

مهارات التفاوض لدى العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وزارة الكهرباء ووزارة النقل أمودجا

د. هدى مالك شبيب
جامعة بغداد- كلية الإعلام

المستخلص

تناول هذا البحث موضوعة مهارات التفاوض لدى العاملين في اقسام العلاقات العامة وهي واحدة من مهارات عديدة يفترض ان تكون متوفرة لدى هؤلاء العاملين وهذه المهارات مجتمعه تساعد في ايجاد عمل اقسام العلاقات العامة واعطائها دوراً مهماً وحيوياً. ضمن الادوار التي توزع في اقسام اية مؤسسة حكومية كانت او غير حكومية اذ تعد مهارة التفاوض من المهارات التي تحتاج الى ذكاء ولباقة وثقافة ومعلومات قوة ملاحظة وسرعة بديهة ومعرفة كيفية توظيف وسائل الاتصال للوصول الى المعلومة التي تفيذ في الوصول الى نتائج مرضية في اية مفاوضات تدخلها الدائرة. وعلى هذا الاساس تناولت الباحثة هذا الموضوع لكونه لم يحظ باهتمام العاملين في العلاقات العامة اذ اعتادوا على ادوار وظيفية بعيدة عن عملهم الاساس بينما تكلف الاقسام الاخرى بعمليات تفاوضية دون اشراك العاملين في العلاقات في متابعة المفاوضات. ومن اجل ذلك حاولت الباحثة لفت نظر الباحثين في مجال العلاقات العامة الى ضرورة تدريس هذه المهارة ومن ثم تسليط الضوء على اهمية تطبيقها عمليا بعد ان يزج الطلبة في معزل الحياة العلمية. ومن اجل الوصول الى معلومات دقيقة حول الموضوع اعتمدت الباحثة المنهج المسحي من خلال اعداد استمارة استبانة تتضمن مجموعة من الاسئلة التي صيغت بطريقة علمية ووجهت الى العاملين في وزارتي النقل والكهرباء والذي بلغ عددهم (٤٥) عاملاً ممثلين لمجتمع البحث. وقد توصلت الباحثة الى استنتاجات مهمة بهذا الشأن منها ان اغلب العاملين لم يشاركوا في عمليات تفاوضية وقد رأى اغلبهم سبب ذلك هو عدم قناعة الادارات العليا باهمية عملهم حيث تتعمد الادارات ابعادهم عن هذه الادوار المهمة.

The employees> negotiation skills In the public relations department The ministries of electricity & the Transportation as an example

Dr. Huda M.Shebeeb

Public relations College of media

Researcher

The employee in the public departments. Have many skills to qualify them working successfully in many fields due to the characteristics & marks hasn't be owned by the other in another departments because his skill is specialized in his field. But the workers public relations has developed skills which makes them ready to log in & participation in many important operations & activities like the operation of negotiation (the subject of research).

Especially, that the Iraq ministers has raised in the field of the social activity after the year of 2003, that the whole ministries has came as a remarkable from in opening on the local, Arabic & international companies & organization in order to ratification the contracts, investments & tenders which is necessary to demand the participation of many sides in the operation of negation in order to get it as a successful operation too serve the commonweal. The first of the participants is the expert guy and the persons who has special features makes them agreeable which accords the most on the workers on the public relations, especially their possessions by the two skills: contact & convection.

The one who regards the roles of these departments will find that the roles given to them are so simple & limit tasks, although but it doesn't get out from the zone of organization of the conferences> arrangement prepare the requirements for the celebratio++++ns, dealing with the journals correspondents & prepare a humble brochures. From this point on, the researcher had this study which analyses how far the employess> participation in those departments in the Iraqi ministries in important works which touches the facility or the ministry & effects on its place & reputation like the negotiation works with the both of interior & exterior sides & the reasons of their exile from these negotiations. On this base, the researcher has used the descriptive study & the cadastral method in order to get the exact information>s by questionnaire from as questions posed to the workers in the ministries of the oil & electricity. And after analyzing the answers & their accurate study the researcher had concluded that the most of employees never participated in any negotiate operation & if some one has participated in one like this operations, his participation had defined in some marginal affaaairs. It's been clear that reason behind this is the high authorities because the non-convention in their ability In these departments.

المدخل:-

يملك العاملون في مجال العلاقات العامة مهارات عديدة تؤهلهم للعمل بنجاح في مجالات متنوعة لكونهم يتسمون بسمات وصفات لا يملكها أي موظف آخر تكون مهارته محصورة في اختصاصه فقط . بينما يجمع موظف العلاقات العامة معلومات عن كل اختصاصات دائرته أو مؤسسته التي يعمل بها . فهو الملم بكافة المهارات التي تؤهله للدخول والمشاركة في نشاطات وعمليات عديدة أهمها عملية التفاوض (موضوع البحث).

وخصوصا وان الوزارات العراقية قد تصاعد نشاطها وعلاقتها بالمجتمع الخارجي بعد عام ٢٠٠٣ . إذ أقبلت وبشكل ملفت للنظر على الانفتاح على الشركات والمنظمات العربية والعالمية والمحلية لغرض إبرام العقود والاستثمارات والمناقصات مما يستدعي مشاركة أطراف عديدة في عملية التفاوض لغرض إنجاحها خدمة للمصلحة العامة . وأول المشاركين هم من ذوي الاختصاص ثم من الذين يتمتعون بمهارات محددة تنطبق أكثر ما تنطبق على الممارسين في مجال العلاقات العامة للسمات والخصائص التي يتمتعون بها وأولها مهارات الاتصال والإقناع.

أولاً : الإطار المنهجي:-**(١) مشكلة البحث :**

ان المتتبع لخصائص وسمات المفاوضين الذين يشاركون في عمليات تفاوضية في الوزارات والمؤسسات يجد أن اغلب سماتهم تنطبق وتتماشى مع سمات ممارسي العلاقات العامة ما يشجع على زجهم في مثل هذه الأعمال المهمة التي تقوم بها الإدارات العليا في تلك الدوائر ما يعطي أهمية مضافة إلى أهمية عمل أقسام العلاقات العامة التي وجدت الباحثة مثلما وجد زملاؤها الذين اجروا دراسات حول طبيعة عمل أقسام العلاقات العامة في الوزارات بأن الوظائف والأدوار التي يقومون بها محدودة جدا وان اختلفت من وزارة إلى أخرى فأغلبها لا يخرج عن نطاق تنظيم المؤتمرات والحفلات وتهيئة أخبار ونشاطات الوزارات لمدوبي الصحف وإعداد نشرات متواضعة بينما يسعى موظفو العلاقات العامة في كافة دول العالم المتطورة لأخذ مواقعهم التي يستحقونها في إدارة المؤسسة وتنظيم عملها فضلا عن تكوين الصورة الذهنية الحسنة أو الحفاظ على سمعة المؤسسة أو تغيير اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة.

