

نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني

د. حذيفة زيدان خلف - م.م. نداء حازم بولص
معهد الإدارة/الرصافة

المستخلص

اصبحت العلاقات العامة من الوظائف الحيوية في المؤسسات الحديثة في عالم الاعمال المعقد. فهي تؤدي دوراً مهماً في مجال تسهيل عملية الأتصال بين المؤسسة وجماهيرها وحقق الفهم المتبادل بين الطرفين اذ تؤدي العلاقات العامة هذا الدور المهم معتمدة على البحث والتحليل وصياغة السياسات ووضع البرامج والأتصال مع الجماهير . وتأتي اهمية هذا البحث من التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مؤسسات الولة فما زال سوء الفهم والغموض يعتري اغلب العاملين في هذا المجال لاسيما في تحديد المفهوم والأهداف والوظائف الأساسية للعلاقات العامة . فضلاً عن عدم وجود رؤية علمية واضحة لأهمية الأساليب التي تستخدمها ادارة العلاقات العامة في تعاملها مع فئات الجمهور بصورة مباشرة او غير مباشرة .

وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في الدراسة التي تناولها في جانبين نظري اشتمل على مفهوم العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها ونشأة هيئة التعليم التقني .وجانب عملي اشتمل على تحليل نتائج استمارة الأستبيان التي استخدمها الباحث لأغراض البحث . وتم التوصل الى مجموعة من الأستنتاجات منها اهمية دور العلاقات العامة في هذه المؤسسة وبناءً على ذلك قدمت مجموعة من التوصيات .

المقدمة

أصبحت العلاقات العامة من الوظائف الحيوية في المؤسسة الحديثة في عالم الاعمال المعقد . فهي تؤدي دوراً مهماً في مجال تسهيل عملية الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها وحقق الفهم المتبادل بين الطرفين إذ تؤدي العلاقات العامة هذا الدور المهم معتمدة على البحث والتحليل وصياغة السياسات ووضع البرامج والأتصال مع الجماهير التي تأثرت بسياسات وقرارات وتصرفات وأجازات المؤسسة.

وبالنسبة لمؤسسة مثل هيئة التعليم التقني التي أصبحت تمثل واقعا جديدا ومتميزا يتسم بالتطور والتوسع والتنوع مع أنتشار التعليم التقني على مساحة واسعة من خلال افتتاح المعاهد والكليات التقنية الجديدة وتطوير الموجود منها لغرض تحقيق مهامها في نشر التعليم التقني مع الأستغلال الأمثل للطاقات والإمكانات المتاحة . فانها تحتاج العلاقات العامة لكي تساعد على تحديد اهداف المؤسسة وتسهيل التغيير فيها . إذ يقوم رجل العلاقات العامة بالاتصال بالجمهور الخارجي والجمهور الداخلي ذي الصلة بالمؤسسة . وذلك بهدف خلق التماسك بين اهداف المؤسسة

والتوقعات المجتمعية . ثم يطور رجال العلاقات العامة وينفذوا وبقيموا برامج المؤسسة التي تخفز تبادل التأثير والفهم بين اجزاء المؤسسة والجماهير .

المبحث الأول : منهجية البحث

- مشكلة البحث:-

يتطلع البحث إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:-

- ١ . ما الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة في التعريف بالهيئة.
 - ٢ . ما الذي حققته نشاط العلاقات العامة لهيئة التعليم التقني.
 - ٣ . ما مدى استخدام العمليات الإدارية والعلمية والاتصالية في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة داخل وخارج الهيئة.
 - ٤ . ما أهم المشكلات والمعوقات التي تعترض عمل إدارة العلاقات العامة في تنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها.
- أهداف البحث:-

يهدف البحث إلى الإجابة عن تساؤلات مشكلة البحث بالإضافة إلى معرفة وسائل الاتصال المناسبة التي تستخدمها العلاقات العامة في التأثير على آراء وميول الجماهير التي تتعامل معها والبحث عن مدى توافر الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ خطط وبرامج العلاقات العامة.

- منهج البحث:-

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التحليلية والتي لا تعتمد على مجرد جمع البيانات الإحصائية وتوفيرها فحسب. وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي جرى الحصول عليها ومن ثم القيام بتفسيرها وتحليلها لغرض استخلاص النتائج المراد الوصول إليها. من خلال استخدام منهج (المسح).

- مجالات البحث:-

- (١) المجال المكاني للبحث: مقر هيئة التعليم التقني الكائن في بغداد/ المنصور.
- (٢) المجال الزمني للبحث: يتمثل بالمدة من (٢٠١١/٩/١) لغاية (٢٠١٢/٨/٣١)
- (٣) المجال البشري للبحث: العاملين في مجال العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني والبالغ عددهم (١٥).

- إجراءات البحث:-

أداة البحث الأساسية هنا (الاستبيان) الذي يعد أداة ملائمة للحصول على بيانات ومعلومات وحقائق مرتبطة بواقع معين. وقد استخدم الباحث الطرق والوسائل الإحصائية وأهمها التكرار والنسب المئوية.

- الدراسات السابقة:-

لم يجد الباحث من خلال اطلاعه على الموضوع أي دراسة تتعلق بموضوع البحث بشكل مباشر ولكنه ووجد دراسة تدور في إطاره العام وهي:-

- مي حمودي عبد الله الشمري (واقع وأداء التعليم التقني دراسة استطلاعية في كليات ومعاهد التعليم التقني).⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى دراسة واقع وأداء التعليم التقني من خلال دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة في كليات ومعاهد الهيئة، وقامت الباحثة بإعداد نموذج مقترح لتقويم أداء الكليات والمعاهد التقنية والأقسام العلمية فيها.

حيث استخدمت الباحثة استمارتين تم إعدادها لإغراض البحث وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات ذات العلاقة بواقع وأداء التعليم التقني اعتماداً على السنة الدراسية ٢٠٠٣-٢٠٠٤ وتم توظيف هذه الاستنتاجات لصياغة التوصين التي خرج بها البحث.

المبحث الثاني: الجانب النظري

أولاً: العلاقات العامة (المفهوم والأهداف والوظائف):-

العلاقات العامة تستهدف تحقيق التفاهم الإنساني وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجمهور عن طريق الإعلام الصادق وصولاً إلى إيجاد حالة من التكيف بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها والعمل من أجل تحقيق صالح المجتمع.

ويعرف (معهد العلاقات العامة الدولي) العلاقات العامة بأنها الجهد المدروس والمطرد الهادف إلى إنشاء وتدعيم حسن النية والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وزبائنها.⁽¹⁾

ويعرف ادوارد بيرنيز العلاقات العامة (أنها التواصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاه على الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها)⁽²⁾ إما عربياً فقد عرفها محمود محمد الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية بأنها (مؤسسات وأنشطة الأجهزة المختلفة في كافة مجالات الدولة كأن تكون سياسية أو اجتماعية أو عسكرية، وذلك للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي والخارجي وذلك بالإخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في مجالات العمل المختلفة وفقاً للتخطيط العلمي السليم)⁽³⁾

ثانياً: أهداف العلاقات العامة:-

تختلف أهداف العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى تبعاً لطبيعة المؤسسة واتساعها ونوعية جمهورها والجمال الذي تعمل فيه فأهداف العلاقات العامة في المؤسسة التجارية يختلف عن المؤسسة الخدمية أو الصناعية والهدف الرئيسي في العلاقات العامة هو تحقيق أهداف المؤسسة التي تعمل بها

ويمكن تحديد أهداف العلاقات العامة كالآتي:-

١ . العمل على كسب تأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والنشاطات والخدمات التي تؤديها ف المؤسسة وتنمية أسباب التفاهم المتبادل مع جمهور المؤسسة⁽⁴⁾

٢ . تهدف العلاقات العامة فيما يخص العاملين في المؤسسة إلى الاهتمام بشؤونهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية وذلك لأنه كلما زاد الاهتمام بهم زاد عطاؤهم وتفانيهم في خدمة المواطن.

