

# واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً

الباحث محمد البريم

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7731358>

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة ما بين الفترة 2020/3/5-2020/6/1 وذلك في ضوء جائحة كورونا؛ من أجل التعرف على مكانة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية، ومعرفة الأقسام الموجودة بها والكشف عن النشاطات التي تستخدمها العلاقات العامة في وزارة الثقافة، ومعرفة وسائل الاتصال التي تستخدمها وحدة العلاقات العامة في الوزارة، والتعرف على المشاكل التي تواجهها الوحدة، وحاولت هذه الدراسة السعي قدر المستطاع إلى تبيان واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة من خلال أداة الاستمارة.

وتشكل هذه الدراسة إضافة علمية جديدة لما سبقها من أبحاث ودراسات، وذلك لأنها بينت العديد من المعلومات والحقائق والنتائج الجديدة الهامة، التي أوضحت واقع ودور وحقيقة وتأثير دور وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي مثل مشكلة الدراسة الرئيسية، كما قام الباحث باستخدام الأسلوب الكيفي في الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المتعلقة بالدراسة، من خلال اختيار عينات مقصودة من خلال الاستمارة من أجل الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق وتحليلها للوصول إلى أفضل النتائج والتوصيات العلمية المأمولة، حيث كان من أبرزها كشفت الدراسة عن ممارسة وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة للوظيفة بشكل عادي جداً، وهذا يشير إلى عدم امتلاك الوحدة للبيانات والمعلومات اللازمة لممارسة هذه الوظيفة.

ويتجنب موظفو وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة العمل بالتخطيط طويل المدى أو متوسط المدى؛ ولذلك لأن ممارسة العمل لديهم تقوم على التخطيط الآني، كما يمارسون عملية الاتصال والتواصل مع المؤسسات الأخرى أو الأفراد بشكل جيد، ولكن دون الرضا التام عن وظيفتهم وذلك بسبب تدني الراتب. الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة؛ وزارة الثقافة؛ جائحة كورونا؛ المؤسسات الحكومية؛ الاتصال.

## **The reality of work in the Public Relations Unit in the Palestinian ministries from the point of view of their employees The Ministry of Culture as a Model**

### **Abstract:**

This study aims to identify the reality of work in the Public Relations Unit at the Ministry of Culture between the period 5/3/2020-1/6/2020 in light of the Corona pandemic, in order to identify the status of public relations in the Palestinian Ministry of Culture, and to know the departments in it and to reveal the activities used by public relations in the Ministry of Culture, and to know the means of communication used by the Public Relations Unit in the Ministry, and to identify the problems faced by the unit, and this study tried to seek as much as possible to clarify the reality of work In the Public Relations Unit at the Ministry of Culture through the form tool.

This study constitutes a new scientific addition to the previous research and studies, because it showed many important new information, facts and results, which clarified the reality, role, truth and impact of the role of the Public Relations Unit in the Ministry of Culture by answering the main question that represented the main problem of the study, and the researcher also used the qualitative method to obtain data, information and facts related to the study, by selecting intended samples through the form in order to obtain and analyze data, information and facts. To reach the best results and hoped-for scientific recommendations, the most prominent of which was the study revealed that the Public Relations Unit at the Ministry of Culture practiced the job very normally, and this indicates that the unit does not have the data and information necessary to exercise this function.

Employees of the Public Relations Unit at the Ministry of Culture avoid working with long-term or medium-term planning, because their practice is based on real-time planning, and they also practice the process of communicating and communicating with other institutions or individuals well, but without complete satisfaction with their job due to low salary.

**Keywords:** public relations; Ministry of Culture; Corona pandemic; government institutions; communication

## المبحث الأول

### الإطار العام للدراسة

#### المقدمة:

تعد العلاقات العامة من المواضيع الحديثة نسبياً، وأصبحت تحظى باهتمام الحكومات والدول بالإضافة إلى اهتمام الشركات والمؤسسات الخاصة بها، فالعلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المؤسسة و جماهيرها، ولا تستطيع أية مؤسسة القيام بأداء مهامها وأعمالها وتحقيق أهدافها دون وجود ثقة متبادلة بين المؤسسة و جماهيرها (جودة، 2006).

لذلك تحتل إدارة العلاقات العامة موقعاً مميزاً في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الحكومية، وتختلف أهمية هذه الإدارة من مؤسسة لأخرى تبعاً لأهدافها وعلاقتها بالجمهور، وطبيعة الخدمات التي تقدمها وما تقدمه المؤسسة لهذه الإدارة من كوادر بشرية وإمكانات مادية وصلحيات، وأخيراً يعتبر نجاح وحدة العلاقات العامة دليل على نجاح المؤسسة، وقد يعتقد البعض أن مسؤولية كل موظف في أي وحدة حكومية في المؤسسات، فلذلك يجب عليه أن يمارسها ويسعى لتحقيق أهدافها سواء أثناء العمل أو خارج أوقات العمل (جودة، 2011).

وتسعى وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الثقافة إلى التعريف بالأنشطة والفعاليات والخدمات التي تقدمها الوزارة وتطوير العلاقة مع مختلف شرائح المجتمع الفلسطيني عبر خلق حالة من الانسجام والتواصل المستمر بين مجتمع الوزارة الداخلي والجمهور الخارجي، وتعزيز العلاقة مع وسائل الإعلام المختلفة (موقع وزارة الثقافة، 2019، متاح على الموقع [http://www.mc.ps/site/?page\\_id=3715](http://www.mc.ps/site/?page_id=3715)).

## مشكلة الدراسة:

اتجهت جميع الوزارات في الحكومة الفلسطينية إلى إنشاء إدارات مستقلة للعلاقات العامة تتمتع بمسؤوليات وسلطات وظيفية واضحة ومحددة لديها، وذلك إدراكاً من الإدارة العليا في تلك الوزارات بأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه إدارة العلاقات العامة في كل من تحسين الصورة الذهنية عن عمل الوزارة وجذب الوفود للتعرف على ثقافتنا الفلسطينية.

ونتيجة لدور العلاقات العامة في الارتقاء بالعمل المؤسسي والوزاري ولدور موظفي العلاقات العامة في تحقيق التنمية الفلسطينية -لكونها حلقة الوصل والمتابعة ما بين المواطنين والوزارة وما بين الوزارات والمؤسسات الحكومية الأخرى- جاءت هذه الدراسة بغرض الإجابة عن السؤال التالي:

**ما واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً؟**

## أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي المرتبط في مشكلة البحث والمتمثل بمعرفة واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة، وللإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة قام الباحث بوضع مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1. ما هو دور العاملين في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟
2. ما هي المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟
3. ما هي الأقسام الموجودة في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟
4. ماهي النشاطات التي تستخدمها العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟
5. ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟
6. ما مدى رضى العاملين داخل وحدة العلاقات العامة بوزارة الثقافة الفلسطينية؟
7. ما هي المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية؟

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. معرفة واقع ودور عمل وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية.
2. الكشف عن مكانة العلاقات العامة من حيث الجهة المكلفة بالاتصال الداخلي والخارجي والوحدة التي تعمل بها، بالإضافة إلى موقعها في الهيكل التنظيمي في وزارة الثقافة الفلسطينية.
3. تحديد نشاطات العلاقات العامة من أجل تحسين صورة المؤسسة في وزارة الثقافة الفلسطينية.
4. التعرف على درجة رضا الموظفين في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية.
5. تحديد الصعوبات التي تواجه وحدة العلاقات العامة وكيفية التعامل معها، والحد منها في وزارة الثقافة الفلسطينية.
6. الخروج باقتراحات وتوصيات تُسهم في تطوير وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة.

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- 1- دراسة واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية وزارة الثقافة يساهم في إيجاد واقع أفضل لوظيفة العلاقات العامة.
- 2- إلقاء الضوء على أهمية العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية (وزارة الثقافة)، كما يمكن الجمهور الداخلي والخارجي من فهم دور هذه الوحدة.
- 3- تطبيق نموذج وزارة الثقافة قد يعمل على تطوير الأداء في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية.
- 4- كونها من الدراسات العلمية المهمة التي تتناول واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية (وزارة الثقافة)

## حدود الدراسة:

- 1- الحدود البشرية: أجريت الدراسة على موظفي وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية في مدينة رام الله.
- 2- الحدود المكانية: أجريت الدراسة في وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الفلسطينية في مدينة رام الله.
- 3- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي 2020.
- 4- الحدود الموضوعية: اشتملت الحدود الموضوعية للبحث على المفاهيم الخاصة في واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها دراسة حالة وزارة الثقافة.

## محددات الدراسة:

يتوقع الباحث أن تواجهه بعض المعوقات المتمثلة بالآتي:

- 1- قلة وجود الدراسات والأبحاث ذات الصلة في هذا المجال.
- 2- عدم الاستجابة بشكل فعال من قبل دوائر الاختصاص المعنية في الوزارة.

## المفاهيم والمصطلحات:

وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة: هي الجهة التي تتولى خلق الصورة الجيدة والانطباع الإيجابي عن الوزارة وأهدافها وأنشطتها، فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات الثقافية المحلية والعربية والدولية، وتقوم على نقل صورة وزارة الثقافة واستراتيجيتها وأهدافها وبرامجها عبر الرسائل المختلفة التي تتضمنها أنشطة الوزارة وفعاليتها (موقع وزارة الثقافة، 2019، متاح على الموقع [http://www.mc.ps/site/?page\\_id=3715](http://www.mc.ps/site/?page_id=3715)).

العلاقات العامة: عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة بأنها: "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور -كالمعلم والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام- لكي تحور سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسة للمجتمع" (أبو قحف، ٢٠٠١، ص ٣٢٢).