ومن هذا المنطلق وبعد التحري والسؤال وجدت الباحثة إن العاملين في أقسام العلاقات العامة غالبا ما يستبعدون من المشاركة في عملية التفاوض لا بل إن بعضهم لا يعلم ما هي الموضوعات التي تتفاوض بها دائرته مع الأطراف الأخرى. مما يلحق غبنا بالعاملين في العلاقات العامة لأن ذلك يعطي مؤشرا على عدم إيمان الإدارات العليا بمقدرة وكفاءة العاملين في العلاقات لديهم .

وعلى هذا الأساس وضعت الباحثة تساؤلات تحدد مشكلة البحث وهي :-

(١) ما حجم مشاركة العاملين في العلاقات العامة في الوزارات العراقية في عمليات المفاوضات

التي تجري بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والمؤسسة وجمهورها الخارجي ؟

(٢) لماذا يستبعد موظفو العلاقات العامة عن المشاركة في هذه العمليات المهمة؟

(٣) هل الإدارات العليا سبب في ابعادهم عن العمليات التفاوضية ؟

٤) هل التحصيل الدراسي و الخبرة والاختصاص التي يتطلبها التفاوض هي سبب في إبعادهم عن المشاركة؟

٢) أهمية البحث :-

بسبب التجاهل والإهمال وعدم اهتمام المجتمع المحلي بدور أقسام العلاقات العامة وأهميته في الحصول على منافع إضافية للدولة و المجتمع والمؤسسات فان ذلك قد انعكس سلباً على طبيعة عمل ممارسي العلاقات العامة بسبب ضعف الروابط بين الإدارة العليا وبينهم من جهة وعدم الثقة بالمكاسب الايجابية التي يمكن أن تفوز بها المؤسسة جراء أعمال أقسام العلاقات العامة من جهة أخرى. وعليه فان أهمية البحث تنحصر في ضرورة البحث عن أدوار وظيفية أخرى لموظفي العلاقات العامة غير تلك التي اعتادوا على تأديتها من اجل الارتقاء بعملهم والاستفادة القصوى من قدراتهم لمصلحة المجتمع والدولة . كما تنحصر الأهمية لكون مهارات التفاوض لدى ممارس العلاقات من المهارات التي جَاهلها الباحث قبل الإداري إذ لم تذكر هذه المهارة في أي بحث يتعلق بالعلاقات العامة على مستوى أساتذة كلية الإعلام جامعة بغداد أو غيره من الكليات في العراق وخارجه . لذا حاولت الباحثة في بحثها المتواضع أن تشد أنظار الباحثين إلى هذا الموضوع وتدعوهم لإدراجه ضمن الأدوار الوظيفية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة.

٣) أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف أبرزها:

- ١- معرفة حجم مشاركة ممارسي العلاقات العامة في الوزارات العراقية في العمليات التفاوضية.
- ٢- تحديد أنواع المشاركات التفاوضية فيما لو كانت مع الجمهور الداخلي للوزارات أم مع الجمهور الخارجي.
- ٣- تسليط الضوء على مدى إجادة العاملين في أقسام العلاقات العامة لمهارات التفاوض.
- ٤- تشخيص الأسباب التي تدفع بالإدارات العليا لإبعاد الموظفين العاملين في أقسام العلاقات العامة في أعمال مهمة مثل التفاوض.
- ٥- الكشف عن الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة فيما لو تم زجهم في بعض العمليات التفاوضية .

٤- منهج البحث :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على جمع البيانات وتصنيفها وتقسيمها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها^(١).

وبناءً على نوع مشكلة البحث والمنهج المتفق معها فقد اعتمدت الباحثة المنهج المسحي الذي تعد جهداً عملياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف لظاهرة موضوع البحث إذ تؤخذ هذه الدراسة فرصة لرصد خصائص الظاهرة وصف دقيق لطبيعتها ومشكلاتها وتفصيلها^(٢).

٥- الأدوات العلمية:

وفقاً لمتطلبات المنهج الذي اعتمدته الباحثة في هذا البحث فقد قامت باستخدام استبانة

للحصول على معلومات كافية ودقيقة التي تمكنها من الوصول إلى تحديد المشكلة (موضوع البحث) بعد وضعها عدة تساؤلات موجهة للعاملين في أقسام العلاقات العامة في الوزارات العراقية للكشف عن المشكلة المحددة وأسبابها وطريقة معالجتها. وقد عرضت الباحثة الاستمارة على مجموعة من الخبراء .

٦- مجتمع البحث: يتحدد مجتمع البحث من خلال مجالات ثلاثة وهي الزماني والمكاني والبشري وبخصوص هذا البحث فإن مجالاته هي :

١- المجال المكاني: اختارت الباحثة وزارتي الكهرباء ووزارة النقل مكانا لإجراء الدراسة الميدانية.

٢- المجال البشري : اختارت الباحثة العاملين في أقسام العلاقات العامة في وزارتي الكهرباء و النقل

وقد بلغ عددهم (١٥) مبحوثاً من وزارة الكهرباء و (٣٠) مبحوثاً من وزارة النقل ليبلغ المجموع الكلي (٤٥) مبحوثاً. أي اعتمدت الباحثة أسلوب الحصر الشامل .

ثانياً : الإطار النظري:-

١- التفاوض ، التعريف والمفهوم:-

يعرف التفاوض بأنه حوار بين طرفين أو أكثر بهدف الوصول إلى اتفاق لحسم قضية أو نزاع بينهما مع الاحتفاظ بالمصالح المشتركة بينهما وتعميقها^(٣).

والتفاوض هو عملية اتصال بين شخصين أو أكثر يدرسون فيه البدائل للتوصل إلى حلول مقبولة لديهما وبلوغ أهداف مرضية لهم . كما انه موقف تعبيرى مركب قائم بين طرفين أو أكثر حول قضية من القضايا يتم من خلاله عرض وتبادل وتقريب ومواءمة وتكييف وجهات النظر واستخدام كافة أساليب الإقناع للحفاظ على المصالح القائمة أو للحصول على منفعة جديدة وإجبار الخصم بالقيام بعمل معين أو الامتناع عن عمل معين في إطار علاقة الارتباط بين أطراف العملية التفاوضية تجاه أنفسهم أو اتجاه الغير^(٤).

يتم التفاوض أما بالاتصال الشفوي عن طريق المقابلات الشخصية أو اللجان والاجتماعات والندوات والاستشارات والبرامج التدريبية والمكالمات الهاتفية والدعوات الخاصة والحفلات العامة أو بوسائل الاتصال المكتوبة الأخرى مثل التقارير والخطابات والمذكرات والتعليمات ولوحات الإعلان والمجلات والأدلة والكتيبات والبريد الإلكتروني والفاكسميل^(٥).

