



Iraq Academic
Scientific Journals

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (12) | Issue (51) Year (2021)
| Pages (31-46)

ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

Article history:

Received: 04 /07/2019

Accepted: 04 /08/2019

Available Online: 24/11/2019

Noor Nzar Kamel

E- mail : noornzar7484@gmail.com

Mobile: 07713543606

Professor.Dr . Baqir Musa Jasim

E- mail : drbaqer@comc.uobaghdad.edu.iq

Mobile : 07706762203

Methods and Means of public relation in dealing with Bureaucracy

The importance of Public Relations activity has increased during the last half of the last century as a specialized and modern administrative function in most institutions. It has, moreover, become an integral part of activities of those institutions of various types, due to its pivotal role in building its reputation and drawing a good mental image among its audiences, as well as its influential and basic role in maintaining communication and the communication between its members at its various levels and their job tasks to ensure the greatest amount of understanding and to enhance trust between them. This is why public relations activity has become indispensable in all institutions, and without it, it is difficult to achieve any coordination activity or interactive relations. Public Relations was, in addition, able to impose itself as part of its administrative activity, which greatly contributes to measuring the public's attitudes and knowing their desires to include them in the its administrative curriculum in order to gain the public confidence that leads to build a positive impression. As for the administrative system in the institution, it is the executive body concerned with achieving its goals, measuring the extent of its progress and developing that institution through the distribution of tasks, responsibilities and powers. Yet, every executive work has obstacles and problems that appear during implementing the plan stages that prevent the progress of work according to the specified times or the desired quality of that work. Among the most important of these administrative bureaucratic obstacles that have leadership and the largest portion of interest in modern administrative thought for their great influence in determining the success of institutions

Keywords:

- Methods
- Means of public relation
- Bureaucracy

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

Noor Nzar Kamel, University of Baghdad / College of Mass Communication/ Department of public Relations
Professor.Dr . Baqir Musa Jasim, University of Baghdad / College of Mass Communication/ Department of public Relations

نور نزار كامل
أ. د. باقر موسى جاسم

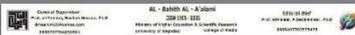
اساليب ووسائل العلاقات العامة في التعامل مع البيروقراطية وهو بحث مستل من رسالة ماجستير

تزايدت أهمية نشاط العلاقات العامة في النصف الاخير من القرن الماضي بعدھا وظيفة ادارية متخصصة وحديثة في معظم المؤسسات ، واضحت جزءاً لا يتجزأ من نشاطاتها بانواعها المختلفة، لما لها من دور محوري في بناء سمعتها ورسم صورة ذهنية جيدة لدى جماهيرها، كذلك دورها المؤثر والاساس في ادامة الاتصال والتواصل بين اعضائها بمستوياتها المختلفة ومهام عملهم لضمان اكبر قدر من التفاهم وتعزيز الثقة بينهم، لهذا اصبح نشاط العلاقات العامة لا يُستغنى عنه في المؤسسات كافة وبدونها يصعب تحقيق نشاط تنسيقي أو علاقات تفاعلية واستطاعت ان تفرض نفسها بعدھا جزءاً من نشاطها الاداري المساهم بشكل كبير في قياس اتجاهات الجمهور ومعرفة رغباتهم لتضمينها في المنهاج الاداري بغية كسب ثقته المؤدي الى بناء انطباع ايجابي .

أما النظام الاداري في المؤسسة فهو الجهاز التنفيذي المعني بتحقيق اهدافها وقياس مدى تقدمها وتطورها عبر توزيع المهام والمسؤوليات والصلاحيات ، ولكل عمل تنفيذي معوقات ومشكلات تظهر في اثناء تنفيذ مراحل الخطة تحول دون تقدم على وفق التوقيتات المحددة او الجودة المأمولة منه، من اهم هذه المعوقات البيروقراطية الادارية التي لها الريادة والحصة الاكبر من الاهتمام في الفكر الاداري الحديث لتأثيرها البالغ في تحديد نجاح المؤسسات .

الكلمات المفتاحية :

- ◀ اساليب
- ◀ وسائل العلاقات العامة
- ◀ البيروقراطية



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

نور نزار كامل، جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم العلاقات العامة
أ. د. باقر موسى جاسم، جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم العلاقات العامة

اساليب ووسائل العلاقات العامة في التعامل مع البيروقراطية

المقدمة Introduction

منذ دخول العلاقات العامة في مجالات العمل المختلفة كواحدة من المفاصل المكملة لبرامج تنفيذ الخطط ورصد عمليات سير العمل بهدف تقويمها ومعالجتها وهي في تطور مستمر وبوتيرة سريعة جداً بعد ان اثبتت ان دورها محوريا في تطوير العمل والاداء بشكل عام خصوصا بعد ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي عززت من اهمية دور العلاقات العامة حتى اصبحت من الادوار المهمة والحتمية لأي عمل يستهدف الجمهور ويحتاج الى بناء