وزارة الثقافة: هي الوزارة المسؤولة عن متابعة الأنشطة والأبنية الثقافية والمثقفين في دولة فلسطين، تأسست الوزارة بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية عام 1994، ويقع مقرها المركزي في مدينة البيرة، وتنتشر مديرياتها في المحافظات كافة.

## الدراسات السابقة:

لقد حظي موضوع العلاقات العامة باهتمام الباحثين والمفكرين، ونشرت حوله العديد من الدراسات التي أكدت على ضرورة الإهتمام بذلك، وفيما يلي أهم الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

### 1- الدراسات المحلية:

أ. دراسة عابد (2018) بعنوان: "دور القائم بالاتصال في العلاقات العامة في المنظمات الأهلية نحو معاقى الانتفاضة"؛ بهدف معرفة دور القائم بالاتصال بالعلاقات العامة نحو معاقى الانتفاضة، وإلى معرفة ارتباط هذه المشكلة بدور القائم بالاتصال في العلاقات العامة في المنظمات الأهلية، مستخدماً المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (20) مؤسسة أهلية عاملة في قطاع غزة، وعينة غير احتمالية عمدية بلغت (25) فرد من القائمين بالاتصال في المنظمات الأهلية، وتكونت أدوات الدراسة من أداتين هما: المقابلة والإستبانة، وكان من أهم النتائج: العلاقات العامة لا تجد اهتماماً كافيّاً من الإدارة العليا في المنظمات الأهلية، وتواجه نقصاً واضحاً في الأنشطة، وعدم تفعيل الدور الإعلامي لشرح قضايا معاقى الانتفاضة الفلسطينية.

ب. دراسة حمدان (2006) بعنوان: "تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في وزارات السلطة الفلسطينية"؛ بهدف تحديد مستوى أداء وحدات العلاقات العامة، وتحديد مدى وجود علاقة إحصائية بين أداء وحدة العلاقات العامة في مجتمع الدراسة، وبين عدد من المتغيرات المستقلة التي شملت: الوظائف العلمية للعلاقات العامة، الموارد البشرية والمالية وعوامل التنظيم الإداري والاستشارة الخارجية في مجال العلاقات العامة، إضافةً إلى متغير العوامل الشخصية، مستخدماً المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (150) موظفاً من العاملين في وحدات العلاقات العامة، وتكونت أدوات الدراسة من أداة واحدة هي: الإستبانة، وكان من أهم النتائج: وجود ضعف وتدني مستوى أداء وحدات العلاقات العامة في وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية.

### 2- الدراسات العربية:

أ. دراسة بن عامر (2017) بعنوان: "العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية"؛ بهدف التعرف على واقع العمل في وحدة العلاقات العامة وأساليب تطويرها في المؤسسة السياحية، وإلى التعرف على طبيعة العلاقات العامة في المؤسسة، والتعرف على واقع المشكلات القائمة في مجال العلاقات العامة في المؤسسة واقتراح الحلول المناسبة، ووضع تصور لأساليب تطور إدارة العلاقات العامة، مستخدماً المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (30) موظفاً من العاملين في العلاقات العامة في المؤسسة و(100) فرد من جمهور وزارة السياحة، وكان من أهم النتائج: وجود غموض في الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة؛ من خلال ممارسة أعمال ليست من تخصص العلاقات العامة رغم وجود أجهزة

علاقات عامة متفرغة، والاهتمام بالجمهور الخارجي على حساب الجمهور الداخلي، وغياب الأسلوب العلمي في تخطيط نشاطات العلاقات العامة.

ب. دراسة أحمد (2015) بعنوان: "فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية"؛ بهدف تحديد وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بصورة عامة ووزارة الإعلام الاتحادية بصورة خاصة، مستخدماً المنهج الوصفي التحليلي وأدوات جمع البيانات والمعلومات، وقد شملت عينة الدراسة 99 نسخة (استبيان) على جميع المبحوثين بنفسه من العاملين بوزارة الإعلام الاتحادية، وتكونت أدوات الدراسة من الملاحظة والمقابلة والاستبانة، وكان من أهم النتائج: أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث، وفي هذا إشارة لطبيعة العمل في الوزارة التي يتطلب جهداً ومشقة، وأن توفر الموارد المادية والبشرية اللازمة يساهم في وجود علاقات عامة فعالة، كما بينت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة لا تشارك بصورة ملموسة في وضع سياسات وخطط وبرامج الوزارة، مما يشير إلى إجماعها من الإسهام في مجالها، وقد أوصت الدراسة: بضرورة وضع خطة واضحة للعمل بالعلاقات العامة وبالطرق العلمية السليمة لتنفيذ أنشطة وبرامج وزارة الإعلام الاتحادية، وأوصت بالاهتمام بالتدريب المستمر لمواكبة التطور العلمي، وضرورة التعاون مع الباحثين وإعطائهم معلومات حقيقية ووافية عن واقع المؤسسة باعتبار أن البحث العلمي يساعد في حل المشكلات بالطرق العلمية.

#### نقد الدراسات السابقة:

- يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها تناولت موضوع العلاقات العامة من زوايا مختلفة:
- 1- واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في وزارات السلطة الفلسطينية وضعف أدائها.
  - 2- تقييم أداء الوحدات التي تعني بالعلاقات العامة في المؤسسات.
  - 3- مقارنات بين الوحدات التي تقوم بالعلاقات العامة في مناطق مختلفة.
  - 4- التطرق إلى دور العلاقات العامة في المؤسسات.
  - 5- ركزت بعض الدراسات السابقة على جانب واحد من جوانب العلاقات العامة وهو الاتصال.
  - 6- لم تطرح الدراسات السابقة مقترحات أو حلول لتأخذ العلاقات العامة دورها وفق رسالتها وأهدافها.
  - 7- اتفقت الدراسة الحالية واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية وزارة الثقافة نموذجاً مع الدراسات السابقة في المنهج والأداة واختلفت في حدود البحث الزمانية والمكانية.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري

#### تمهيد:

العلاقات العامة مجموعة من الأنشطة والأعمال المخططة التي يقوم بها موظفو الإدارات المتخصصة في العلاقات العامة بغرض نشر الحقائق والمعلومات الصادقة عن المؤسسات للجمهور، وإيجاد علاقات قوية وطيبة بين المواطنين وتزويدهم بالمعلومات الضرورية، وتتبع مهام وحدة العلاقات العامة من طبيعة ومجال عمل المؤسسة، وتستخدم لذلك وسائل اتصال متعددة ومتنوعة.

وكانت تمارس العلاقات العامة قديماً بشكل عشوائي دون تخطيط، أما حديثاً فأصبحت تمارس بشكل علمي ممنهج، فممارسة مهنة العلاقات العامة تحتاج إلى مهارات وصفات خاصة يجب أن يتحلى بها موظف العلاقات العامة تميزه عن غيره من الموظفين منها اللباقة في التعبير، وقوة الشخصية، وللعلاقات العامة جمهور داخلي وهم الموظفين داخل المؤسسة، وجمهور خارجي وهم الجهات التي تربطها مصالح مشتركة مع المؤسسة (جودة، 2011).

تحتل إدارة العلاقات العامة موقعاً مميزاً في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الحكومية، وتختلف أهمية هذه الإدارة من مؤسسة لأخرى تبعاً لأهدافها وعلاقتها بالجمهور، وطبيعة الخدمات التي تقدمها وما تقدمه المؤسسة لهذه الإدارة من كوادر بشرية وإمكانات مادية وصلاحيات، وأخيراً يعتبر نجاح وحدة العلاقات العامة دليل على نجاح المؤسسة، وقد يعتقد البعض أن مسؤولية كل موظف في أي وحدة حكومية في المؤسسات، فلذلك يجب عليه أن يمارسها ويسعى لتحقيق أهدافها سواء أثناء العمل أو خارج أوقات العمل (الزعيبي و بدر، 2019).

### تعريف العلاقات العامة:

اختلف العلماء والمفكرين في تعريف العلاقات العامة كل حسب وجهة نظره وفكره وثقافته ومجتمعه:

- 1- يعرف إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها: "العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بهدف تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة" (حجاب ووهبي، 2000).
- 2- يعرفها وبستر الدولي: "هي فن وعلم تطوير الفهم الثنائي المتبادل والنيات الحسنة" (جودة، 2011)
- 3- تعرفها جمعية العلاقات الأمريكية بأنها: "نشاط أي منشأة في بناء وتدعيم علاقات سليمة بينها وبين الجمهور لكي تحول سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع (الجحني، 2006).
- 4- يعرفها قاموس اكسفورد بأنها: "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المؤسسة و جماهيرها لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والأخلاق العامة (الدليمي، 2011).
- 5- تعرفها جمعية العلاقات الدولية بأنها: "الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة؛ والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها ومجالاتها إلى كسب تفاهم وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية". (الحربي، 2011)

إن كثرة التعريفات للعلاقات العامة سواء من قبل المهنيين أو الباحثين والأكاديميين أو هيئات العلاقات العامة أضافت لمفهوم العلاقات العامة وأفادته كعلم ومهنة، ظهر أهمها في تحديد سمات مشتركة أجمع عليها معظم المعرفين لها، وأبرز هذه السمات:

- 1- وضوح غاية العلاقات العامة المتمثلة في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على تحقيق النجاح.
- 2- اعتبار العلاقات العامة عملية مستمرة، قد يكون لها نقطة بداية دون تحديد لنقطة النهاية.
- 3- اعتبار الإدارة والاتصال أساساً لعمل العلاقات العامة.
- 4- اعتبار الجمهور (الداخلي والخارجي) أساساً لعمل العلاقات العامة.
- 5- اتصال العلاقات العامة اتصال إقناعي وليس موضوعي، لأنه يسعى إلى توجيه سلوك الجمهور إيجابياً (برغوث، 2007).

