

 <p>Iraq Academic Scientific Journals</p>	<p>Wasit University - College of Literature- Department of Media</p>	<p>Vol (12) Issue (47) Year (2020) Pages (99 - 124)</p>
<p>ISSN: 2617-9318 (Online) ISSN: 1995-8005 (Print)</p> <p>Article history: Received: 13 /12/2019 Accepted: 11 /01/2020 Available Online: 20 /06/2020</p>	<p>Lecturer Dr. Khalaf Kareem Kyoosh Ali*</p> <hr/> <p><i>E-mail: kkareem@uowasit.edu.iq</i></p> <hr/> <p><i>Mobile: 00964 07804377676</i></p>	

INDICATEURS OF THE EXCELLENT PUBLIC RELATION PRACTICE

« This paper presents the indicators of the development of excellent public relations in the institutions of higher education that are possible for three contextual variables: institutional, professional, professional, and effective communication. Therefore, the study used six indicators to measure the excellent public relations in institutions of higher education and scientific research. These indicators are based on the theory of excellence in public relations . Research Objectives: The aim of the research paper is to uncover the institutional, professional, and professional indicators of effective communication of excellent public relations in higher education institutions. Research hypothesis : There is a relationship between the indicators of public relations (institutional, professional and effective communication) and the practice of its excellent work in universities and colleges in Wasit . Research Methodology and Methodology: The methodology used in the research is descriptive. A descriptive sample of 30 respondents was selected. The target population in the research is (the contact person). Research results : The results of the research revealed that institutional indicators of excellent public relations in educational institutions are concerned with the management and strategic planning of the organization . The professional indicators for excellent public relations in the educational institutions provide excellent technical and administrative personnel. The effective communication indicators showed that they contribute to the application of the symmetrical model of communication and the Effectiveness in communication. Research Recommendations : The researcher recommends that the academic institutions of public relations contribute to the production of an excellent public relations behavioral work code as an indicator of the ideal in the work of the institution, and the need for a regulatory context for the management of public relations which is supported in institutions of higher education.

Keywords:

- Public relations
- Indicators
- Higher Education

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

*Lecturer Dr.. . Khalaf Kareem Kyoosh Ali, Wasit Université- Collège of Littérature- Département of Media

م. د. خلف كريم كيوش علي*

E-mail: kkareem@uowasit.edu.iq

المستخلص

مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية

يقدم هذا البحث مؤشرات ممارسة تطور العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي المحتمل لثلاثة متغيرات مؤسسية وسياقية ؛ ادارية - مهنية تخصصية - اتصالية فعالة ، لذا استخدمت الدراسة ستة مؤشرات لقياس العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي وهذه المؤشرات مستوحات من نظرية الامتياز في العلاقات العامة . فرضية البحث : Research hypothesis هناك علاقة بين مؤشرات العلاقات العامة (الادارية ، المهنية التخصصية ، والاتصالية الفعالة) وممارسة عملها الممتاز في الجامعات والكليات الاهلية في واسط . اهدف البحث : research goals يرمي البحث الى الكشف عن ؛ المؤشرات الادارية - المهنية التخصصية - الاتصالية الفعالة للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي . منهج البحث وعينته : Research methodology and sample ان المنهج المستخدم في البحث بصورة أساسية المنهج الوصفي تم اختيار عينة قصدية بلغت (٣٨) مبحوثاً ، وتمثل المجتمع المستهدف في البحث (بالقائم بالاتصال) بممارسي العلاقات العامة والاعلام في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي في واسط .نتائج البحث : research results كشفت نتائج البحث ان المؤشرات المؤسسية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة وان المؤشرات المهنية التخصصية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي وتوافر الملاكات الفنية والادارية الممتازة فيما اوضحت المؤشرات الاتصالية الفعالة انها تسهم في تطبيق الانموذج المتمثل للاتصال في العلاقات العامة. توصيات البحث : Research recommendations يوصي الباحث بأن تسهم المؤسسات الأكاديمية للعلاقات العامة في إنتاج مدونة عمل سلوكية للعلاقات العامة الممتازة بعدها مؤشراً للمثالية في عمل المؤسسة ، وضرورة وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة يفصل بينها وبين الانشطة الأخرى مدعم داخل المؤسسة..

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة

المؤشرات

التعليم العالي



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة

Introduction المقدمة

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً كبيراً بالعلاقات العامة في المؤسسات العراقية بشكل سريع ومنتامٍ نتيجة؛ تحسن الأوضاع السياسية والامنية والاقتصادية في البلاد وقد شملت تلك التطورات الممارسين وادبيات الوظيفة مثلما قد تستمر المهنة في التقدم؛ فإن بإمكانها أيضاً الركود أو التراجع. ولا تكاد توجد نظرية اتصالية متفق على كفيّة عمل العلاقات العامة وتأثيرها في المؤسسة والجمهور. ان المؤشرات التي تقدم تصورات عن كفيّة عمل العلاقات العامة الممتازة لعمل العلاقات العامة، وهذا يتطلب من الممارسين في العلاقات العامة فهماً دقيقاً بالعمليات الاستراتيجية للمنظمة كالبحث والتخطيط والتقييم وتقديم المشورة، والاتصال في اتجاهين لكي تسهم في اتخاذ قرارات سليمة للمؤسسة. يقدم هذا البحث مؤشرات تطور العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي المحتمل لثلاثة متغيرات سياقية؛ ادارية - مهنية تخصصية - اتصالية فعالة، لـ (٣٨) من مسؤولي العلاقات العامة والاعلام في (٥) من مؤسسات التعليم العالي في واسط، لذا استخدمت الدراسة ستة مؤشرات لقياس العلاقات العامة الممتازة، وهذه المؤشرات مستوحات من نظرية الامتياز في العلاقات العامة اذ قدم هذا البحث التأثير المحتمل لثلاثة مؤشرات مهنية سواء كانت: مؤسساتية، مهنية تخصصية، واتصالية. ان هذه المؤشرات عامة لتميز العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات جميعاً، لكن لا يعني انها تطبق الطريقة نفسها؛ لان الممارسة الممتازة للعلاقات العامة يجب ان تنظر لسته متغيرات محددة لهذه المؤشرات، وهي النظام السياسي، والنظام الاقتصادي، والثقافة المجتمعية، وطبيعة النشاط، ومستوى التنمية، والنظام الاعلامي.

منهجية البحث Research methodological

اولاً: مشكلة البحث The Problem

يمكن تحديد مشكلة بحثنا بالإجابة عن التساؤل الرئيس للمشكلة وهو (ما مؤشرات العلاقات العامة الممتازة في الجامعات والكليات الاهلية في واسط)، ولإيجاد اجابة علمية عن هذا التساؤل وضع الباحث عدداً من الأسئلة الفرعية كالآتي :

- ▶ ما المؤشرات الادارية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي ؟
- ▶ ما المؤشرات المهنية التخصصية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي؟
- ▶ ما المؤشرات الاتصالية الفعالة للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي؟

ثانياً : فرضية البحث The Procedures

استند البحث الى التحقق واختبار الفرضية الاتية : هناك علاقة بين مؤشرات العلاقات العامة (الادارية ، المهنية التخصصية ، والاتصالية الفعالة) وممارسة عملها الممتاز في الجامعات والكليات الاهلية في واسط.

