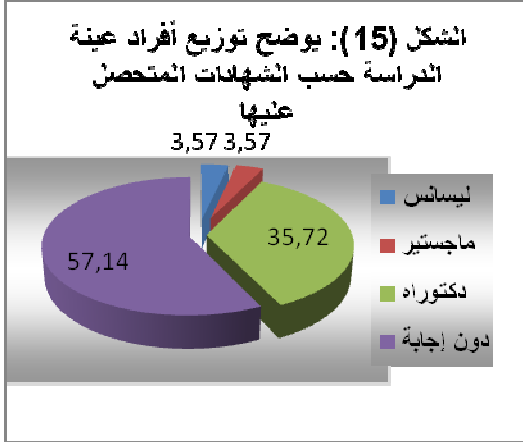
من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي نلاحظ أن النسبة (42.86%) لكل من أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الجامعي وأفراد عينة الدراسة الذين لم يدلوا بإجاباتهم، في حين نجد نسبة (14.28%) لأفراد العينة ذوي المستوى دون الثانوي.

### ✓ الشهادات المتحصل عليها

النسبة %	التكرار	الشهادات المتحصل عليها
3.57	1	ليسانس

الجدول رقم (06): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشهادات المتحصل عليها

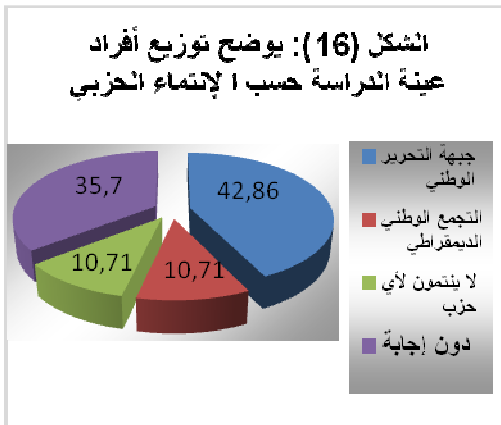
3.57	1	ماجستير
35.72	10	دكتوراه
57.14	16	دون إجابة
100	28	المجموع



من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشهادات المتحصل عليها نلاحظ أن النسبة (57.14%) لأفراد عينة الدراسة الذين لم يدلوا بإجاباتهم، ونسبة (35,72%) لإفراد العينة الذين يحملون شهادة الدكتوراه، في حين نجد أن نسبة (3.57%) لكل من أفراد عينة الدراسة الذين يحملون شهادة ماجستير وليسانس.

#### ✓ الإلتفاء الحزبي:

الجدول رقم (07): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإلتفاء الحزبي



الإلتفاء الحزبي	التكرار	النسبة %
جبهة التحرير الوطني	12	42.86
التجمع الوطني الديمقراطي	3	10.71
لا ينتمون لأي حزب	3	10.71
دون إجابة	10	35.7
المجموع	28	99.99



من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإنتماء الحزبي نلاحظ أن النسبة (42.86%) لأفراد عينة الدراسة الذين ينتمون لحزب جبهة التحرير الوطني، والنسبة (35.7%) لإفراد العينة الذين لم يدلوا بإجاباتهم، في حين نجد أن نسبة (10.71%) لكل من أفراد عينة الدراسة الذين ينتمون لحزب التجمع الوطني الديمقراطي وكذا أفراد عينة الدراسة الذين لا ينتمون لأي حزب.

#### ✓ نوعية العضوية :

الجدول رقم (08): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية العضوية

النسبة%	التكرار	الإنتماء الحزبي
42.86	12	معين من طرف رئيس الجمهورية
25.00	7	منتخب من طرف ممثلي الشعب
32.14	9	دون إجابة
100	28	المجموع

من خلال بيانات الجدول

المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية العضوية نلاحظ أن النسبة (42.86%) لأفراد عينة الدراسة تم تعيينهم من طرف رئيس الجمهورية، والنسبة (25.00%) لإفراد العينة الذين تم إنتخابهم من طرف ممثلي الشعب، في حين نجد أن نسبة (32.14%) لكل من أفراد عينة الدراسة الذين لم يدلوا بإجاباتهم.

#### ✓ مزاولة وظيفة في مؤسسة ما:

الد  
مؤ

النسبة%	التكرار	مزاولة وظيفة في مؤسسة ما
57.14	16	نعم
0.0	0	لا
42.86	12	دون إجابة
100	28	المجموع

من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب إمكانية مزاوله وظيفة في مؤسسة ما نلاحظ أن النسبة (57.14%) لأفراد عينة الدراسة الذين كانت لهم إمكانية مزاوله وظيفة ما في إحدى المؤسسات، في حين نجد نسبة (42.86%) لإفراد العينة الذين لم يدلوا بإجاباتهم.

#### ✓ تصنيف المؤسسة

الجدول رقم (10): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصنيف المؤسسة.



النسبة%	التكرار	مزاوله الوظيفة
57.14	16	حكومية
0.0	0	غير حكومية
42.86	12	دون إجابة
100	28	المجموع

من خلال بيانات الجدول

المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصنيف مؤسسة مزاوله الوظيفة نلاحظ أن النسبة (57.14%) لأفراد عينة الدراسة الذين زاولوا وظائفهم في المؤسسات الحكومية، في حين نجد نسبة (42.86%) لإفراد العينة الذين لم يدلوا بإجاباتهم.

#### ✓ الإلتناء السوسيو مهني:

الجدول رقم (11): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب

النسبة%	التكرار	الإلتناء السوسيو مهني
50.00	14	رئيس
7.14	2	مرؤوس
42.86	12	دون إجابة

الإتماء

100

28

المجموع

السوسيومهني.

من خلال بيانات الجدول المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإلتماء السوسيومهني نلاحظ أن النسبة (50.00%) لأفراد عينة الدراسة الذين كانوا رؤساء، في حين نجد نسبة (42.86%) من أفراد العينة الذين لم يدلوا بإجاباتهم، أما نسبة أفراد عينة الدراسة الذين كانوا مرؤوسين فكانت (7.14%)

ومن خلال عرض نتائج البيانات الشخصية لعينة الدراسة نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة التي قبلت أن تساهم في إنجاز هذا البحث هم من الأعضاء الذين تم انتخابهم من طرف رئيس الجمهورية في حين نجد أن أقل نسبة من أفراد العينة منتخبيين من طرف ممثلي الشعب، ورغم أن في المجتمع الكلي هناك تلتين من هذا الأخير مقابل ثلث معين من طرف رئيس الجمهورية ومن هنا نستنتج أن الأعضاء المعينين لهم قابلية في التجاوب وإبداء الرأي وتشجيع العلم والتعلم في حين نجد تخوف من طرف الأعضاء المنتخبين بالإضافة إلى أن عينة الدراسة تتميز بنسبة عالية من الذكور مقابل النسبة الضعيفة من النساء علما أن كل نساء عينة الدراسة معينين من طرف رئيس الجمهورية وهذا يبين حرص رئيس الجمهورية على تدعيم النساء وتشجيعهم على المشاركة السياسية وأن أغلب أفراد عينة الدراسة متزوجين وهذا ما يميز عينة الدراسة بتمتعها بالاستقرار النفسي والنقل والرزانة علما أن سنهم يتجاوز الأربعين سنة.

كما أن أغلب نسبة أفراد عينة الدراسة الذين أدلوا بإجاباتهم يتمتعوا بمستوى تعليمي عالي حسب الشهادات العالية التي يحملونها، وأغلب أفراد عينة الدراسة التي تحمل شهادة الدكتوراه معينين من طرف رئيس الجمهورية وهذا ما يوضح تدعيم رئيس الجمهورية للفئة المتعلمة ومحاولة توجيهها للمناصب التشريعية والرقابية وذلك لأبعادها العلمية والمنهجية في التخطيط والتوجيه والتصرف السوي، كما نجد أن أكبر عدد من

أفراد عينة الدراسة ينتمون لحزب جبهة التحرير الوطني ويعود ذلك لكبر عدد مقاعد هذا الحزب على مستوى البرلمان ، وأن أغلب الأفراد الذين أدلوا بإيجاباتهم قد زاولوا وظائفهم في الأجهزة الحكومية وأغلبها بمناصب رؤساء وبالتالي قريبين من مراكز صنع القرار أو هم من بيدهم أمر إتخاده وذلك حسب إقرار أغلب أفراد العينة عن المراكز الحساسة التي تقلدوها، وذلك دون ان نهمل الفئة الكبيرة نوعا ما من افراد عينة الدراسة التي رفضت ان تدلي ببياناتها الشخصية خوفا من الوصول إليها، بالإضافة لرفض إدلاء كل أفراد عينة الدراسة عن الولاية التي ينتمون إليها عدى ثلاثة أعضاء وطبعا من الأعضاء المعينين الذين يتميزون بقوة الشخصية والشفافية والثقة الكاملة في أرائهم.

وقبل الغوص في عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة فسنحاول التذكير أولا بفرضياتها

**ثانيا : عرض وتحليل بيانات الفرضية الأولى للدراسة**

**الفرضية الأولى للدراسة:**

❖ إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحوى التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة .

وللتحقق من هذه الفرضية تم الإعتماد على عدة مؤشرات ساعدتنا في الدراسة محددة في مجموعة من العبارات - ثلاثة عشر عبارة - وهي موضحة حسب الجدول الذي يحدد نتائج الدراسة.

الجدول رقم (12) : يبين اتجاهات عينة الدراسة نحو التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

الترتيب	متوسط الأوزان	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارات	الرقم
				%	ت	%	ت	%	ت		
2	2.61	0.737	2.61	14.3	4	10.7	3	75.0	21	هناك اهتمام بإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.	01
3	2.57	0.743	2.57	14.3	4	14.3	4	71.4	20	توجد إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.	02
4	2.53	0.744	2.54	14.3	4	17.9	5	67.9	19	العلاقات العامة إدارة مستقلة عن باقي الإدارات	03

الموجودة في الجهاز الحكومي.											
9	2.17	0.905	1.82	50.0	14	17.2	5	32.1	9	04	هناك فصل بين أنشطة إدارات الأجهزة الحكومية.
1	2.68	0.612	2.68	7.1	2	17.9	5	75.0	21	05	يعتمد تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة على أساس الواجهات الاتصالية التي يتعاملون معها .
7	2.35	0.826	2.36	21.4	6	21.4	6	57.1	16	06	العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكفل الرعاية الاجتماعية لموظفيها.
11	1.93	0.979	2.07	42.9	12	7.1	2	50.0	14	07	لا توجد مواصفات معينة في ممارسي العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية
10	2.11	0.956	2.11	39.3	11	10.7	3	50.0	14	08	يعتمد تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة على أساس الوظائف التي يقومون بها.
12	1.89	0.875	2.11	32.1	9	25.0	7	42.9	12	09	توجد محددات تعيق عمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .
13	1.61	0.875	2.39	25.0	7	10.7	3	64.3	18	10	لم تتغير طريقة إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية منذ زمن بعيد .
8	2.21	0.787	1.79	42.9	12	35.7	10	21.4	6	11	ميزانية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية غير كافية
6	2.39	0.875	2.39	25.0	7	10.7	3	64.3	18	12	أنا راضي على تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.
5	2.43	0.836	2.43	21.4	6	14.3	4	64.3	18	13	طبيعة عمل أغلب الأجهزة الحكومية خدمتية.
4	2.27	0.283	2.29	26.9	98	16.5	60	56.6	206	المحور الأول	

وحسب النتائج المتحصل عليها والموضحة في الجدول نلاحظ في كل من :

- العبارة الأولى: نلاحظ نسب العبارة "هناك اهتمام بإدارة العلاقات العامة في الأجهزة

الحكومية" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة وأن

نسبة (14.3%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نسبة (10.7%)

من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وإنحراف

معياري يساوي 0.737 .

فموافقة أعضاء مجلس الأمة على اهتمام الإدارة العامة بالعلاقات العامة يستند

لإعتبارها الشريان الرئيسي للجهاز الحكومي من فعاليتها في تماسك جمهورها الداخلي

إلى تحسين الصورة الذهنية للجهاز عند جمهورها الخارجي وخاصة في هذه الفترة المالية لانتشار الثورات الشعبية والمطالبة بالتغيير والتي على أساسها تكون حالة الشعب وفئة الشباب بالأخص تحت الضغوط النفسية القابلة للتأهب والمطالبة بتحسين الأوضاع الاقتصادية منها والاجتماعية لذلك تزايدت أهمية العلاقات العامة في اتصالاتها المتبادلة بين شرح السياسات الداخلية وبين دراسة اتجاهات ومطالب جماهيرها للوصول لمعادلة متوازنة بين حقوق وواجبات الموظفين ومطالب الشعب بصفة عامة كجمهور خارجي وبين الإمكانيات المادية للجهاز في سلسلة من العلاقات الإنسانية ذات الأبعاد الاجتماعية ولزيادة مهام الدولة وتوسع أجهزتها وتعقيد وظائفها، وذلك ما أكده أحد الأعضاء أنه يتوجب على أجهزتنا الحكومية الاهتمام بالعلاقات العامة لتدعيم أهدافها، أما فيما يخص النسب الضعيفة لكل من الأعضاء الذين أقرروا بعدم موافقتهم لأهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية أو كانوا محايدين فتعود لعدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لديهم وهذه أول نقطة أثبتتها "خالد معقلاني وراشد هارون" في دراستهم.

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة عالية نحو البند موافق وذلك بنتشتت ضعيف وقليل الانتشار.

- **العبارة الثانية:** نلاحظ نسب العبارة "توجد إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونسبة (14.3%) من أفراد العينة للمبحوثين غير الموافقين على العبارة والمبحوثين المحايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.57 وإنحراف معياري يساوي 0.743 . فالنسبة المعتبرة للفئة الموافقة على وجود العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والتي في الحقيقة أدهشتنا في بادئ الأمر كان إقرارهم على ذلك يعود لمستواهم العلمي العالي وكذلك نتاج خبرتهم الإدارية لإعتبارهم أن العلاقات العامة متواجدة في أي مؤسسة لها مسؤول مباشر ولها منفذين لكن لا يشترط وجودها كإدارة في الهيكل الإداري للجهاز الحكومي فإحتمال أن تكون إدارة قائمة بذاتها أو تكون مصلحة تابعة

لإحدى الإدارات الأخرى (أنظر لكل من الأشكال (02)، (03)، (04) في الجانب النظري).

أو احتمال أن تكون تحت إسم الآخر كخلية الإعلام والإتصال مثلا، أو قد تكون مقسمة إلى قسمين، قسم يضم العلاقات الخارجية وقسم يضم العلاقات الداخلية تحت إدارة الأمين العام، أو قد تكون تدار من طرف المدير العام للجهاز.

فكوظيفة إدارية موجودة في كل المؤسسات لكن قد تكون معلنة وقد تكون خفية لعدم ظهورها في الهيكل الإداري أما عن نسبة الأعضاء المقررة بعدم الموافقة عن وجود إدارة العلاقات العامة بالجهاز الحكومي. ذلك لارتباطهم بمصطلح "العلاقات العامة" وعدم وجوده في الهيكل التنظيمي وعن نسبة الأعضاء المقربين بالحيادية فذلك لتأرجح أرائهم بين وجودها كنشاط وعدم وجودها كإدارة قائمة بذاتها أو لعدم وضوح مفهوم العلاقات العامة وهذه كما ذكرنا أول نقطة أثبتتها خالد معقلاني وراشد هارون" في دراستهم

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة عالية نحو البند موافق على العبارة وذلك بنتشتت الضعيف وقليل الإنتشار لآراء أفراد عينة الدراسة.

- العبارة الثالثة: نلاحظ نسب العبارة "العلاقات العامة إدارة مستقلة عن باقي الإدارات الموجودة في الجهاز الحكومي" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة، في حين نجد النسبة (17.9%) و(14.3%) على التوالي من أفراد عينة الدراسة المحايدون وغير الموافقين وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.54 وانحراف معياري يساوي 0.744 .

فلاحظ أن نسبة الموافقين على أن العلاقات العامة إدارة مستقلة عن باقي الإدارات الموجودة في الجهاز الحكومي وهذا ما يتم في الأجهزة الكبيرة كالبرلمان وذلك لضخامة اعمالها وتعقد وظائفها أو بالنسبة للأجهزة التي تهتم بعلاقاتها مع جماهيرها الخارجية وتهمل جماهيرها الداخلية حيث تجد العلاقات العامة تنشط في مصلحة العلاقات الخارجية فقط .



أما عن نسبة أفراد العينة التي أقرت بعدم موافقتها أو محايدة في الإدلاء عن العبارة فذلك لأنها تعتبر العلاقات العامة غير موجودة أصلاً كإدارة أو أنها مقسمة بين الأمانة العامة والعلاقات الخارجية وهذا ما تنشط به أغلب إدارات الأجهزة الحكومية. لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة عالية نحو البند الموافق على العبارة وذلك بتشتت ضعيف وقليل الانتشار لآراء أفراد عينة الدراسة.

- **العبارة الرابعة:** نلاحظ نسب العبارة "هناك فصل بين أنشطة إدارات الأجهزة الحكومية" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد العينة يوافقون على العبارة، في حين نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.82 وإنحراف معياري يساوي 0.905.

فانصف أعضاء عينة الدراسة الذين أقروا بعدم موافقتهم على وجود فصل بين أنشطة إدارات الأجهزة الحكومية ذلك لإعتبارهم أن أغلب الإدارات الحكومية الجزائرية تعمل عمل جماعي وغالباً في مكاتب جماعية، حتى في أسلوب توجيه الموظفين هناك عملية تغيير موظف من إدارة لأخرى في الجهاز الحكومي الواحد، في حين نجد أن النسبة الموافقة في إدلائها على الفصل بين الأنشطة في بعض الأجهزة وذلك في الأجهزة التي تعتمد على اللامركزية في اتخاذ القرار فلكل إدارة فرعية خصوصياتها ومبادئها في إتخاذها لقراراتها لذلك يحاول مدير كل إدارة فرعية فصل أنشطة إدارته عن بقية المديرية الأخرى ويحاول التواصل الإداري في النقاط العريضة فقط لينفرد بقراراته على مستوى موظفيه ولترتكز جهود موظفيه على مستوى إدارته، وفي هذه الحالة ملزمة إدارة العلاقات العامة أن تنشط لتحاول أن تمتص الفجوة التي تنشأ بين العمال من قلة الإتصال والروتين والملل و... الخ .

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة متوسطة نحو البند غير موافق وذلك بتشتت الكبير وواسع الانتشار لأفراد عينة الدراسة.

- العبارة الخامسة: نلاحظ نسب العبارة "يعتمد تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة على أساس الواجهات الاتصالية التي يتعاملون معها" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (17.9%) من أفراد العينة يوافقون على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.68 وإنحراف معياري يساوي 0.612 .

فالأفراد الذين أقرروا أن مهام موظفي العلاقات العامة تعتمد في تقسيمها على أساس الواجهات الاتصالية التي يتعاملون معها وذلك بنسبة ثلاثة أرباع أفراد العينة بسبب توظيف العلاقات الإجتماعية للفئات الاتصالية كل حسب مستواه العلمي أو انتمائه الحزبي أو ثقافته المحلية في حين نجد النسبة التي كانت محايدة في إدلائها فكان إما لعدم وضوح الفقرة أو لعدم علم أفراد العينة عن نوعية التقسيمات التي تعتمد عليها العلاقات العامة، في حين أن النسبة الضعيفة التي أقرت بعدم موافقتها على الفقرة فذلك لإعتماد الأجهزة على تقسيم آخر كالتقسيم الاتصالي مثلاً .  
لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة عالية نحو البند موافق وذلك بتشتت ضعيف وقليل الإنتشار لآراء أفراد عينة الدراسة.