وبذلك يمكن تعريف العلاقات العامة على أنها: علم وفن يجسد بمهارات اتصال اقناعي وصولاً للتوافق بين مصالح المؤسسة والجهات ذات العلاقة بها، كعملية مستمرة تمكن المؤسسة من إنجاز رسالتها وفقاً لأهدافها.

### عناصر العلاقات العامة:

من خلال التعريفات السابقة يمكننا حصر عناصر العلاقات العامة في:

- 1- الجمهور: والجمهور نوعان:
  - أ. الجمهور الداخلي: جميع مستخدمي المؤسسة الذين يمكنهم تصنيفهم حسب طبيعة أعمالهم أو مسؤولياتهم الإدارية.
  - ب. الجمهور الخارجي: الزبائن، المساهمين، قادة المجتمع، الجمعيات الحرفية، وسائل الإعلام، الحكومة والإنسان العادي.
- 2- عملية إدارية: تتم هذه العملية باستمراريتها لمساندة الإدارة في تحقيق أهداف المؤسسة.
- 3- عملية ذات هدف: تعزيز سمعة المؤسسة عند جمهورها والتعرف على آرائه.
- 4- عملية اتصالية: هي ذات اتجاهين تستخدم وسائل الاتصال الجماهير من إذاعة وصحافة وتلفزيون ومن خلال أنشطة اتصالية كالإعلان والإشهار، وتستخدم وسائل أخرى كالمعارض والندوات والمؤتمرات وإصدار المطبوعات.
- 5- عملية علمية: تستخدم التخطيط ومنهج البحث العلمي للحصول على معلومات دقيقة وآراء موثوقة من الجمهور.

### فلسفة العلاقات العامة:

العلاقات العامة متعددة بتعدد أوجه النشاط الإنساني، وتعدد الجماهير في المجتمع الإنساني، فهناك العلاقات العامة الحكومية، التجارية، الصناعية، العسكرية، والسياسية، كل هذه الأنواع والأقسام تجمعها فلسفة ومبادئ عامة واحدة، وتستند إلى أصول فنية واحدة، فالوسائل والأدوات واحدة، وتستند فلسفة العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ والحقائق هي:

- 1- الإنسان كائن اجتماعي بطبيعته، ولا يمكن أن يعيش بمعزل عن الآخرين.
- 2- الإنسان كائن اجتماعي متفرد ومتغير من وقت لآخر.
- 3- الإنسان كائن اجتماعي يتعامل مع غيره ومع المواقف الاجتماعية.
- 4- الإنسان يتميز بالعقل والتعقل.
- 5- تركز العلاقات العامة على الجانب الإنساني.
- 6- تركز العلاقات العامة على ركائز اجتماعية.
- 7- تستند العلاقات العامة إلى الجانب الأخلاقي.
- 8- تستند العلاقات العامة إلى مبدأ التنظيم.



## مدارس العلاقات العامة:

تتميز العلاقات العامة بالقدرة الفائقة على التخطيط خاصة للطوارئ؛ لأنها تتميز بتركيز التفكير في تحديد وتوضيح المشكلات، وتقديم مؤشرات واضحة لها، وتساعد في العمل من خلال تحديد جدول زمني محدد، وتعتمد العلاقات العامة في بنائها لخططها وبرامجها على إحدى مدرستين هما:

1- مدرسة المعاينة: تعتمد على رجوع الصدى للبرامج المتنوعة للعلاقات العامة، والتي تعتمد على البديهية الحادة، وتعتمد أيضاً على مستشار العلاقات العامة الذي يمثل الإنذار الأول للمشكلات التي تطرأ على المؤسسة يوماً بعد يوم.

2- مدرسة البرامجية: تفترض أن العمل يعتمد على خريطة برامجية دقيقة، وتعتبر الطريقة الوحيدة لفعالية الأداء، وتساعد الإدارة على معرفة ما يفعله مستشار العلاقات العامة طوال الوقت (برغوث، 2007).

## نظريات العلاقات العامة:

استفادت العلاقات العامة من الفرضيات والنماذج التي أفرزتها بحوث الاتصال وتجاربه العلمية، كما استفادت من بحوث الاتصال في تكوين نظرية فرعية تعكس تقليدية النموذج المستخدم من حيث تصوره لمفهومي الاتصال والعلاقات العامة، ويتم توضيح النظرية كما يلي:

1- نظرية ديسيل (الإرتفاع الصوتي): يقوم المنتسبون لهذه النظرية بتضخيم أهمية الأحداث ويجتهدون في كسب الإنتباه؛ من خلال إحداث الكثير من الضوضاء، بهدف خلق ظاهرة إعلامية شاملة في المجتمع كقيلة بإسماع الصوت المطلوب إلى الجمهور.

2- نظرية المعلومات المتناقصة: تؤكد هذه النظرية على السرية وعدم الظهور المكثف في التعامل في نقل الرسالة، ويعمل ممارسو العلاقات وفق هذه النظرية على افتراض أن ما "لايعرفه الناس لا يجلب لنا التصور"، ويعني هذا عدم تقدير هؤلاء الممارسين للضرر الذي يحدثه نقص الثقة.

3- نظرية لو كنت مكانهم: تفترض نجاح الاتصال إذا استطاع مراسلو المعلومات وضع أنفسهم مكان متلقي الرسالة، ويتولوا عملية الاتصال بشكل مناسب، وتتجاهل هذه النظرية ما توصله إليه البحوث الاتصالية الحديثة من أن الافراد يستجيبون بطرق مختلفة لنفس المعلومات.

4- نظرية النظم: يتفق معظم الباحثين على أن العلاقات العامة ليس فعلاً أو إدارة منفصلة أو جامدة ومحددة ببداية ونهاية، بل هي عملية ديناميكية مستمرة بشكل متواصل (محمد، 2007).

## العلاقة بين علم العلاقات العامة والعلوم الأخرى:

أسهمت العلوم الاجتماعية في نشأة وتطور العلاقات العامة بشكل فاعل، وارتبطت ارتباطاً وثيقاً جعل من الصعب فصلها عن العلاقات العامة، كما تحتاج ممارسة العلاقات العامة إلى التمتع بمعرفة جيدة بهذه العلوم، ويصعب على ممارس العلاقات العامة أداء مهامه دون هذه المعرفة، لأن العلاقات العامة تعتمد على العديد من العلوم في تطوير أساليبها وأدواتها، ويمكن توضيح العلاقة بين علم العلاقات العامة والعلوم الأخرى كالتالي:

1- علاقتها بالإدارة: تعتبر الإدارة عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستخدام الأفضل والفعال للموارد المادية والبشرية المتاحة؛ لتحقيق الأهداف بأفضل صورة ممكنة، وتعتمد على مجموعة من الوظائف وهي:

- التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة، ويعتبر باحثي العلوم الإدارية أن العلاقات العامة واحدة من وظائف الإدارة لكونها تمثل وظيفة إدارية مستقلة، شأنها شأن التخطيط والتوجيه والرقابة.
- 2- علاقتها بالإعلام: يعرف الإعلام بأنه النشاط الاتصالي الذي يهدف إلى تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية دون تحريف، وهذا النوع من الاتصال يعرف بالأحادي الاتجاه، أما اتصال العلاقات العامة فإنه ثنائي الاتجاه، كما أن العلاقات العامة تهدف من وراء العملية الاتصالية خلق رأي عام منسجم مع أهدافها، فاتصال العلاقات العامة اتصال إقناعي، بينما الاتصال الإعلامي اتصال موضوعي.
- 3- علاقتها بالاتصال: يعرف الاتصال بأنه عملية يتفاعل بها المرسل والمتلقي في سياق معين، يعد الاتصال في العلاقات العامة الركيزة الأساسية بجانب الإدارة، فممارسة كلا النشاطين في سياق بناء المؤسسة يعتبر النشاط الكامل للعلاقات العامة.
- 4- علاقتها بالرأي العام: يعرف الرأي العام بأنه اتفاق وجهة نظر الأغلبية حول موضوع أو قضية في وقت معين، وفي نطاق جغرافي محدد، وهذا ما تسعى له العلاقات العامة، وذلك من مسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تنشط به.
- 5- علاقتها بعلم النفس: العلاقات العامة تلزمها دراية واسعة بالتكوين النفسي للجمهور، واتجاهاته وسلوكه، وردود أفعاله اتجاه القضايا المختلفة (العدوي، 2011).

#### أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:

- 1- توسع وتعقد أعمال المؤسسات المختلفة والتي تضم أعداداً كبيرة من المتعاملين معها.
- 2- تنوع وتشابك العلاقات بين الأفراد والجماعات.
- 3- سهولة وسرعة الانتقال بالنسبة للأشخاص والأفكار نتيجة توافر وسائل النقل.
- 4- نمو العلوم الإنسانية التي تتناول الفرد والدوافع وراء سلوكه وتصرفاته.
- 5- انتشار التعليم؛ فزيادة أعداد المتعلمين تزداد الحاجة إلى نشر المعلومات والحقائق وممارسة نشاط العلاقات العامة.
- 6- زيادة قوة الفرد في المجتمع الحديث، فالشركات والحكومات تسعى دائماً إلى كسب الفرد والحصول على تأييده.