يعد التفاوض علماً وفناً فهو علم لأن الإنسان يمتلك مهارته بوساطة التعلم من الدورات المستمرة والاطلاع والقراءة المستمرة والبحث العلمي وهو فن يحتاج إلى مهارات الفنانين مثل الاتصال الفعال والحوار والتفاعل الاجتماعي واللباقة والقدرة على التعرف والتعلم الاجتماعي والممارسة الفعلية لعملية التفاوض^(٦).

يتم التفاوض عادة بين طرفين وقد يتسع نطاقه ليشمل أكثر من طرفين نظراً لتشابك المصالح وتعاونها بين الأطراف المتفاوضة . ومن هنا فإن أطراف التفاوض يمكن تقسيمها أيضاً إلى أطراف مباشرة وهي الأطراف التي تجلس فعلاً إلى مائدة المفاوضات وتباشر عملية التفاوض وأطراف غير مباشرة وهي الأطراف التي تشكل قوى ضاغطة لاعتبارات المصلحة أو التي لها علاقة قريبة أو بعيدة بعملية التفاوض . إن الإعداد والتمهيد للعملية التفاوضية عادة ما يخضع لاعتبارات

ومتغيرات عديدة تختلف من حالة تفاوضية لأخرى . فان الإعداد لمفاوضات تهدف إلى صراع عسكري عدائي بين طرفين يختلف بالضرورة عن الإعداد لمفاوضات تجارية تسودها روح التعاون والتبادل حيث نلاحظ إن الحالة الثانية أكبر بساطة وأسهل من الحالة الأولى.

٢- أنواع المفاوضات^(٧):-

لا يمكن حصر أنواع المفاوضات بسهولة ويسر لان النطاق واسع ، و المجالات أوسع ورغم ذلك حددها بعض الباحثين كالآتي:-

-المفاوضات الاقتصادية والتجارية وتتعلق بعمليات البيع والشراء وتبادل السلع والمنافع المختلفة.
-المفاوضات السياسية : وهو المجال الأكثر تغييرا وتطور وتسمى المفاوضات السياسية إلى تحقيق بعض المكاسب في العلاقات بين الأطراف الحاكمة والحكومة أو بين الدول.
-المفاوضات الثقافية والفكرية: أدت المتغيرات العالمية وتطوير وسائل الاتصال وتدفق المعلومات إلى تغيير الاستراتيجيات التفاوضية بين الدول والمجتمعات وبين الفئات خارج وداخله المجتمع وترتب على

هذا عدم اللجوء إلى القوة على المستوى الفردي أو المحلي أو الدولي

-وأصبحت مهارات الإقناع والاتصال والغزو الفكري للسيطرة على ثقافة الآخرين عن خلال تغيير القيم أو تدعيمها بما يحقق مصالح الطرف الأقوى هي السبيل المتاح والممكن وتستخدم وسائل الاتصال البسيطة والمعقدة في تحقيق هذه الأهداف فهي تمتلك عناصر التأثير والإبهار والتشبث بالمعلومات والاتجاهات المطلوبة.

-المفاوضات الاجتماعية :- وهي المفاوضات التي يمارسها الفرد منذ ولادته بشكل غريزي للحصول على احتياجاته وتبدأ هذه المفاوضات بأن يتعلم الطفل الصراخ ليأخذ طعامه أو يعبر عن آلامه ثم تتطور من استخدامه للابتسام والكلمة والقوة الجسدية في علاقاته مع أفراد أسرته والمجتمع ويتطور شكلها بعد ذلك بتقدم الفرد في العمر.

-المفاوضات العسكرية:- هذه المفاوضات تكون عندما يشعر احد الأطراف بأن قوته العسكرية لن تستطيع أن تحقق أهدافه أو جزء منها في الوقت الحالي أو على المدى القريب وقد يكون ذلك على سبيل التقاط الأنفاس أو الاستراحة لإعادة ترتيب الأمور والبحث عن مخرج مناسب للخروج من المعركة.

٣- الفريق التفاوضي:

إن من أهم أركان نجاح العملية التفاوضية هي طريقة اختيار الأشخاص الذين يقومون بإدارة عملية التفاوض . هم القادرون على إدارة عمليات التفاوض بنجاح أو قيادتها إلى الفشل فهو المتحكم في قيادتها . ان إدراك المفاوض للظروف المحيطة بالعملية التفاوضية ومعرفته بالمهارات المطلوبة هي عوامل النجاح في تحقيق الأهداف التفاوضية المرسومة^(٨).

وبما ان البشر لا يتساوون بصفاتهم فبعضهم يرثها والآخر يكتسبها . فالشخص الذي يرثها يستطيع أن يصقلها من خلال ممارسته للعمل والخبرة التفاوضية والتدريب وبالتالي فإنهم يبدأون بطريقة صحيحة ويستمررون بنجاحهم من هذه الصفات الذكاء واللباقة وسرعة البديهة والجرأة والميل إلى التفاعل والتي من خلالها يستطيعون إدراك جوانب الحالة التفاوضية التي هم

بصدها.

إلا إن ذلك لا يعني إن الأشخاص الذين يكتسبون الصفات هم ليسوا ناجحين إذ إن هناك العديد من الأفراد يصنفون كمفاوضين ماهرين وهم لم يرثوا صفاتها وإنما اكتسبوها عن طريق التعلم والتدريب والممارسة الفعالة لاكتساب الخبرة.

أن الشخص المفاوض لا يكون ذكياً أو ماهراً أو مفكراً أو مخلصاً فحسب بل لأن ذكائه ومهارته وأفكاره وأخلاقه وعوامل جذب فيه تعتبر في نظر المؤسسة التي ينتمي إليها ويتفاوض عنها ضرورة للحصول على أهدافها^(٩).

إن عملية اختيار أعضاء الفريق يعد من أهم عوامل نجاح العملية التفاوضية إذ بعد الاتفاق المبدئي على المباشرة في العملية التفاوضية تقوم الأطراف بتشكيل وفودها المفاوضة بصورة نهائية وعادة ما يختار صانع القرار وفده المختار بحيطه وحذر وعناية وتدقيق من خلال الحرص على توفير الإمكانيات التي تؤهل هذا الفريق لأجاز الأهداف وتحقيق المتطلبات وعادة ما يؤخذ المعرفة والتخصص في مجال موضوع التفاوض والمهارة والتدريب على القيام بالمهام والعمليات التفاوضية بعين الاعتبار^(١٠).

٤- مهارات التفاوض لممارسي العلاقات العامة:

إن المتتبع لخصائص وسمات موظفي العلاقات العامة سيجد هناك تقارباً كبيراً بين ممارسي المفاوضات وممارسي العلاقات مما يؤهل الأخير من المشاركة والدخول في العمليات التفاوضية بنجاح.