ثالثاً : اهداف البحث The Aims

الهدف الرئيس من الدراسة هو استكشاف ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الاكاديمية من منظور نظرية الامتياز بما يتماشى والاتجاهات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة وتحدد أهداف البحث بالاتي :

- ▶ الكشف عن المؤشرات الادارية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي .
- ▶ معرفة المؤشرات المهنية التخصصية للعلاقات العامة في المؤسسات التعليم العالي.
- ▶ دراسة المؤشرات الاتصالية الفعالة للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي.

رابعاً : اهمية البحث The Importance

تأتي اهمية البحث مما يأتي :

- ▶ ترجع اهمية البحث الى عدم وجود بحوث تناولت موضوع قياس مؤشرات العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي نتيجة لتنوع السياقات التعليمية والمهنية .
- ▶ إلقاء الضوء على مؤشرات العلاقات العامة الممتازة ؛ الادارية - المهنية التخصصية - والاتصالية الفعالة التي تمارسها العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي .
- ▶ اهمية قيام ممارسي العلاقات العامة والاعلام بتضمين مؤشرات العلاقات العامة الممتازة في مؤسساتهم لما لها من فوائد مرتبطة ببناء الصورة الايجابية عن منظماتهم .

خامساً: نوع البحث منهجه Research Type and its Methodology

ان المنهج المستخدم في البحث بصورة أساسية المنهج الوصفي الدراسة المسحية وهو ليس مجرد وصف لِمَا هو ظاهر للعيان؛ بل انه يتضمن الكثير من التقصي، ومعرفة الأسباب الكامنة للظواهر وقد تم اختيار عينة قصدية بلغت (٣٨) مبحوثاً بـ(القائم بالاتصال) واستخدم الباحث اداة المقياس ذا البدائل الثلاثية(موافق ، محايد ، معارض) أداة لاستقصاء اداء العاملين ومواقفهم في العلاقات العامة والاعلام في مؤسسات التعليم العالي في واسط .

سادساً: مجالات البحث: The Limitations: وتتمثل مجالات بالبحث بما يأتي :

- ▶ المجال الزمني:Time Field امتد من المدة ٢٠١٩/١٠/١ الى غاية ٢٠١٩/١٢/٢٠.
- ▶ المجال المكاني:Place Field بممارسي العلاقات العامة والاعلام في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي في واسط(جامعة واسط ، كلية الكوت الجامعة ،كلية الامام الكاظم (ع) للعلوم الاسلامية ،المعهد التقني الصويرة، المعهد التقني الكوت).

سابعاً: اختبارات الصدق Honesty test

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري اذ يبين مدى اتفاق المحكمين الخبراء هم كل من: (أ.م.د. اقبال المؤمن، أ.م.د. محمد حسين علوان، أ.م.د. مصطفى حسين عبد الرزاق) على أن استمارة المقياس تكون صالحة لتحقيق أهداف البحث، إذ أشار المحكمون الذين جرى عرض الاستمارة عليهم إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه. وكانت نسبة الاتفاق للخبراء على فقرات المقياس (٩٢,٦٨ %) وهي نسبة جيدة، وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = \text{مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين} \times \frac{100}{\text{المجموع الكلي}} = 100 \times \frac{38}{41} = 92,68\%$$

Theoretical concepts of research المفاهيم النظرية للبحث

▶ **العلاقات العامة الحكومية : Gouvernamental Public Relations** هي الأنشطة والاعمال المخططة المدروسة التي تقوم بها الادارات المتخصصة من العلاقات العامة والاعلام بغرض نشر الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة عن المؤسسات الحكومية للجمهور، ومعرفة آرائه ورغباته والتأثير فيها بما يساعد على تدعيم الثقة والتعاون بين الجمهور والمؤسسات الحكومية ويضمن الأداء المتكامل للخدمات التي تقدمها للجمهور). (خليل، ٢٠٠٩، الصفحة ٤٦).

▶ **ممارسة العلاقات العامة : Public relations practice** " جهود ادارية مخططة ومستمرة لتأسيس وتحسين السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها"(عليان، ٢٠٠٥، الصفحة ٢٢٩).

▶ **مفهوم الاتصال في العلاقات العامة:** The concept of communication in public relations "عملية توصيل الأفكار والمعلومات والحقائق والمعرفة إلى الجماهير (الرأي العام) بهدف التأثير فيه في الاتجاه الذي يضمن تأييده وتفهمه للمؤسسة". (العلاق، ٢٠٠٩، الصفحة ٢٦).

▶ **الجمهور في العلاقات العامة:** Audience in public relations " هم جماعة من الافراد تقع في محيط نشاط مؤسسة او منظمة معينة تؤثر عليها وتتأثر بها، وتتسم بطابع مميز، وينمو بين افرادها مجموعة من الشعارات والرموز وتوجد بينهم مصالح متشابهة، ويربط بينهم روابط معينة، وكلما ازدادت هذه الروابط توثقاً كانت الجماعة اكثر تجانساً". (رشوان، ١٩٨٧، الصفحة ٢٢٧).

▶ **نظرية الامتياز في العلاقات العامة :** Excellence théorie in public relations في العام ١٩٨٥ بدأ اكبر مشروع بحثي في العلاقات العامة الذي استمر سنوات عدة ، لتحديد المتغيرات التي تشمل الممارسة الفعالة للعلاقات العامة الممتازة، وتم تحويل المشروع من (IABC International Association of Business communicateur) ، وقد تم جمع بيانات الدراسة عن طريق ثلاث استبانات تعطى لكل شخص يمثلون كبار ممارسي العلاقات العامة في الولايات المتحدة ، وكندا، والمملكة المتحدة في (٣٢٦) منظمة، تم اختبار المشروع للإجابة عن تساؤلات الباحثين المتعلقة بالمفاهيم والخصائص التي يعتقد انها ذات صلة بالممارسة الممتازة لهذا فأن مجالات النظرية تتمحور بالاتصال الممتاز، وهذا يتطلب من العاملين فهماً دقيقاً بالعمليات الاستراتيجية كالبحت والتخطيط والتقييم وتقديم المشورة، والاتصال في اتجاهين

لكي تسهم في اتخاذ قرارات سليمة، ويبرز العامل الثاني بالتطلعات المشتركة لصناع القرار والمسؤولين مؤكداً أهمية الاتصال الاستراتيجي، في حين يؤكد العامل الثالث على أهمية الثقافة التشاركية المؤطرة من الائتلاف المهيمن والمسؤولين، استناداً الى وجهات نظر عالمية تدعم المشاركة والاتصال في اتجاهين³. (Grammer, 2005,p2)، وتوصلت الدراسة الى مؤشرات عدة للعلاقات العامة الممتازة، هي: (Robert I. Wakefield, 2013,p35) :