#### أهداف العلاقات العامة:

يمكن تحديد الأهداف العامة التي تسهم في تحقيق غاية العلاقات العامة ومنها:

- 1- ترقية أسباب التفاهم والانسجام الاجتماعي بين المصالح المختلفة.
- 2- زيادة فرص نجاح المؤسسة.
- 3- توعية الجماهير بأهداف المؤسسة.
- 4- تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى الموظفين.
- 5- تعديل الاتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى اتجاهات إيجابية بناءة.

6- يعتبر الاهتمام بالجمهور الداخلي وتوعية الجمهور الخارجي بأهمية وأهداف المؤسسة وزيادة فرص نجاح المؤسسة من أهم أهداف العلاقات العامة(محمد-2007):.

### وظائف العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة بأداء رسالتها في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية من خلال البرامج الإعلامية والتثقيفية والترفيهية، إضافةً إلى البرامج والخدمات التي تهدف إلى تذليل العقبات والمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجمهور، ويحدد الباحثون عدة مهام أو وظائف للعلاقات العامة تتمثل في:

1- البحث: هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو مشكلة لدراستها وتحليلها وفق أسس علمية للوصول إلى نتائج تخدم الظاهرة، ولقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور، ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت هناك طرق وأساليب علمية في دراسة اتجاهات الجماهير وجمع المعلومات والبيانات المختلفة لدراسة المشكلة، وتقوم الأبحاث بتحليل البرامج الإعلامية وتقديم مدى كفايتها ونجاحها في الوصول إلى الجماهير والتأثير فيها وفق مقاييس إحصائية(الدليمي، 2011).

2- التخطيط: تشمل عملية تضمين سياسات المؤسسة وبرامجها بما توصل إليه البحث العلمي من آراء وردود أفعال، ووضعها في شكل وبرامج ونشاطات وخطط تأخذ في عين الاعتبار المصالح المشتركة للمؤسسة وللجماهير(الصريرة، 2001).

3- الاتصال: هو جوهر أي برنامج للعلاقات العامة، والخطوات الأخرى تصمم لجعل هذه الخطوة فاعلة، وهو تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل المؤسسة أو خارجها باستخدام وسائل معينة خلال إطار موقفي لغرض التفاهم نحو تحقيق الأهداف، ويمكن تقسيم وسائل الاتصال في العلاقات العامة إلى أربعة مجموعات (سلطان، 2011):

أ. وسائل مقروءة: ومنها الصحف والمجلات والنشرات والملصقات.

ب. وسائل مسموعة: ومنها الإذاعة والندوات والمحاضرات والخطب والمؤتمرات.

ت. وسائل مرئية: ومنها التلفزيون والمعارض والصور.

ث. وسائل اللغة الصامتة: التي تعتمد على الإشارة والحركات الجسدية(عجوة، 2000).

4- التنسيق: تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة، وكذلك التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية، وتقوم بتأمين الاتصال الإعلامي اللازم مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة ونشاطاتها المختلفة ووظيفتها في خدمة المجتمع(فلحي، 2006).

5- التقييم: يمثل التقييم المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمرة، وتمثل عملية التحري العملي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المحتملة لتلافيها في الخطط المستقبلية بما يساهم في نجاح المؤسسة، وهذا يؤكد أن عملية التقييم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية والتغيرية، وهناك ثلاثة أنواع من عمليات التقييم وهي: التقييم السابق على التنفيذ، التقييم المتزامن مع التنفيذ، التقييم اللاحق للتنفيذ(الدليمي، 2005).

وتعتبر وظائف البحث، التخطيط، الاتصال، التنسيق، والتقويم من الوظائف الهامة في العلاقات العامة التي تناسب معظم المؤسسات، ويمكن أن يتم التعديل عليها وتطبيقها بناءً على أهداف وطبيعة عمل المؤسسة. ويرى (حجاب، 2007) أن وظائف العلاقات العامة تتمثل في:

يحدد كل باحث ومفكر وظائف للعلاقات العامة حسب ثقافته وفلسفته وحسب طبيعة المؤسسة، فحجاب يرى وظائف العلاقات العامة على النحو التالي:

- 1- تقديم الاستشارات والنصائح للإدارة العليا في المؤسسة.
- 2- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات.
- 3- مواجهة الأزمات الداخلية والخارجية التي تطرأ على المؤسسة ومحاربة الشائعات الضارة.
- 4- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- 5- إعداد التقارير السنوية عن أهم إنجازات وظيفية العلاقات العامة، وعن نتائج أعمال المؤسسة، ومركزها المالي في نهاية كل سنة.

#### العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

تقوم مختلف الحكومات على رضا الشعب، وتستمد قدرتها على الاستمرارية في ممارسة سلطاتها على تأييده ورضاه، لذلك تحرص الحكومة الديمقراطية على إقامة علاقات طيبة مع الشعب والحفاظ عليها، من خلال مده بمختلف المعلومات والحقائق عما تؤديه له من خدمات، مستخدمة في ذلك جميع وسائل الإعلام المتاحة والمعروفة تحت إشراف إدارة العلاقات العامة، وفي المقابل ينمو الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين، ويتم تحويلهم إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة (البخشونجي، 2018).

تقوم المؤسسات المختلفة -تنفيذية، تشريعية- بوظائف مهمة ومتعددة لخدمة الوطن والمواطن، وتتعامل مع الجمهور العام وتؤثر في حياته، وتعتبر المؤسسات الحكومية من أول أنواع المؤسسات التي أهتمت بالعلاقات العامة، وذلك لضخامة المؤسسات من حيث العاملين بها، وكذلك حاجتها للإعلام والنشر لتحقيق أهداف معينة ومتعددة، منها يتعلق بتوعية الجمهور وتعليمه وتنقيفه، وكسب ثقته وزيادة مشاركته الايجابية وتعاونه مع الأجهزة الحكومية (العتيبي، 2013)

#### وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

يحدد بعض الباحثين وظائف متعددة للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كالتالي:

- 1- وظيفة البحوث والدراسات: يقصد بها جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، وتنفيد الإدارة العليا من تلك البحوث والدراسات في رسم السياسات وتحقيق أهداف المنظمة بفاعلية.
- 2- الوظيفة الإعلامية المعلوماتية: تهدف إلى الجمهور بالقوانين والنظم الحكومية، إلى جانب إعلام صانعي السياسات بردود الأفعال السريعة للرأي العام.
- 3- الوظيفة الإقناعية: تهدف إلى إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة، أو اعتماد سياسات محددة.
- 4- الوظيفة الدفاعية أو التصحيحية: يقصد بهما حماية المؤسسة من أي هجوم إعلامي قد يقع عليها من الآخرين، أو نشر أخبار غير صحيحة حولها، وتستخدم في ذلك قنوات الاتصال الفعالة والمناسبة.

5- الوظيفة الاستشارية: تعمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية على تقديم المشورة إلى الإدارة العليا فترة وأخرى.

### وحدة العلاقات العامة والإعلام:

#### الرسالة:

تسعى وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الثقافة إلى التعريف بالأنشطة والفعاليات والخدمات التي تقدمها الوزارة وتطوير العلاقة مع مختلف شرائح المجتمع الفلسطيني عبر خلق حالة من الانسجام والتواصل المستمر بين مجتمع الوزارة الداخلي والجمهور الخارجي، وتعزيز العلاقة مع وسائل الإعلام المختلفة.

#### أقسام الوحدة:

أولاً: قسم العلاقات العامة.  
ثانياً: قسم الإعلام.

#### مهام قسم العلاقات العامة:

1. تقديم صورة مميزة عن الوزارة لدى جماهيرها المختلفة وحمايتها من الشائعات المغرضة.
2. تقديم كل ما يلزم من ترتيبات البروتوكول واستقبال الوفود الزائرة للوزارة.
3. تسهيل أعمال الاتصال والتواصل والأنشطة الخاصة بمكتب الوزير والوكيل والإدارات المختلفة في الوزارة.
4. التواصل مع المؤسسات والمراكز والمؤسسات الثقافية وتعزيز التعاون معها بما يخدم المجتمع الفلسطيني.
5. التواصل مع المؤسسات والمراكز الثقافية والعربية وتعزيز التعاون معها.
6. التواصل مع دوائر العلاقات العامة والإعلام في الوزارة والمؤسسات الحكومية المختلفة وتعزيز التعاون معها بما يخدم السياسات العامة للحكومة ويحقق أهدافها.
7. التنسيق للفعاليات والأنشطة المختلفة التي تعقدتها الوزارة، والمساهمة في الترتيب اللوجستي لتلك الفعاليات.
8. إبراز دور الوزارة في تعميق الثقافة الفلسطينية والاهتمام بشريحة المثقفين.
9. الاهتمام ببيئة العمل الداخلية وخلق مناخ إيجابي مشجع للوصول إلى أقصى درجات الرضا الوظيفي لدى الجمهور الداخلي.

#### مهام قسم الإعلام:

1. تعريف المجتمع الفلسطيني بالوزارة وأنشطتها ودورها في خدمة المجتمع الفلسطيني وشرائحه المختلفة.
2. التغطية الصحفية والإعلامية لكافة الأنشطة والفعاليات التي تعقدتها الوزارة.
3. تحقيق تواجد مميز للوزارة في كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.