٣ . الاهتمام والتأكيد على الاتصال بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى سواء تلك التي تتشابه معها

- في الخدمات أو التي تختلف عنها.
- ٤ . مواجهة الشائعات والدعايات المغرضة التي تستهدف المؤسسة وذلك في ضوء عرض الحقائق والمعلومات المتعلقة بها .
- ٥ . تعميق الشعور الوطني لدى الموظفين لضمان مساهمة الجماهير ومشاركتها في بناء وتحقيق التقدم للمجتمع.^(١)
- ٦ . تقويم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها والعمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة على اتخاذ القرارات.^(٢)
- ٧ . إبراز صورة مشرقة للمؤسسة وإيجاد سمعة طيبة ودعم الانطباعات الايجابية عن المؤسسة وعن الخدمات التي تقدمها.
- في ضوء هذه الأهداف نجد أن بعضها يكمل بعض. فبناء سمعة طيبة يقود إلى تكوين حالة من الثقة والرضا بين المؤسسة وجماهيرها وهذه الحالة تقود بدورها إلى تكوين صورة ذهنية ايجابية.
- ثالثاً: وظائف العلاقات العامة:-**
- وحدد معظم الباحثين^(٣) الذين قاموا بتحليل وظائف العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة للعلاقات العامة بخمس وظائف رئيسية وهي (البحث العلمي، التخطيط، الاتصال، التنسيق، التقييم).
- أولاً: البحث العلمي:-**
- يقصد به (تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المؤسسة سواء في الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها بمقاييس إحصائية دقيقة^(٣))
- وتقسم البحوث العلمية إلى أربعة أنواع: (البحوث الوصفية، البحوث الاستكشافية، البحوث التجريبية، البحوث التاريخية).
- ثانياً: التخطيط:-**
- يقصد به توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن إتاحتها في سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.
- ويصنف التخطيط في العلاقات العامة إلى:-
- ١ . التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه ويقسم إلى:
 - (التخطيط الوقائي و التخطيط العلاجي) .
 - ٢ . التخطيط حسب المدة الزمنية ويقسم إلى :
 - (تخطيط قصير المدى، تخطيط متوسط المدى، تخطيط طويل المدى).
- ثالثاً: الاتصال:-**

بعد الاتصال جوهر عمل العلاقات العامة وركيزة أساسية من ركائزها ويرى الباحثون أن العلاقات العامة ماهي إلا عملية اتصالية تهدف إلى التأثير في الجماهير ويعرف الاتصال انه لا عملية دائنمية دائرية، يتفاعل خلالها فرد أو أكثر أو مجموعة أو أكثر، أو نظم اجتماعية مع بعضها البعض. بغرض تبادل المعلومات والأفكار والآراء المختلفة، وتتم في وسط اجتماعي يساعد على

المشاركة في المعلومات والانفعالات والصور الذهنية، وهذه العملية لها أهداف معينة وردود فعل معينة حالية أو مستقبلية⁽¹⁾

وفي إطار العلاقات العامة فإن الاتصال هو «تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل التنظيم أو خارجه باستخدام وسيلة أو مجموعة من وسائل معينة ضمن إطار موقعي يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل المتبادل نحو تحقيق الأهداف»⁽²⁾.

رابعاً: التنسيق:-

يقصد بالتنسيق قيام إدارة العلاقات العامة بتوحيد الجهود وترتيب الاتصالات بينها وبين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة من جانب وبين المؤسسة والمؤسسات الأخرى من جانب آخر. بما يؤدي إلى توزيع الاختصاصات وتنظيم عمل المؤسسة وبذلك فإن التنسيق يتناول المحيطين الداخلي والخارجي للمؤسسة.⁽³⁾

خامساً: التقويم:-

التقويم (هو إتباع أساليب محددة بهدف تقدير مدى تحقيق برامج العلاقات العامة لأهدافها وبالتالي فإن هناك أهداف أو معايير معينة يجري إقرارها عند وضع برامج العلاقات العامة بحيث يتم مقارنة هذه المعايير أو الأهداف مع النتائج التي تم تحقيقها ومن ثم التوصل إلى انحرافات إيجابية أو سلبية عن المعايير الموضوعية واتخاذ الإجراءات الكفيلة لمعالجتها).⁽⁴⁾

رابعاً: هيئة التعليم التقني:-

أولاً: نشأة هيئة التعليم التقني:-

تعد تجربة العراق في مجال التعليم التقني غنية وتمثل ممارسة حيوية في مجال إيجاد نمط تعليمي قادراً على النهوض بمسؤولياته، وهذا النوع من التعليم منذ أيامه الأولى كان واضح الصلة بحاجة المجتمع ولم يكن لأجل التعليم وحده حيث استهدفت منذ ذلك الحين لتلبية احتياجات القطر من الملاكات الوسطى اللازمة لتشغيل المشاريع.⁽¹⁾

كما ويعكس التعليم التقني مساراً ذا خصوصية متميزة بالمقارنة مع بقية أنماط التعليم العالي لارتباطه المباشر بالواقع الاجتماعي والاقتصادي من جهة والتطور التكنولوجي المتسارع الذي يواكب حاجات المجتمع من جهة أخرى في إطار الحاجة إلى إعداد وتهيئة قوة عمل بمستويات تقنية مؤهلة وقادرة على التعامل مع التطورات التقنية التي يتوقع أن يزداد دورها في القرن الحالي.

وبعد التعليم التقني في العراق حديث نسبياً مقارنة بالتعليم الجامعي لكنه احتل حيزاً مهماً في حجم التعليم العالي لاسيما في فترة التسعينات من خلال تحقيق التوازن في هيكل القوى العاملة في البلد إذ أن هيئة التعليم التقني هي إحدى مؤسسي الاتحاد العربي للتعليم التقني وعضواً في اتحاد الجامعات العربية ويعود تاريخ نشأته في العراق إلى الستينات من القرن العشرين والاستعراض التاريخي الأتي يوضح ذلك:-⁽²⁾

* عام (١٩٦٩) تأسست مؤسسة المعاهد الفنية في إطار تشكيل إداري يرتبط بجامعة بغداد بهدف توحيد المعاهد القائمة آنذاك.