أ- سمات موظفي العلاقات العامة:-

حدد زكي محمود هاشم السمات الواجب توفرها في موظفي العلاقات العامة وأهمها^(١١):-
قوة وتكامل الشخصية وتشمل الاستقرار العاطفي والأتزان العقلي والقدرة على فهم الناس ورؤية الأشياء والأمور من وجهة نظر الآخرين وحسن التعبير عن وجهة نظره بوضوح والقدرة على التعامل مع الآخرين والتأثير فيهم والهدوء وعدم الانفعال والدبلوماسية في التعامل مع الناس والمظهر الحسن والبشاشة وخفة الظل.

فيما وضع باحثون آخرون سمات إضافية لممارسي العلاقات العامة منها^(١٢):-
الصبر والحلم والدقة والسرعة والمظهر الحسن والشخصية المحببة والإخلاص والصدق والأمانة والقدرة على التفكير بموضوعية ووضوح والقدرة على عرض الاقتراحات بأسلوب علمي وواضح والثقة بالنفس والجرأة في العمل واحترام آراء الآخرين ، والقدرة على حل المشكلات ومواجهتها بثقة والتعامل معها بموضوعية وبعد نظر والقدرة على التحليل المنطقي والقدرة على التعامل مع القضايا المستعجلة بفكر خلاق.

ب - سمات المفاوض:-

يرى بشير العلق بأن أهم سمات المفاوض هي^(١٣):

القدرة على الإصغاء والتحليل

- القدرة على التأثير والتعامل مع الآخرين

- القدرة على خلق جو تفاوضي مناسب

- القدرة على تكوين نظرة شمولية لعملية التفاوض
 - القدرة على معرفة نفسه وقوته وضعفه
 - القدرة على بناء علاقات تعاونية مع الطرف الآخر
 - القدرة على دعم اقتراح بأدلة مقنعة
 - القدرة على تنفيذ اقتراح مضاد
 - القدرة على جعل أهدافه الحقيقية سرية
 - القدرة على الاتصال وتبادل المعلومات
 - القدرة على جمع وتحليلها واستخدامها المعلومات
 - القدرة على تقديم المعلومات
 - القدرة على الإقناع واللباقة في الحديث والتصرف وضبط النفس والحفاظة على الهدوء والتحكم بالانفعالات
 - القدرة على قوة الشخصية والتواضع وعدم استخدام نبرة استعلاء وعدم الإساءة الشخصية مع الآخرين.
- إن أهم مهارات يمكن ان يشترك بها المفاوضون وممارسو العلاقات العامة هي مهارتا الاتصال والإقناع.
- يرى المهتمون بنشاطات العلاقات العامة أن من أهم وظائفها هي وظيفة الإقناع أي مدى قناعة الطرف الآخر بما تقدمه المؤسسة من خدمة أو منتج أو وجهة نظر المؤسسة حيال موضوع من الموضوعات ، وكذلك العمل على إزالة سوء الفهم بين الشركة وجمهورها (الداخلي والخارجي) في موضوع الاحتجاجات والإضرابات والمطالبات وغيرها⁽¹²⁾.
- كذلك بالنسبة للمفاوضين فان القدرة على الإقناع من ضرورات عملهم والإقناع ينتج عن عمليات متسلسلة أو لأنها الحوار وجاذب الحديث بين شخصين أو أكثر (اتصال وتواصل) فان كان هناك اختلاف في وجهات النظر فإنها تنتقل إلى العملية التالية وهي عملية النقاش فان كان النقاش سلبياً أي مبنياً على الأهواء والتعصب بالآراء فإنه سيتحول إلى جدل عميق أما إذا كان ايجابياً أي مبنياً على آراء قيمة ويسوده الاحترام المتبادل وهدفه الوصول إلى أفضل الآراء فان المفاوضين سيصلون إلى نتيجة حتمية وهي الاقتناع⁽¹³⁾.
- أما مهارة الاتصال فإنها المهارة المشتركة الثانية بين العاملين وهي من الوظائف الرئيسية والأساسية في عمل ممارسي العلاقات العامة إذ يرى البعض بأن العلاقات العامة هي القدرة على الاتصال والتأثير في الجماهير ومن هذا المنطلق يجب أن يكون هناك رابط وثيق ومتواصل مع جمهور المنشأة من المستهلكين والمودعين والمستثمرين وغيرهم.
- تكمن أهمية الاتصال بالجمهور بالقدرة على إقناعه بأن مصالح الطرفين مشتركة (المؤسسة وجمهورها) وان تعاونهما سيؤدي إلى زيادة الأرباح ومن ثم زيادة المرتبات .
- إن عملية الإقناع تحتاج الحوار والحوار يتطلب الاتصال والتواصل مع جمهور المؤسسة حيث تكمن الأساس النظري لاستراتيجية الحوار في نظريات التفاوض والاتصال الشخصي حيث تستخدم هذه الإستراتيجية في مناقشة المشكلات والأزمات المتوقع حدوثها وكيفية الاستجابة لها أو الدخول

في حوار ونقاش لتجنب بعض النتائج السلبية مثل الإضراب أو المقاضاة أو مقاطعة المنتجات^(١١). وبالتالي فإن المفاوضات هي عملية اتصال متبادل من أجل الوصول إلى قرار مشترك تعتمد الحوار والإقناع^(١٢).

٥) الأدوار التي يؤديها مارسو العلاقات العامة في المفاوضات :

المفاوضات في العصر الحديث أصبحت تأخذ مسار الفريق بدلاً من الرجل الواحد بسبب تعقد المفاوضات وتعدد المعارف وتنوع حقولها مما يصعب أن يلم شخص واحد بكافة العلوم . لذا أصبح الفريق يتكون على الأقل من ثلاثة أشخاص لكل له دور محدد مثل^(١٣) :-
- دور المتحدث (Talker) وهو الدور الأكثر أهمية في المفاوضات فهو يتولى عرض المواقف بشأن القضايا المطروحة.

- دور المقرر أو المسجل (Recorder) وهو يجب أن يتمتع بالحكم السليم وان يعرف ما ينبغي تدوينه من ملاحظات وان يتصف بالدقة في الكتابة وان يكون قادراً على التسجيل في الوقت الذي يظل فيه منصتاً إلى المناقشة وينبغي أن يكون قادراً على تقويم الاجازات بجلاء وان يتمتع بذاكرة جيدة.
-الموجه Director : فهو الشخص الذي يراقب ويتابع سير المفاوضات ويسعى إلى إبقاء المتحدث في المسار المرسوم له ويبعده عن مناطق الخطر.

فلو عجز مارسو العلاقات العامة عن أداء أدوارهم كرئيس لفريق التفاوض في حاله يكون موضوع التفاوض له خصوصية مثل الموضوعات الطبية وعلم الذرة وغيرها . فأن هناك دورين بإمكان الممارس للعلاقات العامة القيام بها على أحسن وجه . إلا إن ما يحدث في المؤسسات والوزارات العراقية هو خلو أعضاء الفريق التفاوضي من مثل عن قسم العلاقات العامة والإعلام ما يؤثر على وجود خلل في فهم وظائف قسم العلاقات العامة من قبل الإدارات العليا.