4. توثيق الأنشطة والفعاليات المختلفة التي تصدرها الوزارة.
  5. جمع وأرشفة المواد الصحفية والإعلامية الخاصة بالوزارة المنشورة في وسائل الإعلام المختلفة.
  6. إصدار النشرات التي تبرز إنجازات الوزارة وأهم أنشطتها السابقة والمستقبلية.
- موقع وزارة الثقافة، 2019، متاح على الموقع [http://www.mc.ps/site/?page\\_id=3715](http://www.mc.ps/site/?page_id=3715)

### المبحث الثالث

#### الطريقة والإجراءات

##### تمهيد:

من أجل تحقيق هدف الدراسة -وهو معرفة واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً- تضمن هذا المبحث وصفاً لمنهج الدراسة، ومجتمعها وعينة الدراسة وطريقة اختيارها، كما يعطي وصفاً مفصلاً لأدوات الدراسة، صدقها وثباتها، وكذلك إجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية التي استخدمها الباحث في استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

##### منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، فهو المنهج المناسب لهذه الدراسة المسحية، وذلك لأن المنهج الوصفي المسحي الذي يعرف "بأنه أسلوب من أساليب التحليل المتركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معينة من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، كما يمكن تعريفه بأنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطويراً يشمل عدة فترات زمنية" (العروصي، 2015)، لهذا ارتأى الباحث أن المنهج الوصفي المسحي هو الأنسب لهذه الدراسة، ويحقق أهدافها بالشكل الذي يضمن الدقة والموضوعية.

##### مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة في رام الله/فلسطين، حيث بلغ عددهم ثلاثة موظفين، وتم اختيار أفراد مجتمع الدراسة بطريقة العينة القصدية؛ حيث أخذ بعين الاعتبار الخبرة والجنس والمؤهل العلمي والقدرة والاستعداد لتعبئة الاستبانة، وفهم مضمونها من قبل أفراد مجتمع الدراسة، بالإضافة إلى ضمان التنوع المطلوب كما يظهر في مجتمع الدراسة، وهذا ما يعرف بالقصد بغرض التمثيل، وقد تم توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة واسترجعت جميعها والجدول يبين وصف مجتمع الدراسة وخصائصها الديموغرافية تبعاً لمتغيراتها الضابطة.

جدول (2.3): توزيع مجتمع الدراسة تبعاً لمتغيراتها الضابطة بالأرقام والنسب المئوية بحسب متغيراتها الديموغرافية (ن=3).

1- توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع:

جدول رقم(1)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكر	1	33.3%
أنثى	2	66.7%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

جاءت نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور حيث بلغت نسبتهم 66.7%، في حين كانت نسبة الذكور 33.3%.

2- توزيع عينة الدراسة طبقاً للعمر:

جدول رقم(2)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للعمر

السن	ك	%
25 _ 17	-	-
40 _ 26	3	100%
41 فأكثر	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

جاءت الفئة العمرية من 26-40 سنة بنسبة مرتفعة 100%.

3- توزيع عينة الدراسة طبقاً للحالة الاجتماعية:

جدول رقم(2)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	ك	%
أعزب	1	33.3%
متزوج	2	66.7%
مطلق	-	-
أرمل	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

جاءت نسبة المتزوجين العاملين بالمرتبة الأولى 66.7%، في حين كانت نسبة فئة أعزب 33.3%.

4- توزيع عينة الدراسة طبقاً للمسمى الوظيفي:

جدول رقم(4)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للمسمى الوظيفي

طبقة المسمى الوظيفي	ك	%
إداري	1	33.3%
رئيس قسم	-	-
رئيس شعبة	-	-
مدير	2	66.7%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

جاءت نسبة المدراء أعلى من نسبة الفئات الأخرى حيث بلغت نسبتهم 66.7%، في حين كانت نسبة العاملين بشكل إداري 33.3%.

5- توزيع عينة الدراسة طبقاً للدورات التدريبية

جدول رقم(5)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للدورات التدريبية

الدورات التدريبية	ك	%
نعم	3	100%
لا	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

أن عينة الدراسة أخذت دورات بنسبة 100%.

6- توزيع عينة الدراسة طبقاً للدورات التدريبية

جدول رقم(6)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للدورات التدريبية

الدورات التدريبية	ك	%
أقل من سنة	1	33.3%
من سنة لأقل من 3سنوات	-	-
من 3 سنوات فأكثر	2	66.7%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن المدة الزمنية لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات وهي: من 3 سنوات فأكثر 66.7%، أقل من سنة 33.3%.

7- توزيع عينة الدراسة طبقاً المؤهل العلمي



### جدول رقم(7)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
ثانوية عامة	-	-
دبلوم	-	-
جامعي	2	66.7%
دراسات عليا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن المؤهل العلمي لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: جامعي 66.7%، دراسات عليا 33.3%.

### 5.3 أدوات الدراسة:

بعد إطلاع الباحث على عدد من الدراسات السابقة والأدوات المستخدمة فيها قام ببناء الإستبانة التي تكونت من خمسة أقسام كما هو موضح في الجدول:

جدول(3.3): يوضح أقسام أداة الدراسة الرئيسية

رقم القسم	عنوان القسم	عدد الفقرات
الأول	البيانات الشخصية	8
الثاني	المحور الثاني: الكشف عن مكانة العلاقات العامة	6
الثالث	المحور الثالث: نشاطات العلاقات العامة من أجل تحسين صورة المؤسسة	5
الرابع	المحور الرابع: الرضي الوظيفي لدى العاملين	4
الخامس	المحور الخامس: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة	7

وفيما يلي وصفاً تفصيلياً لبناء مقاييس الدراسة وخصائصها السيكومترية:  
مقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها  
وزارة الثقافة نموذجاً:

بعد الاطلاع على العديد من المقاييس العربية والأجنبية استخدم الباحث مقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً بصورته الأولية، ومن ثم تم تعديله ليصبح بصورته النهائية والمكون من (30) فقرة:

### 6.3 دلالات صدق وثبات مقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً.

لقد تحقق لمقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها دراسة حالة وزارة الثقافة دلالات الصدق والثبات الآتية:  
أولاً- صدق المحتوى:

تم عرض المقياس في صورته الأولية على عدد من المحكمين المتخصصين في المجال، وذلك لتعديل ما يرونه مناسباً على بنود المقياس، إما بالحذف أو الإضافة أو التعديل على الإستبانة بصورتها الأولية، وقد كانت نسبة موافقة المحكمين على فقرات المقياس لا تقل عن (85%)؛ مما يعني أن المقياس صالح لتطبيق على عينة الدراسة، وقد أصبح المقياس بصورته النهائية كما هو مبين في الملحق.

#### ثانياً- صدق البناء (صدق الاتساق الداخلي):

للتحقق من صدق بناء مقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً وباستخدام معامل التحليل العامل لقياس درجة التشبع (one factor analysis) تم استخراج قيم المعاملات كما هو مبين في الجدول.

قيم معاملات التحليل العامل (one factor analysis) لمقدار صدق الأداة ودرجة التشبع، وذلك لفقرات مقياس واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً.

رقم الفقرة	معامل التحليل العامل	رقم الفقرة	معامل التحليل العامل
1	0.90	16	0.93
2	0.94	17	0.86
3	0.84	18	0.84
4	0.84	19	0.84
5	0.86	20	0.92
6	0.89	21	0.84

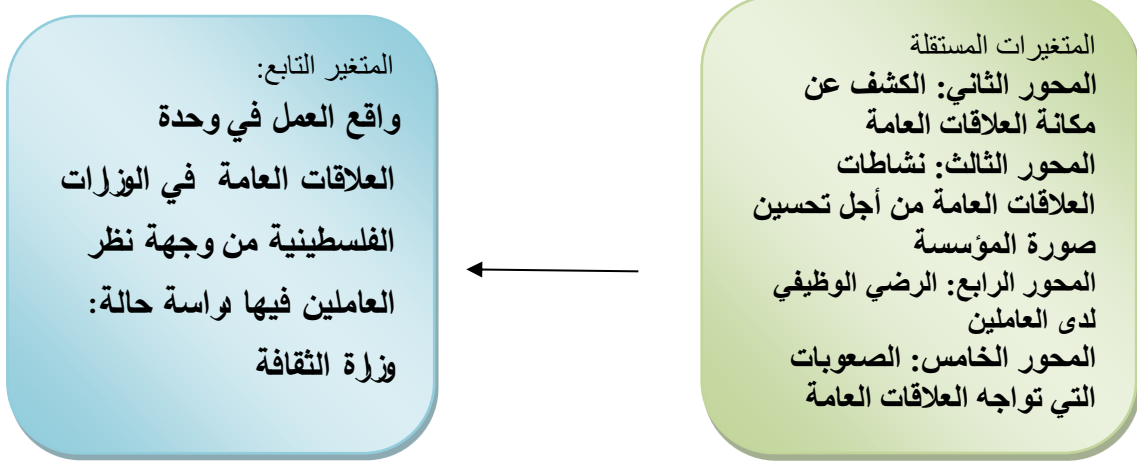
0.92	22	0.86	7
		0.93	8
		0.92	9
		0.92	10
		0.89	11
		0.86	12
		0.91	13
		0.86	14
		0.94	15

يلاحظ من البيانات الواردة في الجدول (5.4) أن قيم معاملات التحليل العاملي بين الفقرات ومقدار تشبع كل منها تراوحت ما بين (0.84-0.94)، وقد تم اعتماد معيار لقبول الفقرة بأن لا يقل معامل تشبعها ككل عن (0.50) (أبو فايد، 2016).

### 7.3 ثبات المقياس:

تم استخدام ثبات التجانس الداخلي (Consistency)، وهذا النوع من الثبات يشير إلى قوة الارتباط بين الفقرات في أداة الدراسة، ومن أجل تقدير معامل التجانس استخدم الباحث معادلة (كرونباخ ألفا) (CronbachAlpha) بحساب ثبات المقياس وبلغت (0.96)، وبلغت قيمة معامل (الاتساق الداخلي) للمقياس ككل (0.90)، ويرى الباحث أن هذه القيم تعد مؤشراً على ثبات المقياس بما يسمح باستخدامه لأغراض الدراسة الحالية.