- ▶ "العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي: وهذا سيسمح لممارسي العلاقات العامة الانتقال من رد الفعل الى الفعل المباشر والتصدي لأية ازمة".
- ▶ "العلاقة المباشرة بالإدارة العليا: لا بد من أن تشرك ادارة العلاقات العامة بصنع القرار، ومساهمتها وارتباطها المباشر بالإدارة العليا".
- ▶ "وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة: يصنف جرونج وزملاؤه المنظمات الممتازة بانها المنظمات التي لها اقسام منفصلة للعلاقات العامة عن الاقسام الاخرى".
- ▶ "فصل العلاقات العامة عن الوظائف الاخرى : ان تكون العلاقات العامة والوظيفة الاخرى (كالتسويق) متمتان لبعضهما وليستا متداخلتين، فعندما تكون إحداها تابعة للأخرى تفقد القيمة الفعلية للممارسة".
- ▶ تطبيق النموذج المتماثل للاتصال في اتجاهين: يساعد المنظمة في كشف كل الاحتمالات المستقبلية على المنظمة، ومعرفة ردود افعال الجماهير لاسيما في الازمات لمنعها ووضع الخطط المناسبة التي تتلاءم وردود الافعال". (الجمال، ٢٠٠٥، الصفحة ٦٩) .
- ▶ "الملاكات الفنية والادارية الممتازة: لممارس العلاقات العامة دوران الاداري المتمثل بالأشراف والتخطيط لبرامج العلاقات العامة وادارتها ، والآخر دور اتصالي فني يقوم بممارس العلاقات العامة بصياغة الاخبار وتصميمها وتأطيرها وترتيب الاجندة بشكل مناسب".
- ▶ "الفاعلية : يعتمد هذا المبدأ على الانموذج المتماثل للاتصال في اتجاهين، فضلاً عما تقوم به المنظمة من افساح المجال لردود الافعال وافساح المجال لتلك التفاعلية، الا ان المنظمة لا بد من ان تكون فاعلية وهي من تبادر، لاسيما عندما نتكلم عن البيئة الدولية، فرصد البيئة الخارجية ورصد تطوراتها، وتصميم البرامج المناسبة هي اهم مرتكزات العلاقات العامة الدولية الفعالة".

- ▶ "تأييد الإدارة العليا: لأنشطة العلاقات العامة ومشاركته في صنع القرار بعده مبدأً مهماً للممارسة الممتازة".
- ▶ "وجود سياق تنظيمي مدعم : وتم قياس هذا السياق بأربعة اساليب يمكن القول ان وجودها يعني وجود سياق تنظيمي يدعم ممارسة العلاقات العامة الممتازة وهي ،وجود هيكل اداري يعتمد اللامركزية ويعزز استقلالية العاملين، وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة، وعدم السلطوية في اتخاذ القرارات وتنفيذ البرامج، وجود اتصال داخلي مفتوح لا ينقيد التأثير في الرسالة الاتصالية على الجمهور ، وجود نسبة ممثلة لدور المرأة في المشاركة الفعلية لممارسة العلاقات العامة".

الدراسة العملية للبحث : The practical study of research

أولاً: المتغيرات الشخصية لأفراد عينة البحث

١. النوع الاجتماعي: Gender

- توزع المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة من الجامعات والكليات الاهلية في واسط اذ بلغ إجمالي عددهم (٣٨) مبحوثاً توزعوا بحسب متغير النوع الاجتماعي :
- ▶ الذكور: Male جاءت اجابات المبحوثين بواقع (٣٠) مبحوثاً وبنسبة (٧٨,٩٤) من مجموع عينة البحث اذ حلت في المرتبة الاولى من مجموع حجم عينة البحث.
 - ▶ الاناث: Female حصلت فئة الاناث بواقع (٨) مبحوثين وبنسبة (٢١,٠٥) من مجموعة عينة البحث البالغ عددها (٣٨) مفردة والمتمثلة بالكليات الاهلية والجامعات الحكومية.

٢. الفئة العمرية Age group

- توزعت المعدلات العمرية للمبحوثين بين مستويات عدة كالآتي :
- ▶ الفئة (٣٠ سنة فأقل عاماً): جاءت هذه الفئة العمرية ، بواقع (٧) مبحوثين وبنسبة شكلت (١٨,٤٢) %.
 - ▶ الفئة (٣١-٤٠ عاماً): جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الاولى وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٢٠) مبحوثين شكلوا نسبة مئوية بلغت (٥٢,٣٦) % .

- ▶ الفئة (من ٤١-٥٠ عاماً): جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الاولى وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٧) مبحوثين مشكلين ما نسبته (١٨,٤٢%).
- ▶ الفئة (٥١ عاماً فأكثر): جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٤) مبحوثين وبنسبة بلغت (١٠,٥٢%).

٣. سنوات الخبرة الوظيفية في العمل

- ▶ أقل من ٤ سنوات : جاءت هذه الفئة بالنسبة للخبرة الوظيفية ، بواقع (٦) مبحوثين وبنسبة شكلت (١٥,٧٨%).
- ▶ من ٥ الى ٩ سنوات : احتلت هذه الفئة بالنسبة للخبرة الوظيفية ، بواقع (١٢) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٣١,٥٧%).
- ▶ من ١٠ الى ١٤ سنة : احتلت هذه الفئة بالنسبة للخبرة الوظيفية ، بواقع (١٠) مبحوثين وبنسبة شكلت (٣١,٥٧%).
- ▶ ١٥ سنة فأكثر : كشفت نتائج الدراسة والمتعلقة بالخبرة الوظيفية لهذه الفئة ان بواقع (١٠) مبحوثين وبنسبة شكلت (٣١,٥٧%).

٤. المستوى التعليمي للمبحوثين

- ▶ اعدادية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة اذ بلغ حاملو شهادة الاعدادية بواقع (٧) مبحوثين شكلوا نسبة مئوية بلغت (١٨,٤٢) .
- ▶ دبلوم : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة اذ بلغ حاملو شهادة الدبلوم بواقع (٤) مبحوثين شكلوا نسبة مئوية بلغت (١٠,٥٢) .
- ▶ بكالوريوس : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى اذ بلغ حاملو شهادة البكالوريوس بواقع (٢٨) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (٥٧,٧٦) .
- ▶ شهادات عليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة اذ بلغ حاملو شهادة الاعدادية بواقع (٢) مبحوثان شكلوا نسبة مئوية بلغت (٥,٢٦) . ينظر جدول (١) ...

جدول (١) يبين المتغيرات الديمغرافية لعينة البحث

راس الجدول	المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	الذكور	٣٠	٧٨,٩٤%
	الاناث	٨	٢١,٠٥%
العمر	٣٠ سنة فأقل	٧	١٨,٤٢%

٥٢,٦٣%	٢٠	٤٠-٣١ سنة	
١٨,٤٢%	٧	٥٠-٤١ سنة	
١٠,٥٢%	٤	٥١ سنة فأكثر	
١٥,٧٨%	٦	أقل من ٤ سنوات	الخبرة الوظيفية في العمل
٣١,٥٧%	١٢	٥-٩ سنوات	
٢٦,٣١%	١٠	١٠-١٤ سنة	
٢٦,٣١%	١٠	١٥ سنة فما فوق	
٧,٨٩%	٣	اعدادية	التحصيل العلمي
١٠,٥٢%	٤	دبلوم	
٧٣,٦٨%	٢٨	بكالوريوس	
٧,٨٩%	٣	شهادات عليا	