الإطار الميداني :

أولاً : سمات عينة البحث :

١- جنس المبحوثين

جدول (١) يبين جنس المبحوثين

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الذكور	٢٦	٪٥٨	الاولى
٢	الإناث	١٩	٪٤٢	الثانية
	المجموع	٤٥	٪١٠٠	

المبحوثة هم من جنس الذكور إذ حصلت على نسبة (٪٥٨) أما الإناث فقد حصلت على نسبة (٪٤٢) وكما مبين في جدول (١) . إذ غالباً ما تعتمد الإدارات العليا في العراق اختيار موظفي العلاقات العامة والإعلام من الذكور لاعتقادها إن هناك نشاطات قد تحدث خارج أوقات الدوام الرسمي فيتعذر على النساء المشاركة بها بسبب ثقافة وقيم المجتمع.

٢- التحصيل الدراسي للمبحوثين:

جدول (٢) يبين التحصيل الدراسي للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي	ت
الأولى	٪١٧	٣٠	بكالوريوس	١
الثانية	٪٢٠	٩	دبلوم	٢
الثالثة	٪١٣	٦	الإعدادية	٣
-	-	-	الابتدائية	٤
-	-	-	دبلوم عالي	٥
-	-	-	ماجستير	٦
-	-	-	دكتوراه	٧
	١٠٠٪	٤٥	المجموع	

أظهرت نتائج البحث أن اغلب المبحوثين حصلوا على شهادة البكالوريوس وبنسبة ٪١٧ ثم تلتها شهادة الدبلوم وبنسبة ٪٢٠ ثم الإعدادية وبنسبة ٪١٣ كما مبين في جدل (٢) وهذا مؤشر جيد بأن يكون اغلب المبحوثين من العاملين في أقسام لعلاقات العامة والإعلام هم الحاصلين على شهادة جامعية أولية لأهمية التعليم في إدارة نشاطات العلاقات العامة.

٣- الاختصاصات الدراسية للمبحوثين

جدول (٣) يبين الاختصاصات الدراسية للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاختصاصات	ت
الأولى	٪٥٦	٢٥	في مجالات أخرى	١
الثانية	٪٤٤	٢٠	في مجالات الإعلام والعلاقات العامة	٢
	٪١٠٠	٤٥	المجموع	

أظهرت نتائج البحث أن اغلب المبحوثين قد حصلوا على شهادتهم في تخصصات بعيدة عن الإعلام والعلاقات العامة وبنسبة (٪٥٦) بينما حصل الآخرون على شهاداتهم في اختصاصات الإعلام والعلاقات العامة وبنسبة (٪٤٤) كما مبين في جدول (٣) إن من أسباب نجاح عمل أقسام العلاقات العامة هو التخصص الدراسي واكتساب المهارات الأخرى.

٤- مدة خدمة المبحوثين في مجالات العلاقات العامة :

جدول (٤) يبين خدمة المبحوثين

ت	مدة الخدمة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	سنة - ٥ سنوات	٢٦	٪٥٨	الأولى
٢	أكثر من ذلك	١٩	٪٤٢	الثانية
		٤٥	٪١٠٠	

أظهرت النتائج ان اغلب الباحثين لم يمضي على خدمتهم في أقسام العلاقات العامة خمس يمضي سنوات وقد كانت نسبة هؤلاء (٪٥٨) فيما حصل المدة الخدمة التي تجاوزت الخمس سنوات على نسبة (٪٤٢) كما مبين في جدول (٤) بما يعني على ضرورة الاهتمام بزيادة معلومات هؤلاء بمهارات التفاوض.

ثانياً: نتائج الاستبانة:

١- السؤال الأول : (هل شاركت في المفاوضات التي جريها وزارتك) :

جدول (٥) يبين مشاركة الباحثين في المفاوضات

ت	الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	كلا	٢٧	٪٦٠	الأولى
٢	نعم	١٨	٪٤٠	الثانية
	المجموع	٤٥	٪١٠٠	

أظهرت النتائج ان (٪٦٠) من الباحثين لم يشاركوا في عمليات تفاوضية مع أي جهة كانت فيما شارك (٪٤٠) مختلفة مع جمهور داخلي وبعضهم مع جمهور خارجي وبعضهم الآخر مع الجمهورين وكما مبين في جدول (٥) . وهذا يعطي مؤشراً في استبعاد العاملين في أقسام العلاقات العامة من المفاوضات مما يؤثر على مهارتهم التفاوضية.

٢- السؤال الثاني (دخلت المفاوضات التي جريها وزارتك مع الجمهور الداخلي) :-

جدول (٦) يبين مشاركة الباحثين في مفاوضات مع جمهور داخلي

ت	الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	كلا	٢٨	٪٦٢	الأولى
٢	نعم	١٧	٪٣٨	الثانية
	المجموع	٤٥	٪١٠٠	

تبين للباحثة بان الذين لم يشاركوا في عمليات تفاوضية مع الجمهور الداخلي للوزارة مثل (حل مشكلة الاعتصامات والتظاهرات السلمية للمطالبة بحقوق معينة) قد حصلوا على نسبة (٪٦٢) ونقص بالجمهور الداخلي العاملين في الوزارات ومؤسساتها ومديرياتها . أما (٪٣٨) من

المبحوثين فقد شاركوا في عمليات تفاوضية وكما مبين في جدول (٦).
٣- السؤال الثالث : (دخلت المفاوضات التي تجريها وزارتك مع جهات خارجية):
جدول (٧) يبين مشاركة المبحوثين في مفاوضات خارجية

ت	الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	كلا	٣٢	٪٧١	الأولى
٢	نعم	١٣	٪٢٩	الثانية
	المجموع	٤٥	٪١٠٠	

تبين للباحثة بأن المبحوثين الذين شاركوا في عمليات تفاوضية مع جمهور خارجي قد حصلوا على نسبة (٪٢٩) فيما لم يحظ (٪٧١) منهم على هذه الفرصة وكما مبين في جدول (٧). يقصد بالجمهور الخارجي (وزارات ومؤسسات ومنظمات أخرى من داخل العراق أو من خارجه).
٤- السؤال الرابع : (ما هي عدد المرات التي دخلت بها المفاوضات):

جدول (٨) يبين عدد مرات المشاركة في المفاوضات

ت	عدد المرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أكثر من ذلك	١٣	٪٦٥	الأولى
٢	مرة واحدة	٤	٪٢٠	الثانية
٣	مرتان	٣	٪١٥	الثالثة
	المجموع	٢٠	٪١٠٠	

يبين الجدول (٨) في أعلاه بأن المبحوثين الذين شاركوا أكثر من مرة في المفاوضات كانوا بنسبة ٪٦٥ أما الذين شاركوا مرة واحدة فقد حصلوا على نسبة (٪٢٠) وبنسبة (٪١٥) شاركوا لمرتين فقط . وهذا يعني إن أغلبهم قد شاركوا لمرات عديدة ما يكسبهم خبرة في مجال عملية التفاوض.
٥- السؤال الخامس: (دخلت المفاوضات بصفة ...) :