## نموذج متغيرات الدراسة:



### 11.3 إجراءات الدراسة:

جرت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- 1- تحديد مجتمع الدراسة على أساس المسح الشامل، حيث قام الباحث بتحديد المجتمع وهو موظفي وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة الذي ستطبق عليها الدراسة؛ ومن ثم الحصول على الإذن بالسماح بتطبيق أدوات الدراسة من الجامعة.
- 2- بناء أدوات الدراسة من خلال مراجعة الأدب التربوي المنشور في هذا المجال، والإجراءات الملائمة التي قام بها الباحث.
- 3- حساب معايير الصدق والثبات لأدوات الدراسة.
- 4- تطبيق الأدوات على مجتمع الدراسة.
- 5- جمع البيانات وبالأخص عن تفاصيل مجتمع الدراسة
- 6- معالجة البيانات واستخلاص النتائج والتوصيات والمقترحات.

### 12.4 تصميم الدراسة:

عولجت نتائج الدراسة من خلال المتغيرات الآتية:

- 1- المتغيرات المستقلة:
  - أ. المحور الثاني: الكشف عن مكانة العلاقات العامة
  - ب. المحور الثالث: نشاطات العلاقات العامة من أجل تحسين صورة المؤسسة
  - ج. المحور الرابع: الرضي الوظيفي لدى العاملين
  - د. المحور الخامس: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة
- 2- المتغيرات التابعة: واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً.

#### 13.4 المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة قام الباحث بمراجعتها وذلك تمهيداً لإدخالها إلى الحاسوب، ورقمت البيانات بإعطائها أرقاماً معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى أخرى رقمية، وذلك في جميع أسئلة الدراسة، ثم أُجيب على أسئلة الدراسة، واختبرت فرضياتها باستخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- (1) أساليب الإحصاء الوصفي: كالتكرار، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- (2) قياس التجانس الداخلي (كرونباخ ألفا).
- (3) استخدم اختبار معامل التشبع.

#### المبحث الرابع

##### تحليل نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل وصفاً للنتائج التي نجمت عن هذه الدراسة، ومن أجل تسهيل عملية تفسير النتائج فقد اعتمدت الدراسة على النسب المئوية:

##### 1.4 النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس

ما واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً؟ ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمجالات الدراسة، والجدول التالي توضح ذلك:

##### نتائج الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العاملين في وزارة الثقافة، وتم جمع المعلومات من خلال صحيفة استقصاء حول واقع العمل في وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً، وقد صممت الإستمارة لهذا الغرض بما يحقق أهداف الدراسة وجاءت النتائج العامة للدراسة كالتالي:

\* هل تعتبر وحدة العلاقات العامة هي الجهة المكلفة بالاتصال الداخلي والخارجي بالوزارة

##### جدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة طبقاً الجهة المكلفة بالاتصال

الجهة المكلفة بالاتصال	ك	%
نعم	3	100%
لا	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن الجهة المكلفة بالاتصال لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: فئة نعم جاءت بنسبة 100%.

\* وحدة العمل التي يعمل بها في العلاقات العامة

جدول رقم(9)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لوحدة العمل

وحدة العمل	ك	%
الصحافة	2	66.7%
العلاقات الخارجية	1	33.3%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن وحدة العمل لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: وحدة الصحافة 66.7%، العلاقات الخارجية 33.3%.

أهمية موقع للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بالوزارة

جدول رقم(10)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهمية موقع للعلاقات العامة

أهمية موقع للعلاقات العامة	ك	%
نعم	3	100%
لا	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن عينة الدراسة أدت أهمية موقع العلاقات العامة بنسبة 100%.

\* لماذا تعد مهمة وحدة العلاقات العامة:

جدول رقم(11)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهميتها

أهمية العلاقات	ك	%
كونها على ارتباط مباشر بالوزير	2	66.7%
كونها تقوم بترتيبات الزيارات والأعمال للوزارة	-	-
كونها عنصر الاتصال الداخلي والخارجي	1	33.3%
أخرى تذكر	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن أهمية وحدة العلاقات العامة لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: كونها على ارتباط مباشر بالوزير بنسبة 66.7%، كونها عنصر الاتصال الداخلي والخارجي بنسبة 33.3% هل ترى أن وحدة العلاقات العامة تقوم بتنفيذ مهامها بفاعلية

#### جدول رقم(12)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لقيامها بمهامها

قيامها بالمهام	ك	%
نعم	3	100%
لا	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق أن العلاقات العامة تنفذ مهامها وفقاً لعينة الدراسة بنسبة 100% \* مهام التي تقوم بها وحدة العلاقات العامة في الوزارة:

#### جدول رقم(13)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمهامها

مهام العلاقات العامة	ك	%
الدفاع عن المؤسسة ضد أي هجوم	2	28.6%
المشاركة في اتخاذ القرارات	2	28.6%
كونها عنصر الاتصال الداخلي والخارجي	2	28.6%
شرح سياسة المؤسسة للجمهور الداخلي والعام	1	14.2%
التنسيق بين مختلف المصالح في الوزارة	-	-
أخرى تذكر	-	-
المجموع	7	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن المهام التي تقوم بها العلاقات العامة لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: الدفاع عن المؤسسة ضد أي هجوم بنسبة 28.6%، المشاركة في اتخاذ القرارات وفئة كونها عنصر الاتصال الداخلي والخارجي، وفئة شرح سياسة المؤسسة للجمهور الداخلي والعام جاءوا بنسبة 14.2%. هل تجد أن الرجل المناسب في مكانه المناسب في وحدة العلاقات العامة:

#### جدول رقم(14)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للرجل المناسب

المكان المناسب	ك	%
نعم	3	100%
لا	-	-

المجموع	3	%100
---------	---	------

تدل بيانات الجدول السابق أن الرجل المناسب في المكان المناسب جاءت بنسبة 100% هل تعتقد أن عدد العاملين كافي:

هل تعتقد أن عدد العاملين كافي:

#### جدول رقم(15)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لعدد العاملين

لعدد العاملين	ك	%
نعم	2	%66.7
لا	1	%33.3
المجموع	3	%100

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن عدد العاملين في العلاقات العامة لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: كافية بنسبة 66.7%، غير كافية بنسبة 33.3%.

\* ما طبيعة الجمهور الذي تتعامل معه العلاقات العامة:

#### جدول رقم(16)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة الجمهور

طبيعة الجمهور	ك	%
جمهور داخلي موظفين وعاملين	-	-
جمهور عام (مواطنين ومؤسسات)	-	-
الجمهور الداخلي والعام معا	3	%100
المجموع	3	%100

جاءت طبيعة الجمهور الذي تتعامل مع العلاقات العامة هو الجمهور الداخلي والعام بنسبة 100%

\* أهداف وحدة العلاقات العامة:

#### جدول رقم(17)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لاهداف العلاقات العامة

اهداف العلاقات العامة	ك	%
خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عن الوزارة	2	%50
تكوين علاقات جيدة بين الجمهور والوزارة	2	%50
تقريب وجهات النظر بين العاملين	-	-
اعلام الموظفين بمستجدات العمل	-	-
المجموع	4	%100



**تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:**

أن أهداف العلاقات العامة جاءت وفقاً لعينة الدراسة مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: تكوين علاقات جيدة بين الجمهور والوزارة وفئة خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عن الوزارة بنسبة 50%.  
\* الأشكال التي لها فاعلية أكثر في الاتصال:

**جدول رقم (18)**

توزيع عينة الدراسة طبقاً الأشكال الاتصالية

الأشكال الاتصالية	ك	%
الاتصال الشخصي	2	25%
الاتصال المطبوع	1	12.5%
الاتصال المرئي والمسموع	2	25%
الاتصال الإلكتروني	3	37.5%
المجموع	8	100%

**تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:**

أن أشكال الاتصال التي لها فاعلية وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: اتصال الإلكتروني بنسبة 37.5%، الاتصال المرئي والمسموع وفئة الاتصال الشخصي بنسبة 25%، الاتصال المطبوع بنسبة 12.5%

**\* النشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة:**

**جدول رقم (19)**

توزيع عينة الدراسة طبقاً لنشاطات لعلاقات العامة

نشاطات العلاقات العامة	ك	%
تنظيم الزيارات للمؤسسات الخارجية	2	33.3%
إقامة الحفلات الترفيهية	-	-
معالجة بعض مشاكل الموظفين	-	-
الإشراف على الدورات التدريبية	1	16.7%
كتابة وتحرير أخبار الوزارة	2	33.3%
القيام بمرافقة الوزير للتغطية الإعلامية	1	16.7%
المجموع	6	100%

**تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:**

أن النشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: تنظيم الزيارات للمؤسسات الخارجية وفئة كتابة وتحرير أخبار الوزارة بنسبة 33.3%، الإشراف على الدورات التدريبية وفئة القيام بمرافقة الوزير للتغطية الإعلامية بنسبة 16.7%.