* عام (١٩٧٢) ارتبطت مؤسسة المعاهد الفنية (وكانت تضم خمسة معاهد جميعها في بغداد) بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

- * عام (١٩٧٦) صدر قانون خاص بالهيئة حدد بموجبها أهدافها واختصاصاتها وصلاحياتها.
- * عام (١٩٨٥) جرى التوجه نحو التوسع في إطار استحداث المعاهد المتعددة التقنية وفق خطة استهدفت تغطية البلد جغرافياً من خلال استحداث معهد لكل محافظة كحد ادني.
- * عام (١٩٨٨) تم تغيير تسميتها إلى هيئة المعاهد الفنية. وتم إلحاق معاهد المهن الصحية البالغ عددها (١٤) معهداً بها.
- * عام (١٩٩٣) تم استحداث الكليات التقنية لتغطية حاجة البلد إلى الملاكات التقنية بمستوى البكالوريوس.
- * عام (١٩٩٤) تم استحداث الدراسات المسائية في بعض معاهد وكليات الهيئة.
- * عام (٢٠٠٠) تم استحداث الدراسات العليا التقنية لتمنح شهادتي الدبلوم العالي والماجستير التقني.
- * عام (٢٠٠١) تم تغيير تسميتها إلى هيئة التعليم التقني لتستوعب التشكيلات التابعة لها من كليات ومعاهد تقنية.
- وتسعى الهيئة إلى خلق نظام تعليم تقني إبداعي يبنى على احتياجات السوق ويركز على الحاجات المحلية ويتحمل مسؤولية حاجات أرباب العمل المحليين وتقديم تعليم تقني عالي الجودة يجعل العائد المستهدف من عملية التعليم أكثر كفاءة وتميزاً وتوسيع قاعدته كماً ونوعاً وإرساء دعائم التنمية البشرية المستدامة وأخلاقيات المهنة والاستجابة السريعة للحاجات المتغيرة من خلال مواكبة التطورات العلمية والتقنية والانفتاح الخارجي واعتماد التعليم من اجل السوق وضمان توكيد جودة العائد المستهدف من عملية التعليم.
- ثانياً: أهداف التعليم التقني:-**
- في ضوء قانون الهيئة لعام (١٩٧٦) والأسباب الموجبة لتأسيس الكليات التقنية عام (١٩٩٣) تسعى الهيئة إلى تحقيق المهام التالية:-

 - ١ . إعداد أطر تقنية بمستويات تعليمية متعددة مؤهلة علمياً وعملياً قادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة وممارسة العمل حال تخرجها لاطلاعها المسبق على بيئة العمل.
 - ٢ . استكمال البناء العمودي للتخصصات التقنية لمواكبة التطورات الكبيرة في التقنيات الحديثة.
 - ٣ . نشر التعليم والتدريب بما في ذلك التعليم مدى الحياة والنهوض بمستواه العلمي والتطبيقي بما يؤدي إلى ربطه بواقع واحتياجات القطاعات المختلفة في المجتمع وبما يساهم في إحداث التغييرات في مفاهيم العمل والإنتاج.
 - ٤ . مواكبة التطورات العلمية والتكنولوجية عن طريق توثيق الروابط الثقافية والعلمية مع الجامعات والمعاهد والمنظمات العلمية العربية والعالمية.
 - ٥ . التفاعل المستمر بين الهيئة والقطاعات المختلفة بما في ذلك الجامعات والمؤسسات العلمية في تبادل المعلومات والخبرات والأخصائيين والمحاضرين والاستفادة من مرافق الدولة ذات العلاقة لتحقيق الأهداف المشتركة.
 - ٦ . وضع شراكة مع القطاع الخاص لتلبية احتياجات سوق العمل.

ثالثاً: الهيكل التنظيمي لهيئة التعليم التقني:-

يعد الهيكل التنظيمي المحدد لأوجه الأنشطة اللازمة لتحقيق أهداف واستراتيجياتها وتحديد الأفراد العاملين اللذين سيوكل إليهم تنفيذ الأنشطة والفعاليات على وفق تحديد العلاقات التي لابد من وجودها بين الإدارات بعضها مع البعض الآخر.⁽¹⁾

وتنسيق جهودها الجماعية لتحقيق الأهداف ولأجل الوصول كفريق واحد وهو من السمات الأساسية لأداء الهيئة وجميعها في مجموعات وظيفية مستقلة وتنهض بتقسيمات تنظيمية قائمة بذاتها وتفاوت إعدادها وإحجامها بتفاوت حجم المؤسسة التعليمية.

ولابد من الإشارة إلى أن الهيكل التنظيمي لا ينبثق من فراغ وإنما من خلال التوصيف الكامل للبيئة الداخلية للهيئة وعواملها المؤثرة فيها ولا ينبغي ترك البيئة الخارجية والعوامل المؤثرة والمنبثقة من فلسفة التعليم التقني واستراتيجياته المستقبلية.

ولأجل أن تأخذ هيئة التعليم التقني الدور الأكبر والفاعل على الصعيدين الداخلي والخارجي ولسد الفجوة العلمية والثقافية في مؤسسات التعليم العالمية والنهوض بمستويات مؤسساتها التعليمية ومؤسساتها المستقبلية لمواكبة المؤسسات التعليمية التقنية العالمية تم استحداث الأقسام الآتية:-

- ١ . قسم إدارة الجودة والاعتمادية (في التعليم العالي) ويرتبط إدارياً بمساعد رئيس الهيئة للشؤون العلمية.
 - ٢ . قسم التنسيق والعلاقات العامة ويرتبط إدارياً برئيس الهيئة مباشرة وهو ما سنتناوله في الجانب التطبيقي من الدراسة. حيث أن ارتباط قسم التنسيق والعلاقات العامة مباشرة برئيس الهيئة يوضح لنا مدى أهمية الأعمال المناطة بهذا القسم والدور الكبير الذي يقدمه للهيئة.
- رابعاً: قسم التنسيق والعلاقات العامة:-**
- يعتبر قسم التنسيق والعلاقات العامة من الأقسام السائدة المرتبطة برئيس الهيئة مباشرة. وترتبط بالقسم الشعب والوحدات التالية:-

ت	الشعب / الوحدة	الشهادة المطلوبة
١	المتابعة	بكالوريوس/ علوم إدارية
٢	العلاقات العامة	بكالوريوس/ علوم إدارية
٣	الإعلام	بكالوريوس/ إعلام/ لغة عربية
٤	السكرتارية	دبلوم فني

تقوم وحدات هذا القسم مجتمعة بالمهام الآتية:-

- ١ . متابعة وتنفيذ التعليمات والتوجيهات الصادرة عن السيد رئيس الهيئة إلى الكليات والمعاهد التقنية.
- ٢ . متابعة عمل اللجان التحقيقية والقرارات الصادرة عنها فيما يتعلق بسير عمل الكليات والمعاهد التقنية.
- ٣ . إعداد الخلاصات النهائية للتقارير المقدمة من قبل فرق العمل المشكلة بأمر رئيس الهيئة

- ومتابعة تنفيذ توصياتها ومقترحاتها بعد مصادقة رئيس الهيئة عليها.
- ٤ . التأكد من صحة التقارير المرفوعة (الجهات الطالبة/ كليات/ معاهد/ مؤسسات حكومية/ مواطنين) إلى الهيئة وتقديم خلاصة نهائية عنها بالتنسيق مع الأقسام الأخرى في ديوان الهيئة أو الكليات والمعاهد التقنية.
 - ٥ . استقبال الوفود الزائرة للهيئة وتنظيم برامج الزيارة الخاصة بها إلى الكليات والمعاهد.
 - ٦ . تعريف الوفود الزائرة للهيئة وتنظيم برامج الزيارة الخاصة بها إلى الكليات والمعاهد.
 - ٧ . إعداد برامج خاصة بالزيارات التي تقوم بها وفود الهيئة إلى الكليات والمعاهد.
 - ٨ . تنظيم الدعوات وتحديد أماكن الزيارات الخاصة بالوفود وتهيئة كافة المستلزمات اللازمة لذلك.
 - ٩ . نشر نشاطات كليات ومعاهد الهيئة في الصحف المحلية والقنوات الفضائية والإذاعية.
 - ١٠ . توطيد العلاقة بين الهيئة والجامعات من خلال اطلاعها على ما تقوم به من نشاطات.
 - ١١ . إصدار جريدة شهرية (المسار التقني) تعني بنشاطات وإخبار الهيئة وتشكيلاتها وإصدار الكراسات التعريفية بالهيئة.
 - ١٢ . المشاركة في كافة اللجان التي لها علاقة بالإعلام (إصدار الأدلة والمواقع الالكترونية والمؤتمرات وتزويدهم بمعلومات وأفلام وصور).
 - ١٣ . المشاركة الفاعلة في كافة المناسبات المركزية الخاصة بالهيئة (يوم الهيئة. حفلات التخرج. تكريم الطلبة المتفوقين. المؤتمرات).
 - ١٤ . توثيق كافة الأعمال والنشاطات والإخبار والشكاوى.