صورة ذهنية او تكوين رأي عام ، وكما فرضت الحداثة اساليب جديدة على عمل العلاقات العامة فهي ايضا اثرت في باقي المجالات الاخرى ، ولكون تسارع التطور في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات اصبح واقعاً لا بد من التعامل معه واستثماره بالشكل الامثل لخدمة العمل ، ولذلك اضطرت الادارات الى احداث تغيير في استراتيجيات عملها لتتماشى مع التطورات العصرية من جهة واستثمار ذلك التطور من جهة اخرى ، وعلى هذا الاساس قامت الادارة بتسخير وسائل الاتصال والتكنولوجيا لتدعيم عملها وتفعيله او زيادة الانتاج او تقليل الجهد المبذول لعملية الانتاج او الخدمات او تقليل كلفها ، فأدخلت العلاقات العامة في عملية الادارة من اجل المساعدة في تحقيق اهداف المؤسسة ، ولذلك انيطت بها مهام داعمة ومساعدة تعد مهمة جدا كرسد مستوى الرضا الوظيفي واستخدام نظام الحوافز لخلق جو المنافسة بين العاملين بغية زيادة الانتاج او زيادة تقديم الخدمات.

الاطار المنهجي Methodological Frame

مشكلة البحث The problem

تعد المشكلة اساس البحث ، والاحساس بها يمهد لبلورتها فالتشعور بالمشكلة او وجودها يعد الحافز الطبيعي الذي يحفز العقل البشري على البحث والاستقصاء. (نجم، ٢٠١٥، صفحة ٤٣) لذا تعرف « انها موقف غامض يثير قلق الباحث ويولد لديه رغبة في الكشف عن هذا الغموض» (المشهداني، ٢٠١٩، صفحة ٦٥).

لقد تميزت المجتمعات الحديثة في الآونة الاخيرة بالتنظيم والتنسيق العال وباتت هذه صفة سائدة في القرن العشرين، وهذا التنظيم يعتمد بدوره على الادارة الناجحة والمهنية وتعتمد في الوقت ذاته اساليب تتماشى مع المستجدات والتطور التقني، وهذا بطبيعة الحال يحتاج الى نظام اداري متطور لغرض انجاز العمل وتحقيق اهداف المؤسسة، ومما لاشك فيه ان كل نظام اداري يتخلله بعض المعوقات التي تقف حجر عثرة في وجه الموظف وتضعه في قالب محكم من الانظمة والتشريعات والقوانين المفروضة في كل سلطة ادارية وهذا ما يعرف «بالبيروقراطية الادارية»، من هنا يأتي دور العلاقات العامة في الحد من البيروقراطية الادارية لجعل العمل اكثر مرونة ،

وتحفيز الموظف على زيادة انتاجية العمل بأقل كلفة واسرع وقت ، وهنا ينبثق تساؤل رئيسي لبحثنا هذا:

- ما دور العلاقات العامة في التعامل مع البيروقراطية في المؤسسات العراقية؟ ومن هذا التساؤل الرئيس تتفرع تساؤلات عدة تتلخص بالاتي :
- ما الوظائف التي تقوم بها المؤسسة في مجال العلاقات العامة لسرعة انجاز العمل والتغلب على البيروقراطية ؟
- ما الوسائل المتبعة في مجال العلاقات العامة لإنجاز العمل بأسرع وقت واقل كلفة ؟
- ما مدى مساهمة اساليب العلاقات العامة في التغلب على البيروقراطية الادارية في المؤسسات؟

اهمية البحث The Importance

تستمد هذه الدراسة اهميتها من خطورة الظاهرة قيد الدراسة المتمثلة في البيروقراطية الادارية في المؤسسات، وتأثيرها المباشر في الظاهرة الاجتماعية، حيث ان الاجراءات الادارية اصبحت تزجج المواطن من جهة، وتخنق العمل الابداعي للموظف من جهة اخرى، فمن اهم مرتكزات الادارة الناجحة ان تكون قادرة على تحقيق اهداف المؤسسة من خلال رسم الصورة الذهنية الحسنة في اذهان الجمهور .

اهداف البحث The Aims

- تتمثل اهداف الدراسة في التعرف على ما يأتي :
- التعرف على الوظائف التي تقوم بها المؤسسة في مجال العلاقات العامة لسرعة انجاز العمل والتغلب على البيروقراطية .
 - الكشف عن الوسائل المتبعة في مجال العلاقات العامة لإنجاز العمل بأسرع وقت واقل كلفة
 - تسليط الضوء على مساهمة اساليب العلاقات العامة في التغلب على البيروقراطية الادارية في المؤسسات .