هل يوجد ميزانية خاصة ب وحدة العلاقات العامة في الوزارة؟

جدول رقم(20)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لوجود ميزانية

وجود ميزانية	ك	%
نعم	2	66.7%
لا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن وجود ميزانية لوحدة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: بحاجة لميزانية بنسبة 66.7%، لا تحتاج ميزانية بنسبة 33.3%.  
هل الإمكانيات المادية المتوفرة كافية؟

جدول رقم(21)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لكفاية لموارد المالية

مدى الكفاية المالية	ك	%
نعم	1	33.3%
لا	2	66.7%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن مدى الكفاية المالية وحدة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: كافية بنسبة 33.3%، غير كافية بنسبة 66.7%.  
هل الراتب يتوافق مع طموحاتك؟

جدول رقم(22)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لكفية الراتب

مدى كفاية الراتب	ك	%
نعم	-	-
لا	3	100%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن الراتب لا يتوافق مع طموحات عينة الدراسة بنسبة 100%.  
هل تهتم وحدة العلاقات العامة بمعرفة مدى مناسبة أجواء العمل من الناحية المعنوية للعاملين

جدول رقم(23)

توزيع العينة طبقاً مدى مناسبة أجواء العمل

مدي مناسبة أجواء العمل	ك	%
نعم	2	66.7%
لا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن مدى مناسبة أجواء العمل في وحدة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: نعم بنسبة 66.7%، لا بنسبة 33.3%.  
ما هي الجوانب التي يهتم الموظف بمعرفتها؟

جدول رقم(24)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى معرفة الموظف

معرفة الموظف	ك	%
نشر الاحترام بين الموظفين	2	66.7%
الاهتمام بشؤون الموظف	-	-
القضاء على المشاحنات بينهم	-	-
المساواة في العمل	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن وظائف وحدة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: نشر الاحترام بين الموظفين بنسبة 66.7%، المساواة في العمل بنسبة 33.3%.  
هل ترجع الإدارة العليا ل وحدة العلاقات العامة في اتخاذ القرار؟

جدول رقم(25)

توزيع العينة طبقاً لمدى مشاركة العلاقات العامة بالقرار

مشاركة العلاقات العامة بالقرار	ك	%
نعم	2	66.7%
لا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن الإدارة العليا ترجع ل وحدة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: نعم بنسبة 66.7%، لا بنسبة 33.3%.  
هل تساهم العلاقات العامة في حل المشاكل أثناء حدوث أزمات في الوزارة

جدول رقم(26)

توزيع العينة طبقاً لمدى مشاركتها في حل المشاكل

دورها حل المشاكل	ك	%
نعم	2	66.7%
لا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن مدى مشاركة العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: نعم بنسبة 66.7%، لا بنسبة 33.3%.

هل توجد مشاكل وصعوبات تواجه العاملين في العلاقات العامة؟

جدول رقم(27)

توزيع العينة طبقاً لمشاكل تواجه العاملين

مشاكل تواجه العاملين	ك	%
نعم	2	66.7%
لا	1	33.3%
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن مدى وجود مشاكل للعاملين في العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: نعم بنسبة 66.7%، لا بنسبة 33.3%.

ما هي المشاكل والصعوبات؟

جدول رقم(28)

توزيع العينة طبقاً للمشاكل والصعوبات

المشاكل والصعوبات	ك	%
نقص الخبرة لدى موظفي حلية الاتصال	-	-
نقص الإمكانيات المادية	3	100%
عدم وجود شخصية قادرة على إدارة ال وحدة	-	-
صعوبات التعامل مع الجمهور الداخلي	-	-
المجموع	3	100%

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن طبيعة المشاكل في العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت نقص الإمكانيات المادية بنسبة 100%

\* كيف يتم التعامل مع هذه المشاكل

جدول رقم(29)

توزيع إجابات العينة طبقاً للتعامل مع المشاكل

التعامل مع المشاكل	ك	%
عمل اجتماعات طارئة مع الإدارة لحل الأزمات	-	-
الاستشارة بخبير في العلاقات العامة	1	33.3
الاجتماع مع العاملين في ال وحدة والقيام بحلها	2	66.7
المجموع	3	%100

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن طبيعة التعامل مع مشاكل للعاملين في العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: الاجتماع مع العاملين في الوحدة والقيام بحلها بنسبة 66.7%، الاستشارة بخبير في العلاقات العامة بنسبة 33.3%.

\* هل يتم توفير تدريبات للعاملين لتطوير مهاراتهم:

جدول رقم(30)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لتوفير تدريبات للعاملين

توفير دورات للعاملين	ك	%
نعم	2	%100
لا	-	-
المجموع	2	%100

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن العاملين في العلاقات العامة يتلقون تدريبات لتطوير مهاراتهم بنسبة 100% .  
طبيعة التدريبات التي يتم تنظيمها لتطوير أداء العاملين في وحدة العلاقات العامة.

جدول رقم(31)

توزيع إجابات العينة طبقاً لطبيعة التدريبات

طبيعة التدريبات	ك	%
دورات في إدارة الأزمات	1	%20
ورش عمل في إدارة الوقت	1	%20
دورات في التحرير الصحفي	1	%20
التدريب ضمن مؤسسات خارجية متخصصة	2	%40
المجموع	5	%100

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن طبيعة التدريبات للعاملين في العلاقات العامة وفقاً لعينة الدراسة جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي: التدريب ضمن مؤسسات خارجية متخصصة بنسبة 40%، دورات في إدارة الأزمات وفئة ورش عمل في إدارة الوقت وفئة دورات في التحرير الصحفي وفئة التدريب ضمن مؤسسات خارجية متخصصة جاؤوا بنسبة 20%.

## المبحث الخامس

### النتائج والتوصيات

أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- 1- كشفت الدراسة عن ممارسة وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة للتوظيف بشكل عادي جداً وهذا يشير إلى عدم امتلاك الوحدة للبيانات والمعلومات اللازمة لممارسة هذه الوظيفة.
- 2- يتجنب موظفو وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة العمل بالتخطيط طويل المدى أو متوسط المدى ولذلك فإن ممارسة العمل لديهم تقوم على التخطيط الآني.
- 3- يمارسون عملية الاتصال والتواصل مع المؤسسات الأخرى أو الأفراد بشكل جيد لكن دون الرضا التام عن وظيفتهم وذلك بسبب تدني الراتب.
- 4- ممارستهم لعملية الاتصال والتواصل تقوم على أساسات علمية وعملية حيث يستخدمون أغلب وسائل الاتصال ويستفيدون من وسائل التكنولوجيا.
- 5- لا يقيمون أعمالهم إلا في حال وجود رقابة على الأعمال.
- 6- هناك أهمية واضحة لوحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة كونها وزارة حيوية.
- 7- يحرص موظفو وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة على تأييد المراجعين وحرصها على الإعلام عن أهداف والوزارة ونشاطاتها وحرصها على كسب ثقة الأفراد.
- 8- يلاحظ أنه هناك ضعف في مشاركة الموظفين في الاجتماعات الدورية بالإضافة إلى ضعف لدى العلاقات العامة في متابعة الشكاوي والمقترحات المطروحة من قبل العاملين وضعف أيضاً في تنبني مفهوم صندوق الشكاوي والاقتراحات الخاصة بالموظفين.

### التوصيات:

- في ضوء تحليل نتائج الدراسة يقترح الباحث مجموعة من التوصيات وذلك كما يلي:
- 1- العمل على تعزيز اهتمام وحدة العلاقات العامة في وزارة الثقافة وخصوصاً موظفو إدارة العلاقات العامة على إيجاد وسائل اتصال أكثر فاعلية مع الجمهور للتعرف على مشاكلهم ومقترحاتهم والعمل على معالجتها والرد على استفساراتهم باستمرار ودراسة مقترحاتهم وأخذها على محمل الجد.
  - 2- إعطاء اهتمام أكبر فيما يتعلق بإعلام جمهور وزارة الثقافة عن أنشطتها وبرامجها المتنوعة من خلال استخدام وسائل تعريفية متنوعة وغير تقليدية لتعريف الجمهور بأنشطة وخدمات وزارة الثقافة المختلفة.
  - 3- على وحدة العلاقات العامة العمل على وضع خطط وبرامج هدفها الأساسي هو تعزيز ثقة الجمهور بوزارة الثقافة وخلق نوع من تقبل الجمهور لهم.

- 4- زيادة الاهتمام بنقل وتوضيح أنواع الخدمات المقدمة للأفراد كل حسب فئته وعمله من خلال برامج تعريفية ونشرات خاصة بالخدمات المقدمة لكل فئة والمزايا التي تتمتع بها كل فئة والعمل على إيصال هذه المزايا وتعريفها للجمهور وبالتالي توصيلها إلى الجهات المعنية في الوزارة.
- 5- العمل على تعريف الجمهور بكل ما هو جديد من خدمات جديدة تقوم وزارة الثقافة بإصدارها والاهتمام بنشر تفاصيل هذه الخدمات لكافة فئات جمهور وزارة الثقافة العمل على تعزيز عملية التخطيط الدوري والبدء بتنفيذها وتطويرها بما يتلائم مع احتياجات وزارة الثقافة.

### المراجع

1. أبو قحف، عبد السلام، (2001) هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
2. أحمد أبو السعيد وآخرون، (2018) دور القائم بالاتصال في العلاقات العامة في المنظمات الأهلية نحو معاقبي الإنتفاضة مجلة جامعة الأقصى، مج12، ع1، يناير 2018
3. أحمد، شاذلي، (2015)، فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية؛ رسالة ماجستير، جامعة د.مولاي الطاهر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
4. البخشونجي، حمدي عبد الحارس، (2018)، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية.
5. برغوث، علي، (2007)، العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
6. بن عامر، إيمان، (2017)، دور العلاقات العامة في تنشيط السياحة الداخلية دراسة حالة لوكالات السياحة في سعيدة، رسالة ماجستير، جامعة د. مولاي الطاهر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
7. الجحني، علي بن فايز، (2006)، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض.
8. جودة، محمد، (2006)، العلاقات العامة ممارسات ومفاهيم ط.4، دار زهران، عمان.
9. جودة، نبيلة محمود إسماعيل (2011)، نموذج مقترح لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء، رسالة ماجستير، عمادة الدراسات العليا جامعة القدس.
10. حجاب، محمد منير، (2007)، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
11. حجاب، محمد منير ووهبي، سحر محمد، (2000)، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
12. حمدان، عماد الدين، (2016)، تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية، رسالة ماجستير، جامعة القدس، أبو ديس.
13. الدليمي، عبد الرازق، (2005)، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان.
14. الزعبي، علي وبدر، مروان، (2019)، إدارة العلاقات العامة مدخل صناعة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية، الأردن.