الجانب العملي

تحليل البيانات الخاصة بالعاملين في العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني.
أولاً: معلومات عامة:-

1. توزيع المبحوثين في مجال العلاقات العامة حسب الجنس:
تدل السمات الشخصية لأفراد عينة مجتمع البحث، على أن نسبة (57,1%) من الإناث، ونسبة (42,9%) من الذكور. ويدل ذلك على تقارب نسبة الذكور والإناث وكما هو مبين في الجدول الآتي:
جدول رقم (1)

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
42,9%	6	ذكر
57,1%	8	أنثى
100%	14	المجموع

2. توزيع المبحوثين في مجال العلاقات العامة حسب العمر:
توزع لأفراد مجتمع البحث حسب العمر، حيث احتلت فئة (20-30) سنة نسبة (7,1%)، إما العاملین من فئة (30-40) سنة فكانت نسبتها (14,3%) وكانت نسبة تتراوح من أعمارهم (40-50) سنة هي (35,7%) إما من كانت أعمارهم تتراوح بفئة (أكثر من 50) سنة فأن نسبتهم هي (42,9%) يدل هذا على أن العاملين ذوي الأعمار الأكبر هم أصحاب النسبة الأكبر يساعد هذا على كونهم من ذوي الخبرة في مجال عملهم إلا أن الباحث يلاحظ أن وجود عاملين من أعمار صغيرة مفيد لعمل العلاقات العامة الذي يتسم بالنشاط والحركة المستمرة. والجدول الآتي يبين لنا توزيع العاملين بحسب أعمارهم.

جدول رقم (2)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
7,1%	1	(20 - 30)
14,3%	2	(30 - 40)
35,7%	5	(40 - 50)
42,9%	6	(أكثر من 50)
100%	14	المجموع

3. توزيع المبحوثين في مجال العلاقات العامة حسب تحصيلهم الدراسي:
وفيما يتعلق بالتحصيل الدراسي للمبحوثين، فقد بينت النتائج أن النسبة الأعلى كانت لمن يمتلكون شهادة البكالوريوس وقد بلغت (50%)، إما الحاصلون على شهادة الدبلوم فبلغت نسبتهم

(٧,١٪). في حين نلاحظ أن من كانت شهادتهم ماجستير فبلغت نسبتهم (٤٢,٩٪) وهذا يدل على أن العاملين في مجال العلاقات العامة في الهيئة هم من أصحاب الشهادات العليا والبيكالوريوس. وهم يعتبرون من أصحاب الخبرة في التعامل في مجال العلاقات العامة. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٣)

يبين توزيع الباحثين حسب تحصيلهم الدراسي

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
دبلوم	١	٪٧,١
بيكالوريوس	٧	٪٥٠
ماجستير	٦	٪٤٢,٩
المجموع	١٤	٪١٠٠

٤ . توزيع الباحثين في مجال العلاقات العامة حسب اختصاصهم العلمي: بينت إجابات الباحثين أن (٤٢,٩٪) يمتلكون اختصاص إعلام وأداب. ويُجد أن (٥٧,١٪) من الباحثين يمتلكون تخصصات تنوعت بين اللغة العربية والإدارة والاقتصاد والمحاسبة وغيرها من التخصصات الإنسانية علم النفس وعلم الاجتماع. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٤)

يبين الاختصاصات العلمية للباحثين

التخصص العلمي	التكرار	النسبة المئوية
إعلام وأداب	٦	٪٤٢,٩
اختصاصات إنسانية	٨	٪٥٧,١
المجموع	١٤	٪١٠٠

٥ . توزيع الباحثين في مجال العلاقات العامة حسب سنوات الخبرة: تبين أن غالبية الباحثين لديهم خبرة لاتتجاوز خمس سنوات وكانت نسبتهم (٥٧,١٪). بينما يُجد أن من لديهم خبرة لعشر سنوات فأكثر بلغت نسبتهم (٧,١٪). إما بقية العاملين فأن خبرتهم كانت تتراوح بين خمسة إلى عشرة سنوات وبنسبة (٣٥,٨٪). وتدل هذه النسب على تواضع خبرات العاملين في مجال العلاقات العامة. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٥)

يبين توزيع الباحثين حسب سنوات الخبرة في مجال العمل

عدد سنوات العمل	التكرار	النسبة المئوية
١ - ٥	٨	٥٧,١%
٥ - ١٠	٥	٣٥,٨%
١٠ فأكثر	١	٧,١%
المجموع	١٤	١٠٠%

ثانياً: ممارسة أنشطة العلاقات العامة:-

١ . عند سؤال الباحثين عن فهمهم لأنشطة العلاقات العامة في مؤسستهم (هيئة التعليم التقني)، جاءت إجاباتهم كالآتي:

- العلاقات العامة عبارة عن وظيفة تنسيقية تعتمد على التخطيط لبرامجها. وشكل هذا المفهوم نسبة (١٤,٣%) من الباحثين.

- هي الجهود المبذولة من فريق العلاقات العامة لإقامة علاقات طيبة واستمرارها داخل وخارج المؤسسة. شكل هذا المفهوم نسبة (٥٠%) من الباحثين.

- العلاقات العامة هي الوصل بين أهداف الهيئة علمياً وثقافياً وإعلامياً والمؤسسات الأخرى وتعزيز أطر التعاون المشترك بين الهيئة والمؤسسات الأخرى. وقد شكل هذا المفهوم نسبة (٢٨,٦%) من الباحثين.

إما أوضح مفهوم العلاقات العامة هي عملية في هيئة التعليم التقني فهو. أن العلاقات العامة هي عملية بحث وتخطيط واتصال وتنسيق مع باقي دوائر الدولة العلمية وغير العلمية في داخل البلد وخارجه وإقامة جسور من العلاقة المبنية على أساس علمي. والتفاهم المتبادل من أجل تطوير المفاهيم العلمية وتحقيق الأهداف المرجوة بأعلى مستوى. وقد شكل هذا المفهوم نسبة (٧,١%) من الباحثين وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٦)

يوضح مفهوم الباحثين للعلاقات العامة

المفهوم	التكرار	النسبة المئوية
المفهوم الأول	٢	١٤,٣%
المفهوم الثاني	٧	٥٠%
المفهوم الثالث	٤	٢٨,٦%
المفهوم الرابع	١	٧,١%
المجموع	١٤	١٠٠%

من خلال ملاحظتنا للجدول السابق نجد أن جميع الباحثين يمتلكون فهم واضح لنشاط العلاقات العامة أو جزء من هذا النشاط وهو مؤثر جيد ولكن أن تشكل نسبة المفهوم الأوضح هي (٧,١%) من المجموع وهذا كون البحوث يحمل شهادة بكالوريوس إعلام. ويوضح لنا هذا أن التخصص مهم في تحديد مفهوم النشاط الذي يقوم به العاملون في العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني.