ثانياً: فقرات المقياس Paragraphes of scale

ممارسة العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي : ان العلاقات العامة (PR) هي حقل نامٍ وأصبح ذا تأثير متزايد ويزداد مع الاعتراف به مهنة مميزة في العالم لكنها تختلف باختلاف النظم السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية من بلد إلى آخر، وهذا يؤثر في النظرة العامة للعلاقات العامة وكيف تمارس وتدرس في الوقت نفسه ، فقد أثرت العولمة الاعلامية على العديد من المجتمعات والثقافات والنهج العالمي للإدارة والفلسفات والممارسات من كليات الاتصال والاعلام والإدارة والشركات متعددة الجنسيات في المجالات كافة تقريبا وقد اضفت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات على العلاقات العامة بنشر الأفكار والممارسات والصفات الفريدة للمهنة الموجودة في مختلف البلدان (Oksiutycza, 2011,p275). ويهدف الوصول إلى معرفة ممارسة العلاقات العامة الممتازة دراسة ميدانية في الجامعات والكليات الاهلية في واسط ، جاءت النتائج على وفق الآتي:

المؤشر الاول : العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي

- ▶ العلاقات العامة تسمح لممارسيها الانتقال من ردة الفعل الى الفعل المباشر: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٨) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ التخطيط لأي ازمة طارئة في المنظمة: بينت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٠) تكراراً فيما اجاب بمحايد بواقع (٥) مفردات في حين اجاب بمعارض بواقع (٣) تكرارات.
- ▶ توظيف الاساليب الإدارية في عمل العلاقات العامة يضي للمسة الشخصية بين المؤسسة وجمهورها: كشفت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق ب (٢٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٨) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٥) تكرارات .

- ▶ إنشاء ميزانية متخصصة لوظيفة العلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢) مفردة وسجل معارض بواقع (١) تكراراً .
- ▶ إجراء بحوث دورية لتقييم الجمهور من قبل ادارة العلاقات العامة عن مدى رضاه عن المؤسسة: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٦) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١٢) تكراراً بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٠) تكرارات فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٨) تكرارات .

المؤشر الثاني : وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة

وهذا المؤشر يتفق مع دراسة غولدسميث ،ونيو كروس حول مهنة العلاقات العامة ،والتي نشرت كمقالة في مجلة العلاقات العامة والتي اكدت على " ان العلاقات العامة (PR) أمضت أكثر من قرن كمشروع احترافي، يتميز بالصراع مع الحقول المهنية المجاورة للسيطرة على السوق، ومع ذلك تقتصر الأدبيات الأوسع نطاقاً حول الاحتراف إلى حساب منتظم لكيفية قيام المهنيين بإنشاء حدودها بشكل استطرادي، أو كيف يمكن أن تؤثر الاختلافات في موقع الحقل على استخدام المهنة لاستراتيجيات خطابية للدفاع عن حدودها أو الطعن فيها، هذا يهتم تعميق منحة العلاقات العامة، حيث يجب أن تشمل الاستكشاف الفعال لمهنة العلاقات العامة دراسات حول اختصاصات العلاقات العامة ونزاعاتها القضائية. يقدم هذا المقال في نظرية العلاقات العامة، إطار تحليلي لخطاب تفكيك العمل الحدودي بين العلاقات العامة والمهن المجاورة لها اذ يستجيب إطار الخطاب والمناقشة المصاحبة لها، صعوبة عباءة التفكير في نشاط العلاقات العامة من خلال منهجية مصممة لدراسة مجالات العلاقات العامة مع أقسام أخرى ويحدث أيضًا عندما يتخلى ممارسو العلاقات العامة عن اسم "العلاقات العامة" امام الأقسام والألقاب الوظيفية الاخرى في حين أن هذا هو منذ فترة طويلة موضوع البحث في منحة العلاقات العامة. " (Goldsmiths, New Cross , 2019,p65)

- ▶ يعد تدرس مادة العلاقات العامة رسمياً في مؤسسات التعليم العالي مؤشراً ايجابياً لتطور العلم: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٧) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٤) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ لدى العلاقات العامة منظمات مجتمع مدني ونقابات تسهم في تجمع المهنيين لصالحهم: بينت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٣) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ معترف بها كعمل متخصص داخل المنظمة وخارجها: كشفت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق ب (٣٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٣) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ إنشاء ميزانية متخصصة لوظيفة العلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١) تكرار واحد بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تمتلك النظريات المعرفة والتقنيات التي تعطي المهنيين حالة خاصة في سوق العمل: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١٣) تكراراً بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ يوجد تعاون مثمر بين موظفي العلاقات العامة والموظفين في الاقسام الاخرى بالرغم من اختلاف أدوارهم في المؤسسة: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١) تكرار واحد .
- ▶ العلاقات العامة ممارسة قائمة بمختلف عن المجالات الأخرى ذات الصلة مثل التسويق والإعلان والصحافة : اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٩) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٩) تكرارات .
- ▶ ونتيجة الاختلاف تتفق مع ما توصلت اليه (الينا دوليا) بدراسة حول مأسسة العلاقات العامة في رومانيا عام ٢٠١٢ في كثير من الأحيان تختلف أسماء ادارات العلاقات العامة بحسب طبيعة المؤسسة او الجمهور وتتراوح اسماؤها بين الاتصالات والعلاقات العامة، العلاقات الإعلامية، الصحافة والمعلومات إلى المتحدث الرسمي، الدبلوماسية العامة، الصورة الذهنية بل حتى السياسة العامة.

► ومصطلح "العلاقات مع الجمهور" لم يعد موجوداً باسم أي الإدارات السابقة وتعد مفاهيم "التواصل" و "العلاقات العامة" أكثر المصطلحات المستخدمة في عناوين الأقسام والوحدات والشعب الادارية للعلاقات العامة الحكومية في رومانيا ومع ذلك فإن مصطلح "العلاقات العامة" بالتحديد يظهر بنتائج الدراسة فقط في سبع من اصل خمس عشرة وزارة وبنسبة (٤٧ %)، وعادة ما يتبعه مصطلح آخر يصف أنشطتها بشكل أكثر تحديداً الا وهو مصطلح "الاتصالات" وقد توحى هذه المفاهيم بفهم مؤسسي لمهمة إدارة العلاقات العامة في توفير المعلومات عبر وسائل الإعلام المختلفة للجمهور. (Dolea, 2012,p345).

المؤشر الثالث : وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم داخل المؤسسة

- وجود هيكل اداري يعتمد على مركزية القرار لامركزية التنفيذ يعزز من استقلالية العاملين في المنظمة : ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٣) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٣) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين .
- وجود نسبة ممثلة لدور المرأة في المشاركة الفعلية لممارسة العلاقات العامة : ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١٥) تكراراً بالمرتبة الاخيرة .
- وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة للجميع وعدم السلطوية في اتخاذ القرار : ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٧) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٤) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- وجود اتصال داخلي مفتوح قابل للتأثير في الرسالة الاتصالية للجمهور : اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٧) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١١) تكراراً بالمرتبة الاخيرة .
- تعمل العلاقات العامة على وفق سياسة البيت الزجاجي والذي يؤدي إلى مزيد من التركيز على الخيارات الوظيفية: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٦) تكرارات .