- العبارة السادسة: نلاحظ نسب العبارة "العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكفل الرعاية الاجتماعية لمواطنيها" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة في حين نسبة (21.4%) من أفراد عينة الدراسة لكل من غير الموافقين والمحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.36 وإنحراف معياري يساوي 0.826 .  
فالنسبة المقبولة التي تقر أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكفل الرعاية الاجتماعية لموظفيها ذلك أن النقابات العمالية التي توصل للإدارة العامة مطالب الموظفين أدت مهامها وكذلك الخدمات الاجتماعية التي كان لها الدور الفعال في ذلك من تنشيط البيع بالتقسيم أو الإعانات أو الرحلات الصيفية وكذلك المبادرات الفعلية في الأفراح والأتراح التي لها بعد سيكولوجي كبير على نفسية الموظف، في حين نجد أن النسبة التي كانت محايدة وغير موافقة على الفقرة، فذلك إحتمال أنها ترى أن لموظفيها مطالب أخرى عجز الجهاز الحكومي على تلبيتها، وحسب رأي أحد

الأعضاء أن إختلاف مطالب الموظفين والعمال تكون أغلبها بإختلاف المواقع الجغرافية للجهاز الحكومي أو بإختلاف القوانين التنظيمية الداخلية الخاصة بكل جهاز" أو لسبب عدم إسقاطهم لموازنة بين جهد العامل ومطالبه والمركز المالي للجهاز أو لعدم التسيير الأمثل للعلاقات العامة في الجهاز الحكومي وفقدتها توازن التحكم في إتجاهات جماهيرها المتباينة وغير المحددة أو يعود لسبب عدم الموافقة على العبارة لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة توزيع متوسطة نحو البند موافق، وذلك بنشتت متوسط وقليل الانتشار.

- العبارة السابعة: نلاحظ نسب العبارة " لا توجد مواصفات معينة في ممارسي العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (42.9%) من أفراد العينة غير يوافقون على العبارة، في حين نسبة (7.1%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.07 وإنحراف معياري يساوي 0.979.

فلاحظ أن نسبة الأعضاء الذين أدلو بموافقتهم والأعضاء الذين أقروا بعدم موافقتهم على أنه لا توجد مواصفات معينة في ممارسي العلاقات العامة ليست متباعدة وذلك لأن النسبة التي تقر بالموافقة لعدم وجود مواصفات معينة في ممارسي العلاقات العامة لاعتبارهم أن المجتمع الجزائري مجتمع مسلم وأن من صفات ممارسي العلاقات العامة كلها منبثقة من الدين الإسلامي والصفات الحميدة لقوله تعالى ﴿... لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة...﴾ (سورة الأحزاب، الآية 21) وبما أن الرسول صلى الله عليه وسلم قدوة الأمة العربية فلقد كانت كل صفات أخصائي العلاقات العامة من مبادئ التربية في مرحلة التنشئة الإجتماعية، لذلك أغلب الموظفين يكونون قد تغدو بهذه الصفات والمبادئ لقول الله تعالى

﴿... لقد خلقنا الإنسان في أحسن تقويم...﴾ (سورة التين، الآية 04 ) فأفراد هذه العينة لا يرونها مواصفات معينة بل مواصفات عادية عامة يجب أن يتحلي بها كل من ينتمي للدين الإسلامي أما أفراد العينة التي ترى أن هناك مواصفات معينة فذلك أن أخصائي العلاقات العامة عليه أن يتفوق على بني أفراد مهنته بامتيازات تجعله مؤهل

لهذا المنصب بالإضافة لأن العلاقات العامة ليست وظيفة فقط بل هي أيضا فن وعلم وبالتالي الجانب المنهجي في كيفية أداءه للوظيفة لها دور في نجاح المهمة الموكلة للعامل وأن هناك أيضا فوارق فردية وفي السمات الشخصية بين الموظفين تأهل موظف على الآخر لهذا المنصب، بالإضافة لوجود مؤشرات تتحكم في الصفات مثل القلق، البيئة المحلية، الضغوط العائلية، المسؤولية، تعدد الأدوار... الخ وبالتالي وجود الصفة يتوقف على مدى التحلي بها وخاصة الصفات المكتسبة .

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة بنسبة ضعيفة نحو البند موافق، وذلك بتشتت كبير وواسع الإنتشار.

- العبارة الثامنة: نلاحظ نسب العبارة "يعتمد تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة على أساس الوظائف التي يقومون بها" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (39.3%) من أفراد العينة يوافقون على العبارة، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.11 وإنحراف معياري يساوي 0.956 .

فنصف أعضاء عينة الدراسة التي أقرت موافقتها على أن تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة يتم على أساس الوظائف ذلك لأخذها بعين الاعتبار تخصصات موظفي العلاقات العامة ليكون التوزيع عقلاني كل في مكانه وحسب تخصصه ولتكون التغطية المهنية على أسس علمية أما فيما يخص أفراد العينة التي أقرت على عدم موافقتها على تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة على أساس الوظائف، ذلك لإعتمادها في قرارها على أن بعض الأجهزة الحكومية تعتمد على التقسيم الإتصالي أو إدخالها لجانب العلاقات الاجتماعية والعلاقات غير الرسمية ومدى فعاليتها في أداء المهمة أما الفئة القليلة التي أقرت على محايدتها في رأيها فذلك لتأرجحها بين التنظيم الإتصالي والتنظيم الوظيفي وإغفالها على التنظيم الإتصالي الوظيفي أو عدم وضوح مهام إدارة العلاقات العامة الذي أكدته نتائج دراسة "خالد المرغلاني وآخرون" وهي بالضرورة فئة قليلة لأن أغلب أفراد عينة الدراسة فئة مثقفة ولها مستوى تعليمي عالي وبالتالي لها إطلاع على أساسيات العلاقات العامة .

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة ضعيفة نحو البند موافق وذلك بتشتت الكبير وواسع الإنتشار.

- العبارة التاسعة: توضح نسب العبارة "توجد محددات تعيق عمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (42.9%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نسبة (25.0%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.11 وانحراف معياري يساوي 0.956.

فكانت الفئة التي أدلت بموافقتها على وجود محددات تعيق عمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية مستندة في آرائها إما لعدم وضوح مفهوم العلاقات العامة وظائفها وذلك ما نجده في دراسة (خالد مرغلاني وراشد هارون، 1992) أو لإهمال العلاقات العامة الجمهور الداخلي والبحوث المتعلقة به وذلك ما نجده في دراسة (سمير حسين وآخرون، 1991) أو لإرتكاز عمل العلاقات العامة على شخص واحد وهو إما المكلف بالعلاقات الخارجية أو غالباً ما يكون المدير أو إحتمال وجود مركزية في إتخاذ القرار وعدم مشاركة المتخصصين أو المقربين من الأحداث في صنع القرار، في حين نجد نسبة من آراء عينة الدراسة غير موافقة على وجود محددات تعيق عمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ذلك أنها ترى أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تقوم بجميع وظائفها وأنها تعتمد على خطة محكمة وتدرس إتجاهات جماهيرها بطريقة دقيقة، أما النسبة المحايدة في إدلائها فإحتمال عدم وضوح مفهوم المحددات التي تعيق عمل العلاقات العامة.

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة ضعيفة نحو البند غير موافق وذلك بتشتت متوسط إنتشار متوسط.

- العبارة العاشرة: نلاحظ نسب العبارة "لم تتغير طريقة إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية منذ زمن بعيد" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في

حين نسبة (10.7%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.39 وإنحراف معياري يساوي 0.875.

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة التي توافق على عدم تغيير طريقة إدارة العلاقات العامة داخل الأجهزة الحكومية سواء كانت كمصلحة أو إدارة محددة في الهيكل التنظيمي أو كإدارة معنوية في الجهاز الحكومي ذلك أن على المستوى المحلي لم تتغير إلا بنسب قليلة وأن خضوع إدارتها لنفس التنظيم ونفس رتبة المسؤولين لم تتغير أيضا وهذا ما يدخل ضمن المحددات التنظيمية التي تعيق عمل العلاقات العامة وفي الحقيقية أراها من سلبيات أغلب الإدارات الجزائرية، فرغم الإنتكاسات المالية التي تثقل كاهل المؤسسات فلا ينظر لمسألة هيكلية الإدارة على حسب الأوضاع، ورغم تحول بعض المؤسسات من مؤسسات عمومية إلى مؤسسات خاصة إلا أن هيكلتها الإدارية والبشرية تبقى على ما هي عليه فلم يتغير منها سوى الإسم لذلك من قوانين الإدارة الرشيدة القيام بدورة تحويلية للموظفين على مستوى بقية المصالح وذلك ما تدعمه العلاقات العامة لتوسيع إتصالات وتعاملات الموظفين وإطلاعهم على الإيجابيات أو السلبيات التي قد يتم إحداثها أو التورط فيها من خلال إنجاز أو التأخر في أعمالهم أما في حالة نسبة أفراد العينة التي تعتبر أن موقع العلاقات العامة للأجهزة الحكومية قد تغير أو قابل للتغيير ويعود ذلك أن أغلب إدارات العلاقات العامة يتم إدارتها في أغلب المؤسسات الجزائرية من طرف المدير أو من طرف رئيس مصلحة العلاقات الخارجية أو الإدارة العامة والمتمثلة في الأمين العام للمؤسسة وذلك ما يجعل هيكلتها تتداول بين هذه المناصب، وكل حسب نوع النشاط الموكل إليه أو على حسب السياسة الجزائرية للتحويلات التي تحدث على مستوى المراكز الحساسة أما فيما يخص النسبة التي كانت محايدة في رأيها فيعود ذلك إما لكونها كمصلحة أو إدارة غير موضحة في الهيكل التنظيمي إلا في الهياكل الضخمة كالبرلمان مثلا، أو إما لعلاقتها البسيطة بإدارات الأجهزة الحكومية.

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة متوسط نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- **العبارة الحادية عشر:** نلاحظ نسب العبارة "ميزانية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية غير كافية" أن نسبة (42.9%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (35.7%) من أفراد العينة محايدين، في حين نسبة (21.4%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.79 وانحراف معياري يساوي 0.787 .

أغلب أفراد عينة الدراسة تقرر على أن ميزانية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية كافية ذلك أن أغلب إدارات العلاقات العامة قريبة من المدير أو تحت وصايته فكيف لها أن لا تكون كافية وهي قريبة أو تحت وصاية المسؤول المباشر الذي له الصلاحية الكاملة في التوزيع المالي وكيفية إدارتها وماهي إحتياجاتها وكيفية تغطية نقائصها بتدعيمها ماليا من ميزانية أبواب أخرى إن أمكن في التوزيع المالي المحاسبي، أما فيما يخص النسبة التي كانت محايدة في الرأي وغير الموافقة فذلك يعود إما لعدم إطلاعها على الميزانية المالية للجهاز الحكومي وكيفية توزيعها أو لبعدها من مراكز إتخاذ القرار وعدم علمها عن أنشطة العلاقات العامة التي تم تغطيتها والنشاطات التي رفضت لسبب عدم الكفاية المالية.

لذلك كانت قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري التي تدلي بالتوزيع القريب نحو البند موافق لنسب آراء أفراد عينة الدراسة وذلك بتشتت بسيط وقليل الانتشار.

- **العبارة الثانية عشر:** نلاحظ نسب العبارة "أنا راضي على تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (25.0%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.39 وانحراف معياري يساوي 0.875 .

فالنسبة العالية التي تعبر برضاها على تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية لسرورها وموافقتها على نشاطات ووظائف العلاقات العامة وإتجاهات جماهيرها الإيجابي نحوها، في حين نجد النسبة التي تقرر على عدم رضاها على تنظيم العلاقات العامة، فذلك يعود لعدم ظهورها كإدارة في الهيكل التنظيمي لأغلب الأجهزة الحكومية

أو لتسميتها بإسم مخالف كالإعلام أو قد تكون في أغلب الأجهزة لمصالح تابعة لإدارة التجهيز والإستشراف أو ما شابه ذلك من العراقيل التي تعيق ظهور نتائج نشاطاتها وتغطيتها لوظائفها بأكمل وجه أو عدم رضاها على نشاطاتها .  
لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة متوسط نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط الإنتشار .

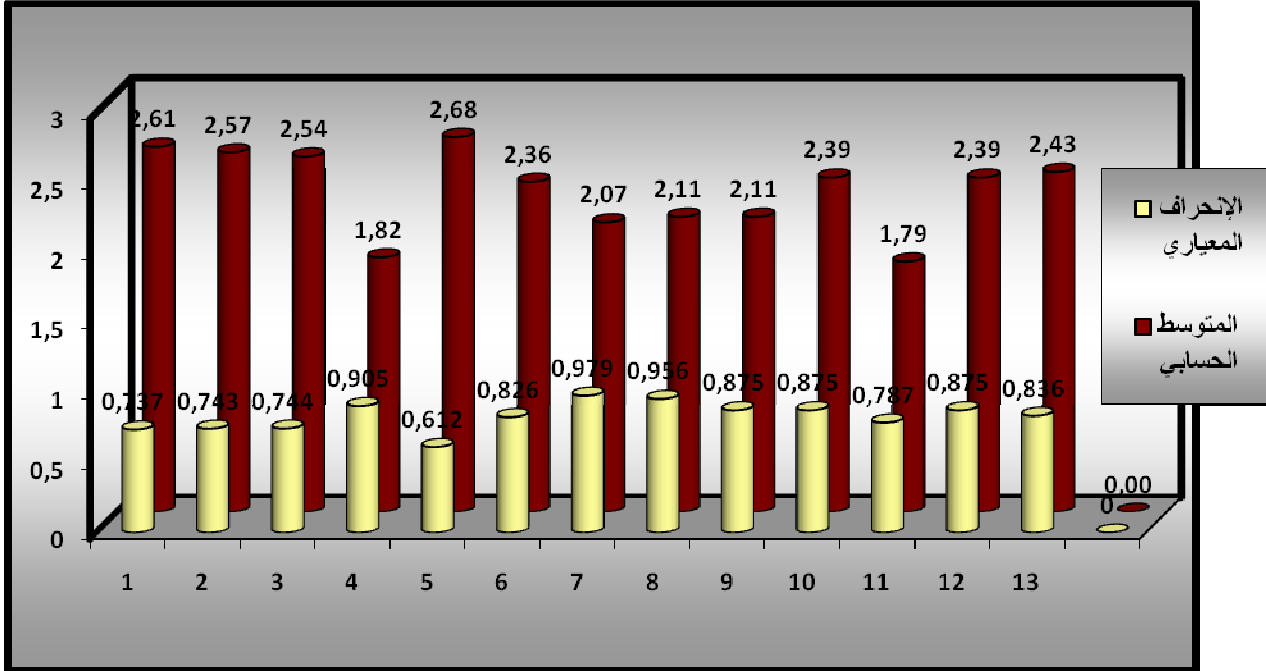
- **العبارة الثالثة عشر:** نلاحظ نسب العبارة "طبيعة عمل أغلب الأجهزة الحكومية خدمتية" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (21.4%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين هناك (14.3%) من نسبة الأعضاء المحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.43 وانحراف معياري يساوي 0.836 .

فلاحظ أن نسبة أفراد عينة الدراسة التي توافق على أن أغلب الأجهزة الحكومية خدمتية ذلك ما تحدده من خفة ثقل العبء على العلاقات العامة بحيث أن النشاطات الخدمية لا تتطلب من العلاقات العامة نشاط ضخم وخاصة وأن الجزائر كدولة تعتمد على مجانية خدماتها لشعبها أو بمبالغ رمزية إن اقتضت الضرورة لذلك، وذلك ما إستقطب عامة الشعب لقصد خدمات الأجهزة الحكومية على غرار بقية الخدمات الخاصة، خاصة وأن الحكومة الجزائرية موفرة كل الضروريات من تجهيزات مادية ومواد وقائية أو موارد بشرية فما على العلاقات العامة إلا التركيز على النصوص الإرشادية والاتصالات الإقناعية. أما فيما يخص النسب التي تقر على طبيعة عمل أغلب الأجهزة الحكومية غير خدمية ذلك أن عملية الخصخصة بدأت تدخل حيز التنفيذ، وكذا وجود في بعض الهياكل العمومية وبعض المؤسسات الإقتصادية العمومية،

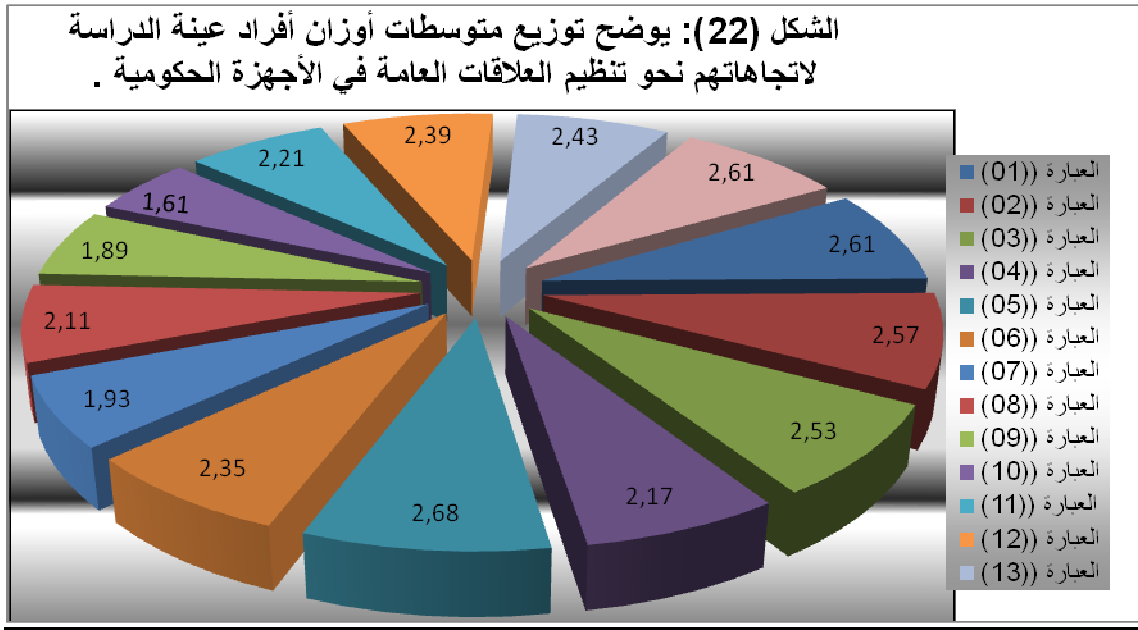
لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة متوسط نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط الإنتشار .



الشكل (21) : يوضح إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.



ومنه إتجاهات أعضاء مجلس الأمة الإيجابية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (05)،(01)،(02)،(03)،(13)،(12)،(06)،(11)،(04)،(10) والتي تدل عليها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [2،3]، في حين كانت إتجاهاتهم سلبية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (10)،(12)،(11) والتي تدلي بها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [1،2] والتي توضح أن إتجاهاتهم إيجابية نحو أغلب العبارات والذي يوضحه متوسط الأوزان 2.27 للفرضية الأولى بحيث تحدد الاتجاه الإيجابي لأعضاء مجلس الأمة نحو تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك حسب الشكل التالي :



### ثالثا : عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية للدراسة:

#### الفرضية الثانية للدراسة:

❖ اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الإتصالي المعتمد في علاقات العامة للأجهزة الحكومية؟

وللتحقق من هذه الفرضية تم الإعتماد على عدة مؤشرات ساعدتنا في الدراسة محددة في مجموعة من العبارات - سبعة عشر عبارة - وهي موضحة حسب الجدول الذي يحدد نتائج الدراسة.