٢ . حدد الباحثون مجموعة من الأهداف الواضحة لممارسة أنشطة العلاقات العامة وهي:
 • المحافظة على صورة الهيئة وتطوير سمعتها لدى جمهورها وقد أشار (٧٥,٦%) من الباحثين إلى هذا الهدف.

• الإعلام عن أهداف الهيئة وأوجه نشاطها وكانت نسبة من أشار إلى هذا الهدف (٦٤,٤%).
 • تعزيز الشراكة الفعلية مع الصحافة ووسائل الإعلام والاستفادة من خبرتهم في نشر الوعي التقني والتعريف برسالة التعليم التقني وكان نسبة من أشار لهذا الهدف (٥١,١%).
 • توسيع نطاق العلاقات والتعاون بين الهيئة والمؤسسات التعليمية الأخرى من جهة وبين مؤسسات الهيئة من معاهد وكليات من جهة أخرى. وأشار (٤٢,٢%) من الباحثين لهذا الهدف.
 * ترك الباحث تحديد الأهداف مفتوحاً للمبشرين. وهذا يوضح أن مجموع النسب لا تشكل (١٠٠%) كون الباحثين اختاروا أكثر من هدف.

٣ . مدى استخدام الباحثين لأساليب ووظائف العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني:
 أ . المبحث العلمي: بينت إجابات (٣٥,٧%) من الباحثين أن استخدامهم لهذه الوظيفة يجري بشكل دائم. وان (٢٨,٦%) منهم أشار إلى أن استخدامها يتم أحياناً. بينما (٣٥,٧%) منهم أشار إلى أنه نادراً ما يستخدم ذلك.

ب . التخطيط: أشار (٥٧,١%) من الباحثين إلى أن استخدامهم لهذه الوظيفة يكون دائماً. بينما نجد أن (٢١,٤%) منهم أشار إلى استخدام ذلك أحياناً. وان (٢١,٤%) منهم أشار إلى ذلك نادراً.
 ج . الاتصال: أشار (٧٨,٦%) من الباحثين إلى أن استخدامهم لهذه الوظيفة يكون دائماً. بينما نجد أن (٢١,٤%) منهم أشار إلى أن استخدام ذلك يتم أحياناً.

د . التنسيق: بينت إجابات (٥٧,١%) من الباحثين أن استخدامهم لهذه الوظيفة يجري بشكل دائم. وان (٢١,٤%) منهم أشار إلى أن استخدامها يجري أحياناً. بينما أشار (٢١,٤%) منهم إلى أنه نادراً ما تستخدم ذلك.

هـ . التقويم: أشار (٢٨,٦%) من الباحثين إلى استخدامهم لهذه الوظيفة يكون دائماً. بينما نجد أن (٢٨,٦%) منهم أشار إلى استخدام ذلك أحياناً. وان (٤٢,٩%) منهم أشار إلى ذلك نادراً.

جدول رقم (٧)
يبين مدى استخدام المبحوثين لأساليب ووظائف العلاقات العامة

%	المجموع	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاستخدام وظائف وأساليب
		%	ك	%	ك	%	ك	
٪١٠٠	١٤	٪٣٥,٧	٥	٪٢٨,٦	٤	٪٣٥,٧	٥	المبحث العلمي
٪١٠٠	١٤	٪٢١,٤	٨	٪٢١,٤	٣	٪٥٧,١	٨	التخطيط
٪١٠٠	١٤	-	-	٪٢١,٤	٣	٪٧٨,٦	١١	الاتصال
٪١٠٠	١٤	٪٢١,٤	٣	٪٢١,٤	٣	٪٥٧,١	٨	التنسيق
٪١٠٠	١٤	٪٤٢,٩	٦	٪٢٨,٦	٤	٪٢٨,٦	٤	التقويم

- ٤ . المجالات التي يستخدم فيها البحث العلمي:
- أ . تحديد الأهداف: أشار (٥٧,١٪) من المبحوثين إلى أنهم يستخدمونه في تحديد الأهداف بشكل دائم، وان (٤٢,٩٪) منهم أشاروا إلى انه يستخدمونه أحياناً.
- ب . تخطيط أنشطة العلاقات العامة: بينت إجابات المبحوثين إلى استخدام البحث العلمي في هذا المجال يتم بشكل دائم وكانت نسبتهم (٧١,٤٪)، فمما أشار (٢٨,٦٪) منهم إلى استخدامه بصورة نادرة.
- ج . قياس مدى تطبيق أهداف العلاقات العامة: أشار (٥٠٪) من المبحوثين إلى استخدام البحث العلمي في هذا المجال يتم بشكل دائم، بينما يشير (٥٠٪) الآخرون إلى أنها أحياناً ما يتم استخدامه في هذا المجال.
- د . قياس اتجاهات الرأي العام: من إجابات المبحوثين تبين أن (٣٥,٧٪) منهم أشاروا إلى استخدامه يتم دائماً، وان (٣٥,٧٪) من المبحوثين أشاروا إلى أن استخدامه يتم أحياناً، في حين أشار (٢٨,٦٪) من المبحوثين انه نادراً ما يتم استخدامه.
- هـ . تطوير أساليب الاتصال مع الجمهور: بينت إجابات المبحوثين إلى أن (٥٠٪) منهم أشاروا إلى استخدام في هذا المجال يتم بصورة دائمة، وأشار (٢٨,٦٪) من المبحوثين أن استخدامه يتم أحياناً، بينما أشار (٢١,٤٪) من المبحوثين إلى أن نادراً ما يتم استخدامه.
- و . تقويم كفاءة وأداء العاملين في العلاقات العامة والإعلام: أشار (٧,١٪) من المبحوثين إلى استخدام البحث العلمي في هذا المجال يتم بصورة دائمة، بينما أشار (٥٧,١٪) من المبحوثين إلى انه نادراً ما يتم استخدام البحث العلمي في هذا المجال.

جدول رقم (٨)

يبين مجالات استخدام البحث العلمي

درجة الاستخدام المجالات	دائماً		أحياناً		نادراً		المجموع	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
تحديد الأهداف	٨	٥٧,١%	٦	٤٢,٩%	-	-	١٤	١٠٠%
تخطيط أنشطة العلاقات العامة	١٠	٧١,٤%	٤	٢٨,٦%	-	-	١٤	١٠٠%
قياس مدى تطبيق أهداف العلاقات العامة	٧	٥٠%	٧	٥٠%	-	-	١٤	١٠٠%
قياس اتجاهات الرأي العام	٥	٣٥,٧%	٥	٣٥,٧%	٤	٢٨,٦%	١٤	١٠٠%
تطوير أساليب الاتصال مع الجمهور	٧	٥٠%	٤	٢٨,٦%	٣	٢١,٤%	١٤	١٠٠%
تقويم كفاءة وأداء العاملين في العلاقات العامة والإعلام	١	٧,١%	٥	٣٨,٧%	٨	٥٧,١%	١٤	١٠٠%

٥ . إجابات الباحثين حول مديات الخطط الزمنية المعتمدة في العلاقات العامة: تشير إجابات الباحثين الذين يعتمدون على التخطيط في العلاقات العامة أن (٥٠%) منهم يرون أن العلاقات العامة تعتمد على خطط قصيرة المدى. فيما يرى (٣٥,٧%) منهم أنها تعتمد على خطط متوسطة المدى. بينما (١٤,٣%) منهم يرى أنها تعتمد على خطط طويلة المدى. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٩)