- ▶ يعمل ممارسو العلاقات العامة على خلق التوازن بين قيم المؤسسة مع القيم الاجتماعية: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٣) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٣) مفردات في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين بالمرتبة الاخيرة .

المؤشر الرابع : الفاعلية في الاتصال *Effective Ness in communication*

- ▶ تُستخدم العلاقات العامة منظومة اتصالات متكاملة بشكل مترادف في المجال الأكاديمي: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٩) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٨) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١٠) تكرارات.
- ▶ تعتمد ادارتكم على معرفة ردود افعال الجماهير ووضع الخطط المناسبة لذلك: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١٠) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تضع برامج كاملة لمعالجة وادارة الازمات: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٩) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٩) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تطبق العلاقات العامة في عملها المنهج العلمي لحل الازمات والمشاكل الفنية والاجتماعية : اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١١) تكراراً .

المؤشر الخامس: الملاكات الفنية والادارية الممتازة

- ▶ تعكف ادارة العلاقات العامة على مبدأ تقسيم العمل للأنتشطة المتخصصة خدمة للجمهور : ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١١) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٧) تكرارات بالمرتبة الاخيرة . ممارسو العلاقات العامة لهم القدرة في اداء دورين هما اداري واتصالي: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١) تكرارٍ واحدٍ بالمرتبة الاخيرة .

- ▶ لهم القدرة على القيام بالتخطيط واعداد البرامج العلاقات العامة: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٣) تكرارات.
- ▶ قدرة ممارسو العلاقات العامة فن الكتابة في الاخبار والفنون الصحفية اللازمة: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٤) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ لهم القدرة على تصميم المطبوعات وتحريرها بشكل مناسب :اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٨) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٤) تكرارات.
- ▶ لهم القدرة على استخدام نظرية ترتيب الاولويات بأنشطتهم: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٨) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٢) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٨) تكرارات.
- ▶ توظف ادارة العلاقات العامة الملاكات المتخصصة في المهنة، لضمان جودة العمل وتحسين مخرجاته: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٢) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٥) تكرارات.

المؤشر السادس: تطبيق الانموذج المتمائل للاتصال في العلاقات العامة

- ▶ برامج العلاقات العامة تتطوي على الاتصال نو الاتجاهين للتواصل مع الجمهور: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٥) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٣) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ تعتمد على معرفة ردود الافعال الجماهير ووضع الخطط اللازمة لذلك: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٩) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين.
- ▶ تضع برامج كاملة لمعالجة الازمات وادارتها: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٧) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٥) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .

- ▶ تطبق العلاقات العامة في عملها المنهج العلمي على الازمات والمشاكل الفنية والاجتماعية : اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (١٥) تكررأ فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٢٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٣) تكرارات .
- ▶ يُعد استخدام الوسائل الحديثة في العلاقات العامة مؤشرا من مؤشرات تطور المؤسسة في الوقت الحاضر: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٢) تكررأ فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٤) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) .

المؤشر السابع: تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة

وهذا المؤشر يتفق مع دراسة بول ويليس المنشورة في مجلة العلاقات العامة بعنوان القيادة في العلاقات العامة بين الانعكاسية والمعرفة بالفعل: التي بينت تجربة القيادة في (PR) وبشكل أكثر تحديدا ، التحديات المرتبطة بسن سلوكيات القيادة المطلوبة في مكان العمل اذ ركزت الدراسة على التجارب الشخصية لقيادة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة وتدرس كيفية استكشاف التفاعل بين الزعامة وسياقهم الوظيفي الذي يعزز فهم الظروف المحيطة بالمنظمة التي يتم بموجبها سن المعرفة ، أو بالأحرى عدم سنها ، في مواقف قيادية مختلفة، وتستند المناقشة عن طريق وجهات نظر مختلفة الى تسليط الضوء على أهمية الانعكاسية لتعلم القيادة من مدراء العلاقات العامة ، فضلاً عن إلى تطبيق رد الفعل لممارسة القيادة في العلاقات العامة ، مع التركيز على التجارب الواقعية من قادة العلاقات العامة، وهي تعد القدرة الانعكاسية لبرنامج المقابلات مع ممارسي العلاقات العامة الذين يقدمون أمثلة لتوضيح دور هذا الانموذج من البحوث يمكن أن تمارسه في الدراسات القيادية المستقبلية وقد نظمت هذه الورقة سياق التحقيق مع تجارب كبار المديرين التنفيذيين للعلاقات العامة بمكان العمل الذين يدعون الى تمكين القادة ، وقد ركزت النتائج على كيفية تثبيت علاقات القوة التنظيمية للقيادة المتبناة للممارسين بمختلف القيم والمشاركة في عملية إشكالية تهدف إلى تحدي غير النقدي وتعزيز النهج المعيارية وغير المفاهيمي للقيادة. ويبرز المقال فوائد التوجه الانعكاسي لأبحاث القيادة والعلوم التربوية، أثناء الدعوة إلى الترويج لشكل معين من الذكاء السياقي لمساعدة الممارسين على مواجهة الظروف التنظيمية التي تؤثر بشكل خاص على قدرتهم على قيادة الآخرين. (Willis, 2019,p46) .

- ▶ تؤيد الادارة العليا أنشطتكم وتسمح لكم بالمشاركة في صنع القرار: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣١) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٥) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين.
- ▶ إن وجود مدونة أخلاقية ملزمة لها أهمية كبيرة للمهنة تعد مؤشراً للعمل الجيد: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٧) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٤) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ يفخر ممارسو العلاقات العامة بعملهم لإقامة العلاقة الانسانية المثالية مع الادارة العليا والمجتمع: ابرزت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٦) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٥) تكرارات بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ امكانية الاتصال بقيادات المؤسسة مباشرة من دون قيد او شرط: اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٣٤) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٣) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (١) تكرارٍ واحدٍ .
- ▶ تقدم العلاقات العامة المشورة لإدارة العليا لتحقيق الاهداف التنظيمية للمنظمة :اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٩) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (٧) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٢) تكرارين بالمرتبة الاخيرة .
- ▶ الاشتراك مع الادارة العليا في صناعة القرار : اوضحت نتائج الدراسة ان من اجاب موافق بلغ (٢٠) تكراراً فيما اجاب بمؤشر محايد بواقع (١٠) مفردة في حين سجل مؤشر معارض بواقع (٨) تكرارات... ينظر جدول (٢).

مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة

ت	مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة	المقياس
اولا	العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي	موافق محايد معارض
1.	العلاقات العامة تسمح لممارستها الانتقال من ردة الفعل الى الفعل المباشر.	٢٠ ٥٢,٦٣ % ١٠ ٢٦,٣١ % ٨ ٢,٦٣ %
2.	التخطيط لأي ازمة او طارئ في المنظمة	٣٠ ٧٨,٩٤ % ٥ ١٣,١٥ % ٣ ٧,٨٩ %
3.	توظيف الاساليب الإدارية في عمل العلاقات العامة يضيفي المسة الشخصية بين المؤسسة وجمهورها.	٢٥ ٦٥,٧٨ % ٨ ٢١,٠٥ % ٥ ١٣,١٥ %
4.	أنشاء ميزانية متخصصة لوظيفة العلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها	٣٥ ٩٢,١٠ % ٢ ٥,٢٦ % ١ ٢,٣٦ %
5.	إجراء تقييم دوري للجمهور من قبل ادارة العلاقات العامة عن مدى رضاه عن المؤسسة	٢٠ ٥٢,٦٣ % ٦ ١٥,٧٨ % ١٢ ٣١,٥٧ %
6.	تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية.	١٠ ٢٦,٣١ % ٢٠ ٥٢,٦٣٥ % ٨ ١٢,٠٥ %
ثانيا		
7.	يعد تدرس مادة العلاقات العامة رسمياً في مؤسسات التعليم العالي مؤشراً ايجابياً لتطور العلم.	٢٧ ٧١,٠٥ % ٧ ١٨,٤٢ % ٤ ١٠,٥٢ %
8.	لدى العلاقات العامة منظمات مجتمعي مدني ونقابات تسهم في تجمع المهنيين لصالحهم.	٢٥ ٦٥,٧٨ % ١٠ ٢٦,١٣ % ٣ ٧,٨٩ %
9.	معترف بها كعمل متخصص داخل المنظمة وخارجها.	٣٠ ٧٨,٣٤ % ٥ ١٣,١٥ % ٣ ٧,٨٩ %
10.	تمتلك النظريات المعرفه والتقنيات التي تعطي المهنيين حالة خاصة في سوق العمل.	١٥ ٣٩,٤٧ % ١٠ ٢٦,١٣ % ١٣ ٣٤,٢١ %
11.	يوجد تعاون مثمر بين موظفي العلاقات العامة والموظفين في الاقسام الأخرى رغم اختلاف أدوارهم في المؤسسة.	٣٠ ٧٨,٣٤ % ٧ ١٨,٤٢ % ١ ٢,٦٣ %
12.	العلاقات العامة ممارسة قائمة بمختلف عن المجالات الأخرى ذات الصلة مثل التسويق والإعلان والصحافة.	١٩ ٥٠ % ١٠ ٢٦,١٣ % ٩ ٣٢,٦٨ %
ثالثا		
13.	وجود هيكل اداري يعتمد على مركزية القرار لامركزية التنفيذ يعزز من استقلالية العاملين في المنظمة.	٣٣ ٨٦,٨٤ % ٣ ٧,٨٩ % ٢ ٥,٢٦ %
14.	وجود نسبة ممثلة لدور المرأة في المشاركة الفعلية لممارسة العلاقات العامة.	١٣ ٣٤,٢١ % ١٠ ٢٦,١٣ % ١٥ ٣٩,٤٧ %
15.	وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة للجميع وعدم السلطوية في اتخاذ القرار.	٢٧ ٧١,٠٥ % ٧ ١٨,٤٢ % ٤ ١٠,٥٢ %
16.	وجود اتصال داخلي مفتوح قابل للتأثير في الرسالة الاتصالية للجمهور.	١٧ ٤٤,٧٣ % ١٠ ٢٦,١٣ % ١١ ٢٨,٩٤ %
17.	تعلم العلاقات العامة وفق سياسة البيت الزجاجي والذي يؤدي إلى مزيد من التركيز على الخيارات الوظيفية.	٢٢ ٥٧,٨٩ % ١٠ ٢٦,١٣ % ٦ ١٥,٧٨ %
18.	يعمل ممارسو العلاقات العامة على خلق التوازن بين قيم المؤسسة مع القيم الاجتماعية.	٣٣ ٣٣ % ٣ ٧,٨٩ % ٢ ٥,٢٦ %
رابعاً		
19.	تستخدم العلاقات العامة منظومة اتصالات متكاملة بشكل مترادف في المجال الأكاديمي.	٢٩ ٧٦,٣١ % ٧ ١٨,٤٢ % ٢ ٥,٢٦ %
20.	تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية.	١٨ ٤٧,٣٦ % ١٠ ٢٦,١٣ % ١٠ ٢٦,١٣ %
21.	تعتمد ادارتكم على معرفة ردود افعال الجماهير ووضع الخطط المناسبة لذلك	١٥ ٣٩,٤٧ % ١٥ ٣٩,٤٩ % ٨ ٢١,٠٥ %
22.	تضع برامج كاملة لمعالجة وإدارة الازمات.	٢٠ ٥٢,٦٣ % ٩ ٢٣,٦٨ % ٩ ٢٣,٦٨ %

23.	تطبيق العلاقات العامة في عملها المنهج العلمي لحل الازمات والمشاكل الفنية والاجتماعية.	١٢	٣١,٥٧ %	١٥	٣٩,٤٧ %	١١	٢٨,٩٤ %
الملاكات الفنية والإدارية الممتازة:							
خامساً							
24.	تعكف إدارة العلاقات العامة على تقسيم العمل الذي يشكل النظام المترابط للأنشطة المتخصصة في مجتمع ما	١١	٢٨,٩٤ %	٢٠	٥٢,٦٣ %	٧	١٨,٤٢ %
25.	ممارسو العلاقات العامة لهم القدرة في أداء دورين هما اداري واتصالي	٣٢	٨٤,٢١ %	٥	١٣,١٥ %	١	٢,٦٣ %
26.	لهم القدرة على القيام بالتخطيط واعداد البرامج العلاقات العامة.	٣٠	٧٨,٤٩ %	٥	١٣,١٥ %	٣	٧,٨٩ %
27.	قدرة ممارسو العلاقات العامة على اعداد الاخبار والفنون الصحفية اللازمة.	٣٢	٨٤,٢١ %	٤	١٠,٥٢ %	٢	٥,٢٦ %
28.	لهم القدرة على تصميم وتحرير المطبوعات بشكل مناسب	٢٨	٧٣,٦٨ %	٧	١٨,٤٢ %	٣	٧,٨٩ %
29.	لهم القدرة على استخدام نظرية ترتيب الاولويات بأنشطتهم	١٨	٤٧,٣٦ %	١٢	٣١,٥١ %	٨	٢١,٠٥ %
30.	توظف إدارة العلاقات العامة الملاكات المتخصصة في المهنة، لضمان جودة العمل وتحسين مخرجاته.	١٢	٣١,٥٧ %	٢١	٥٥,٢٦ %	٥	١٣,١٥ %
تطبيق الانموذج المتمثل للاتصال في العلاقات العامة :							
سادساً							
31.	برامج العلاقات العامة تنطوي على الاتصال ذو الاتجاهين للتواصل مع الجمهور	٢٥	٦٥,٧٨ %	١٠	٢٦,١٣ %	٣	٧,٨٩ %
32.	تعتمد على معرفة ردود الافعال الجماهير ووضع الخطط اللازمة لذلك	٢٩	٧٦,١٣ %	٧	١٨,٤٢ %	٢	٥,٢٦ %
33.	تضع برامج كاملة لمعالجة وادارة الازمات.	١٧	٤٤,٧٣ %	١٥	٣٩,٤٧ %	٦	١٥,٧٨ %
34.	تطبيق العلاقات العامة في عملها المنهج العلمي على الازمات والمشاكل الفنية والاجتماعية.	١٥	٣٩,٤٧ %	٢٠	٥٢,٣٦ %	٣	٧,٨٩ %
35.	يعتبر استخدام الوسائل الحديثة في العلاقات العامة مؤشراً من مؤشرات تطور المؤسسة في الوقت الحاضر.	٣٢	٨٤,٢١ %	٤	١٠,٥٢ %	٢	٥,٢٦ %
تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة :							
سابعاً							
36.	تؤيد الإدارة العليا انشطتكم وتسمح لكم المشاركة بصنع القرار.	٣١	٨١,٥٧ %	٥	١٣,١٥ %	٢	٥,٢٦ %
37.	إن وجود مدونة أخلاقية ملزمة لها أهمية كبيرة للمهنة كمؤشر للعمل الجيد.	٢٧	٧١,٠٥ %	٧	١٨,٤٢ %	٤	١٠,٥٢ %
38.	يفتخر ممارسو العلاقات العامة بعملهم لإقامة العلاقة الانسانية المثالية مع الادارة العليا والمجتمع .	٢٦	٦٨,٤٢ %	٧	١٨,٤٢ %	٥	١٣,١٥ %
39.	امكانية الاتصال بقيادةات المؤسسة مباشرة دون قيد او شرط.	٣٤	٨٩,٤٩ %	٣	٧,٨٩ %	١	٢,٢٦ %
40.	تقدم العلاقات العامة المشورة لإدارة العليا لتحقيق الاهداف التنظيمية للمنظمة.	٢٩	٧٦,١٣ %	٧	١٨,٤٢ %	٢	٥,٢٦ %
41.	الاشترك مع الادارة العليا في صناعة القرار	٢٠	٥٢,٦٣ %	١٠	٢٦,١٣ %	٨	٢١,٠٥ %