جدول (٩) يبين الصفة التي دخل بها المبحوث المفاوضات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصفة	ت
الأولى	٪٢٦	٨	متابع لنتائج المفاوضات بعد الانتهاء	١
الثانية	٪٢٣	٧	مساعد رئيس الفريق المفاوض	٢
الثالثة	٪١٩	٦	كاتب الاتفاق أثناء وبعد الانتهاء من المفاوضات	٣
الرابعة	٪١٣	٤	معد الأسئلة التي تطرح في المفاوضات	٤
الخامسة	٪١٠	٣	موجه	٥
السادسة	٪٦	٢	رئيس الفريق المفاوض	٦
السابعة	٪٣	١	مدير الجلسة	٧
-	-	-	أخرى تذكر	٨
	٪١٠٠	٣١	المجموع	

أشارت نتائج البحث بأن الصفة التي دخل بها المشاركون في المفاوضات كانت مختلفة من مبحوث لآخر. إلا إن النسبة الأكبر قد حصلت عليها صفة متابع لنتائج المفاوضات بعد الانتهاء منها وبنسبة ٪٢٦ وكما مبين في جدول (٩) فيما حصلت صفة مساعد رئيس الفريق المفاوض نسبة (٪٢٣) وجاءت بالمرتبة الثالثة صفة (كاتب الاتفاق أثناء وبعد الانتهاء من المفاوضات) وقد حصلت على نسبة (٪١٩) فيما حصلت صفة (معد الأسئلة التي تطرح في المفاوضات) على نسبة ٪١٣. وجاءت بالمرتبة الخامسة صفة (موجه) وبنسبة (٪١٠) فيما حصلت صفة رئيس الفريق المفاوض على المرتبة السادسة وبنسبة (٪٦) وجاء بالمرتبة الأخيرة وبنسبة ٪٣ مدير الجلسة.

٦- السؤال السادس: (دخلت مفاوضات تتعلق بموضوعاتها بـ ..):

جدول (١٠) يبين موضوعات المفاوضات التي شارك بها المبحوث

ت	الصفة	التكرار	النسبة المئوية	المراتب
١	الإعلام	١٧	٪٥٣	الأولى
٢	العقود	٥	٪١٦	الثانية
٣	التقنيات	٤	٪١٣	الثالثة
٤	الإدارة	٣	٪٩	الرابعة
٥	إتفاقات استثمارية	٣	٪٩	الرابعة
٦	أخرى تذكر	—	—	—
	المجموع	٣٢	٪١٠٠	

يبين الجدول (١٠) في أعلاه بأن المبحوثين قد شاركوا في مفاوضات تتعلق بموضوعاتها باختصاصات مختلفة إلا ان المفاوضات التي تتعلق بموضوعات الإعلام قد حصلت على أعلى نسبة (٥٣٪) . فيما حصلت موضوعة العقود على نسبة (١٦٪) فيما جاءت بالمرتبة الثالثة موضوعة التقنيات وحصلت على نسبة (١٣٪) . ثم موضوعة الإدارة وموضوعة الإنفاقات الاستثمارية قد حصلت على النسبة نفسها ٩٪ والمرتبة نفسها (الرابعة).

٧- السؤال السابع: (مهامك في عملية التفاوض تنحصر عادة بـ) :

جدول (١١) يبين المهام التي يقوم بها المبحوث في المفاوضات

ت	الصفة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	توفير المعلومات عن موضوع التفاوض	١١	٪٣٧	الأولى
٢	تهيئة المستلزمات	١٠	٪٣٣	الثانية
٣	تهيئة المكان	٦	٪٢٠	الثالثة
٤	تحديد المواعيد	٣	٪١٠	الرابعة
٥	توفير المعلومات عن شخصية المفاوض	—	—	—
٦	أخرى تذكر	—	—	—
	المجموع	٣٠	٪١٠٠	

انحصرت مهام الباحثين المشاركين في المفاوضات بأشكال مختلفة منها (توفير معلومات عن موضوع التفاوض) وجاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة (٣٧٪). أما مهمة (تهيئة المستلزمات) فقد جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (٣٣٪) فيما حصلت مهمة تهيئة المكان على نسبة (٢٠٪) وبالمرتبة الثالثة وجاءت بالمرتبة الرابعة مهمة (تحديد المواعيد) وبنسبة (١٠٪) فيما لم تحصل مهمة (توفير المعلومات عن شخصية المفاوضين) على أية نسبة وكما مبين في جدول (١١) وهذا يعطي مؤشراً على ان مشاركتهم لم تكن فعلية وإنما تتعلق بموضوعات خارج نطاق العملية التفاوضية نفسها.

٨- السؤال الثامن: (دخلت المفاوضات وكنت سبباً في نجاحها):

جدول (١٢) يبين المبحوث سبباً في نجاح المفاوضات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابات	ت
الأولى	٥٣٪	١٦	نعم	١
الثانية	٤٧٪	١٤	كلا	٢
	١٠٠٪	٣٠	المجموع	

أشارت النتائج إلى ان (٥٣٪) من المبحوثين كانوا سبباً في نجاح المفاوضات لأسباب سنذكرها في السؤال اللاحق فيما لم يكن (٤٧٪) منهم سبباً في نجاح المفاوضات . وكما مبين في جدول (١٢)

٩- السؤال التاسع : (أسباب نجاح المبحوث في المفاوضات)

جدول (١٣) يبين أسباب نجاح المبحوث في المفاوضات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأسباب	ت
الأولى	٣٧٪	٩	كونك تمتلك مهارات الإقناع	١
الثانية	٣٣٪	٨	لأنك تمتلك مهارات الاتصال	٢
الثالثة	١٣٪	٣	ثقافتك العامة جيدة	٣
الرابعة	٤٪	١	لأنك دخلت دورات حول طريقة التفاوض	٤
—	—	—	لأنك جيد أكثر من لغة	٥
—	—	—	أخرى تذكر	٦
	١٠٠٪	٢٤	المجموع	٧

تبين للباحثة أن من الأسباب التي تجعل من العاملين في العلاقات العامة سببا في نجاح المفاوضات هو إن العاملين يمتلكون مهارات إقناع وقد حصلت هذه الفئة على أعلى نسبة (٣٧٪) وكما مبين في جدول (١٣) فيما جاءت الفئة الثانية (لأنك تمتلك مهارات الاتصال) في المرتبة الثانية وبنسبة (٣٣٪) . (ولأن ثقافتك العامة جيدة) حصلت على المرتبة الثالثة وبنسبة (١٣٪) وبالنسبة نفسها حصلت فئة (تمتلك معلومات عن موضوع التفاوض) ثم جاءت بالمرتبة الرابعة فئة (لأنك دخلت دورات حول طريقة التفاوض) وبنسبة (٤٪) . ولم تحصل فئة (لأنك جيد أكثر من لغة) على أية نسبة . وهذا يدل على إن مهارات الإقناع والاتصال والتي يفترض في العاملين في العلاقات العامة يمتلكونها هي نفسها مهارات رجل المفاوضات.