يبين مديات الخطط الزمنية المعتمدة في العلاقات العامة

مدى المخطط	التكرار	النسبة المئوية
خطة قصيرة المدى	٧	٥٠%
خطة متوسطة المدى	٥	٣٥,٧%
خطة بعيدة المدى	٢	١٤,٣%
المجموع	١٤	١٠٠%

أشار الباحثون إلى أن الاعتماد على خطط قصيرة المدى بصورة كبيرة وذلك بسبب الظروف والأوضاع الغير مستقرة مما تشكل عائق أمام الخطط الطويلة المدى. ٦ . إجابات الباحثين حول ممارستهم لأنشطة العلاقات العامة:

- الاتصال والتنسيق مع المؤسسات الإعلامية: أشار (٥٧,١%) من المبحوثين إلى أنهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم. وأشار (١٤,٣%) منهم إلى ممارسته أحياناً. في حين أشار (٢٨,٦%) منهم إلى أنهم لا يمارسون هذا النشاط.
 - متابعة ما ينشر من إخبارٍ عن الهيئة: بينت إجابات المبحوثين أنهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم بنسبة (٨٥,٧%) وأحياناً بنسبة (١٤,٣%). وهذا يشير إلى أهمية هذا النشاط.
 - تنظيم الاجتماعات والندوات: تبين أن (١٤,٣%) من المبحوثين يمارسون هذا النشاط بشكل دائم. وان (٣٥,٧%) منهم يمارسونه أحياناً.
 - إقامة المعارض: بينت إجابات المبحوثين أن (٧٨,٦%) منهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم. فيما أشار (٧,١%) منهم إلى ممارسته أحياناً. في حين نجد أن (١٤,٣%) منهم لا يمارسون هذا النشاط.
 - إصدار المطبوعات: يرى (٣٥,٧%) من المبحوثين أن ممارستهم لهذا النشاط يجري بشكل دائم. ويرى (٥٧,١%) منهم انه يمارس هذا النشاط أحياناً. ويرى (٧,١%) منهم انه نادراً ما يتم ممارسة ذلك.
 - تهيئة وتنفيذ الإعلانات والملصقات: أشار جميع أفراد العينة إلى أن ممارسة هذا النشاط يتم بصورة دائمة وبنسبة (١٠٠%).
 - الاهتمام بالاستعلامات: أشار (٣٥,٧%) من المبحوثين إلى أنهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم. فيما أشار (٣٥,٧%) منهم إلى ممارسته أحياناً. وأشار (٧,١%) منهم إلى ممارسته نادراً بينما أشار (٢١,٤%) إلى أنهم لا يمارسونه.
 - تنظيم مواعيد المقابلات مع الإدارة العليا: أشار (٥٧,١%) من المبحوثين إلى أنهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم وأشار (١٤,٣%) منهم أن ممارسة هذا النشاط تتم أحياناً وان (٢٨,٦%) منهم أشار إلى أن هذا النشاط يمارس بشكل نادر.
 - القيام بنشاطات اجتماعية وثقافية وترفيهية: أشار (٢٨,٦%) من المبحوثين إلى أنهم يمارسون هذا النشاط بشكل دائم وأشار (٧,٤%) منهم إلى أنهم يمارسونه نادراً.
- وتدل هذه الإجابات على أن متابعة ما ينشر من إخبار الهيئة في وسائل الإعلام يأتي في المرتبة الأولى ومن ثم إقامة المعارض في المرتبة الثانية في حين نجد أن القيام بنشاطات اجتماعية وثقافية وترفيهية يأتي في المرتبة الأخيرة من بين مجمل الأنشطة التي يمارسها العاملون في مجال العلاقات العامة وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٠)

يبين مدى ممارسة العاملين لأنشطة العلاقات العامة

%	المجموع	لا تمارس		نادراً		أحياناً		دائماً		مدى الممارسة الأنشطة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٪١٠٠	١٤	-	-	٪٢٨,٦	-	٪١٤,٣	٢	٪٥٧,١	-	الاتصال والتنسيق مع المؤسسات الإعلامية
٪١٠٠	١٤	-	-	-	-	٪١٤,٣	٢	٪٨٥,٧	١٢	متابعة ما ينشر من إخبار عن الهيئة
٪١٠٠	١٤	-	-	-	-	٪٣٥,٧	٥	٪٦٤,٣	٩	تنظيم الاجتماعات والندوات
٪١٠٠	١٤	-	-	٪١٤,٣	٢	٪٧,١	١	٪٧٨,٦	٧	إقامة المعارض
٪١٠٠	١٤	-	-	٪٧,١	١	٪٥٧,١	٨	٪٣٥,٧	٥	إصدار المطبوعات
٪١٠٠	١٤	-	-	-	-	-	-	٪١٠٠	١٤	تهيئة وتنفيذ الإعلانات والملصقات
٪١٠٠	١٤	٪٢١,٤	٣	٪٧,١	١	٪٣٥,٧	٥	٪٣٥,٧	٥	الاهتمام بالاستعلامات
٪١٠٠	١٤	-	-	٪٢٨,٦	٤	٪١٤,٣	٢	٪٥٧,١	٨	تنظيم مواعيد المقابلات مع الإدارة العليا
٪١٠٠	١٤	-	-	-	-	٪٧١,٤	١٠	٪٢٨,٦	٤	القيام بنشاطات اجتماعية وثقافية وترفيهية

٧. مدى استخدام الوسائل الاتصالية في أنشطة العلاقات العامة:

• التلفزيون: أشار (١٤,٣٪) من المبحوثين إلى أن استخدامهم لهذه الوسيلة يكون دائماً. في حين نجد أن (٥٠٪) منهم أشار إلى أن استخدام هذه الوسيلة يتم أحياناً. وأن (٣٥,٧٪) منهم أشار إلى ذلك نادراً.

• الإذاعة: بينت إجابات (٥٧,١٪) من المبحوثين أن استخدامهم لهذه الوسيلة يجري بشكل دائم. وأن (٢١,٤٪) منهم أشار إلى استخدامها أحياناً. بينما (٢١,٤٪) منهم أشار إلى ذلك نادراً.

• الصحافة: بينت الإجابات أن (٥٧,١٪) من المبحوثين أشار إلى أن استخدامهم للصحافة للاتصال بالجمهور الخارجي للهيئة يتم بشكل دائم. بينما نجد أن (٢١,٣٪) منهم أشاروا إلى أن استخدامهم لهذه الوسيلة يتم أحياناً. في حين أشار (٢١,٤٪) من المبحوثين أنهم نادراً ما يستخدمون هذه الوسيلة.