ثالثاً: مصفوفة الارتباطات الاحصائية بين مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة

► العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي) مع مؤشرات (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) طردية قوية بلغت أقصاها في العلاقة بين (التخطيط لأي ازمة او طارئ في المنظمة) و(معتزف بها كعمل

متخصص داخل المنظمة وخارجها) إذ كان الارتباط تاماً، ويستثنى من ذلك العلاقة بين (إنشاء ميزانية متخصصة للعلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها) و(تمتلك النظريات المعرفة والتقنيات التي تعطي المهنيين حالة خاصة في سوق العم) كانت علاقتهما ضعيف.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي) مع مؤشرات (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) إيجابية قوية وصلت أقصاها في علاقة بين (إجراء تقييم دوري للجمهور من قبل ادارة العلاقات العامة عن مدى رضاه عن المؤسسة) و(وجود اتصال داخلي مفتوح قابل للتأثير في الرسالة الاتصالية للجمهور) إذ بلغ (٠,٩٣٤)، ويستثنى من ذلك العلاقة بين (إنشاء ميزانية متخصصة لوظيفة العلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها) وكلا المؤشرين (وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة للجميع وعدم السلطوية في اتخاذ القرار) و(وجود اتصال داخلي مفتوح قابل للتأثير في الرسالة الاتصالية للجمهور) كانت ضعيفة.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي) مع مؤشرات (الفاعلية) إيجابية قوية وصلت أقصاها في علاقة بين (العلاقات العامة تسمح لممارسيها الانتقال من ردة الفعل الى الفعل المباشر) و(تضع برامج كاملة لمعالجة وإدارة الازمات) إذ بلغ (٠,٩٨١)، ويستثنى من ذلك العلاقة بين (إنشاء ميزانية متخصصة لوظيفة العلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها) وكلا المؤشرين (تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية) و(تطبق العلاقات العامة في عملها المنهج العلمي لحل الازمات والمشاكل الفنية والاجتماعية) كانت ضعيفة.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي) مع مؤشرات (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في علاقة بين (التخطيط لأي ازمة او طارئ في المنظمة) و(لهم القدرة على القيام بالتخطيط واعداد البرامج العلاقات العامة) إذ كان الارتباط تاماً، ويستثنى من ذلك العلاقة بين (إنشاء ميزانية متخصصة للعلاقات العامة مؤشر على الاهتمام بها) و(تعكف ادارة العلاقات على تقسيم العمل للأنشطة المتخصصة) كانت ضعيفة.

▶ كانت معاملات الارتباط لجميع مؤشرات (العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي) مع مؤشري (تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة) و(تأييد

الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) موجب قوي وصل إلى اقوى ارتباط بين (التخطيط لأي ازمة او طارئ في المنظمة) و(تعتمد على معرفة ردود الافعال الجماهير ووضع الخطط اللازمة لذلك) (٠,٩٢٥)، وكذلك الارتباط بين (العلاقات العامة تسمح لممارسيها الانتقال من ردة الفعل الى الفعل المباشر) و(تقدم العلاقات العامة المشورة لإدارة العليا لتحقيق الاهداف التنظيمية للمنظمة).

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) مع مؤشرات (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (يعد تدرس مادة العلاقات العامة رسمياً في مؤسسات التعليم العالي مؤشراً ايجابيا لتطور العلم) و(وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة للجميع وعدم السلطوية في اتخاذ القرار) إذ كان الارتباط تاماً.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) مع مؤشرات (الفاعلية) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (العلاقات العامة ممارسة قائمة بمختلف عن المجالات الأخرى ذات الصلة مثل التسويق والإعلان والصحافة) و(تضع برامج كاملة لمعالجة وادارة الازمات) إذ كان الارتباط (٠,٩٨١).

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) مع مؤشرات (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (معترف بها كعمل متخصص داخل المنظمة وخارجها) و(لهم القدرة على القيام بالتخطيط واعداد برامج العلاقات العامة) إذ كان الارتباط تاماً.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) مع مؤشرات (تطبيق الانموذج المتمائل للاتصال في العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (لدى العلاقات العامة منظمات مجتمع مدني ونقابات تسهم في تجمع المهنيين لصالحهم) و(برامج العلاقات العامة تنطوي على الاتصال ذو الاتجاهين للتواصل مع الجمهور) إذ كان الارتباط تاماً.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة) مع مؤشرات (تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة

بين (يعد تدرس مادة العلاقات العامة رسمياً في مؤسسات التعليم العالي مؤشراً إيجابياً لتطور العلم) و(إن وجود مدونة أخلاقية ملزمة لها أهمية كبيرة للمهنة كمؤشر العمل الجيد) إذ كان الارتباط تاماً، ويستنتى من ذلك العلاقة بين (تمتلك النظريات المعرفة والتقنيات التي تعطي المهنيين حالة خاصة في سوق العمل) و(إمكانية الاتصال بقيادات المؤسسة مباشرة دون قيد او شرط) كانت ضعيفة.

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) مع مؤشرات (الفاعلية) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (وجود اتصال داخلي مفتوح قابل للتأثير في الرسالة الاتصالية للجمهور) و(تضع المنظمة بالحسيان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية) إذ كان الارتباط (٠,٩٦٥).

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) مع مؤشرات (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة كل من (وجود هيكل اداري يعتمد على مركزية القرار لامركزية التنفيذ يعزز من استقلالية العاملين في المنظمة) و(يعمل ممارسو العلاقات العامة على خلق التوازن بين قيم المؤسسة مع القيم الاجتماعية) مع (قدرة ممارسو العلاقات العامة على اعداد الاخبار والفنون الصحفية اللازمة) إذ كان الارتباط (٠,٩٥٢).