15. سلطان، محمد صاحب، (2011)، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة، عمان.
16. العتيبي، عمار، (2013)، دور العلاقات العامة في تحقيق أهدافها من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير، جامعة نايف، الرياض.
17. عوجة، علي، (2001)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، علم الكتب، القاهرة.
18. العدوي، فهمي محمد، (2011)، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، عمان.
19. فلحي، محمد جاسم، (2006)، العلاقات العامة والرأي العام، الأكاديمية العربية، الدنمارك.
- ([http://www.ao-academy.org/wesima\\_articles/library-20060114-331.htm](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060114-331.htm), 22/3/2010)
20. محمد، عبد الفتاح، (2007)، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
21. موقع وزارة الثقافة، 2019، متاح على الموقع [http://www.mc.ps/site/?page\\_id=3715](http://www.mc.ps/site/?page_id=3715)

### الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

أداة البحث

إعداد

محمد البريم

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان: "واقع عمل وحدة العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين فيها وزارة الثقافة نموذجاً"، ولتحقيق هذا الغرض تم استخدام الاستمارة، فيرجى التكرم بوضع علامة (√) والإجابة عن جميع فقرات الاستمارة في المكان الذي يعبر عن رأيكم بكل أمانة وموضوعية من خلال عملكم وتجربتكم في دائرة العلاقات العامة في وزارة الثقافة، علماً بأن استجابتك سوف تخدم أغراض البحث العلمي وستعامل بسرية تامة، وللتوضيح فإن الباحث يقصد بالعلاقات العامة في وزارة الثقافة من وجهة نظر العاملين فيها من أجل معرفة واقع الدائرة.

ملاحظة: إذا كان أي من أسئلة الاستمارة غير واضحة بإمكانك طلب المساعدة من المشرف على عملية التطبيق.



النوع:						-1
( )	أُنثى			ب	( )	ذكر
السن:						
( )	ج	41 فأكثر	( )	ب	25 _ 17	أ
الحالة الاجتماعية:						
( )	متزوج			ب	( )	أعزب
( )	أرمل			د	( )	ج
التخصص الدراسي:						
المسمى الوظيفي:						-5
( )	رئيس قسم			ب	( )	إداري
( )	مدير			د	( )	رئيس شعبة
هل حصلت على دورات تدريبية في مجال العلاقات العامة؟						
( )	لا			ب	( )	أ نعم
7- المدة الزمنية بالعمل						
( )					( )	أ أقل من سنة
( )					( )	ب من سنة لأقل من 3 سنوات
( )					( )	ج من 3 سنوات فأكثر
8- المؤهل العلمي						
( )	دبلوم			ب	( )	أ ثانوية عامة
( )	دراسات عليا			د	( )	ج جامعي

المحور الأول : البيانات الديمغرافية				
ضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة :				
1-	النوع:			
أ	ذكر	( )	ب	أنثى ( )
2-	السن:			
أ	17 _ 25	( )	ب	26 _ 40 ( )
ج	41 فأكثر	( )	د	ج ( )
3-	الحالة الاجتماعية:			
أ	أعزب	( )	ب	متزوج ( )
ج	مطلق	( )	د	أرمل ( )
4-	التخصص الدراسي:			
5-	المسمى الوظيفي:			
أ	إداري	( )	ب	رئيس قسم ( )
ج	رئيس شعبة	( )	د	مدير ( )
6-	هل حصلت على دورات تدريبية في مجال العلاقات العامة؟			
أ	نعم	( )	ب	لا ( )
7-	المدة الزمنية بالعمل			
أ	أقل من سنة	( )		
ب	من سنة لأقل من 3 سنوات	( )		
ج	من 3 سنوات فأكثر	( )		
8-	المؤهل العلمي			
أ	ثانوية عامة ( )	ب	دبلوم ( )	
ج	جامعي ( )	د	دراسات عليا ( )	

الإستمارة الميدانية

المحور الثاني: الكشف عن مكانة العلاقات العامة

1. هل تعتبر دائرة العلاقات العامة هي الجهة المكلفة بالاتصال الداخلي والخارجي بالوزارة؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

2. في أي دائرة تعمل في دائرة العلاقات العامة؟

أ-الصحافة ( )

ب-العلاقات الخارجية ( )

ج-أخرى تذكر .....

3. هل للعلاقات العامة موقع مهم في الهيكل التنظيمي بالوزارة؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

4. في حالة الإجابة بنعم لماذا تعد مهمة دائرة العلاقات العامة؟

- أ-كونها على ارتباط مباشر بالوزير ( )  
ب-كونها تقوم بترتيبات الزيارات والأعمال للوزارة ( )  
ج-كونها عنصر الاتصال الداخلي والخارجي ( )  
د- أخرى ( )

5. هل ترى أن دائرة العلاقات العامة تقوم بتنفيذ مهامها بفاعلية؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

6. من المهام التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة في الوزارة:

- أ-الدفاع عن المؤسسة ضد أي هجوم ( )  
ب-المشاركة في اتخاذ القرارات ( )  
ج-شرح سياسة المؤسسة للجمهور الداخلي والعام ( )  
د-التنسيق بين مختلف المصالح في الوزارة ( )  
هـ-أخرى تذكر .....

المحور الثالث: نشاطات العلاقات العامة من أجل تحسين صورة المؤسسة

7. هل تجد أن الرجل المناسب في مكانه المناسب في دائرة العلاقات العامة؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

8. من خلال اطلاعك على عمل العلاقات العامة هل تعتقد أن عدد العاملين كافي؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

9. ما هي طبيعة الجمهور الذي تتعامل معه العلاقات العامة؟

- أ-جمهور داخلي موظفين وعاملين ( )  
ب-جمهور عام (مواطنين ومؤسسات) ( )  
ج-الجمهور الداخلي والعام معا ( )

10. ما هي أهداف دائرة العلاقات العامة؟

- أ-خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عن الوزارة ( )  
ب-تكوين علاقات جيدة بين الجمهور والوزارة ( )  
ج-تقريب وجهات النظر بين العاملين ( )

د-إعلام الموظفين بمستجدات العمل ( )

11. هل ترى أن دائرة العلاقات العامة تقوم بتنفيذ مهامها بفعالية؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

12. ما هي النشاطات التي تقوم بها داخل دائرة العلاقات العامة؟

أ-تنظيم الزيارات للمؤسسات الخارجية ( )

ب-إقامة الحفلات الترفيهية ( )

ج-معالجة بعض مشاكل الموظفين ( )

د-الإشراف على الدورات التدريبية ( )

ه-كتابة وتحرير أخبار الوزارة ( )

و-القيام بمرافقة الوزير للتغطية الإعلامية ( )

ز-أخرى تذكر .....

المحور الرابع: الرضي الوظيفي لدى العاملين

13. هل يوجد ميزانية خاصة بدائرة العلاقات العامة في الوزارة؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

14. هل تعتقد أن الإمكانيات المادية المتوفرة لدائرة العلاقات العامة كافية؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

15. هل ترى أن الراتب مجزي ويتوافق مع طموحاتك؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

16. هل تهتم دائرة العلاقات العامة بمعرفة مدى مناسبة أجواء العمل من الناحية المعنوية للعاملين؟

أ-نعم ( )

ب-لا ( )

17. في حالة الإجابة بنعم ما هي الجوانب التي تهتم بمعرفتها؟

أ-نشر الاحترام بين الموظفين ( )

- ب-الاهتمام بشؤون الموظف ( )  
ج-القضاء على المشاحنات بينهم ( )  
د-المساواة في العمل ( )

المحور الخامس: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة

18. هل ترجع الإدارة العليا لدائرة العلاقات العامة في اتخاذ القرارات؟

- أ-نعم ( )  
ب-لا ( )

19. هل تساهم العلاقات العامة في حل المشاكل أثناء حدوث أزمات في الوزارة؟

- أ-نعم ( )  
ب-لا ( )

20. هل توجد مشاكل وصعوبات تواجه العاملين في العلاقات العامة؟

- أ-نعم ( )  
ب-لا ( )

21. إذا كانت إجابتك بنعم ما هي تلك الصعوبات؟

- أ-نقص الخبرة لدى موظفي حلية الاتصال ( )  
ب-نقص الإمكانيات المادية ( )  
ج-عدم وجود شخصية قادرة على إدارة الدائرة ( )  
د-صعوبات التعامل مع الجمهور الداخلي ( )

22. كيف يتم التعامل مع هذه المشاكل؟

- أ-عمل اجتماعات طارئة مع الإدارة لحل الأزمات ( )  
ب-الاستشارة بخبير في العلاقات العامة ( )  
ج-الاجتماع مع العاملين في الدائرة والقيام بحلها ( )  
د-أخرى تذكر .....

23. هل يتم توفير تدريبات للعاملين لتطوير مهاراتهم؟

- أ-نعم ( )  
ب-لا ( )

24. ما طبيعة التدريبات التي يتم تنظيمها لتطوير أداء العاملين في دائرة العلاقات العامة؟

- ( ) أ- دورات في إدارة الأزمات
- ( ) ب- ورش عمل في إدارة الوقت
- ( ) ج- دورات في التحرير الصحفي
- ( ) د- التدريب ضمن مؤسسات خارجية متخصصة
- هـ- أخرى تذكر .....