الانترنت: أشار (٧٨,٦٪) من المبحوثين إلى استخدام هذه الوسيلة يكون دائماً بينما نجد أن (٢١,٤٪) منهم أشار إلى أن استخدام ذلك يكون أحياناً. تدل هذه الإجابات على أن الوسائل الأكثر فاعلية للاتصال بالجمهور الخارجي للهيئة هي الصحافة والإذاعة بشكل متساوي ومن ثم يأتي التلفزيون في حين نجد أن الانترنت يحتل المرتبة الأولى وهذا بسبب تقدم وتطور الوسائل الالكترونية يجعل الإقبال عليها يكون أكثر. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١١)

يبين مدى استخدام الوسائل الاتصالية في مجال العلاقات العامة

الاستخدام وسائل الاتصال	دائماً		أحياناً		نادراً		المجموع	٪
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
التلفزيون	٢	٪١٤,٣	٧	٪٥٠	٥	٪٣٥,٧	١٤	٪١٠٠
الإذاعة	٨	٪٥٧,١	٣	٪٢١,٤	٣	٪٢١,٤	١٤	٪١٠٠
الصحافة	٨	٪٥٧,١	٣	٪٢١,٤	٣	٪٢١,٤	١٤	٪١٠٠
الانترنت	١١	٪٧٨,٦	٣	٪٢١,٤	-	-	١٤	٪١٠٠

٨ . عند سؤال المبحوثين عن امتلاك الهيئة وسيلة اتصالية خاصة بها جاءت إجابات المبحوثين كالآتي:

أشار (٨٥,٧٪) من المبحوثين إلى امتلاك الهيئة وسيلة خاصة بها وقد حددتها بجريدة المسار التقني. وكذلك الموقع الالكتروني للهيئة وكذلك البريد الالكتروني للهيئة حيث يعتبر وسيلة فعالة للاتصال بالجمهور. وكذلك الهواتف النقالة. في حين أشار (١٤,٣٪) من المبحوثين إلى عدم امتلاك الهيئة وسيلة اتصالية خاصة وان اعتمادهم يكون على الوسائل الاتصالية العامة وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٢)

إجابات المبحوثين حول امتلاكهم وسيلة اتصالية خاصة بالهيئة

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١٢	٪٨٥,٧
كلا	٢	٪١٤,٣
المجموع	١٤	٪١٠٠

٩ . إجابات الباحثين عن إقامة الدورات التدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة: فيما يتعلق بالدورات التدريبية للعاملين في العلاقات العامة فقد أشار (٧٨,٦%) من الباحثين إلى وجود دورات تدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة تتضمن دورات في العلاقات العامة واستخدام الحسابات والانترنت والإعلام وإدارة الأزمات. وتتراوح مددها بين أسبوعين إلى شهر واحد وقد تنوعت أماكن إقامة الدورات داخل وخارج القطر. وأشار (٢١,٤%) إلى عدم مشاركتهم في دورات تدريبية. وقد عللوا ذلك بأن الدورات المقامة (أن وجدت) لا تشمل جميع العاملين في مجال العلاقات العامة. وان مكان إقامتها. عادة ما يكون بعيد عن إقامة العاملين أو أماكن عملهم وبصعب الوصول لها بسبب الظروف الأمنية وكما مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٣)

يبين إجابات الباحثين حول إقامة دورات تدريبية للعاملين

إجابات الباحثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١١	٪٧٨,٦
كلا	٣	٪٢١,٤
المجموع	١٤	٪١٠٠

١٠ . إجابات الباحثين حول حجم إعداد العاملين في العلاقات العامة: وبشأن حجم إعداد العاملين في مجال العلاقات العامة لممارسة أنشطتهم. أشار (٢٨,٦%) من الباحثين إلى أن عدد العاملين في مجال العلاقات العامة غير كافٍ نسبة إلى التخصصات الوظيفية المطلوبة. بينما (٧١,٤%) منهم يرون أن العدد المطلوب لممارسة وظائف العلاقات العامة كافٍ لإشغال التخصصات الوظيفية المتوافرة في الهيئة. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٤)

يبين إجابات الباحثين حول إعداد العاملين في العلاقات العامة

إجابات الباحثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١٠	٪٧١,٤
كلا	٤	٪٢٨,٦
المجموع	١٤	٪١٠٠

١١ . إجابات الباحثين حول أداء العاملين في مجال العلاقات العامة: عند سؤال الباحثين عن مدى تمتع العاملين في مجال العلاقات العامة بالأداء الجيد جاءت إجاباتهم بأن (٨٥,٧%) من الباحثين يجد أن العاملين في مجال العلاقات العامة يتمتعون بالأداء الجيد. إلا أن (١٤,٣%) من الباحثين يجدون أنهم لا يتمتعون بالأداء الجيد كونهم ليسوا من ذوي الاختصاص

الدقيق في مجال العلاقات العامة. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٥)

يبين إجابات المبحوثين حول تمتع العاملين في مجال العلاقات العامة بالأداء الجيد

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١٢	٪٨٥,٧
كلا	٢	٪١٤,٣
المجموع	١٤	٪١٠٠

١٢ . إجابات المبحوثين حول تقويم نشاط العلاقات العامة:

بينت إجابات المبحوثين حول تقويم نشاط العلاقات العامة أن (٥٧,٢٪) من المبحوثين يرون أنه أحياناً يكون هناك تقويم لأنشطة العلاقات العامة. فيما أشار (٢١,٤٪) منهم إلى أن العلاقات العامة تجري تقويم لأنشطتها بصورة دورية. في حين أشار (٢١,٤٪) من المبحوثين أنهم نادراً ما يقومون بتقويم لأنشطة العلاقات العامة في الهيئة وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٦)

يبين إجابات المبحوثين حول تقويم أنشطة العلاقات العامة

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
بصورة دورية	٣	٪٢١,٤
أحياناً	٨	٪٥٧,٢
نادراً	٣	٪٢١,٤
المجموع	١٤	٪١٠٠

١٣ . إجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن مستوى أداء العلاقات العامة:

بينت إجابات المبحوثين بشأن مدى الانطباعات المتكونة لديهم عما تمارسه العلاقات العامة من أنشطة اتصالية وإعلامية وثقافية مختلفة ومدى رضاهم عن أداء العاملين فيها. أن (٢١,٤٪) من المبحوثين أشاروا إلى عدم رضاهم عن مستوى ما تمارسه العلاقات العامة من أنشطة. فيما يرى (٣٥,٧٪) منهم أنهم راضون عن أداء العلاقات العامة في الهيئة. في حين أشار (٤٢,٩٪) منهم إلى أنهم راضون وبدرجة كبيرة عن الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة. وكما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٧)

يبين مستوى رضا المبحوثين عن أداء العلاقات العامة

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
راض جداً	٦	٤٢,٩%
راض	٥	٣٥,٧%
غير راض	٣	٢١,٤%
المجموع	١٤	١٠٠%

ثالثاً: المشاكل والمعوقات:-

عند سؤال المبحوثين عن المشاكل والمعوقات التي تواجه عمل العلاقات العامة في الهيئة. جاءت اجاباتهم كالآتي :

- ١ . أشار (٩٤,٧%) من المبحوثين إلى عدم توفر كادر متخصص كافي لتغطية أنشطة العلاقات العامة حيث يمثل التخصص نقطة مهمة في ممارسة النشاط.
- ٢ . قلة الدعم المادي وعدم وجود تخصيصات مالية كافية إذ أشار (٦٦,٧%) من المبحوثين إلى أن ذلك يحول دون تنفيذ العلاقات العامة للعديد من الأنشطة.
- ٣ . ضعف ممارسة بعض الأنشطة الضرورية للعلاقات العامة إذ أشار (٩٣,٣%) من المبحوثين إلى أن عدم وجود وسيلة نقل خاصة بالكادر وسوء الأوضاع الأمنية دوراً كبيراً في ذلك.
- ٤ . قلة الاهتمام بالدورات التدريبية إذ أشار (٥١,١%) من المبحوثين أن العاملين في مجال العلاقات العامة يحتاجون الدورات التدريبية في مجال تقنيات الإعلام وحرير الأخبار والإخراج بالإضافة إلى دورات في العلاقات العامة مثل إدارة الأزمات وإقامة المؤتمرات والندوات لإكسابهم المهارات والخبرات الجديدة لمواكبة التطور المستمر في التقنيات العملية والتكنولوجية.
- ٥ . عدم توفر مكان مناسب لأداء مهام العلاقات العامة والإعلام حيث أشار (٢٤,٤%) من المبحوثين إلى أن العلاقات العامة لا تمتلك مكان مناسب مزود بالمعدات والمستلزمات المتطورة إلى تسهل من ممارسة الأنشطة بأحسن شكل.