١٠- السؤال العاشر (تدرت على مهارات التفاوض قبل دخولك المفاوضات)
جدول (١٤) يبين تدريب المبحوث على مهارات التفاوض

ت	الإجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نعم	٩	٥٠٪	الأولى
٢	كلا	٩	٥٠٪	الأولى
	المجموع	١٨	١٠٠٪	

أظهرت نتائج البحث بأن نصف عدد المبحوثين الذين شاركوا في المفاوضات كانوا قد حصلوا على مهارات التفاوض قبل دخولهم المفاوضات وبنسبة (٥٠٪) . فيما لم يتدرب (٥٠٪) منهم على مهارات التفاوض قبل دخولهم المفاوضات . وكما مبين في الجدول (١٤).

١١- السؤال الحادي عشر (كم عدد الدورات التدريبية)

جدول (١٥) يبين عدد الدورات التدريبية للمبحوثين

ت	عدد الدورات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دورة واحدة	٥	٥٦٪	الأولى
٢	دورتان	٢	٢٢٪	الثانية
٣	أكثر من ذلك	٢	٢٢٪	الثالثة
	المجموع	٩	١٠٠٪	

أشارت النتائج إلى إن بعض من المبحوثين الذين شاركوا في المفاوضات دخلوا دورة واحدة فقط للتدريب على مهارات التفاوض وبنسبة (٥٦٪) . فيما دخل المبحوثون دورتين بنسبة (٢٢٪) وبالنسبة نفسها والمرتبة نفسها حصلت فئة (أكثر من ذلك) أي أكثر من دورتين وكما مبين في الجدول (١٥) وها مؤشراً على ضعف اهتمام الإدارات العليا بتدريب العاملين في أقسام العلاقات العامة على

مهارات التفاوض (٩)

١٢- السؤال الثاني عشر : (أسباب عدم مشاركة المبحوث في المفاوضات نهائياً)

جدول (١٦) يبين أسباب عدم مشاركة المبحوث في المفاوضات

ت	الصفة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الوزارة لا ترغب في زجك في مهام غير مهام الإعلام والعلاقات العامة	١١	٪٣٩	الأولى
٢	المفاوضون عادةً هم من المدراء العامين والمستشارين والخبراء	١٠	٪٣٦	الثانية
٣	لا تمتلك مهارات التفاوض	٤	٪١٤	الثالثة
٤	الموضوعات التفاوضية لا تعنيك	٣	٪١١	الرابعة
٥	ثقافتك التفاوضية غير ناضجة (ليس لديك خبرة)	-	-	-
٦	ليس لديك معلومات كافية عن الجهات المتفاوضة	-	-	-
٧	ليس لديك معلومات عن الشخصيات المتفاوضة	-	-	-
٨	أسباب أخرى تذكر	-	-	-
	المجموع	٢٨	٪١٠٠	

يبين جدول (١٦) في أعلاه بأن أسباب عدم مشاركة المبحوثين في المفاوضات قد تركزت في أربعة أسباب فقط وهي (الوزارة لا ترغب في زجك في مهام غير مهام الإعلام والعلاقات العامة) وقد حصلت على أعلى نسبة (٣٩٪) وبالمرتبة الأولى . ثم جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (٣٦٪) سبب (المفاوضون عادةً هم من المدراء العامين والمستشارين والخبراء) . ثم تلاها الاختيار (لا تمتلك مهارات التفاوض) والتي حصل على نسبة ١٤٪ وبالمرتبة الثالثة . وجاء بالمرتبة الرابعة (الموضوعات التفاوضية لا تعنيك) وقد حصلت على نسبة (١١٪) .

ان هذه النتائج تدل على إن الإدارات العليا التي تتخذ قرارات تشكيل فريق التفاوض لا ترشح أي موظف من العاملين في أقسام العلاقات العامة.

١٣- السؤال الثالث عشر : (الإدارة العليا هي السبب في عدم زجك بالمفاوضات لأنها) :-

جدول (١٧)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأسباب	ت
الأولى	٪٤٦	١٤	عدم قناعة الإدارة العليا بالدور الذي يلعبه العاملون في العلاقات العامة في المفاوضات	١
الثانية	٪١٩	٦	تتعهد الإدارة العليا حصر مهام قسم العلاقات العامة	٢
الثانية	٪١٩	٦	في موضوعات هامشية ومحدودة	٣
الثالثة	٪١٦	٥	عدم ثقة الإدارة العليا بقدرات العاملين في العلاقات العامة	٤
-	-	-	عدم اهتمام الإدارة العليا بعمل أقسام العلاقات العامة	٥
-	-	-	أسباب أخرى تذكر	٦
	٪١٠٠	٣١	المجموع	

يبين جدول (١٧) ان من أسباب عدم زج الإدارات العليا للعاملين في أقسام العلاقات العامة في عمليات تفاوضية هي : (عدم قناعة الإدارة العليا بالدور الذي يلعبه العاملون في العلاقات العامة في المفاوضات) وقد حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة (٤٦٪) . وبنسبة نفسها (١٩٪) والمرتبة نفسها (الثانية) حصل السببان : (تعهد الإدارة العليا حصر مهام قسم العلاقات العامة في موضوعات هامشية ومحدودة) والسبب (عدم ثقة الإدارة العليا بقدرات العاملين في العلاقات العامة) وبنسبة ١٦٪ . وهذا يعطي مؤشراً على إن العاملين في أقسام العلاقات العامة لديهم قناعات بأن الإدارة العليا ليس لديها أية قناعة بطبيعة عمل أقسام العلاقات العامة وهذا احد أسباب استبعاد العاملين من عمليات مهمة مثل أقسام العلاقات العامة.

١٤- السؤال الرابع عشر: (ما هي اقتراحاتك بخصوص ضرورة مشاركة العاملين في أقسام العلاقات العامة في أقسام العلاقات العامة التي تجريها وزارتك مع الجهات الأخرى).

وضع الباحثون عدة اقتراحات تؤدي إلى مشاركتهم الفاعلة في العمليات التفاوضية منها :-
- زج العاملين في أقسام العلاقات العامة في دورات تدريبية لاكتساب مهارات التفاوض. اقترحها
خمسة عشر مبحوثاً .