## الجدول رقم (13): يبين اتجاهات عينة الدراسة نحو النشاط الاتصالي للعلاقات العامة في الأجهزة

الحكومية

الترتيب	متوسط الأوزان	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارات	الرقم
				%	ت	%	ت	%	ت		
7	2.57	0.690	1.43	67.9	19	21.4	6	10.7	3	لا تعتمد العلاقات العامة على الوسائل المناسبة في توجيهها لرسائلها	01
3	2.64	0.621	2.64	7.1	2	21.4	6	71.4	20	يتميز أخصائي العلاقات العامة بإتقانه الحركات الاتصالية من ملامح مادية وإيماءات جسمانية .	02
13	1.89	0.916	2.11	35.7	10	17.9	5	46.4	13	الرسالة التي تصدر من إدارة العلاقات العامة غير صادقة.	03
2	2.68	0.723	2.68	14.3	4	3.6	1	82.1	23	تعتمد العلاقات العامة في كسب جماهيرها على وسائل الإتصال الرمزي	04
1	2.89	0.315	2.89	0.0	0	10.7	3	89.3	25	يحتل الاتصال اللفظي (الكتابي والشفهي) مكانة بارزة في تعاملها مع جماهيرها .	05
6	2.60	0.629	2.61	7.1	2	25.0	7	67.9	19	تولي مصالح العلاقات العامة اهتماما كبيرا للجمهور الخارجي أكثر من الموظفين .	06
9	2.39	0.832	2.39	21.4	6	17.9	5	60.7	17	الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة من سياق الواقع	07
8	2.46	0.793	1.54	64.3	18	17.9	5	17.9	5	لا يحترم أخصائي العلاقات العامة مسافات التفاعل .	08
16	1.75	0.967	1.75	60.7	17	3.6	1	35.7	10	تصل الرسائل الإعلامية كافة الجماهير المستهدفة	09
10	2.36	0.870	1.64	60.7	17	14.3	4	25.0	7	لا تعمل العلاقات العامة جاهدة على ربط العاملين داخل الجهاز الحكومي بعلاقات وطيدة .	10
4	2.62	0.786	2.61	17.9	5	3.6	1	78.6	22	الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة تعتمد على إستراتيجية الإقناع.	11
12	2.11	0.956	2.11	39.3	11	10.7	3	50.0	14	إتجاهات الرأي العام لجمهور المؤسسة إيجابي	12
11	2.32	0.945	2.32	32.1	9	3.6	1	64.3	18	توجد علاقة قوية مع وسائل الإعلام	13
17	1.75	0.967	1.75	60.7	17	3.6	1	35.7	10	أنا راضي على نظام الإتصال داخل الأجهزة الحكومية	14
14	1.82	0.905	2.18	32.1	9	17.9	5	50.0	14	لا تصل المعلومات للموظفين في وقتها .	15
15	1.78	0.957	2.21	35.7	10	7.1	2	57.1	16	الرأي العام سلبي نحو الأجهزة الحكومية	16
5	2.61	0.737	2.61	14.3	4	10.7	3	75.0	21	تقدر الإدارة العامة دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .	17

2	2.31	0.411	2.20	33.6	160	12.4	59	54.0	257	المحور الثاني
---	------	-------	------	------	-----	------	----	------	-----	---------------

وحسب النتائج المتحصل عليها والموضحة في الجدول أن :

- العبارة الأولى: نلاحظ نسب العبارة "لا تعتمد العلاقات العامة على الوسائل المناسبة في توجيهها لرسائلها" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة لا يوافقون على العبارة ونسبة (21.4%) من أفراد العينة محايدون، في حين نسبة (10.7%) من أفراد العينة موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.43 وانحراف معياري يساوي 0.690 .

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة والتي تقر على اعتماد العلاقات العامة على الوسائل المناسبة في توجيهها لرسائلها ذلك أن أغلب وسائل الإتصال مع الجماهير روتينية محافظة على روتين أماكن وأزمنة توزيع رسائلها وبالتالي يبقى الجهاز الحكومي محافظ على الأقل على نفس نسبة جماهيره والمتعاملين معه، بالإضافة للانترنت التي أصبحت اليوم من أهم وسائل الإتصال لتسارعها في الزمان وكبر حجم تغطيتها، في حين نجد النسبة غير الموافقة والمحايدة في إدلائها على العبارة فذلك يعود لعدم انتشار وسائل وتكنولوجيات الاتصال وعدم إستعمالها في أغلب الأجهزة الحكومية مثل الأنترنت والإكسترنت.

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة متوسطة نحو البند غير موافق وذلك بنسبة ضعيف وقليل الإنتشار.

- العبارة الثانية: نلاحظ نسب العبارة "يتميز أخصائي العلاقات العامة بإتقانه الحركات الإتصالية من ملامح مادية وإيماءات جسمانية" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونسبة (21.4%) من أفراد العينة محايدون، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.64 وانحراف معياري يساوي 0.621

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة والتي تقر على تميز أخصائي العلاقات العامة بإتقانه الحركات الإتصالية من ملامح مادية وإيماءات جسمانية ذلك أن أغلب أخصائي

العلاقات العامة يتعاملون مع جماهيرهم بيروتوكول معين يتميز به الجهاز الحكومي يبين البعد الحضري والثقافي للجهاز الحكومي والذي تتحكم فيه عادات وتقاليد المجتمع المحلي، في حين نجد النسبة التي تقرر عكس ذلك فهي التي تركز في إدلائها على أن اللباقة والطيبة والإتكت غير المفرطة من سمات كل الموظفين وليست ميزة في أخصائي العلاقات العامة فقط لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت ضعيف وقليل الانتشار.

- العبارة الثالثة: نلاحظ نسب العبارة "الرسالة التي تصدر من إدارة العلاقات العامة غير صادقة" أن نسبة (46.4%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونسبة (35.7%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدون وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.11 وإنحراف معياري يساوي 0.916.

فالنسبة التي تقرر أن الرسالة التي تصدر من إدارة العلاقات العامة غير صادقة ذلك أنها ترى عدم الشفافية في تعاملات أخصائي العلاقات العامة مع جماهيرهم أو لوقوعهم في أحد الأخطاء التي ذكرناها في الجانب النظري (الجانب النظري ص،ص 93-96)، في حين نجد النسبة التي تقرر عكس ذلك أنه من أساسيات العلاقات العامة الصدق في تعاملاتها لقول أحد الأعضاء أن العلاقات العامة هي في الحقيقة الإعلام الصادق المدعم بالأداء الجيد، ونجد أن نسبة أفراد العينة التي كانت محايدة في إدلائها لذلك لنظرتها في أن الكتم والسرية في بعض المواضيع عن جماهيرها من أولويات العمل لتفادي الضوضاء والتأويلات والثرثرة المتزايدة من طرف الجاهلين للموضوع أو القضية المطروحة.

لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة ضعيف نحو البند موافق وذلك بانتشار وتشتت كبيرين.

- العبارة الرابعة: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة في كسب جماهيرها على وسائل الإتصال الرمزي" أن نسبة (82.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (14.3%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.86 وإنحراف معياري يساوي 0.723

فالنسبة عالية من أفراد عينة الدراسة تقر على أن العلاقات العامة تعتمد على وسائل الإتصال الرمزي وذلك لإعتبار أن اللقاء الأول أو المشهد الأول لأي حدث يوقع أثر كبير في نفسية المستقبل وكذا الأثر الكبير الذي تحدثه وسائل الإتصال بالفعل ونسبة إنتشارها الزمني والمكاني ومدى طول بقائها في نفسية المستقبل ومدى أثرها الكبير في التفاعل الإجتماعي وإنتشار الثقافات المحلية، في حين نجد النسبة التي تقر عكس ذلك فهي التي تؤمن باللموس لقول أحد الأعضاء أن الإدارة تكتب ولا تتكلم فكيف لك أن تفسر موقف من ديكور تزيين، فكثير من يعلق لوحات للرئيس أو يرسم جداريات للجزائر ويدعو الوطنية.

لذلك كان توزيع كبير لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت وإنتشار ضعيفين.

- العبارة الخامسة: نلاحظ نسبة العبارة "يحتل الإتصال اللفظي (الكتابي والشفهي) مكانة بارزة في تعاملها مع جماهيرها" أن نسبة (89.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، في حين نسبة (10.7%) محايدين، ولا نجد أي نسبة لغير الموافقين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.89 وإنحراف معياري يساوي 0.315 .

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة التي تقر على أن الإتصال اللفظي بنوعية الكتابي منه والشفهي يحتل مكانة بارزة في تعامل الجهاز الحكومي مع جماهيره وذلك لأن الإدارة الجزائرية تتعامل مع موظفيها باللموس لا بالتأويلات أو التوقعات بل تطبيق ما يسمعه العامل سواء تعليمات شفوية أو مكتوبة، والرسائل الإتصالية التي تصدر للجماهير الخارجية أغلبها تعتمد على الإتصال الجماهيري لتصل إلى أكبر حجم ممكن من الجمهور وفي نفس الوقت ولتتفادي التغيرات التي قد تحدث للرسالة،

فالاتصال الجماهيري أنسب في أغلب تعاملاته مع جماهيره الداخلية أو الخارجية سواء الشفهية كاللقاءات الصحفية أو كتابة الإعلانات النشريات. لذلك كان توزيع كبير لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق، وذلك بتشتت ضعيف جدا و عديم الانتشار.

- العبارة السادسة: نلاحظ نسب العبارة "تولي مصالح العلاقات العامة اهتماما كبيرا للجمهور الخارجي أكثر من الموظفين" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (25.0%) من أفراد العينة محايدين، في حين نسبة (7.1%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0.629 .

فنسبة أفراد عينة الدراسة التي أقرت موافقتها بأن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تولي إهتمام للجمهور الخارجي أكثر من الجمهور الداخلي معتمدة في ذلك على الإدارات التي بها فصل بين الجمهور الخارجي والداخلي وإحتمال نشاط المصلحة أو الإدارة المهمة بالعلاقات الخارجية أكثر من الأمانة العامة المهمة بالعلاقات الداخلية لذلك تكون نوعية الخدمات المقدمة بارزة، أو إحتمال أن الجمهور الخارجي غير ثابت لا في نوعية العلاقات ولا في نوعية المتعاملين ولكن العلاقة مع الجمهور الداخلي علاقات روتينية، وكذا إهتمام إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي أكثر من إهتمامها بالجمهور الداخلي وخاصة من ناحية البحوث وذلك ما أكده (سمير حسين وآخرون، 1991) في دراستهم أما نسبة أفراد عينة الدراسة غير الموافقة والمحايدة في إدلائها فيرجع ذلك لأن العلاقات العامة في هذه الأجهزة تعتبر أن إهتمامها موزع على الجمهورين بالتساوي أو أن الجمهور الداخلي أكثر من الجمهور الخارجي وهذا شيء مقبول لأن الجمهور الداخلي هو ركيزة التعاملات وهو واجهة الجهاز عند المتعاملين، فكسب تأييد الجمهور الداخلي هو العامل الرئيسي لكسب الجمهور الخارجي

لذلك كان توزيع كبير لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت وانتشار متوسطين.

- العبارة السابعة: نلاحظ نسب العبارة "الرسائل الإتصالية للعلاقات العامة من سياق الواقع" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (21.4%) من أفراد العينة غير يوافقون على العبارة، في حين نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.39 وإنحراف معياري يساوي 0.832 .

فلاحظ أن نسبة أفراد العينة التي أقرت على أن الرسالة الإتصالية للعلاقات العامة من سياق الواقع ذلك أن تعاملات الأجهزة الحكومية تتماشى مع مطالب جماهيرها وعاداتهم تقاليدهم أوضاعهم المادية حياتهم البيئية لذلك رسائلها تأخذ بعين الإعتبار الموقع الجغرافي لجماهيرها والثقافة التنظيمية والبيئة المحلية لكل جمهور أما الفئة التي أقرت أن الرسالة الإتصالية للعلاقات العامة ليست من سياق الواقع ذلك أنها تأخذ بعين الإعتبار التغيرات المتسارعة في الأنماط الإجتماعية الجديدة وبعض العادات المكتسبة من جراء الفضاءات المفتوحة والثقافات المتداخلة لذلك ترى أن رسالة العلاقات العامة يصعب عليها الجمع بين نشر وشرح سياسات الجهاز والتعريف بالأوضاع في ظل الثقافات المتداخلة والمتسارعة في الأحداث لذلك على الجهاز الحكومي أن يحافظ على نوع من الإستقرار ليعيد التوازن للمجتمع. ولذلك أيضا كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بنسبت متوسطة وإنتشار متوسط.

- العبارة الثامنة: نلاحظ نسب العبارة "لا يحترم أخصائي العلاقات العامة مسافات التفاعل" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) لكل من أفراد العينة الموافقين على العبارة والمحايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.54 وإنحراف معياري يساوي 0.793 .

فلاحظ أن النسبة التي تقر أن أخصائي العلاقات العامة يحترم مسافات التفاعل هذا أن التوظيف يكون على أساس التخصصات فأى متخصص في العلاقات العامة يكون قد إكتسب معلومات عن أساليب ومقومات الإتصال الفعال من بروتوكولات وإتكت التعامل وفي التحكم في الإيماءات الجسمانية وضبط مسافات التفاعل على حسب نوع



العلاقات وأبعادها السوسيو مهنية في حين نجد النسبة التي تقر في إدلائها على أن أخصائي العلاقات العامة لا يحترم مسافات التفاعل ذلك يكون في الأجهزة التي تتعامل مع موظفيها بأسلوب التكافل والتماسك الإجتماعي والتفاعل المطلق غير المقيد بالأبعاد السوسيو مهنية ، وهنا نجد الإتصالات بنوعها الصاعدة والنازلة نشطة . لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند غير موافق وذلك بتشتت متوسط وانتشار متوسط.

- العبارة التاسعة: نلاحظ نسب العبارة "تصل الرسائل الإعلامية كافة الجماهير المستهدفة" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (35.7%) من أفراد العينة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد عينة الدراسة محايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.75 وإنحراف معياري يساوي 0.967 .

فلاحظ أن النسبة التي تقر بان الرسائل الإعلامية لاتصل كافة الجماهير المستهدفة فإحتمال ان الوسائل الإتصالية التي تعتمد عليها الأجهزة الحكومية في العملية الإتصالية ليست الوسائل المناسبة لكافة الجماهير أو ليست متوفرة لديهم جميعا أو يعود ذلك لعدم إهتمام الجماهير برسائل الجهاز الحكومي، في حين نجد ان النسبة التي تقر بموافقتها على وصول الرسائل لكافة الجمهور المستهدف فذلك لإعتبارها ان الإتصال الجماهير من احسن وسائل الإتصال في التعاملات مع الجماهير المترامية الاطراف والمختلفة الفئات وفي وقت قياسي .

لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وإنتشار كبير،

- العبارة العاشرة: نلاحظ نسب العبارة "لا تعمل العلاقات العامة جاهدة على ربط العاملين داخل الجهاز الحكومي بعلاقات وطيدة" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد العينة يوافقون على

العبارة، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.64 وانحراف معياري يساوي 0,870 . فالنسبة العالية لأفراد عينة الدراسة التي تقر على أن العلاقات العامة تعمل جاهدة على ربط العاملين داخل الجهاز الحكومي بعلاقات وطيدة ذلك لإعتبارها أن العلاقات العامة تشجع تكامل العمال وتشجع العلاقات الإنسانية وذلك ما تقوم به أغلب الإدارات العامة بتحفيز العلاقات غير الرسمية وتنشيط النوادي والتحفيز على العمل الجماعي أما النسبة التي تقر عكس ذلك فهي التي ترى أن الإدارة تعتمد على مركزية القرار وعدم إعطاء أولوية للعامل كمورد بشري مهم ونلاحظ أيضا توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وانتشار متوسط.

- العبارة الحادية عشر: نلاحظ نسب العبارة "الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة تعتمد على إستراتيجية الإقناع" أن نسبة (78.6%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (17.9%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0,786 . فنلاحظ أن النسبة العالية التي تقر أن الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة تعتمد على إستراتيجية الإقناع من المقتنعين في أن الرسالة الاتصالية للعلاقات العامة تعتمد على الإستمالات من إستمالات عقلانية في تقديم الأرقام والإحصائيات والإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية وإستمالات عاطفية وذلك بالتأثير في وجدان المتلقي وإنفعالاته بالتأثير في حواسه النفسية والاجتماعية ومخاطبتها بما يحقق الصالح العام، وكذا إستمالات التخويف في النصح بتجنب الأخطار، في حين أن النسبة التي ترى غير ذلك فهي النسبة التي ترى أن العلاقات العامة يجب أن يكون لها تنفيذ واقعي يتمشى خطوة خطوة مع الأحداث الأنية.

لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وانتشار متوسط.

- العبارة الثانية عشر: نلاحظ نسب العبارة "إتجاهات الرأي العام لجمهور المؤسسة إيجابي" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (39.3%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.11 وانحراف معياري يساوي 0.956 .

فنلاحظ أن نصف عينة الدراسة التي أقرت على أن إتجاهات الرأي العام إيجابي نحو الأجهزة الحكومية وهذه النسبة تدل على أن العلاقات العامة قائمة بدورها في تحسين الصورة الذهنية للجمهور الخارجي وإكتسابه سمة إيجابية في حين أن النسبة التي تقر على عدم موافقتها على أن إتجاهات الرأي العام لجمهور الجهاز الحكومي إيجابي وذلك بأخذها في عين الإعتبار إما إنتكاسات التي قد وقعت فيها المؤسسات يوم ما والتي لا يمكن لأي إدارة أن يكون عدها ساعي بل أي جهاز ومهما يكن فهو قابل للتذبذب المفاجئ أو لأن إدارة العلاقات العامة غير قائمة بدورها كما يجب أو لأسباب أخرى تعيق عملها كبعض معيقات العلاقات العامة التي تم ذكرها في الجانب النظري .

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت كبير وواسع وإنتشار .

- العبارة الثالثة عشر: نلاحظ نسب العبارة "توجد علاقة قوية مع وسائل الإعلام" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3,6%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.32 وانحراف معياري يساوي 0.945 .

فالنسبة العالية التي تقر أنه توجد علاقة قوية مع وسائل الإعلام هي التي تعتمد في قرارها على أن الجزائر كدولة لا يوجد بها إعلام معادي وبالتالي كل وسائل الإعلام المحلية موالية وأن أخصائي العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية له إتصالات واسعة مع وسائل الإعلام وإتصالات واسعة مع قادة الرأي، في حين أن النسبة التي ترى عكس ذلك فهي التي ترى أن العلاقات العامة للأجهزة الحكومية تعتمد على وسائل

الإتصال الداخلية مثل الإعلانات والملصقات والكتيبات والإذاعة المحلية إن كانت نشطة ولا تركز على الإعلام الخارجي كثيراً أو أنها تقصد بعض الجرائد التي لا تهمها القضايا الوطنية أو الإعلام الدولي الذي لا تكون أجهزتنا على صلة به إلا في بعض المواقف المحددة فقط.

لذلك كان توزيع متوسط آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي والإنتشار كبير.

- العبارة الرابعة عشر: نلاحظ نسب العبارة "أنا راضي على نظام الإتصال داخل الأجهزة الحكومية" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (35.7%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.75 وانحراف معياري يساوي 0.967.

فنسبة عينة الدراسة غير الموافقة على العبارة هي التي ترى أن عملية الإتصال تعتمد على العلاقات الإجتماعية والإنسانية وذلك ما ترك عملية تنظيم الإتصال ضعيفة يعمها قليل من الفوضى، في حين نجد النسبة الموافقة على العبارة هي التي ترى أن العلاقات العامة قائمة بدورها في عملياتها الإتصالية مع جماهيرها في دعم الصلة بوسائل الإعلام وإمداد جماهيرها بالمعلومات والحقائق عن الجهاز لكسب تأييد الرأي العام وذلك ما أثبتته (سمير حسين وآخرون) في دراستهم.

لذلك كان توزيع متوسط آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند غير موافق وذلك بتشتت كبير وواسع وإنتشار.

- العبارة الخامسة عشر: نلاحظ نسب العبارة "لا تصل المعلومات للموظفين في وقتها" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.18 وانحراف معياري يساوي 0.905.

فلاحظ أن النسبة التي تقدر بأن المعلومات لا تصل في وقتها للموظفين ذلك أنهم يعتبرون الموظفين يتمتعون بثقافة غير سوية ولا يتناولون المعلومات من مستواها السوسيو مهني كما يجب بل تنتشر المعلومة في بعض الأحيان حتى قبل المصادقة عليها، في حين أن النسبة التي تقرر عكس ذلك فهي النسبة التي ترجح على أن تكنولوجيا الإتصال والتي هي في تسارع متزايد توصل المعلومات حتى قبل وقتها وخاصة بإعتماد بعض الأجهزة كالفاكس والأنترنيت أو تعتمد في ذلك على الإعلام كوسيلة مساعدة.

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وإنتشار واسع.

- العبارة السادسة عشر: نلاحظ نسب العبارة "الرأي العام سلبي نحو الأجهزة الحكومية" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (35.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.21 وانحراف معياري يساوي 0.957.