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) مع مؤشرات (تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة كل من (وجود هيكل اداري يعتمد على مركزية القرار لامركزية التنفيذ يعزز من استقلالية العاملين في المنظمة) و(يعمل ممارسو العلاقات على خلق التوازن بين قيم المؤسسة مع القيم الاجتماعية) مع (يعتبر استخدام الوسائل الحديثة في العلاقات العامة مؤشراً من مؤشرات تطور المؤسسة في الوقت الحاضر) إذ كان الارتباط (٠,٩٥٢).

▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم) مع مؤشرات (تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (وجود ثقافة للمنظمة تدعم المشاركة الفاعلة للجميع وعدم السلطوية في اتخاذ القرار) و(إن وجود مدونة أخلاقية ملزمة لها أهمية كبيرة للمهنة كمؤشر العمل الجيد) إذ كان الارتباط

- تأماً، ويستثنى من ذلك العلاقة بين (وجود نسبة لدور المرأة في المشاركة الفعلية للعلاقات العامة) و(امكانية الاتصال بقيادات المؤسسة مباشرة دون شرط) كانت ضعيفة.
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (الفاعلية) مع مؤشرات (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (تضع المنظمة بالحسبان كل الخطط والاحتمالات المستقبلية) و(لهم القدرة على استخدام نظرية ترتيب الاولويات بأنشطتهم) إذ كان الارتباط (٠,٩٦٤).
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (الفاعلية) مع مؤشرات (تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (تستخدم العلاقات العامة منظومة اتصالات متكاملة بشكل مترادف في المجال الأكاديمي) و(تعتمد على معرفة ردود الاعمال الجماهير ووضوح الخطط اللازمة لذلك) إذ كان الارتباط تأماً.
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (الفاعلية) مع مؤشرات (تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (تستخدم العلاقات العامة منظومة اتصالات متكاملة بشكل مترادف في المجال الأكاديمي) و(تقدم العلاقات العامة المشورة لإدارة العليا لتحقيق الاهداف التنظيمية للمنظمة) إذ كان الارتباط تأماً.
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) مع مؤشرات (تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (قدرة ممارسو العلاقات العامة على اعداد الاخبار والفنون الصحفية اللازمة) و(يعد استخدام الوسائل الحديثة في العلاقات العامة مؤشرا من مؤشرات تطور المؤسسة في الوقت الحاضر) إذ كان الارتباط تأماً.
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (الملاكات الفنية والادارية الممتازة) مع مؤشرات (تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في العلاقة بين (لهم القدرة على استخدام نظرية ترتيب الاولويات بأنشطتهم) و(الاشتراك مع الادارة العليا في صناعة القرار) إذ كان الارتباط (٠,٩٦٠).
- ▶ العلاقة بين المؤشرات الفرعية لمؤشر (تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة) مع مؤشرات (تأييد الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة) إيجابية قوية وصلت أقصاها في

العلاقة بين (تعتمد على معرفة ردود الافعال الجماهير ووضع الخطط اللازمة لذلك) و(تقدم العلاقات العامة المشورة لإدارة العليا لتحقيق اهداف للمنظمة) إذ كان الارتباط تاماً .

ابرز النتائج والاستنتاجات والتوصيات

النتائج : Results

- ▶ كشفت نتائج الدراسة عن أن المؤشرات المؤسساتية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي هي المعنية بالإدارة والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة واهمية وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة مدعم من الادارة العليا .
- ▶ ابرزت نتائج الدراسة ان المؤشرات الاتصالية الفعالة تسهم في تطبيق الانموذج المتماثل للاتصال في العلاقات العامة وتحقيق الفاعلية في الاتصال .
- ▶ هنالك علاقات ارتباط ايجابية قوية بين مؤشرات العلاقات العامة الثلاث (الادارية ،المهنية التخصصية ، والاتصالية الفعالة) اذ اثبتت أن نسب ارتباط ايجابية فيما بينها .

٢. الاستنتاجات Conclusions

- ▶ غياب وظيفة المستشار الخارجي للعلاقات العامة في المؤسسات الاكاديمية محل الدراسة .
- ▶ عدم وجود قسم متكامل ومنفصل للعلاقات العامة عن الاقسام الاخرى وغياب الملاكات الفنية والادارية الممتازة في عينة الدراسة .
- ▶ عدم قيام القائمين على العلاقات العامة في توظيف النماذج والنظريات الفعالة في عمل العلاقات العامة .

٣. التوصيات Recommendations

- ▶ يوصي الباحث بأن تسهم المؤسسات الاكاديمية للعلاقات العامة بإنتاج مدونة عمل سلوكية ملزمة لعمل العلاقات العامة الممتازة بعدها مؤشراً على عملها المثالي في المؤسسة .
- ▶ يوصي الباحث بضرورة وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات عينة البحث مدعم داخل المؤسسة ومنفصل فيه قسم العلاقات العامة عن الاقسام الاخرى .
- ▶ يوصي الباحث القائمين على الادارات العليا في مؤسسات التعليم العالي عينة البحث بتوظيف الملاكات الفنية والادارية المتخصصة والممتازة للعلاقات العامة .

المصادر باللغة العربية

- بشير العلق، (٢٠٠٩) *العلاقات العامة في الامتات*، عمان ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
- حسين عبد الحميد رشوان، (١٩٨٧) *العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع*، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، الصفحة ٢٢٩.
- راسم محمد جمال، خيرت معوض عياد،(٢٠٠٥) *دائرة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي* ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، (٢٠٠٥) *الاتصال والعلاقات العامة*، عمان: دار صفاء للنشر.
- عبد الحكيم خليل مصطفى،(٢٠٠٩) *العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي*، الجيزة ، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

References:

1. Anna Oksiutycza (2011). , Malory Pambault Enombob•Public relations practice in private sector companies in Gabon•article Publisher in a magazine Public Relations Review ،N 37.
2. Basheer al-Alaq. (2009). Public relations in crises. Amman: Al-Yazouri Publishing and Distribution House.p43.
3. Dolea, A. (2012).• Institutionalizing government public relations in Romania after 1989 •Search Published in Public Relations Review 38. p45
4. Goldsmiths, (2019) *New Cross An Exploration of the generic principles of public relations excellence in Australia ,Italy, Mauritius, and Uganda, thesis submitted to the faculty of the Graduate school of the university of Maryland, college park*) .p65
5. Grammer, E. M. (2005) An Exploration of the generic principles of public relations excellence in Australia ,Italy, Mauritius, and Uganda, thesis submitted to the faculty of the Graduate school of the university of Maryland, college park•p2.
6. Paul Willis .(2019)• From knowing to doing: Reflexivity, leadership and public relations •article Published in the magazine Public Relations Review ،N45. p46.
7. Rasim Mohammed Jamal. (2005). Public Relations Department a strategic entrance. Cairo: The Egyptian Lebanese House.
8. Rbhy Mustafa Alyan. (2005). Communication and public relations. Oman: Al-Safa for Publishing and Distribution.
9. Robert I. Wakefield. (2013). , Personal influence and pre-industrial United States: An early relationship model that needs resurgence in U.S. public relations ,public relations review39p35.