رابعاً: النتائج:-

- توصل الباحث من خلال الجانب الميداني إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:
- ١ . قلة الملاك المتخصص في مجال العلاقات العامة والإعلام في الهيئة وعدم امتلاكهم للشهادات العليا. والشهادات التخصصية في الإعلام والعلاقات العامة.
 - ٢ . وجود ضعف في تدريب العاملين في مجال العلاقات العامة وتواضع الممارسة والخبرة في ميدان العمل الوظيفي.
 - ٣ . وضوح مفهوم العلاقات العامة بالنسبة لأغلبية العاملين فيها حيث حدد المبحوثين أربعة مفاهيم للعلاقات العامة جميعها تصب في مجال ممارسة أنشطة العلاقات العامة. وتساعد على ممارستها للأنشطة على أحسن وجه.

- ٤ . حدد الباحثين مجموعة جيدة من الأهداف في مجال العلاقات العامة والإعلام. أي أن أهداف العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني واضحة ويسعى العاملون على تحقيقها.
 - ٥ . تفاوتت نسب استخدام الباحثين لوظائف وأساليب العلاقات العامة ويرجع ذلك لأهمية كل وظيفة حيث نجد أن وظيفة الاتصال احتلت المرتبة الأولى بعدها التخطيط والتنسيق ثم البحث العلمي. إما التقويم فجاء بالمرتبة الأخيرة على الرغم من أهميته في تقويم الأنشطة في عمل العلاقات العامة.
 - ٦ . امتلاك الهيئة وسيلة اتصالية خاصة بها وهي مطبوعة. إلا أن الهيئة بحاجة إلى أكثر من ذلك كأن تكون وسيلة مرئية ومسموعة حتى تحقق الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور الخارجي.
 - ٧ . تفاوتت إجابات الباحثين حول عملية التدريب والدورات التدريبية. فمرة جاءت إجابات الباحثين تؤكد على وجود تدريب ومرة أخرى جاءت بشكل مشكلة وعائق هو عدم وجود دورات تدريبية للعاملين. على الرغم من أن الدورات التدريبية تكسب العاملين في مجال العلاقات العامة الخبرة والمهارة في مجال إقامتها.
 - ٨ . إما بشأن إعداد العاملين في مجال العلاقات العامة فوجد الباحث ضرورة أن يكون العاملين أكثر لكي توزع عليهم المهام بشكل أفضل.
- خامسا: التوصيات:-**

- في ضوء الاستنتاجات التي توصلنا إليها نضع مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير نشاط العلاقات العامة في هيئة التعليم التقني:
- ١ . اعداد لائحة توضح أنشطة العلاقات العامة في الهيئة وذلك تلافيا للإشكالات التي تحدث نتيجة لعدم وضوح اهداف العلاقات العامة في الهيئة حتى تمكن العاملين من قياس نتائج عملهم على ضوء تلك اللائحة .
 - ٢ . ضرورة رفد الهيئة بالعاملين من ذوي الشهادات العليا والإختصاص من اجل النهوض بواقع العلاقات العامة وتطوير عملها .
 - ٣ . الأهتمام بتدريب العاملين في مجال العلاقات العامة لكي يتعرفوا بدقة على التطورات الحاصلة في مهنة العلاقات العامة ويطبقوا مفاهيمها الأساسية في عملهم مع الجمهور. وذلك بإشراكهم في دورات مستمرة للعلاقات العامة عن طريق التعاون مع الجهات المتخصصة في هذا المجال .
 - ٤ . ضرورة الاعتماد على الوسائل التقنية الاتصالية الحديثة والمختلفة وتوظيفها في تطوير عمل العلاقات العامة وعدم الاقتصار على تقنيات محددة دون غيرها .
 - ٥ . توفير معدات ومستلزمات اعلامية خاصة بوحدة العلاقات العامة والاعلام كأجهزة الطبع وكاميرا لتوثيق الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة للتواصل مع وسائل الاتصال الجماهيري بالإضافة الى جريدة المسار التقني الخاصة بالهيئة .
 - ٦ . استعمال الأساليب العلمية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة كالبحث العلمي الدقيق والتخطيط المدروس الأنصال الفعال والتقويم السليم لتجنب العشوائية. وتحسين أداء العلاقات العامة مما يؤدي الى فعالية تحقيق أهداف الهيئة .

الهوامش

- (١) واقع وأداء التعليم التقني. مي حمودي عبد الله الشمري. المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية. الجامعة المستنصرية ٢٠٠٥.
- (٢) كليبر اوستن. العلاقات العامة الناجمة. (بيروت: الدار العربية للعلوم، ١٩٩٨) ص ١٢.
- (٣) ادوارد بيرنيز وآخرون، العلاقات العامة - فن ترجمة وديع فلسطين وحسن خليفة (القاهرة: دار المعارف: مؤسسة فرانكلين، ١٩٥٩). ص ١١
- (٤) محمود محمد الجوهري. اتجاهات حديثة في العلاقات العامة (مصر: مكتبة الأجلو المصرية، ١٩٩٧) ص ٤٥.
- (٥) زياد محمد الشerman. عبد الغفور عبد السلام. مبادئ العلاقات العامة (عمان: دار الصفا، ٢٠٠١) ص ٢٩.
- (٦) لبنان هاتف الشامي. العلاقات العامة- المبادئ والأسس العلمية (عمان: دار اليازوري، ٢٠٠٢) ص ٥٣.
- (٧) صالح خليل أبو إصبع. العلاقات العامة والاتصال الإنساني (عمان: دار الشروق، ١٩٩٨) ص ٩٧.
- (*) انظر كلا من د. عبد الكريم راضي الجبوري. (العلاقات العامة فن وإبداع) ص ٣٦. محمد بهجت كشك (العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية) ص ٤١. مختار التهامي وإبراهيم الداوقوي (مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية) ص ٤١. محمد عبد الحميد (العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع) ص ١٤٤. د. إبراهيم إمام (فن العلاقات العامة والإعلام) ص ٦٣.
- (٨) محمد فريد الصحن. العلاقات العامة (مصر: الدار الجامعية للنشر، ١٩٨٥) ص ٣٤.
- (٩) محمود حسن اسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة: الدار العلمية للنشر، ٢٠٠٣) ص ٦٢.
- (٩) محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي. المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الأتصالي (القاهرة: دار الفجر، ١٩٩٩) ص ٢٦
- (١٠) طارق عبد الحميد البديري. الأساليب القيادية والإدارية في المؤسسات التعليمية (عمان: دار الفكر، ٢٠٠١) ص ٤٥.
- (١١) محفوظ احمد جودت. العلاقات العامة- المفاهيم والممارسات (عمان: مؤسسة زهران للنشر والتوزيع، ١٩٩٦) ص ٢٢٥.
- (١٢) محمد عبد الوهاب. النظم الملائمة لقياس وتقييم الأداء في المعاهد التقنية العربية. (المجلد الثامن عشر، العدد الثالث، ٢٠٠١) ص ١٣٧.
- (١٣) دليل هيئة التعليم التقني، ٢٠٠٩، ص ١٧.
- (١٤) موقع هيئة التعليم التقني على شبكة الانترنت