فالنسبة التي تقرر على ان الرأي العام سلبي نحو الجهاز الحكومي ذلك ما توافق مع بعض مطالب الشعب في تحسين الأوضاع او إحساسها ببعض النقائص في الأجهزة الحكومية ليذلي أحد الأعضاء انه يستحيل تلبية جميع مطالب الشعب على حد سواء، في حين نجد النسبة التي تقرر عكس ذلك فما تراه هو أن أغلب الأجهزة الحكومية هي في تحسن ملحوظ حتى من حيث نسبة جماهيرها في تزايد ورضى وذلك لتحسين خدماتها وتعاملاتها التي تساعد على الإقناع الواضح والمستند على الأدلة العلمية والمحفز على إستقطاب جماهير جديدة.

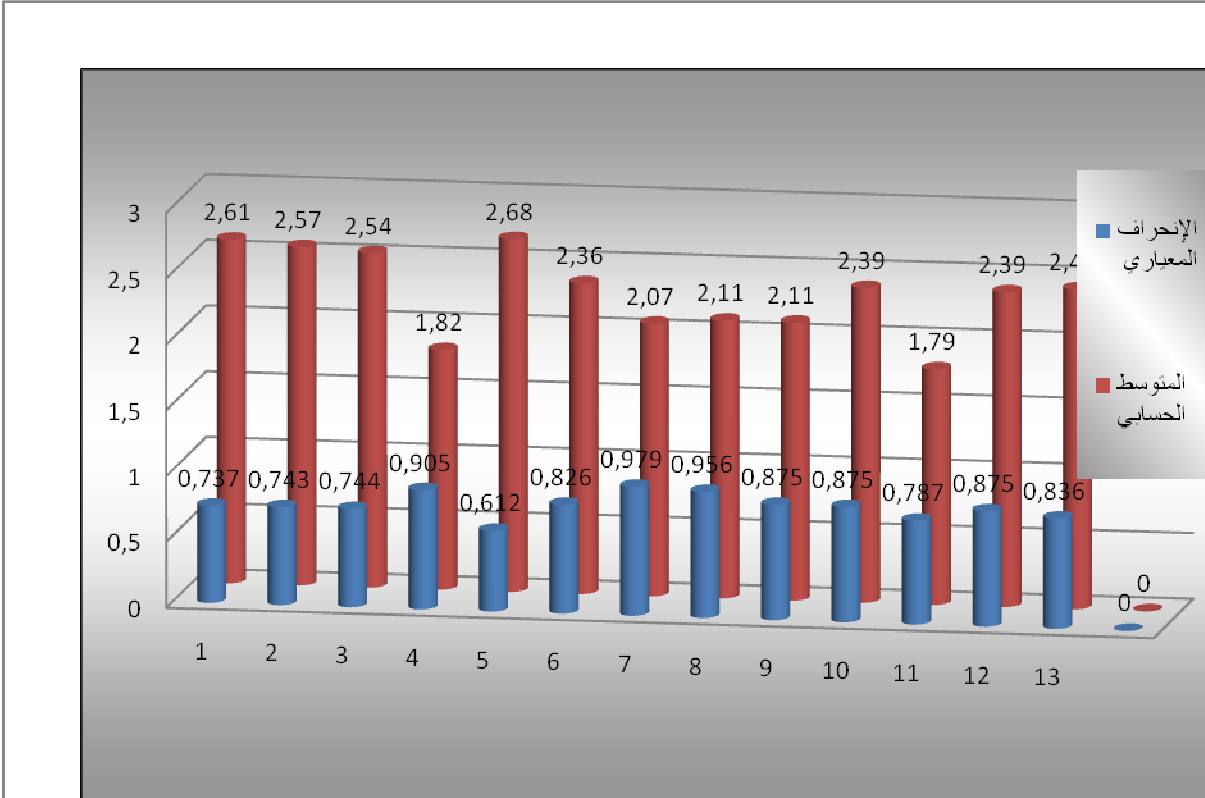
لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وإنتشار كبير.

- العبارة السابعة عشر: نلاحظ نسب العبارة "تقدر الإدارة العامة دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن النسبة (14.3%) و(10.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين و محايدين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0.737.

فالنسبة المرتفعة من أفراد عينة الدراسة والتي تقر على أن الإدارة العامة تقدر دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ذلك أنها هيكلت موقعها لتكون في أغلب الأجهزة الحكومية تدار من طرف المدير أو تكون موزعة على كل من الأمانة العامة والعلاقات الخارجية أي دائماً

موقعها من مواقع صناع القرار، أما فيما يخص النسبة التي تقر عكس ذلك فهي التي تحكم على العلاقات العامة من حيث عدم وجودها في الهيكل التنظيمي لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

الشكل رقم (23) : يوضح إنتشار المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإتجاهات افراد عينة الدراسة نحو النشاط الإتصالي للعلاقات العامة في الاجهزة الحكومية.



ومنه إتجاهات أعضاء مجلس الأمة الإيجابية نحو كل من العبارات التالية  
على الترتيب

(05)،(04)،(02)،(11)،(17)،(02)،(01)،(08)،(07)،(10)،(13)،

(02)،(12) والتي تدل عليها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [2،3]، في حين كانت إتجاهاتهم سلبية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (14)،(09)،(16)،(15)،(03) والتي تدلي بها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [1،2] والتي توضح أن اتجاهاتهم إيجابية نحو أغلب العبارات والذي يوضحه متوسط الأوزان 2.31 للفرضية الثانية بحيث تحدد الاتجاه الإيجابي لأعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الإتصالي للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك حسب الشكل التالي :

### رابعاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة للدراسة:

#### الفرضية الثالثة للدراسة:

❖ إتجاهات أعضاء مجلس الامة نحو تخطيط العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية موجبة.

وللتحقق من هذه الفرضية تم الإعتماد على عدة مؤشرات ساعدتنا في الدراسة والمحددة في مجموعة من العبارات - أربعة عشر عبارة - وهي موضحة حسب الجدول الذي يحدد نتائج الدراسة.

الترتيب	متوسط الأوزان	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارات	الرقم
				%	ت	%	ت	%	ت		
1	2.93	0.262	2.93	0.0	0	7,1	2	92.9	26	هناك أهمية للتخطيط في العلاقات العامة.	01



10	1.89	0.916	1.89	46.4	13	46.4	5	35.7	10	02	تتبع إدارة العلاقات العامة خطة محكمة في التنظيم.
3	2.68	0.548	2.68	3.6	1	25.0	7	71.4	20	03	تركز العلاقات العامة على الهدف المراد تحقيقه في إدارتها لشؤونها.
7	2.39	0.737	2.39	14.3	4	32.1	9	53.6	15	04	تعتمد العلاقات العامة على برامج وقائية محكمة .
8	2.32	0.819	2.32	21.4	6	25.0	7	53.6	15	05	تعتمد العلاقات العامة على برامج علاجية ذات فعالية عالية .
11	1.89	0.916	1.89	46.4	13	17.9	5	35.7	10	06	يعتمد التخطيط في العلاقات العامة على الدراسات العلمية
13	1.67	0.863	2.32	25.0	7	17.9	5	57.1	16	07	لا يراعى التوزيع الزمني والمكاني للرسائل الإتصالية
9	1.92	0.979	2.07	42.9	12	7.1	2	50.0	14	08	تواجه عملية التخطيط صعوبات في العلاقات العامة .
5	2.61	0.685	2.61	10.7	3	17.9	5	71.4	20	09	لمسئول العلاقات العامة إتصال مباشر بالإدارة العليا .
6	2.53	0.693	2.54	10.7	3	25.0	7	64.3	18	10	هناك برنامج داخلي فعال يتم تطبيقه مع الموظفين
4	1.67	0.723	2.32	14.3	4	39.3	11	46.4	13	11	المخصصات المالية غير كافية للتخطيط في العلاقات العامة .
12	1.78	0.917	1.79	53.6	15	14.3	4	32.1	9	12	يستعان بأخصائي علاقات العامة من خارج الجهاز الحكومي .
4	2.67	0.612	2.68	7.1	2	17.9	5	75.0	21	13	يتم التخطيط على أسس إستراتيجية وإدارية معينة.
2	2.82	0.548	2.82	7.1	2	3.6	1	89.3	25	14	هناك مشاريع تنموية من بين خطط العلاقات العامة
3	2.27	0.343	2.20	21.6	85	19.1	75	59.2	232		المحور الثالث

الجدول رقم(14): يبين إتجاهات عينة الدراسة نحو تخطيط العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية .

وحسب النتائج المتحصل عليها والموضحة في الجدول :

- العبارة الأولى: نلاحظ نسب العبارة "هناك أهمية للتخطيط في العلاقات العامة" أن

نسبة(92.9%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونسبة (7.1%) من أفراد

العينة محايدتين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,93 وإنحراف معياري يساوي 0.262 .

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة والتي تقر أن هناك أهمية للتخطيط في العلاقات العامة وذلك لأنه الموجه لتفكير أخصائي العلاقات العامة في مسيرة عمله لتفادي مواجهة المشاكل التي قد تحدث وبموجبها يتم تحديد أحسن وسائل الاتصال وأهم المواضيع لنشرها في أوقاتها المناسبة وبأساليب أكثر فعالية، في حين النسبتين المتتاليتين لعينة الدراسة والتي تقر بعدم الموافقة أو محايدة على أن هناك أهمية للتخطيط في العلاقات العامة فذلك للعشوائية والارتجال الذي يشوب عمل العلاقات العامة في بعض الأجهزة وهذا ما تتبته بعض الإنتكاسات التي تحدث في بعض الأجهزة الحكومية

لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بنسبة ضعيف وقليل الإنتشار.

- العبارة الثانية: نلاحظ نسب العبارة "تتبع إدارة العلاقات العامة خطة محكمة في التنظيم" أن نسبة (46.4%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (35.7%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدتين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.89 وإنحراف معياري يساوي 0.916 .

فالنسبة القريبة من نصف أعضاء عينة الدراسة والتي تقر أن العلاقات العامة لا تتبع خطة محكمة في التنظيم ذلك أنه لا توجد علاقة بين الحقوق والواجبات أي أنه لا يؤخذ جهد العامل أو الموظف بعين الاعتبار بقدر ما يؤخذ مدة تواجده في الجهاز الحكومي كمقياس وأنه لا توجد علاقة بين الإمتيازات والحوافز وجهد العامل وأن التخطيط يستخدم بدرجة متدنية وهذا ما أكدته دراسة (جبران الفرد بن فهد، 1990) كما أن عدم إتباع العلاقات العامة خطة محكمة يتوقف على عدم وجود توافق بين الناتج الافتراضي والناتج الحقيقي وهذا ما يتبته تفوق القطاع الخاص عن القطاع الحكومي في بعض المجالات وبعض المنتوجات المستوردة عن المحلية في بعض

الأحيان، في حين نجد أن النسبة التي توافق على أن العلاقات العامة تتبع خطة محكمة في العلاقات العامة تدعمها آراء هم أن هناك تغيير ملحوظ في الصورة الذهنية لبعض جماهير الأجهزة الحكومية، وكذا زيادة إنتاج العديد من الأجهزة الحكومية سواء المادية أو المعنوية من الناحية الكمية والكيفية. لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وكبير الانتشار

- العبارة الثالثة: نلاحظ نسب العبارة "تركز العلاقات العامة على الهدف المراد تحقيقه في إدارتها لشؤونها" أن نسبة (71.4%) يوافقون على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد العينة محايدين، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.68 وإنحراف معياري يساوي 0.548 . فنلاحظ أن نسبة أفراد عينة الدراسة التي أقرت على أن العلاقات العامة تركز على الهدف المراد تحقيقه في إدارتها لشؤونها وذلك بنظرة طويلة المدى في تسلسل لمراحل إنتاجها وأساليب إتصالاتها وعلى أساسها ترسم خطة ذات نسبة عالية من النجاح وذلك ما يؤكد أحد الأعضاء أن العلاقات العامة تركز على الهدف المراد تحقيقه لمراحل ترتب حسب أهميتها لتكون لكل مرحلة وقت محدد كما أنها تركز منذ البداية على فئات الجمهور الذي تستهدفه في، حين نجد أن النسبة التي كانت محايدة في إدلائها لذلك يعود لتأييدها للحكمة "الغاية تبرر الوسيلة" لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط الانتشار.

- العبارة الرابعة: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة على برامج وقائية محكمة" أن نسبة (53.6%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، في حين نسبة (14.3%) من أفراد العينة غير موافقين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.39 وإنحراف معياري يساوي 0.737 .

فنسبة أفراد عينة الدراسة التي تقر بموافقتها على اعتماد العلاقات العامة برامج وقائية وذلك لإعتبارها ضرورة حتمية تفرضها البيئة التي تحكمها متغيرات تكنولوجيا الرقميات والتي تسابقت مع الزمن واستوجبت استعدادات لمواجهة مخلفاتها باختلاف نوعيتها الطويل المدى الذي يشبه الإستراتيجية والقصير المدى الذي يعتمد على التكتيك والذي ينشط حسب متغيرات الظروف على عكس الإستراتيجية الذي تحدده أهداف الجهاز الحكومي وأبعاده الإجتماعية لتحقيق غايات تكاملية تتوافق مع البيئات المحلية لتسمو وترقى بالجهاز الحكومي وكذا التنبأ بالأحداث المستقبلية والوقاية من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الجهاز، في حين نجد أن أفراد عينة الدراسة والتي لا توافق على أن العلاقات العامة لا تعتمد على برامج وقائية محكمة فذلك ما نجده في الأجهزة التي لا تتوقع حدوث أزمات وما نجده من الأخطاء الشائعة عند بعض المسؤولين.

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط الإنتشار.

- العبارة الخامسة: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة على برامج علاجية ذات فعالية عالية" أن نسبة (53.6%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة والنسب (25.0%) و (21.4%) من أفراد العينة لكل من المحايدين وغير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.32 وإنحراف معياري يساوي 0.819. فنلاحظ أن النسبة التي توافق على أن العلاقات العامة تعتمد على برامج علاجية ذات فعالية عالية ذلك لأنها تعتمد على خطة محكمة ومركزة وهو من أسباب نشأتها وحاجة الدولة العلاجية في تصحيح الأوضاع الخاطئة التي تعترض سير الأعمال والوظائف للحد من المخاطر التي تحدث كالمشاكل والخلافات ناهيك عن الإضرابات المطالبة بتحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، في حين نجد أن النسبة المقررة بغير ذلك فهي التي ترى أن العلاقات العامة وجدت لحالات وقائية بالدرجة الأولى والبرامج العلاجية للعلاقات العامة ذات فاعلية عالية لا تكون صعبة بل يكون الجهاز الحكومي مهياً لها كما يقول المثل "الوقاية خير من العلاج".

لذلك كان توزيع متوسط آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وإنتشار كبير.

- العبارة السادسة: نلاحظ نسب العبارة "يعتمد التخطيط في العلاقات العامة على الدراسات العلمية" أن نسبة (46.4%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (35.7%) من أفراد العينة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.89 وإنحراف معياري يساوي 0.916 .

فلاحظ أن أكبر نسبة من الإدلاء تعتبر أن العلاقات العامة لا تعتمد في تخطيطها على الدراسة العلمية ذلك أن مطالب الشعب الجزائري واضحة لا تحتاج إلى تخطيط وأن الإحتياجات الأولية معروفة لكن الكيفية التي يريدونها بها جمهورها مسألة جهوية يتحكم فيها المناخ والعادات والتقاليد وأشياء أخرى معروفة لدى أخصائي العلاقات العامة، في حين نجد ان النسبة الموافقة على العبارة التي ترى أن الأيام الإعلامية والأبواب المفتوحة والمعارض ما هي إلا طريقة لإبلاغ الجماهير بالخدمات المطروحة وما هي إلا طريقة لدراسة إتجاهات جماهيرها نحو خدماتها.

لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند غير موافق وذلك بتشتت عالي وإنتشار واسع.

- العبارة السابعة: نلاحظ نسب العبارة "لا يراعى التوزيع الزماني والمكاني للرسائل الإتصالية" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وأن نسبة (25.0%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقون على العبارة، في حين نجد نسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.32 وإنحراف معياري يساوي 0.863 .

فأغلب أفراد عينة الدراسة تفر أنه لا يراعى التوزيع الزماني والمكاني لرسائل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ذلك أن تكنولوجيات الإتصال لم تترك للعلاقات العامة وقت للتحكم لا في الزمان ولا في المكان فالهواتف النقالة والرسائل القصيرة

للمترصدين للأنباء كفيلة لذلك، في حين نجد النسبة التي تقر بعكس ذلك هي التي تهتم بالبعد السوسيو مهني ولا تتبع التغيرات وتحاول أن تكون منتظمة حتى في الأخبار التي تتلقاها.

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الثامنة: نلاحظ نسب العبارة "تواجه عملية التخطيط صعوبات في العلاقات العامة" أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (42.9%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.07 وإنحراف معياري يساوي 0.979.

فلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقر أن العلاقات العامة تعاني صعوبات في عملية التخطيط ذلك أن المجتمع في دينامية وطلباته المزاجية التي تتحكم فيها الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتي يصعب التنبؤ بالتغيرات التي ستطرأ عليها، في حين نجد النسبة التي تقر بعكس ذلك ترى أن جماهير الأجهزة الحكومية واضحو المطالب لذلك لا تجد العلاقات العامة صعوبة في التخطيط لنشاطاتها بل تعتمد على الروتين.

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق، وذلك بتشتت مرتفع وواسع الإنتشار

- العبارة التاسعة: نلاحظ نسب العبارة "المسؤول العلاقات العامة إتصال مباشر بالإدارة العليا" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدين، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0.685

فلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة أقرت ان هناك إتصال مباشر بالإدارة العليا ذلك أن في أغلب الأجهزة الحكومية لا توجد إدارة العلاقات العامة وبالتالي إدارتها تكون من طرف أحد متخذي القرارات أو مسئول مباشر وهذا يعني أن من يديرها هو على إتصال مباشر بالإدارة العليا إن لم يكن المدير، في حين نجد أن النسبة القليلة من المبحوثين والتي تفر عكس ذلك هي التي تعتبر العلاقات العامة تابعة لأحد الإدارات الفرعية وهي بعيدة عن مراكز إتخاذ القرار، وهذا النوع من الهيكلة قليل التواجد في الهياكل التنظيمية لأجهزتنا الحكومية .

لذلك كان توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة العاشرة: نلاحظ نسب العبارة "هناك برنامج داخلي فعال يتم تطبيقه مع الموظفين" أن نسبة (64.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد العينة محايدين، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.54 وإنحراف معياري يساوي 0.693 .

فنسبة العينة الكبيرة التي أدلت أن هناك برنامج داخلي فعال يتم تطبيقه مع الموظفين ذلك أن من أساسيات برامج العلاقات العامة كسب تأييد الموظف بالدرجة الأولى حسب إداء أحد الأعضاء بالإضافة أخذها للبعد الإنساني والتعامل مع الموظفين على أسس مرسومة ذات شفافية لكل عامل، في حين نجد النسبة التي تفر عكس ذلك هي النسبة التي تعتبر أن العلاقة بين الإدارة والموظف هي مبنية على أساس جهد وأجر ولا تحتاج العلاقات العامة لوضع برنامج.

لذلك كان توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بمتوسط التشتت والإنتشار.

- العبارة الحادية عشر: نلاحظ نسب العبارة "المخصصات المالية غير كافية للتخطيط في العلاقات العامة" أن نسبة (46.4%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة

وأن نسبة (39.3%) من أفراد العينة محايدين، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.32 وإنحراف معياري يساوي 0.723 .

فلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة أقرت أن المخصصات المالية غير كافية في التخطيط ذلك أنها تعتبر أن التخطيط أساس العلاقات العامة وأن أي خطأ أو تقصير في العلاقات العامة يعود لعدم التخطيط الجيد والذي بالضرورة لقلّة المخصصات المالية، في حين النسبة التي توافق رأيها مع العبارة ذلك بناء على أن الجهاز الحكومي يعتبر التخطيط عملية ذهنية بالدرجة الأولى ولا تحتاج لمخصصات مالية أي أنه يحتاج إلى تحديد الأحداث الماضية والحالية وكذا دراسة اتجاهات جماهيرها وإحتياجاتهم ومطالبهم وتفكيرهم عاداتهم وتقاليدهم ليتم ضبط الإحصائيات اللازمة لوضع خطة جيدة .