- إصدار قرارات من قبل الجهات العليا في الدولة يلزم الإدارات العليا في الوزارات الاهتمام بعمل أقسام العلاقات العامة وإعطائهم دوراً أكبر من أدوارهم الحالية. اقترحها اثنا عشر من المبحوثين.
- مشاركة العاملين في أقسام العلاقات العامة في المناقشات والاجتماعات التي تعقد قبل عملية التفاوض للحصول على قدر كبير من المعلومات حول موضوع التفاوض. اقترحها عشرة من المبحوثين

- اطلاع العاملين في أقسام العلاقات العامة على كافة مجريات العمليات التفاوضية ما يزيدهم خبرة ومقدرة.اقترحها اربعة من المبحوثين .
- منح الثقة للعاملين في أقسام العلاقات العامة بأنهم أهل لتحمل مسؤولية إدارة المفاوضات.اقترحها ثلاثة من المبحوثين .
- استحداث شعبة للتفاوض لأقسام العلاقات العامة على غرار شعبة التصوير والأخبار والاستطلاعات وغيرها.اقترحها واحد من المبحوثين الاستنتاجات
- ١- تبين للباحثة ان العاملين في أقسام العلاقات العامة ما زالوا بعيدين عن المشاركة في ادوار مهمة تخص عمل وزاراتهم ومنها العمليات التفاوضية . إذ تبين ان النسبة الأكبر منهم لم ينخرطوا في مثل هذه العمليات .
- ٢- إن اغلب الذين شاركوا في المفاوضات كانت مع جمهور داخلي أي التفاوض مع العاملين في الوزارة وعلى نطاق محدود.
- ٣- إن اغلب الصفات التي دخلوا بها العمليات التفاوضية لم تخرج عن نطاق متابعة نتائج المفاوضات بعد الانتهاء منها.
- ٤- توصل البحث إلى إن التفاوض الذي يتعلق موضوعاته بمشاريع وخطط الإعلام والعلاقات العامة هي التي يزدج بها العاملون في أقسام العلاقات العامة.
- ٥- استنتجت الباحثة أن الأدوار التي قام بها اغلب المشاركين في العمليات التفاوضية كانت لتوفير المعلومات عن موضوع التفاوض لفريق المفاوض وتهيئة مستلزمات انعقاد اجتماع المفاوضات.
- ٦- تبين للباحثة من نتائج البحث بأن من أسباب نجاح المفاوض هو امتلاكه لمهارتي الاتصال والإقناع . والاثنتان تتوفر في ممارسي العلاقات العامة .
- ٧- توصل البحث إلى إن بعض العاملين في أقسام العلاقات العامة قد التحقوا بدورات تدريبية تخص التفاوض إلا ان عددها لا يتجاوز عدد أصابع اليد الواحدة.
- ٨- توصل البحث إلى إن الإدارات العليا في الوزارات هي احد أسباب عدم مشاركة العاملين في أقسام العلاقات العامة في عمليات مهمة مثل عمليات التفاوض وذلك لعدم قناعتها بعمل هذه الأقسام.
- ٩- تبين إن العاملين في أقسام العلاقات العامة يدركون إن الإدارات العليا لا ترغب في زجهم في مهام بعيدة عن المهام الهامشية التي يقومون بها حالياً.
- التوصيات
- ١- إدخال مادة تعليم مهارات التفاوض في مناهج أقسام العلاقات العامة في كليات الإعلام الحكومية والأهلية . لتعلم المبادئ الأولية لفن التفاوض.
- ٢- الإشارة إلى أهمية امتلاك هذه المهارات لطلبة أقسام العلاقات العامة في كليات الإعلام الى جانب المهارات الأخرى.
- ٣- إضافة وظيفة التفاوض إلى الوظائف التي حددها الباحثون والكتاب في مجال العلاقات العامة لأنها الأقرب إلى عمل أقسام العلاقات العامة.
- ٤- زيادة عدد الدورات التدريبية في فن التفاوض للعاملين في أقسام العلاقات العامة في الدوائر الحكومية.
- ٥- زج العاملين في أقسام العلاقات العامة في كافة العمليات التفاوضية التي تجربها الوزارات للاطلاع واكتساب الخبرة ثم الممارسة بعد ذلك.

الهوامش

- ١- محمد عبد الحميد . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . القاهرة . عالم الكتب . ٢٠٠٠ . ص٦٣.
- ٢- سمير محمد حسين . دراسات في مناهج البحث العلمي . القاهرة . عالم الكتب . ١٩٩١ . ص١٣١.
- ٣- سامح عبد المطلب وآخرون . إدارة التفاوض . عمان . دار الفكر . ٢٠١١ . ص٣٤.
- ٤- كاظم عبد الكريم . إدارة الاجتماعات والعمليات التفاوضية . عمان . دار الكنوز العلمية للنشر . ٢٠٠٧ . ص١٦.
- ٥- سامح عبد المطلب . مصدر سبق ذكره . ص٣٩.
- ٦- محمود علي . محمد عوض . المدخل إلى فن المفاوضات . عمان . دار الحامد للنشر . ٢٠٠٦ . ص٦٩.
- ٧- محمد قدوري حسن . مبادئ التفاوض . دار إثراء للنشر والتوزيع . ٢٠١٠ .
- ٨- محمود علي . محمد عوض . مصدر سبق ذكره . ص٦٩.
- ٩- سامح عبد المطلب وآخرون . مصدر سبق ذكره . ص٣٤.
- ١٠- محمود علي . محمد عوض . مصدر سبق ذكره . ص١١٤.
- ١١- زكي محمود هاشم . العلاقات العامة . المفاهيم والأسس العلمية . دار ذات السلاسل للنشر . ١٩٩٠ . ص٨٧ .
- ١٢- ربحي مصطفى وعدنان محمود . الاتصال والعلاقات العامة . عمان . دار صفاء للنشر والتوزيع . ٢٠٠٥ . ص٣٢٠ .
- ١٣- بشير العلق . إدارة التفاوض . عمان . دار اليازوري العلمية للنشر . ٢٠١٠ . ص١٥٨ .
- * يقصد بالجمهور فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة . وهي تلك المجموعات من الناس التي تقوم المؤسسة بالاتصال معهم داخليا وخارجيا ويتركز نشاط العلاقات العامة على الوصول إلى هذه المجموعات التي تخص الشركة . ويختلف جمهور كل مؤسسة عن مؤسسة أخرى تبعاً لنوع العمل الذي تقوم به المؤسسة.
- ١٤- ٢٠- مي العبد الله . الدعاية وأساليب الإقناع . بيروت . دار النهضة العربية . ٢٠١١ . ص٨٢.
- ١٥- محمود علي . محمد عوض . مصدر سبق ذكره . ص٧٥.
- ١٦- - راسم محمد الجمال . خبيرت معوض إدارة العلاقات العامة . المدخل الاستراتيجي . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية للنشر . ٢٠٠٥ . ص٢٢١ .
- ١٧- روجر فيشر . وليم اوري . ترجمة منى الأعرجي . فن التفاوض . بغداد . الدار العربية . ١٩٨٩ . ص٤٥.
- ١٨- نادر أبو شيخة . أصول التفاوض . عمان . دار المسيرة للنشر والتوزيع . ٢٠٠٨ . ص١١٥ .