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الثانية عشر: نلاحظ نسب العبارة "يستعان بأخصائي علاقات العامة من خارج الجهاز الحكومي" أن نسبة (53.6%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (32.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (13.3%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.79 وإنحراف معياري يساوي 0.917 .

فلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة أدلت أنه لا يستعان بأخصائي علاقات عامة من خارج الجهاز الحكومي وذلك لندرة الأخصائيين في العلاقات العامة وأن أي جهاز حكومي مؤهل للتحكم في مشاكله الإتصالية وكذا في إدارته لأزماته، في حين نجد النسبة التي تفر بعكس ذلك فهي التي ترى أن الإستعانة بخبرة الإحصائي تكسب الموظفين خبرة في الأزمات المفاجئة وغير المتوقعة وخاصة في المؤسسات الإقتصادية ذات الخدمات الإنتاجية.



لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت مرتفع وواسع الانتشار.

- العبارة الثالثة عشر: نلاحظ نسب العبارة "يتم التخطيط على أسس إستراتيجية وإدارية معينة" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.68 وانحراف معياري يساوي 0.612.

فلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقرر أن هناك التخطيط في العلاقات العامة يتم على أسس إستراتيجية وإدارية معينة ذلك أن التخطيط يأخذ بعين الاعتبار احتياجات الموظف ومطالبه وإحتياجات الجماهير الخارجية ومطالبها والأبعاد البيئية والثقافية للمجتمع المحلي وحدود المؤسسات المنافسة إن وجدت ، في حين نجد أن بقية النسبة المحايدة في إدلائها يرجع ذلك لعدم علمها عن كيفية تخطيط العلاقات العامة لبرامجها .

لذلك كان توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بمتوسط التشتت والانتشار.

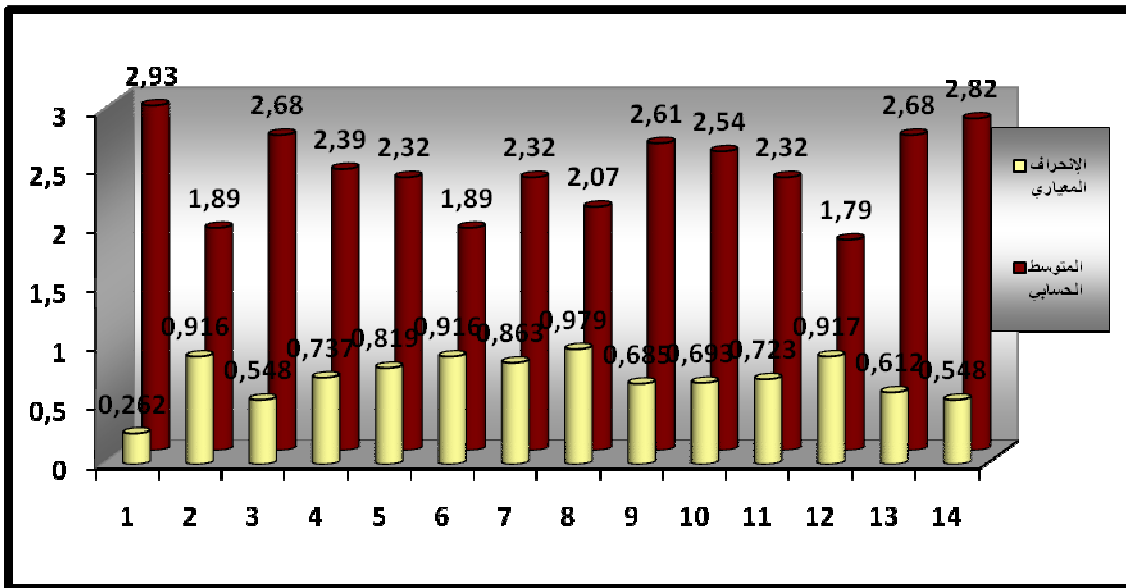
- العبارة الرابعة عشر: نلاحظ نسب العبارة "هناك مشاريع تنموية من بين خطط العلاقات العامة" أن نسبة (89.3%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة والنسب (7.1%) و(3.6%) من أفراد عينة الدراسة على التوالي للمحايدين وغير موافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.82 وانحراف معياري يساوي 0.548.

فأكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقرر على وجود مشاريع تنموية من بين خطط العلاقات العامة وذلك لتعمل على ربط جماهيرها بالجهاز وتحسيسهم بحسن نية الجهاز الحكومي ومدى إحساسه باحتياجاتهم لذلك نجدها نشطة في الأيام الإعلامية والتحسيسية وفي بعض الحملات ذات المنفعة العامة، في حين نجد النسبة التي تقرر

بعكس ذلك فهي التي لا تعتبر أن هناك مشاريع تنموية في خطط العلاقات العامة وذلك يمكن أن يكون لعدم الكفاية المالية لرسم خطط للمشاريع التنموية وضبطها في النقاط الرئيسية.

لذلك كان توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بمتوسط التشتت والإنتشار.

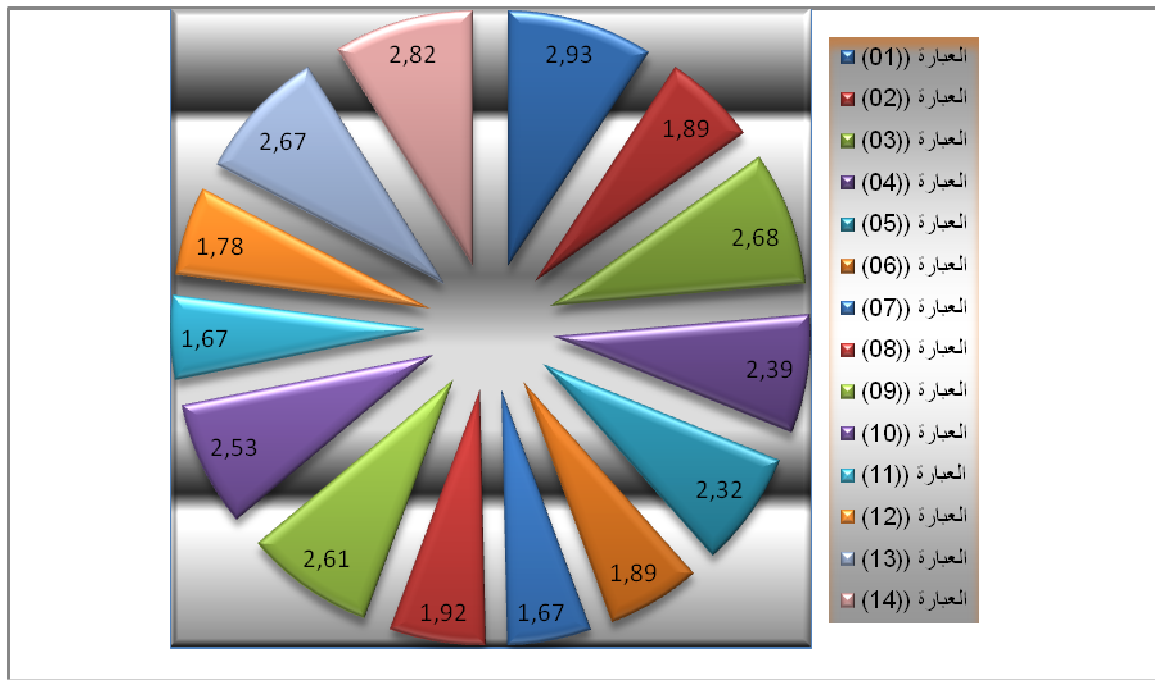
**الشكل (25) :** يوضح إنتشار المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو التخطيط للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.



ومنه إتجاهات أعضاء مجلس الأمة الإيجابية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (01)،(14)،(03)،(13)،(09)،(10)،(04)،(05) والتي تدل عليها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [2،3]، في حين كانت إتجاهاتهم سلبية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (11)،(07)،(12)،(06)،(02)،(08) والتي تدلي بها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [1،2] والتي توضح أن إتجاهاتهم إيجابية نحو أغلب العبارات والذي يوضحه متوسط الأوزان 2.27 للفرضية الثالثة بحيث تحدد الاتجاه الإيجابي

لأعضاء مجلس الأمة نحو التخطيط للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك حسب الشكل التالي:

الشكل (26): يوضح توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لاتجاهاتهم نحو التخطيط للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.



خامسا : عرض وتحليل بيانات الفرضية الرابعة للدراسة.

الفرضية الرابعة للدراسة :

❖ إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحوى لإدارة العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية سالبة.

وللتحقق من هذه الفرضية تم الإعتماد على عدة مؤشرات ساعدتنا في الدراسة محددة في مجموعة من العبارات - إحد عشر عبارة- وهي موضحة حسب الجدول الذي يحدد نتائج الدراسة.

الجدول رقم (15): يبين إتجاهات عينة الدراسة نحو إدارة العلاقات العامة للأزمات في الاجهزة الحكومية.

الترتيب	متوسط الاوزان	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارات	الرقم
				%	ت	%	ت	%	ت		
10	1.75	0.844	2.25	25.0	7	25.0	7	50.0	14	هناك مشاكل اجتماعية تحدث داخل الأجهزة الحكومية .	01
5	2.50	0.793	2.50	17.9	5	14.3	4	67.9	19	تهتم إدارة العلاقات العامة بمشاكل موظفيها.	02
6	2.36	0.870	1.64	60.7	17	14.3	4	25.0	7	لا تتنبأ العلاقات العامة بالأزمة قبل وقوعها	03
4	2.53	0.793	2.54	17.9	5	10.7	3	71.4	20	يولي المسؤول المباشر في العلاقات العامة إهتمامه للأزمة أثناء وقوعها.	04
3	2.60	0.737	2.61	14.3	4	10.7	3	75.0	21	يوجد ناطق رسمي مخول للتكلم بالنيابة عن المنظمة	05
7	2.18	0.983	2.18	39.3	11	3.6	1	57.1	16	تتعامل الأجهزة الحكومية مع وسائل الإعلام بمصادقية في الأزمات.	06
9	1.78	0.957	1.79	57.1	16	7.1	2	35.7	10	هناك فريق عمل (خلفية أزمة) مجهز للعمل أثناء الأزمات	07
2	2.60	0.685	2.61	10.7	3	17.9	5	71.4	20	هناك خطط منعية وقائية للأزمات تأخذها العلاقات العامة بعين الإعتبار.	08
1	2.64	0.678	2.64	10.7	3	14.3	4	75.0	21	تولي العلاقات العامة ميزانية خاصة لإدارة الأزمات	09
8	2.14	0.970	2.14	39.3	11	7.1	2	53.6	15	يتم تتبع ترسبات الأزمة في الأجهزة الحكومية.	10

11	1.57	0.879	2.43	25.0	7	7.1	2	67.9	19	تتجاهل الإدارة الجمهور الداخلي عند مواجهتها للازمات	11
5	2.24	0.364	2.30	29.0	89	12.01	37	59.09	182	المحور الرابع	

- العبارة الأولى: نلاحظ نسب العبارة" هناك مشاكل اجتماعية تحدث داخل الأجهزة الحكومية أن نسبة (50.0%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونجد والنسبة (25.0%) من أفراد عينة الدراسة لكل من المحايدين وغير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.25 وإنحراف معياري يساوي 0.844 . فنصف أفراد عينة الدراسة تقر بوجود مشاكل إجتماعية تحدث داخل الأجهزة الحكومية وذلك أن المشاكل الإجتماعية شيء طبيعي وروتيني في أي جهاز، حيث يخلوا أي جهاز ومهما كانت حصانته من عدم وجود مشاكل لكن يبقى في مدى تحكم العلاقات العامة في إدارة هذه المشاكل ومدى العمل على تصويبها للجانب الإيجابي فهي نتاج التفاعل الاجتماعي الذي يحدث داخل الجهاز الحكومي وهي أهم الأسباب الفعالة في عملية التغير سواء على مستوى سلوك الموظف أو على مستوى علاقته بالإدارة، في حين نجد أن بقية أفراد عينة الدراسة تنقسم على مستوى كل من الفئة المحايدة في الإجابة أو الموافقة لعدم وجود مشاكل إجتماعية داخل الجهاز الحكومي وذلك إما لعدم إحتكاكها وتفاعلها مع العمال والموظفين وبعدها عن ذلك الحراك الإجتماعي، أو لقوة العلاقات العامة على إدارة هذه المشاكل .

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بمتوسط التشتت والإنتشار.

- العبارة الثانية: نلاحظ نسب العبارة "تهتم إدارة العلاقات العامة بمشاكل موظفيها" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.50 وانحراف معياري يساوي 0.793 .

فأغلب أفراد عينة الدراسة تقر بإهتمام إدارة العلاقات العامة بمشاكل موظفيها وفي الحقيقة هذه العبارة تدعم العبارة الأولى في مدى صدقها وذلك في وجود مشاكل في إدارة العلاقات العامة وقوة العلاقات العامة في إدارة هذه المشاكل، في حين نجد أن النسبة الباقية من أفراد عينة الدراسة تتأرجح بين المحايدة في الإدلاء وبين التي تقر بعدم إهتمام العلاقات العامة بمشاكل موظفيها وتتوافق هذه النسبة الصغيرة مع التغيرات والمستجدات التي تطرأ على أي جهاز وكذا الدينامية الإجتماعية لموظفيها . لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بنتشت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الثالثة: نلاحظ نسب العبارة "لا تتنبأ العلاقات العامة بالأزمة قبل وقوعها" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (14.3%) من افراد العينة المحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.64 وانحراف معياري يساوي 0.870 .

فأغلب أفراد عينة الدراسة موافقة على أن العلاقات العامة تتنبأ بالأزمة قبل وقوعها ذلك أن أي حدث يقع في المؤسسة إلا وله مؤشرات والتغير على مستوى هذه المؤشرات ينبأ بذلك والذي بالضرورة ينبأ بمدى يقظة العلاقات العامة وتتبعها للمتغيرات والأحداث التي تطرأ على الجهاز الحكومي، في حين نجد أن بقية أفراد عينة الدراسة تتوزع آراءهم بين عدم التنبؤ بالأزمة قبل وقوعها ومحايدتها في رأيها ويمكن أن تكون لسبب إبتعاد المبحوث عن أعمال العلاقات العامة وجهله لإمكانياتها في التنبؤ أو الأخبار التي تصدر عنها.

لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الرابعة: نلاحظ نسب العبارة "يولي المسؤول المباشر في العلاقات العامة إهتمامه للأزمة أثناء وقوعها" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نسبة (10.7%) من أفراد العينة المحايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.54 وانحراف معياري يساوي 0.793.

فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة تقرر بموافقتها لاهتمام المسؤول المباشر بالأزمة أثناء وقوعها وفي الحقيقة ذلك موجود بنسبة كبيرة بغض النظر عن التنبؤ لوقوعها أم لا، وذلك بمحاولته لتقليل الخسائر على أكبر قدر ومساعدة جماهيره في محاول لإستقطابها وتحسيسها بالمساعدة وهذا ما نجده عند تكثيف الحملات التوعوية والتي أغلب ما يتم نشرها في وسائل الإعلام كالتلفزيون والإذاعة، في حين نجد النسبة القليلة الباقية لكل من الفئة غير الموافقة على البند والمحايدة وذلك عند نسبة قليلة من المسؤولين والأخطاء الشائعة على مستوى الإدارة ورؤساء ومتخذي القرار التي تعتمد على أسلوب المركزية في الإدارة ومن بين هذه الأخطاء الكثيرة (من بينها ما تم ما ذكر في الجانب النظري) .

لذلك كان التوزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الخامسة: نلاحظ نسب العبارة "يوجد ناطق رسمي مخول للتكلم بالنيابة عن المنظمة" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة والنسب (14.3%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد العينة المحايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وإنحراف معياري يساوي 0.737.

فالنسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة تقر على وجود ناطق رسمي مخول للتكلم بالنيابة عن الجهاز الحكومي وفي كثير من الأحيان يكون المدير وذلك لإطلاعه على حيثيات الجهاز الحكومي وبملاسات الأزمة ومدى إمكانياته المادية والبشرية والذهنية في إدارتها، في حين نجد النسبة المحايدة في إدلائها وذلك لإحتمال إطلاعها على ما يبث من حملات على وسائل الإعلام لكن جهلهم لمصدرها أو المسؤول عنها. لذلك كان توزيع آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة السادسة: نلاحظ نسب العبارة "تتعامل الأجهزة الحكومية مع وسائل الإعلام بمصادقية في الأزمات" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة والنسب (39.3%) من أفراد العينة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة المحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.18 وإنحراف معياري يساوي 0.983.

فالنسبة المقبولة من أفراد عينة الدراسة التي تقر بموافقتها على العبارة ذلك لنشر الأبعاد المتوقعة من الأزمة دون الدخول في الحيثيات وهذا ما اعتمدت عليه الكثير من المنشآت في إدارة أزماتها مثل صيدال والخطأ الذي وقع لها في منتج أحد أدويتها وهو "ريمافيد" (Rhumafed) بحيث تثبت نوع من المصادقية وتترك لنفسها فرصة إدارة الأزمة، في حين نجد أن النسبة التي تقر بعدم تعامل الأجهزة الحكومية بمصادقية مع وسائل الإعلام في الأزمات وذلك لاحتمال عدم نشر تفاصيل أزماتها ولمحاولة التحكم في انتشارها وضبط آليات التعامل معها. لذلك كان توزيع متوسط آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وواسع الإنتشار.

- العبارة السابعة: نلاحظ نسب العبارة "هناك فريق عمل (خلية أزمة) مجهز للعمل أثناء الأزمات" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (35.7%) من أفراد العينة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%)



من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.79 وانحراف معياري يساوي 0.957 .

فأكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقر على أنه لا يوجد فريق عمل (خلية أزمة) مجهزة للعمل أثناء الأزمات وذلك أنه لا يوجد أشخاص أو خبراء من هذا التخصص أو أن المؤسسة أو الجهاز الحكومي لا يوظف موظفين دون أن يستفيد منهم إلا في الأزمات لكن هناك إمكانية أن يستفيد الجهاز الحكومي من خبراء ومستشارين في العلاقات العامة لمدة معينة ولكن ذلك قليل ما يحدث وأغلبها يكون على مستوى متخصصين في تخصص ما كالإعلام الآلي مثلا أو أي تخصص يكون الجهاز الحكومي قد وقع له إلتباس فيه، لكن لايعتبر ذلك مستشار علاقات العامة بل موظف متخصص، في حين نجد النسبة التي تقر بوجود فريق عمل مجهزة للعمل أثناء الأزمة فهم الموظفين العاديين تجهزهم الإدارة للمساعدة في إدارة هذه الأزمة .

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت ضعيف قليل الإنتشار

- العبارة الثامنة: نلاحظ نسب العبارة "هناك خطط منعية وقائية للأزمات تأخذها العلاقات العامة بعين الاعتبار" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد عينة الدراسة للمبوحين المحايدين في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد العينة لغير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0.685.

فأكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقر بوجود خطة معينة وقائية للأزمات تأخذها العلاقات العامة بعين الاعتبار وذلك لروتينية أعمالها وبالتالي روتينية خططها وكيفية إدارتها، في حين نجد بقية النسبة التي تقر عكس ذلك هي تلك التي تنظر على أن هناك مشاكل وأزمات تحدث في الأجهزة الحكومية وكان بإمكان العلاقات العامة احتوائها لكن احتمال تجاهلها أو حدوث أزمات غير معتادة أو لحدوث تغييرات على مستوى الوظائف في الجهاز الحكومي.

لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وانتشار متوسط.

- العبارة التاسعة: نلاحظ نسب العبارة "تولي العلاقات العامة ميزانية خاصة لإدارة الأزمات" أن نسبة (75.0%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (14.3%) من أفراد العينة محايدين، في حين نجد نسبة (10.7%) من أفراد العينة غير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.64 وإنحراف معياري يساوي 0.678.

فالنسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة والتي تقر على أن العلاقات العامة تولي ميزانية خاصة لإدارة الأزمات ذلك أنه وكما سبق ذكره أن أغلب إدارات العلاقات العامة تكون تحت وصاية المسؤول المباشر أو قريبة منه لذلك لا تجد العلاقات العامة مشكلة في تغطية ميزانية نفقاتها وفي حل أزماتها حتى ولو اضطرت لتغطيتها من أبواب أخرى، في حين نجد بقية النسبة من أفراد عينة الدراسة غير الموافقة والفئة المحايدة في إدلائها ذلك لإعتبارها أن بعض الأزمات لا يمكن حلها أو يعود السبب لسوء تصرف المسؤولين المباشرين مما يجعل الأزمة تتفاقم وذلك ما يؤدي لخصوصية بعض المؤسسات الحكومية ولا يهمننا إن كانت مقصودة أو غير مقصودة.

لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وانتشار متوسط

- العبارة العاشرة: نلاحظ نسب العبارة "يتم تتبع ترسبات الأزمة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (53.6%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (39.3%) من أفراد العينة غير الموافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.14 وإنحراف معياري يساوي 0.97.

فالنسبة التي تقر على أنه يتم تتبع ترسبات الأزمة في الأجهزة الحكومية هي التي ترى أن العلاقات العامة بعد إدارة الأزمة تقوم بعمليات إختبارية في محاولة تتبع مخلفات

الأزمة سواء المالية أو الإجتماعية أو حتى النفسية للتأكد من إحتوائها، في حين نجد النسبة الباقية والتي تفر أنه لا يتم تتبع ترسبات الأزمة ذلك ما نجده في بعض الأجهزة الحكومية وما تثبته دراسة (علي الفهيد 1998).

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي وواسع الإنتشار،

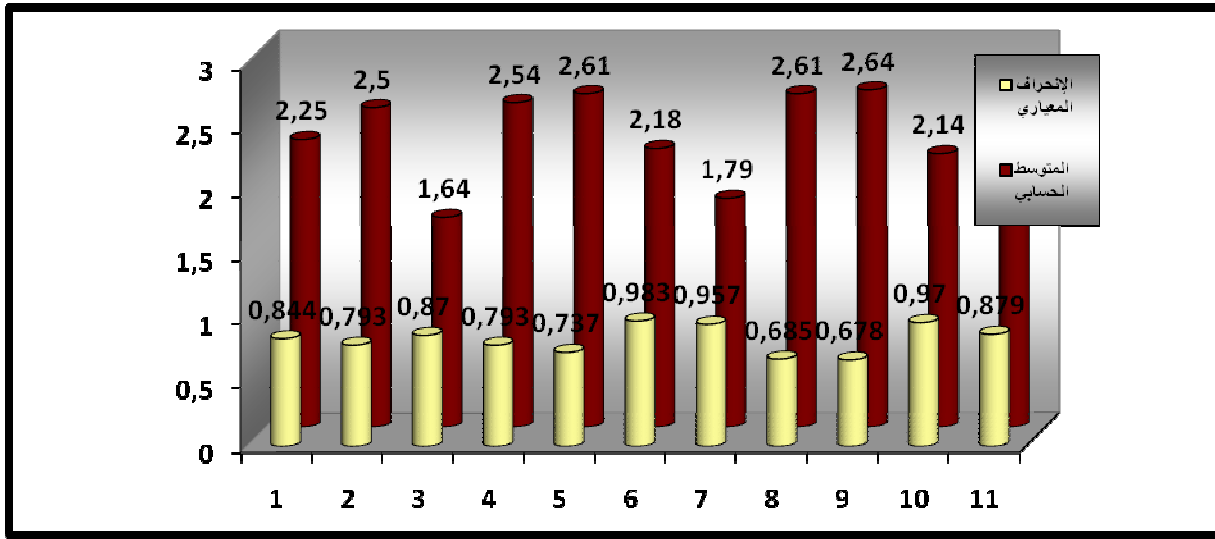
- العبارة الحادية عشرة: نلاحظ نسب العبارة "تتجاهل الإدارة الجمهور الداخلي عند مواجهتها للآزمات" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (25.0%) من أفراد العينة غير الموافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.43 وإنحراف معياري يساوي 0.879.

فأغلب أفراد عينة الدراسة تفر على أن العلاقات العامة تتجاهل الجمهور الداخلي وذلك لأنها تعتبره من المساعدين في إدارة الأزمة وتفكيرها منصب في محاولة إحتواء الأزمة والمحافظة على الأقل على أعلى نسبة من عملائها وجماهيرها الخارجية ذلك أن الجمهور الداخلي ليس بيده عمل أي شئ في هذه اللحظات الحرجة وليس له خيار غير مواصلة عمله على الأقل للحفاظ على وظيفته، في حين نجد هناك بعض الأجهزة تحاول الإعتناء بالجمهور الداخلي لإستقطاب الجمهور الخارجي أو على الأقل يساعدها في ذلك، وهذا يخص العينة التي تفر بعدم تجاهل إدارة العلاقات العامة للجمهور الداخلي .

لذلك كان توزيع عالي لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

لشكل (27) : يوضح إنتشار المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة

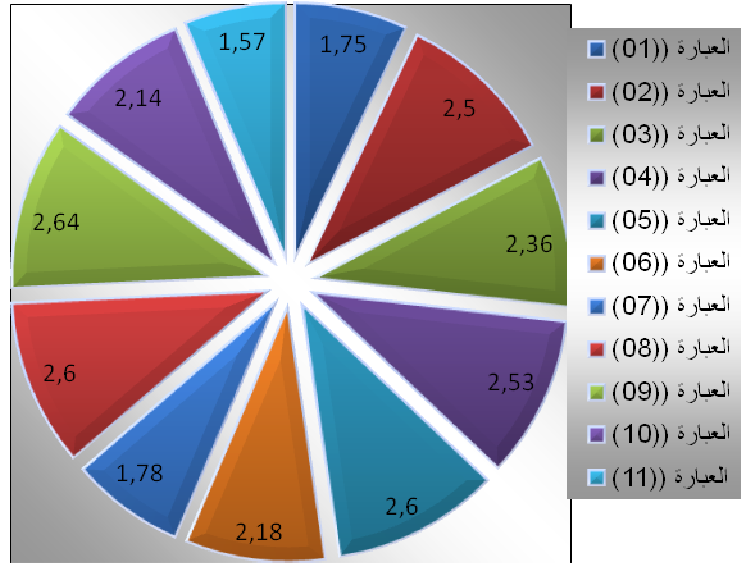
الدراسة نحو إحتواء العلاقات العامة للآزمات في الأجهزة الحكومية.



ومنه إتجاهات أعضاء مجلس الأمة الإيجابية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (09)،(08)،(05)،(04)،(02)،(03)،(06)،(08) والتي تدل عليها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [2،3]، في حين كانت إتجاهاتهم سلبية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (11)،(01)،(07) والتي تدلي بها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [1،2] والتي توضح أن إتجاهاتهم إيجابية نحو أغلب العبارات والذي يوضحه متوسط الأوزان 2.24 للفرضية الخامسة بحيث تحدد الاتجاه الإيجابي لأعضاء مجلس الأمة نحو إدارة العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية وذلك حسب الشكل التالي

:

الشكل (28): يوضح توزيع متوسطات أوزان أفراد عينة الدراسة لاتجاهاتهم نحو إدارة العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية.



### سادسا : عرض وتحليل بيانات الفرضية الخامسة للدراسة.

#### الفرضية الخامسة للدراسة:

❖ إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحوى تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية سالبة.

وللتحقق من هذه الفرضية تم الإعتماد على عدة مؤشرات ساعدتنا في الدراسة محددة في مجموعة من العبارات - عشر عبارات - وهي موضحة حسب الجدول الذي يحدد نتائج الدراسة.

الجدول رقم (16) : يبين اتجاهات عينة الدراسة نحو عملية تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية

الترتيب	متوسط الأوزان	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارات	الرقم
				%	ت	%	ت	%	ت		
5	2.60	0.685	2.61	10.7	3	17.9	5	71.4	20	تولي العلاقات العامة إهتمام كبير لعملية تقييم وتقويم أنشطة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.	01
8	2.39	0.916	2.39	28.6	8	3.6	1	67.9	19	تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم قبل الشروع في النشاط .	02
3	2.67	0.670	2.68	10.7	3	10.7	3	78.6	22	تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم والتقويم أثناء النشاط .	03
7	2.25	0.928	2.25	32.1	9	10.7	3	57.1	16	تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم بعد الانتهاء من نشاطاتها.	04
2	2.75	0.645	2.75	10.7	3	3.6	1	85.7	24	هناك تقييم من طرف الرؤساء للمرؤوسين	05
10	1.50	0.870	1.64	60.7	17	14.3	4	25.0	7	هناك تقويم ذاتي للموظفين .	06
9	1.78	0.917	1.79	53.6	15	14.3	4	32.1	9	تولي العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية أهمية لمعايير التقييم.	07
1	2.78	0.568	2.79	7.1	2	7.1	2	85.7	24	هناك عملية تكوين موظفي العلاقات العامة	08
6	2.50	0.793	1.50	67.9	19	14.3	4	17.9	5	لا توجد ميزانية لتقييم وتقويم برامج العلاقات العامة	09
4	2.64	0.731	1.36	78.6	22	7.1	2	14.3	4	هناك صعوبات تواجه عملية التقييم والتقويم	10
1	2.39	0.391	2.17	36.07	101	10.35	29	57.18	150	المحور الخامس	

- العبارة الأولى: نلاحظ نسب العبارة "تولي العلاقات العامة إهتمام كبير لعملية تقييم وتقويم أنشطة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية" أن نسبة (71.4%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد العينة محايدون ونسبة (10.7%) من أفراد العينة غير موافقون على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.61 وانحراف معياري يساوي 0.685.

فالنسبة جيدة من أفراد عينة الدراسة والتي تقر على أن العلاقات العامة تولي أهمية كبيرة لعملية تقييم وتقييم أنشطة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك أن التقارير النصف شهرية أو الشهرية وجميع وسائل التحفيز والعقاب نشطة في أغلب المؤسسات الحكومية والإحصائيات لدراسة مستوى المشاريع القائمة والمزمعة مستقبلاً، في حين النسبة التي تقر عكس ذلك فهي النسبة التي ترى أن العلاقات العامة لا تولي أهمية لعملية التقييم والتقييم وهي نسبة قليلة فكيف يتم تحديد الميزانية المستقبلية والمشاريع المستقبلية إن لم يكن هناك جدولاً للسنة الماضية .

ونلاحظ أيضاً توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة الثانية: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم قبل الشروع في النشاط" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (28.6%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.39 وإنحراف معياري يساوي 0.916 .

وهنا نسبة عينة الدراسة التي تقر على اعتماد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم قبل الشروع في النشاط هي النسبة التي ترى أن أي نشاط لا بد وأن ترسم له خطة على مستوى الذهن ويتم جدولتها ليتم تحديد إمكانية الشروع في هذا النشاط موازاتاً مع الإمكانيات المادية والبشرية والعلمية لذلك، أما النسبة التي تقر بعكس ذلك فهي النسبة التي ترى أنه قياس اتجاهات الرأي العام من قبل العلاقات العامة مازال متدنياً وذلك ما تثبته دراسة (جبران الفرد بن فهد، 1990).

لذلك كان توزيع متوسط لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت مرتفع جداً وواسع الإنتشار.

- العبارة الثالثة: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم والتقييم أثناء النشاط" أن نسبة (78.6%) من أفراد عينة الدراسة يوافقون

على العبارة في حين نجد ونسبة (10.7%) من أفراد عينة الدراسة لكل من المحايدون وغير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.68 وإنحراف معياري يساوي 0.670 .

فلاحظ أن النسبة العالية من أفراد عينة الدراسة التي تفر بموافقتها على أن العلاقات العامة تعتمد على التقييم والتقويم أثناء النشاط وذلك بالمتابعة أثناء العمل لأن التنفيذ يتمشى مع احتمال تغير في أدواق جماهيرها أو الأحداث الطارئة التي قد تدفع المقيم إلى تغيير في الخطة وذلك من خلال المتابعة الدورية وهذا ما ينشط في التقارير نصف الشهرية والشهرية في كل من نسب التقارير المنجزة والمزمع إنجازها، في حين نجد النسبة الباقية والتي تنفي ذلك فهي تعتمد على أنها غير ملزمة بالتقييم حتى نهاية النشاط، ولكن في حالة الطوارئ ما فإنه يتم إبلاغ المسؤول المباشر بذلك وهذه تعتبر من الأخطاء الواردة في عملية التسيير.

لذلك كان توزيع عالي جدا لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط الانتشار.

- العبارة الرابعة: نلاحظ نسب العبارة "تعتمد العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على التقييم بعد الانتهاء من نشاطاتها" أن نسبة (57.1%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة ونسبة (32.1%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نسبة (10.7%) من أفراد العينة المحايدون، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.75 وإنحراف معياري يساوي 0.645 .

وهنا تفر النسبة الموافقة من أفراد عينة الدراسة على أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تعتمد على التقييم بعد الانتهاء من النشاط وذلك ما تنشط به أغلب الإدارات الحكومية والعلاقات العامة من بينها في تقييم نسبة نجاح خططها ليتم على أساسها ضبط خطط السنوات القادمة وظيف حدود المستجدات التي قد تؤثر في العلاقات الداخلية مع الموظفين وكذا العلاقات الخارجية مع جماهيرها الخارجية، في حين نجد النسبة التي تفر بعكس ذلك فهي النسبة التي تعتبر أن النتائج مضمون لخططها وبالتالي لا تحتاج لتقييم بعدي.



لذلك كان توزيع متوسط آراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت مرتفع وواسع الانتشار.

- العبارة الخامسة: نلاحظ نسب العبارة "هناك تقييم من طرف الرؤساء للمرؤوسين" أن نسبة (85.7%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة والنسب (10.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (3.6%) من أفراد العينة المحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.75 وانحراف معياري يساوي 0.645.

فلاحظ أن النسبة العالية من أفراد عينة الدراسة أقرت أن هناك تقييم من طرف الرؤساء للمرؤوسين وهذا ما تعتمد عليه العديد من الأجهزة الحكومية في ضبط عمل موظفيها وذلك من خلال المتابعة الدورية وما ينشط في التقارير نصف الشهرية أو الشهرية أو النصف سنوية وهناك من يعتمد على مقياس أعده لذلك يقيس كل من والانضباط ونسبة العمل المنجز و... الخ، وعليه يتم تحديد مردودية الموظف النصف شهرية أو الموسمية حسب القانون الجديد للوظيفة العمومية، في حين نجد النسبة الباقية وغير المؤيدة للعبارة وهي التي ترى أن الموظف يعمل بمثالية متناهية وبالتالي لا يحتاج إلى تقييم عن نسبة الإنجاز أو أي تقييم من طرف المسؤول أو بالنسبة للموظفين غير الدائمين كالموظفين المعيّنين بالعقود ماقبل التشغيل أو عقود الإدماج لذلك فهي تعتبر أجره ثابت أو إمكانية نظرتها لمردودية الموظفين المثبتين على أنها من الحوافز التي هي من حق أي موظف فتكون لا موضوعية في سلم تنقيطها لذلك العلاقات العامة ملزمة بتقييم الرؤساء للمرؤوسين بأسلوب يحي به المثابرة والإجتهاد بين الموظفين لأن وظيفة العلاقات العامة ملزمة بالتقنن والإجتهاد والليونة للتماشي مع التغيرات والتجاوب مع مطالب جمهورها الداخلي.

لذلك كان توزيع مرتفع لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت ومنتشار متوسط.

- العبارة السادسة: نلاحظ نسب العبارة "هناك تقويم ذاتي للموظفين" أن نسبة (60.7%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة والنسب (25.0%) من أفراد العينة الموافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد العينة المحايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.79 وإنحراف معياري يساوي 0.917. فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة تقرر أنه لا يوجد تقويم ذاتي للموظفين وذلك لإعتبارهم أن راتبهم هو ما يقوم أعمالهم، وفي وقتنا الحالي كثرة مشاغل الحياة والمواضيع التي تشغل تفكير الموظفين بسبب تعقد الحياة المعاشية والاجتماعية، أما النسبة الموافقة على تقويم الموظفين ذاتيا لأعمالهم فهي إحتمال أن يكون تقويم الأفراد لذاتهم على مستوى الذهن كتقويم ذهني بسيط بدون وجود طرق ملموسة أو مقاييس كمية تقيس مدى التغير الفاصل بالإيجاب أو بالسلب. لذلك كان توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت وإنتشار متوسطين.

- العبارة السابعة: نلاحظ نسب العبارة "تولي العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية أهمية لمعايير التقويم" أن نسبة (53.6%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة وأن نسبة (32.1%) من أفراد العينة موافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.79 وإنحراف معياري يساوي 0.917.

فأكبر نسبة من آراء عينة الدراسة تقرر أنه لا يولي إهتمام لمعايير التقويم ذلك أنه يقيم الموظف من خلال نشاطه لأن أغلب مصالح العلاقات العامة تقيم موظفيها من خلال التقارير الشهرية أو النصف شهرية للأعمال المنجزة والأعمال المزمعة إنجازها وأنه في حالات قليلة وبنسبة ضعيفة أين تأخذ نسبة الانضباط، ذلك أن المعايير النوعية في عملية التقويم يصعب قياسها أو التعبير عنها بالأرقام في حين نجد أن النسبة التي كانت المحايدة فذلك لإحتمال عدم وضوح مفهوم معايير التقويم في حين نجد أن النسبة الموافقة على العبارة تستند في إدلائها على النسبة القليلة التي تأخذ بالمعايير النوعية والتي يتم ملاحظتها كالإنضباط

ونلاحظ أيضا توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت عالي جدا وانتشار كبير

- العبارة الثامنة: نلاحظ نسب العبارة "هناك عملية تكوين موظفي العلاقات العامة" أن

نسبة (85.7%) من أفراد عينة الدراسة موافقين على العبارة وفي حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد العينة لكل من المبحوثين المحايدين وغير الموافقين على العبارة، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.79 وإنحراف معياري يساوي 0.568 .

فالنسبة العالية والتي أبدت موافقتها على أن هناك عملية تكوين موظفي العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية وذلك ما شجع عليه رئيس الجمهورية بتكثيف التكوينات للموظفين والعمال ليتم الاستفادة من جهودهم وطبعا العلاقات العامة من بينها فالتكوينات على مستوى الموارد البشرية ومحاولة تحسين مهاراتهم الإتصالية نشطة بكيفية قوية وهي ما تشجع عليه الأمانة العامة في أغلب المؤسسات من تكوينات وتحسين مستوى وحتى تجديد المعلومات.

ونلاحظ أيضا توزيع مرتفع لآراء أفراد العينة بنسبة نحو البند موافق وبتشتت متوسط الانتشار

- العبارة التاسعة: نلاحظ نسب العبارة "لا توجد ميزانية لتقييم وتقويم برامج العلاقات

العامة" أن نسبة (67.9%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (17.9%) من أفراد عينة الدراسة الموافقين على العبارة ، في حين نجد نسبة (14.3%) من أفراد العينة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.50 وإنحراف معياري يساوي 0.793.

فالنسبة عالية من أفراد عينة الدراسة والتي تقرر أن ميزانية تقييم وتقويم البرامج العلاقات العامة كافية وتستند في ذلك من موقع العلاقات العامة وطريقة إدارتها، أما فيما يخص النسب التي تقرر عكس ذلك فهي ضعيفة جدا وتعتمد في عملية تقييمها وتقويمها على استضافات مدربين وأخصائيين من خارج الجهاز الحكومي.

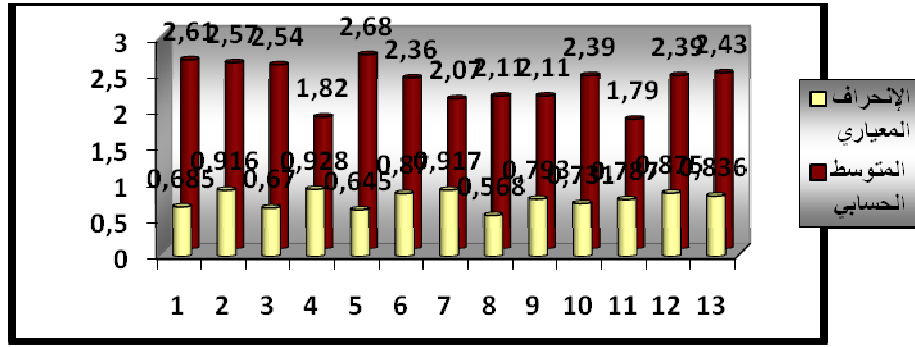
ونلاحظ أيضا توزيع ضعيف لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وذلك بتشتت متوسط وإنتشار متوسط.

- العبارة العاشرة: نلاحظ نسب العبارة "هناك صعوبات تواجه عملية التقييم والتقويم" أن نسبة (78.6%) من أفراد عينة الدراسة غير موافقين على العبارة ونسبة (14.3%) من أفراد العينة الموافقين على العبارة، في حين نجد نسبة (7.1%) من أفراد عينة الدراسة محايدين، وذلك بمتوسط حسابي يساوي 1.36 وانحراف معياري يساوي 0.731

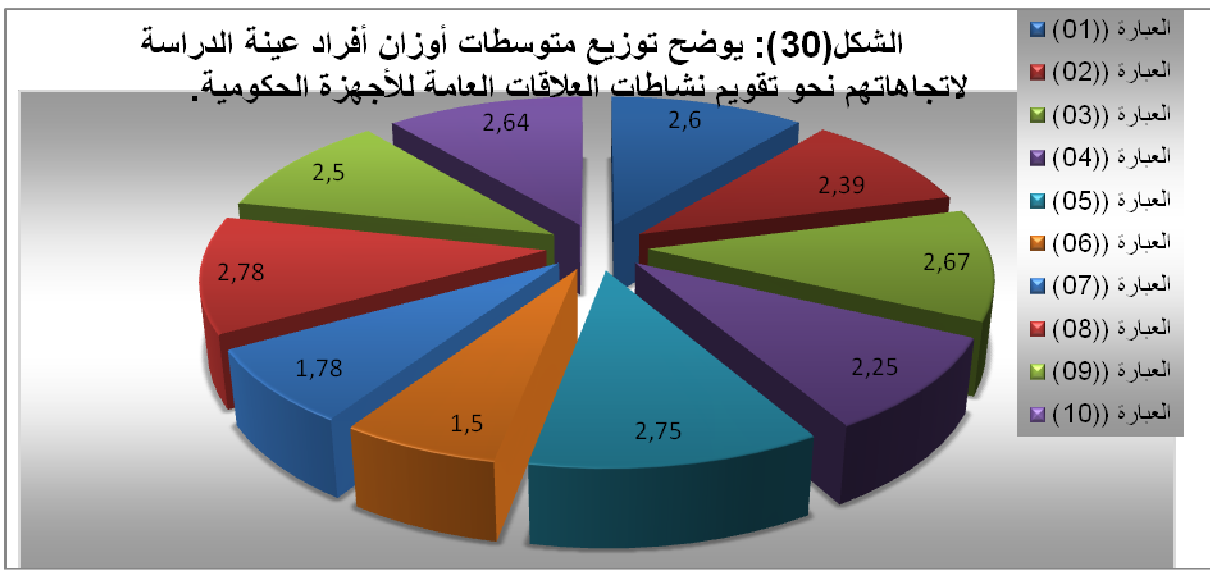
فالنسبة العالية من أفراد عينة الدراسة والتي تقر بعدم وجود صعوبات تواجه عملية التقييم والتقويم ذلك أن ملاحظة عملية التقييم والتقويم لسلوكات الموظفين كجمهور داخلي قابلة للملاحظة من إبتسامات الموظفين الدائمة أو العبوس المضجر أو الملاحظات الأخرى كما تعتمد على سجل الإقتراحات الذي تتركه عند الإستقبال يتم على أساسه تحديد إتجاهات جماهيرها الخارجية والداخلية حول الجهاز الحكومي ونشاطاته بالإضافة لإقتراحات الجمهور، في حين نجد أن النسبة القليلة من أفراد عينة الدراسة الموافقة لوجود صعوبات في التقييم والتقويم التي تواجه العلاقات العامة ذلك أن أهدافها بعيدة المدى ولا يوجد ناتج ملحوظ أو ملموس يتم قياسه، أو لعدم وجود متخصص في العلاقات العامة وأغلب أخصائي العلاقات العامة اكتسبوا إدارة العلاقات العامة من الخبرة

ونلاحظ أيضا توزيع ضعيف جدا لآراء أفراد عينة الدراسة نحو البند موافق وبتشتت متوسط الإنتشار

**الشكل (29):** يوضح إنتشار المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية.



ومنه إتجاهات أعضاء مجلس الأمة الإيجابية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (08)،(05)،(03)،(10)،(01)،(09)،(04)،(02) والتي تدل عليها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [2،3]،في حين كانت إتجاهاتهم سلبية نحو كل من العبارات التالية على الترتيب (06)،(07) والتي تدلي بها متوسطات الأوزان التي تنتمي للمجال [1،2] والتي توضح أن إتجاهاتهم إيجابية نحو أغلب العبارات والذي يوضحه متوسط الأوزان 2,39 للفرضية الخامسة بحيث تحدد الاتجاه الإيجابي لأعضاء مجلس الأمة نحو عملية تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك حسب الشكل التالي :



### سابعاً: تحليل بيانات الأسئلة المفتوحة للدراسة

أما فيما يخص تحليل الأسئلة المفتوحة التي توضح تجليات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية فكانت كالتالي :

- من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يحدد أين تكمن أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية فكانت أفراد عينة الدراسة تقر على أن أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكمن في توضيح أهداف وإستراتيجيات الأجهزة الحكومية والتعريف مشاريعها ووضع شبكة علاقات بين الإدارات وبين الإدارات وجماهيرها، وتوطيد الصلة مع الجهات الرسمية وغير الرسمية لتسهيل الحوار وتحديد الهدف لتمكينها من الإستمرارية ولتسهيل إنجاز أعمالها.
- من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يحدد فائدة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية كانت إجاباتهم تصب في مجموعة من النقاط وهي :
  - سرعة توفير المعلومات والتحكم في مواضيع الساعة لدى كافة الأجهزة
  - معرفة آراء وتوجهات الشعب أو المجتمع بصفة عامة لبناء مخطط مستقبلي
  - 
  - التعريف بنشاط الجهاز الحكومي ومدى إرتباطه وتوجيهاته وكيفية أدائه وكذا ربط علاقة مع مختلف وسائل الإعلام .
  - تدعيم تواجد الأجهزة الحكومية على أرض الواقع .
  - طرح تصوراتها وأفكارها ورأيها المستقبلية لهذا الجهاز وإبراز أهدافه على جميع المستويات والمراحل لتتمكن من التخطيط الجيد .
  - الإهتمام بالموارد البشري .
  - نقل تصورات وآراء وأطروحات الجهاز الحكومي لدى الرأي العام .

- ✓ من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي كان يبين رؤيتهم لمستقبل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والتي كانت تصب في مجموعة من النقاط :
- العلاقات العامة في تطور وهي التي تحدد مدى فعالية الجهاز الحكومي .
  - إيصال أفكار الجهاز الحكومي للرأي العام مرتبط بمدى تنمية القدرات البشرية والمادية لعلاقاته العامة .
  - العلاقات العامة في تواصل وفعالية في الأداء .
  - مستقبلها مرتبط بمدى إتصالها مع خلايا الإعلام والإتصال .
  - نحو إدارة إلكترونية .
- ✓ من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يدور حول كيفية تفعيل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والذي كانت إجاباتهم تدور حول النقاط التالية :
- الرفع في كفاءة الأفراد والرسائل .
  - إثراء تواصلها مع مختلف الشرائح والطبقات المختلفة وإنتتاح أكبر مع الجهات المعنية (الإعلام، الجمعيات...الخ) .
  - الإستثمار في الموارد البشرية .
  - العمل الشفاف والموضوعي مع المستجندات والأخذ بالبعد الإنساني والإجتماعي بعين الإعتبار .
  - تجسيد الحكومة الإلكترونية لعصرنة الإدارة .

### ثامنا: النتائج النهائية للدراسة :

ومن كل ما سبق من عرض وتحليل لأراء أفراد عينة الدراسة نستنتج أن لأفراد عينة الدراسة وحسب مستواهم العلمي والمكانة الاجتماعية والمناصب التي تقلدوها أن لهم خبرة في العلاقات العامة وكيفية إدارتها وبالتالي لهم القدرة على تشخيص العلاقات العامة من خلال تحليل أرائهم لتحديد اتجاهاتهم،

### 1. الفرضية الأولى للدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة على كل من :

- موافقة أعضاء مجلس الأمة على إهتمام الإدارة العامة بالعلاقات العامة وإعتبارها الشريان الرئيسي للجهاز الحكومي
  - والموافقة على وجود العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ولا يشترط وجودها كإدارة في الهيكل الإداري للجهاز الحكومي بل مجسدة كنشاط إداري واغلبها تكون مقسمة إلى قسمين، قسم يضم العلاقات الخارجية تحت إدارة المكلف بالعلاقات الخارجية وقسم يضم العلاقات الداخلية تحت إدارة الأمين العام
  - هناك فصل بين أنشطة إدارات الأجهزة الحكومية وذلك لأن أغلب الإدارات الحكومية الجزائرية تعمل عمل جماعي وغالبا في مكاتب جماعية
  - العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكفل الرعاية الإجتماعية لموظفيها مدعمة في ذلك بنشاط النقابات العمالية والخدمات الإجتماعية
  - لا توجد مواصفات معينة في ممارسي العلاقات العامة ذلك ان صفات ممارسي العلاقات العامة كلها تعلمها أي موظف في مرحلة تنشئته الاجتماعية.
  - تقسيم مهام موظفي العلاقات العامة يتم على أساس التقسيم الوظيفي الاتصالي
  - هناك محددات تعيق عمل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية
  - طريقة إدارة العلاقات العامة داخل الأجهزة الحكومية لم تتغير منذ زمن بعيد
  - ميزانية العلاقات العامة كافية وذلك لقرب العلاقات العامة من مراكز صنع القرار.
  - رضى أعضاء مجلس الأمة على تنظيم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية
  - أغلب الأجهزة الحكومية خدماتية وهذا ما يحدد ثقل العبء على العلاقات
- وحسب متوسط أوزان الدراسة المتجه نحوى الإيجاب والذي يعني أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة موجبة نحو تنظيم إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وهو ما يثبت صدق الفرضية الأولى.

## II. الفرضية الثانية للدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة على كل من :



- تعتمد العلاقات العامة على الوسائل المناسبة في توجيهها لرسائلها وأغلبها وسائل الإتصال الجماهير
- يتميز أخصائي العلاقات العامة بإتقانه الحركات الإتصالية من ملامح مادية وإيماءات جسمانية ببروتوكولات منبثقة من السلوك الإجتماعي للبيئة المحلية تبين بعدها الحضري والثقافي والإتكت التي تضي نوع من التميز على القائم بالعملية الإتصالية.
- رغم أن العلاقات العامة هي الإعلام الصادق + الأداء الجيد إلا أن العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية غير صادقة في بعض الأحيان ذلك أنها مجبرة على المحافظة على التوازن الداخلي للوطن والمواطن على حد سواء.
- تعتمد العلاقات العامة على وسائل الإتصال الرمزي لأثرها الكبير في نفسية المستقبل ومدى بعدها الزماني والمكاني طول بقائها ومدى أثرها الكبير في التفاعل الإجتماعي وإنتشار الثقافات المحلية.
- المكانة البارزة للإتصال اللفظي بنوعية الكتابي والشفهي والمكانة الكبيرة التي يحتلها في الإدارة.
- اهتمام العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالجمهور الخارجي أكثر من الجمهور الداخلي.
- الرسالة الاتصالية للعلاقات العامة من سياق الواقع ذلك أن تعاملات الأجهزة الحكومية تتماشى مع مطالب جمهورها وعاداتهم تقاليدهم وحياتهم المادية وأوضاعهم البيئية
- إحترام أخصائي العلاقات العامة مسافات التفاعل بين الأفراد.
- لاتصل الرسائل الإعلامية كافة الجماهير المستهدفة.
- تعمل العلاقات العامة جاهدة على ربط العاملين داخل الجهاز الحكومي بعلاقات وطيدة وذلك بتشجيع العلاقات الإنسانية
- تركز العلاقات العامة على إستراتيجية الإقناع في بثها لرسائلها.
- اتجاه الرأي العام للجمهور الداخلي للأجهزة الحكومية إيجابي نحو الإدارة وهذا لنشاط إدارة العلاقات العامة وجهدها على تحسين الصورة الذهنية للجمهور الداخلي واكتسابه سمة إيجابية.

- العلاقة قوية مع وسائل الإعلام وبديل العلاقات العامة قصار جدها للمحافظة عليها.
- عدم وصول المعلومات في وقتها للموظفين وذلك للثقافة غير السوية والتي على أساسها يتم احتباس المعلومات عن البعض وإهمال الأبعاد السوسيو مهنية .
- الرأي العام للجمهور الخارجي سلبي نحو الجهاز الحكومي ذلك ما توافق مع بعض مطالب الشعب في تحسين الأوضاع أو إحساسها ببعض النقائص المادية والاجتماعية .
- الإدارة العامة تقدر دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وذلك لجهدا الكبير في محاولة تحسين الصورة الذهنية ل جماهيرها.
- وحسب متوسط أوزان الدراسة المتجه نحوى الإيجاب والذي يعني أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الاتصالي في العلاقات العامة للأجهزة الحكومية موجبة، وهو ما يثبت صدق الفرضية الثانية.

### III. نتائج الدراسة للفرضية الثالثة:

- أسفرت نتائج الدراسة على كل من :
- تولي العلاقات العامة أهمية كبيرة للتخطيط.
- تركز العلاقات العامة على الهدف المراد تحقيقه في إدارتها لشؤونها وذلك بنظرة طويلة المدى في تسلسل لمراحل إنتاجها وأساليب اتصالاتها.
- إعتداد العلاقات العامة ببرامج وقائية وذلك لإعتبارها ضرورة حتمية تفرضها البيئة التي تحكمها متغيرات تكنولوجيا الرقميات التي تسابقت مع الزمن واستوجبت استعدادات لمواجهة مخلفاتها
- تعتمد العلاقات العامة على برامج علاجية ذات فعالية عالية ذلك لحاجة الدولة العلاجية في تصحيح الأوضاع الخاطئة التي تعترض سير الأعمال والوظائف للحد من مخاطرها
- لا تعتمد العلاقات العامة في تخطيطها على الدراسة العلمية ذلك أن مطالب جماهيرها واضحة لا تحتاج إلى تخطيط.

- لا يراعى التوزيع الزمني والمكاني لرسائل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ذلك أن تكنولوجيات الإتصال والمترصدين للأخبار لم تترك وقت للعلاقات العامة.
- يوجد إتصال مباشر بين العلاقات العامة والإدارة العليا وذلك لموقعها الإستراتيجي.
- هناك برنامج داخلي فعال يتم تطبيقه مع الموظفين ومن أولوياته كسب تأييد الموظف بالدرجة الأولى .
- المخصصات المالية غير كافية في التخطيط ذلك أن الجهاز الحكومي يعتبر التخطيط عملية ذهنية بالدرجة الأولى
- لا يستعان بأخصائي علاقات عامة من خارج الجهاز الحكومي وذلك لأنه مؤهل لإدارة أزماته لوحده ولنדרه أخصائي العلاقات العامة.
- التخطيط في العلاقات العامة يتم على أسس إستراتيجية وإدارية معينة.

وحسب متوسط أوزان الدراسة المتجه نحوى الإيجاب والذي يعني أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التخطيط في العلاقات العامة للأجهزة الحكومية موجبة، وهو ما يثبت صدق الفرضية الثالثة.

#### IV. نتائج الدراسة للفرضية الرابعة:

أسفرت نتائج الدراسة على كل من :

- وجود مشاكل اجتماعية تحدث داخل الأجهزة الحكومية وذلك شيء طبيعي حيث أنه لا تخل أي مؤسسة او منظمة من المشاكل ومهما تكن حصانتها الداخلية.
- إهتمام إدارة العلاقات العامة بمشاكل موظفيها
- تنتبأ العلاقات العامة بالأزمة قبل وقوعها وذلك ينبأ بمدى يقظة العلاقات العامة وتتبعها للمتغيرات والأحداث التي تطرأ على الجهاز الحكومي .
- إهتمام المسؤول المباشر بالأزمة أثناء وقوعها ومحاولته في تقليل خسائرها

- وجود ناطق رسمي مخول للتكلم بالنيابة عن المنظمة وفي كثير من الأحيان يكون المدير وذلك لإطلاعه بملتبسات الأزمة ومدى إمكانياته المادية والبشرية والذهنية في إدارتها
- عدم تعامل الأجهزة الحكومية بمصادقية مع وسائل الإعلام في الأزمات وذلك لعدم نشر التفاصيل لمحاولة التحكم في إنتشار وضبط آليات التعامل مع الأزمة.
- لا يوجد فريق عمل (خلية أزمة) مجهزة للعمل أثناء الأزمات
- تأخذ العلاقات العامة بعين الاعتبار خطة معينة وقائية للأزمات
- العلاقات العامة تولي ميزانية خاصة لإدارة الأزمات.
- تقوم العلاقات العامة بتتبع ترسبات الأزمات في الأجهزة الحكومية للتأكد من احتوائها
- تتجاهل العلاقات العامة الجمهور الداخلي وذلك لأنها تعتبره من المساعدين في إدارة الأزمة وتفكيرها منصب في محاولة إحتواء الأزمة والمحافظة على الأقل بأعلى نسبة من عملائها و جماهيرها الخارجية.
- وحسب متوسط أوزان الدراسة المتجه نحوى الإيجاب الذي يعني أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو إحتواء العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية موجبة وهو ما ينفي الفرضية الرابعة و يدفعنا للرجوع للفرضية الصفرية.

## 7. نتائج الدراسة للفرضية الخامسة:

- أن العلاقات العامة تولي أهمية كبيرة لعملية تقييم وتقويم أنشطتها في الأجهزة الحكومية وذلك بالتقييم قبل الشروع في النشاط والتقييم والتقويم أثناء النشاط وكذا التقييم بعد إنتهاء النشاط
- تركز في عملية تقييمها على تقييم الرؤساء للمرؤوسين ولا يقيم الموظفون أنفسهم.
- لا يولى إهتمام لمعايير التقويم

- تنشط عملية التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات في الأجهزة الحكومية وطبعا تستفيد منها العلاقات العامة.
- أن ميزانية تقييم وتقويم برامج العلاقات العامة كافية لأنها قريبة من مصادر صنع القرار.
- عدم وجود صعوبات تواجه عملية التقييم والتقويم.
- وحسب متوسط أوزان الدراسة المتجه نحوى الإيجاب الذي يعني أن اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تقويم نشاطات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة، وهو ما ينفي الفرضية الخامسة ويدفعنا للرجوع للفرضية الصفرية

## VI. نتائج الأسئلة المفتوحة:

أسفرت نتائج الدراسة التي تبحث في تجليات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية على أن:

- أهمية العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية تكمن في وضوح أهداف وإستراتيجيات الأجهزة الحكومية لمشاريعها
- أما فوائد العلاقات العامة تكمن في معرفة آراء وتوجهات الشعب والتعريف بنشاط الجهاز الحكومي وتدعيم علاقته مع مختلف وسائل الإعلام. وكذا تدعيم تواجد الأجهزة الحكومية على أرض الواقع بطرح تصوراتها وأفكارها ورأيها المستقبلية لهذا الجهاز وإبراز أهدافه .
- أما عن الرؤية المستقبلية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية فهي في نقل تصورات وآراء وأطروحات الجهاز الحكومي لدى الرأي العام، وأن العلاقات العامة في تطور وهي التي تحدد مدى فعالية الجهاز الحكومي، كما أنها تكمن أيضا في إيصال أفكار الجهاز الحكومي للرأي العام مرتبط بتمية القدرات البشرية والمادية لعلاقاته العامة.

- أما عن كيفية تفعيل العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية فيمكن في الرفع من كفاءة الأفراد والرسائل وإثراء تواصلها مع مختلف الشرائح وانفتاحها مع الجهات المعنية (الإعلام، الجمعيات... الخ) بالإضافة للعمل الشفاف والموضوعي مع المستجدات والأخذ بالبعد الإنساني والاجتماعي بعين الاعتبار، وأهم تفعيل للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية يكمن في تجسيد الحكومة الإلكترونية.

### تاسعا: الاستنتاج العام

أهم شيء تم التوصل إليه أن للعلاقات العامة أهمية بالغة في سيرورة الجهاز الحكومي وفي تحسين صورته الذهنية في أذهان جماهيره سواء الداخلية أو الخارجية لذلك كانت إتجاهات أعضاء مجلس الأمة إيجابية نحو جميع نشاطات العلاقات العامة من التنظيم الجيد إلى النشاط الاتصالي الفعال سواء الاتصال اللفظي بنوعيه الشفهي والكتابي أو الاتصال الرمزي بأبعاده النفسية والاجتماعية، إرتكازا على التخطيط الجيد في رسمه لخطته الذي يدلي بكثرة الأبحاث والدراسات، كما أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة إيجابية نحو إحتواء العلاقات العامة للأزمات بكل من المشاكل الاجتماعية أو الأزمات الطارئة التي تعتمد في تغطيتها على الخطة العلاجية، ورغم كل نشاطات العلاقات العامة فإن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة إيجابية نحو تقويم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية سواء لموظفيها التي تركز على تقويم المسؤولين لموظفيهم، أو لبرامجها التي تركز على متابعة الخطة من رسمها على مستوى الذهن حتى يتم إنجازها كنشاط، بالإضافة لمتابعة مخلفاتها ليتم على أساس ذلك رسم الخطة القادمة، وهذا ما أكد صدق الثلاث فرضيات الأولى ونفي بقية الفرضيات لنعود من هاتين الأخيرتين للفرضيتين الصفريتين. ذلك أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة موجبة نحو كل من التنظيم الإداري والنشاط الاتصالي والتخطيط وإدارة الأزمات وتقييم وتقويم العلاقات العامة لموظفيها، وهذا ما يوضح أن إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة، من ذلك نستنتج الحكمة البالغة للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ورؤيتها البعيدة المتطورة والدراستها العلمية المتجددة وإدارتها العادلة المتكاملة وعطاءها

السوسيو تنموي المتصاعد وإدارتها المخططة والمنسقة بالإضافة لإجتهااد مجتمعها المتناسك المتكاملة في تحسين الصورة الذهنية لجمهور المواطنين وفق قيم العدل والمساواة، والحرية، والتضامن والديمقراطية ومدى فعاليتها لترقى الدولة على إثرها محليا ودوليا.

## خاتمة :

حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على أعضاء مجلس الأمة محاولة منا في تحديد اتجاهاتهم لتمثيلهم الجمهور الداخلي والخارجي للأجهزة الحكومية وتحديد آراءهم نحو واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية باعتبارها مؤسسة ذات نظام متكامل يتسم بالدينامية بين وحدات العملية الاتصالية لكل من الدولة كنظام وكافة المواطنين المتعاملين معها في ظل هذه الثورات العربية والمطالبة بالتغيير لمستقبل ينتظر أن تحدده مطالب الشعوب بين كل من التعمير أو التدمير، في تحديد واقع العلاقات العامة في هذه الأجهزة، من خلال وجهة نظر أعضاء مجلس الأمة كإدارة مسؤولة على عملية التوفيق بين الدولة والمجتمع وفقا للدور أو السلطة المناطة لكل عضو في مجاله أو انتماءه الحزبي أو موقعه الجغرافي الذي يحدد الأنماط السلوكية في المجتمعات المحلية ضمن دراسة وصفية تحليلية تهدف للتقييم الموضوعي والتوصل إلى أهم التوصيات العلمية والعملية لتساهم في حل المشكلات التي تعترض التماسك الاجتماعي في الأجهزة الحكومية لحكومة جزائرية ودولة عربية لنظام يتسم بالديمقراطية وقادة جاهدين في خدمة الوطن والمواطن، متوصلين لمجموعة من التوصيات

- تحتاج الحكومات والمؤسسات والشركات العامة إلى إجراء بحوث ودراسات سواء ذلك لغرض معالجة وحل المشكلات التي قد تواجهها أو لغرض تطوير منتجاتها وخدماتها وإيجاد خطوط إنتاج جديدة أو أساليب عمل جديدة لذلك على الأجهزة الحكومية التواصل مع ب
- قية المنظومات كمنظومة التعليم العالي والبحث العلمي ومنظومة التكوين والتمهين... الخ لتكون الجهود متكافئة، وكذا البحث في مستقبل العلاقات العامة في ظل وسائط المعلوماتية.
- محاولة تكوين أخصائيين في العلاقات العامة والاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا الموضوع.



- محاولة إيجاد خطة تستند عليها إدارة العلاقات العامة في تعديل السلوكات غير السوية ل جماهيرها، وكذا تنشيط روح العمل والمثابرة لغرس روح المسؤولية الإجتماعية بين أفراد المجتمع.
- البحث في مقومات التنمية الإجتماعية والعلمية والثقافية والصحية.

وخلاصة القول يبقى موضوع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ذو مستوى عال جدا عند أهل الاختصاص، وبقى نقطف من ثماره جاهدين على توثيق الصلة بين الأجهزة الحكومية والمجتمع المدني وإبراز الصورة المشرفة لها كمؤسسات تخدم المجتمع وتعمل جاهدة على صيانة مصالحه وعلى حماية الصالح العام محليا ودوليا.

## قائمة المراجع

### أولا : باللغة العربية

#### ➤ القرآن الكريم :

1. رواية ورش ، مؤسسة الرسالة، دمشق، 1421

#### ➤ الحديث الشريف:

2. أبي عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، دار بن الحزيم، القاهرة، مصر، 2010،

3. أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، بلوغ المرام من أدلة الأحكام، دار بن الجوزي، القاهرة، مصر، 2006.

#### ➤ الكتب والمعاجم :

4. إبراهيم عبد العزيز شيحا، النظم السياسية الدولة والحكومات، أبو العزم للطباعة، بيروت، لبنان، 2006.

5. إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها "مدخل وظيفي"، مؤسسة الوارق للخدمات الحديثة، عمان، الأردن، 1999.

6. أحمد بخوش، الاتصال والعولمة دراسة سوسيوقافية، دار الفجر للنشر والتوزيع، خنشلة،

الجزائر، 2008

7. أحمد عبد الطيف وحيد، علم النفس الاجتماعي، دار الميسرة، عمان، الأردن، 2001.

8. أحمد ماهر، كيف ترفع مهارتك الإدارية في الإتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000 .

9. أحمد محمد الطيب، التقويم والقياس النفسي والتربوي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.

10. أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006

11. إدوارد ب. بورودزيكيس، تر: أحمد المغربي، إدارة المخاطر والأمن، دب، 2008 ،
12. إسماعيل علي سعد،الاتصال والرأي العام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط2، 1981.
13. إسماعيل محمد الفقي، التقويم والقياس النفسي والتربوي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005.
14. أمل خلف، التنشئة السياسية للطفل،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2006
15. أنور عقل، نحو تقويم أفضل، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2001
16. إياد شاكر البكري، تقنيات الإتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، بن عكنون، الجزائر، 2003.
17. بسام الحاج حسين، الوجيز في العلاقات العامة والإعلام، ب د ن ، دمشق، 1986
18. بشير العلاق(أ)، العلاقات العامة في الأزمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن، عمان، 2009
19. بشير علاق(ب)، الأسس العلمية الحديثة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن، عمان، دس.
20. بشير صلاح الرشيد، مناهج البحث التربوي: رؤية تطبيقية مبسطة، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2000.
21. بشير معمريه،القياس النفسي وتصميم أدواته للطلاب والباحثين في علم النفس والتربية، منشورات الجبر،الجزائر، ط2، 2007.
22. بلقاسم السلاطنية وحسان الجيلاني،منهجية العلوم الإجتماعية،دار الهدى للطباعة والنشر ، عين مليلة، الجزائر، 2004،
23. بيتر كليتون، لغة الجسد حركات الجسد وكيفية التعامل معها ،دار الفاروق للنشر والتوزيع ،القاهرة، مصر، ط2، 2005.

24. جابر نصر الدين والهاشمي لوكيا، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي ، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري -قسنطينة. دس
25. جازية كيران، محاضرات فيالمنهجية لطلاب علم الاجتماع ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2008.
26. جمال مجاهد،مدخل إلى الاتصال الجماهيري،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية ،مصر، 2009
27. جميل أحمد خضر ،العلاقات العامة،دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع،عمان،الأردن، 1998
28. جودت بني جابر،علم النفس الاجتماعي،دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان، الأردن ،2004،
29. حسن محمد خير الدين،العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار الجيل للطباعة،عين شمس، مصر،دس.
30. حسين عبد الحميد وأحمد رشوان،العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع،المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر،1993
31. حمدي عبد الحارس البخشونجي،العلاقات العامة في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر،2000.
32. دبله عبد العالي،الدولة الجزائرية الحديثة،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،2004.
33. رابحي عيسى القبيلات،أساليب تدريس العلوم في المرحلة الأساسية الدنيا ورياض الأطفال، دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان، الأردن، 2005 .
34. راسم محمد الجمال وخيرت معوض عباد،إدارة العلاقات العامة،المدخل الإستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر،2005.
35. ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي،الاتصال والعلاقات العامة،دار الصفاء للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2005.

36. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، ط3، 2008.
37. سامي محمد ملحم، سيكلوجية التعليم و التعلم ( الأسس النظرية و التطبيقية ) ، دار ميسرة للنشر، عمان، الأردن، 2001
38. سلوى محمد عبد الباقي، آفاق جديدة في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، دس
39. شذوان علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005.
40. شذوان شبيهه وطارق الخلفي، مدخل إلى الإتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009
41. شريف أحمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
42. صالح خليل أبو إصبع، العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2009.
43. صالح محمد وعلي أبو جادو، سيكلوجية التنشئة الإجتماعية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط5، 2006.
44. طارق البدوي وسهيلة نجم، الإحصاء في المناهج البحثية التربوية والنفسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 .
45. طلعت إبراهيم لطفي، علم إجتماع التنظيم، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.
46. عبد الرحمان العناد، تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة، مطابع التقنية للأوفست، الرياض، السعودية، 1994 .
47. عبد الرحمن الوافي، قاموس مصطلحات علم النفس، دار الآفاق، بدون بلد، 2006 .
48. عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة العامة المقارنة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009 .

49. عبد الغني بسيوني عبد الله، النظم السياسية: أسس التنظيم السياسي، للدولة-الحكومة-الحقوق والحريات العامة، المطبعة الجامعية، الجزائر، دس.
50. عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع الإشكاليات-التقنيات-المقاربات، دار الطليعة، بيروت، لبنان، دس.
51. عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الاجتماعي: أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
52. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر، القاهرة، مصر، دس.
53. عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، سيكولوجية الإتجاهات (المفهوم-القياس-التغيير)، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة. مصر، دس
54. عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع السياسي للنشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2001
55. عزت عبد العظيم الطويل، معالم علم النفس المعاصر، ط3، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
56. عطوف محمود ياسين، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار النهار للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1981.
57. علي برغوت، العلاقات العامة، مؤسسة الأقصى للنشر، فلسطين، 2007.
58. علي بن فايزة الجحني(أ)، العمل الإعلامي الأمني: مشاكل وحلول، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2001.
59. علي بن فايزة الجحني(ب)، مدخل للعلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2006.
60. علي شريف، الإدارة العامة المعاصرة، المطبعة الجامعية، الجزائر، 1988.
61. علي عوجة(أ)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2003.
62. علي عوجة(ب)، العلاقات العامة في المنشآت المالية(البنوك وشركات التأمين)، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1985.

63. علي عوجة(ج)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط3، د س.
64. عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2001
65. عمر عودة خطيب،لمحات في الثقافة الإسلامية، بيروت،مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1973،
66. غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2006
67. فاروق مدّاس،سلسلة قواميس المنار:قاموس مصطلحات علم الاجتماع ، دار مدني للطباعة والنشر والتوزيع، دب، 2003.
68. فؤاد البهي السيد وسعد عبد الرحمن،علم النفس الإجتماعي:رؤية معاصرة،دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006.
69. فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2004.
70. كامل محمد محمد عويضة، علم النفس الإجتماعي، دار الكتب العلمية،بيروت، لبنان، 1996،
71. محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، ط4، 2008 .
72. محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، دار الفجر الجامعي، الإسكندرية ،مصر، 2009،
73. محمد شفيق، الإنسان والمجتمع: مقدمة في علم النفس الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2003 .
74. محمد شومان،الإعلام والأزمات مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002،

75. محمد عبد المعز نصر، النظريات والنظم السياسية ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ،بيروت، لبنان، 1981.
76. محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفرج للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009.
77. محمد فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.
78. محمد فريد الحصن، العلاقات العامة: المبادئ و التطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004.
79. محمد محمود المدهلي، تطبيقات علم الإحصاء في العلوم الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، إسكندرية، مصر، 2002،
80. محمد منير حجاب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،مصر، 2007.
81. محمد نجيب الصرابوة، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الزائد العالمية إريد، الأردن، 2001.
82. محمود السيد أبو النيل ،علم النفس الإجتماعي :دراسات عربية عالمية، جامعة عين شمس ،القاهرة، مصر ،ج3 ،ط3، 1984
83. محمود عمر ماهر، سيكولوجية العلاقات الإجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر. 2006
84. محمود يوسف مصطفى عبده، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009.
85. مصطفى حجازي، الاتصال للفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط3، 2000.
86. مقدم عبد الحفيظ، الإحصاء والقياس النفسي والتربوي مع نماذج من المقاييس والإختبارات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2003.



87. منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.
88. مهنا الصالحي ومحمد نصر، علم السياسة بين التنظير والمعاصرة، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1985.
89. مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006
90. نور الدين زمام، القوى السياسية والتنمية دراسة في غلم الإجتماع السياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
91. هدى لطيف، العلاقات العامة، القاهرة، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1997.
92. هناء حافظ البدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2001
93. يوسف ميخائل أسعد، رعاية المراهقين، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ب.س.

### ➤ الأطروحات:

94. جبران الفرد بن فهد، تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها، دراسة ميدانية على الوزارة الداخلية وأجهزتها، المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، أكاديمية نايف العربية، الرياض، السعودية، 1990.
95. حسين سمير وآخرون، دور العلاقات العامة في دعم فعاليات الجامعات، دراسة تطبيقية على جامعة الملك عبد العزيز بمحافظة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 1991.
96. خالد مرغلاني وراشد هارون، آراء القيادات الإدارية في الأجهزة الحكومية نحوى إدارة العلاقات العامة، ندوة واقع إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، معهد الإدارة العامة، الرياض، السعودية، 1992.
97. علي الفهيد، دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات، دراسة استطلاعية لبعض إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية

رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود  
،الرياض،السعودية،1998.

➤ **المجلات:**

98. هيئة التحرير، رسالة مجلس الأمة، الفكر البرلماني، العدد 25، أبريل 2010، مجلس  
الأمة، الجزائر.

## ثانيا : باللغة الأجنبية الرياض

### ➤ **Ouvrages**

99. Freedman.J.JS Canlsmith,J.M. and Bairdo Sears: Social Psychology .Prentice-Hall Inc Englewood ,Chiffs. New Jersey. third Edition,1978
100. Vincent Price, Communication Concepts for Publication, SAGE Publications, London,1992
101. Sam black .The Essentials of publik Relations,Biddles:LTD London,1993 .
102. Roger Mucher , Communication et Réaseaux Communication .E.S.F ,Paris ,SA .
103. Michael Bland, Communicatig Out of a Crisis 1st ed. Macmillan Press,London, SA .
104. Sam black ,The Essenials of publik Relations ,Biddles:LTD London,1993 ,
105. Ghosheh Zahi ,R,Dictionary of Public ,Administration ,English-Arabic, Ammane;first edition, SA .

### ➤ **Sites web**

106. <http://www.majlisoma.dz/05-03-2010/10h30m>.
107. <http://www.radioalgerie.dz/18-10-2010/11h25m>.
108. <http://www.marefa.org/18-10-2010/11h36m>.
109. <http://www.26se.net/18-10-2010/11h45m>.
110. <http://www.minshawi.com/18-18-2010/09h45m>.
111. <http://www.prarabic.com/23-01-2011/10h35>.
112. <http://www.alanba.com/17-02-2011/16h28>
113. <http://www.pressacademy.net.24/12/2009.12h45m>
114. <http://www.ksu.edu.sa24/12/2009.12h45m>

الملاحق

## ملخص الدراسة :

يدور موضوع بحثنا حول العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية ، وذلك بتشخيص واقعها من خلال إتجاهات أعضاء مجلس الأمة بإعتبارهم أهم فئة تحمل صفة التميز لتمثيلهم الحكومة من خلال الموافقة أو الرفض على النصوص التشريعية التي تصدر عن الغرفة السفلة في البرلمان ، وكذا بإعتبارهم أم نخبة الشعب والتي لها الحق بتمثيل الشعب عند الحكومة أي اتجاهاتهم تحدد الرأي العام في كل من الأجهزة الحكومية كجمهور داخلي للسلطة التشريعية في سن القوانين ورسم سياسات الخارطة التنظيمية وكذا الرأي العام عند عامة الشعب كجمهور لهذه المؤسسة ينتظر منها تلبية متطلباته التنموية لذلك تم تحديد إشكالية دراستنا كالتالي: ماهي اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو واقع العلاقات العامة

### في الأجهزة الحكومية ؟

ومن خلال هذه الدراسة الوصفية التحليلية والتي تهدف للتقييم الموضوعي لواقع العلاقة التي تربط الدولة كنظام تمثله الحكومة وكافة فئات الشعب التي تربطه صلة بأجهزتها وخاصة في ضل هذه الثورات العربية والمطالبة بالتغيير لمستقبل ينتظر أن تحدده نوعية هذه علاقة من خلال وجهة نظر أعضاء مجلس الأمة كإدارة مسؤولة على عملية التوفيق بين الدولة والمجتمع وفقا للدور أو السلطة المناطة لكل عضو في مجاله أو انتماء الحزبي أو تموقعه الجغرافي، وخاصة في هذه الفترة الموافية لإنهاء عهدتهم ودخول الإنتخابات جديدة والتي قد تحمل في طياتها نوع من المصادقية في الأراء، مستعملين في ذلك كل من الإستبيان والمقابلة الحرة كأداة لجمع البيانات، متوصلين من خلال ذلك لمجموعة من النتائج :

أولاً: اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التنظيم الإداري للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة.

ثانياً: اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو النشاط الاتصالي المعتمد للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة

ثالثاً: اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو التخطيط للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة.

**رابعاً:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو احتواء العلاقات العامة للأزمات في الأجهزة الحكومية موجبة.

**خامساً:** اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تقويم العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية موجبة.

مثبتين بذلك صدق الفرضية العامة التالية: **إتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحوى واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية إيجابية.**

وكذا متوصلين لأهم التوصيات العلمية والعملية لتساهم في حل المشكلات التي تعترض التماسك الاجتماعي في الأجهزة الحكومية لحكومة جزائرية ودولة عربية لنظام يتسم بالديمقراطية وقادة جاهدين في خدمة الوطن والمواطن، متوصلين لمجموعة من التوصيات

- تحتاج الحكومات والمؤسسات والشركات العامة إلى إجراء بحوث ودراسات سواء ذلك لغرض معالجة وحل المشكلات التي قد تواجهها أو لغرض تطوير منتجاتها وخدماتها وإيجاد خطوط إنتاج جديدة أو أساليب عمل جديدة لذلك على الأجهزة الحكومية التواصل مع بقية المنظومات كمنظومة التعليم العالي والبحث العلمي ومنظومة التكوين والتمهين... الخ لتكون الجهود متكافلة، وكذا البحث في مستقبل العلاقات العامة في ضل وسائط المعلوماتية.
- محاولة تكوين أخصائيين في العلاقات العامة والاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا الموضوع.
- محاولة إيجاد خطة تستند عليها إدارة العلاقات العامة في تعديل السلوكات غير السوية لجماهيرها، وكذا تنشيط روح العمل والمثابرة لغرس روح المسؤولية الاجتماعية بين أفراد المجتمع.
- البحث في مقومات التنمية الاجتماعية والعلمية والثقافية والصحية.