اجراءات البحث search proceures

- قامت الباحثة بأعداد خطة بحث اولية تتضمن (مشكلة البحث، الاهمية، الاهداف، المنهج، الاداة، الدراسات السابقة، تقسيم المباحث النظرية والميدانية) وذكر هذا بشيء مختصر ومبسط لعرضه على عدد من الخبراء والمتمثلين بالأساتذة الافاضل (د. محمد حسن العامري، د. سالم جاسم، د. هدى مالك، د. هدى عادل، د. ناهض فاضل، د. جاسم طارش) وقد تم الاخذ بجميع ملاحظاتهم .
- بدأت الباحثة بالبحث عن المصادر النظرية لموضوع البحث خاصة وان موضوع (البيروقراطية) محكومة بالعمل الاداري، وتم اعتماد مصادر ورقية والكترونية، ومواقع موثقة، وتم تقسيم الفصل النظري الى فصلين بثلاثة مباحث الاول يتضمن (مفهوم البيروقراطية، العلاقات العامة والبيروقراطية، الادارة الالكترونية) .
- بدأت الباحثة بتحديد عينة البحث المتمثلة بالعاملين في العلاقات العامة في المؤسسة وبلغ عددهم (١٥٠) موظف.
- قامت الباحثة بأعداد اسئلة الاستبيان والتي قسمت الى استبانتين بتساؤلات مختلفة

، الاولى خصصت للعاملين في اقسام العلاقات العامة ، والثانية للجمهور المتعامل مع المؤسسة .

• اختبار الصدق: يعرف الصدق بأنه « صلاحية الاستمارة في تحقيق الهدف الذي صممت من اجله (قياس ماهو مطلوب قياسه) ، والتأكد من انها تقيس ماهو مطلوب قياسه فعلا، وصلاحيتها لجميع البيانات المطلوبة فعلا) » (عبد الحميد ، ٢٠٠٤ ، صفحة ٣٨٧)

• هناك عدة انواع لاختبار الصدق منها، صدق اختبار المحكمين الذي يعد من انواع الصدق الجيدة لأنه يتم الاعتماد على خبرات مختصين في الموضوع ذاته، لذلك تم اختيار هذا النوع وبعد توزيع استمارة التحكيم على سبعة اساتذة من تخصصات مختلفة، تم تحكيم الاستمارات بالموافقة على عدد كبير من الاسئلة وتعديل الاخرى، اضافة الى حذف بعض الاسئلة التي لا يصلح استخدامها في الدراسة، وتم انشاء جدول ذكر فيه الاساتذة المحكمين وعدد الاسئلة الموافق عليها، وايضا الاسئلة التي تم الغاؤها والتعديل عليها ، وايضا تم استخراج الدرجة التي حصلت عليها الاستمارة لكل محكم وفقا للمعادلة التالية :

احتساب درجة الصدق = عدد الاسئلة الموافق عليها * ١٠٠ / عدد الاسئلة الكلي

ت	اسم الخبير	الاختصاص	عدد الاسئلة	الاسئلة التي طلب تعديلها	الاسئلة التي حذفها	الدرجة التي حصلت عليها الاستبانة
١١	أ.د ناهض زيدان	علاقات عامة	٤١	-	-	١٠٠
٢٢	أ.م.د جاسم طارش	علاقات عامة	٤١	١	-	٩٧,٥
٣٣	أ.م.د هدى مالك	علاقات عامة	٤١	٣	١	٩٠,٢
٤٤	أ.م.د سالم العزاوي	علاقات عامة	٤١	٥	-	٨٧,٨
٥٥	أ.م.د محمد العامري	علاقات عامة	٤١	٣	-	٩٢,٦
٦٦	أ.م.د كاظم احمد جواد	ادارة واقتصاد	٤١	-	-	١٠٠
٧٧	م.م هدى عادل	علاقات عامة	٤١	٦	-	٨٥,٣
المجموع						٩٣

حيث كانت مجموع الدرجات الكلية (٤,٦٥١٪) وتم تقسيمها على (٧) ، وجدت الباحثة ان نسبة درجة الصديق الكلية هي (٩٣) وهي درجة مقبولة لصديق اداة البحث.

- اختبار الثبات : «يقصد باختبار ثبات اداة جمع المعلومات والبيانات التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة او متشابهة اذا تكرر استخدامها اكثر من مرة في جمع نفس المعلومات او في قياس نفس الظاهرات او المتغيرات، سواء من نفس المبحوثين او مبحوثين اخرين، وسواء استخدمها باحث واحد او عدة باحثين في اوقات مختلفة» (حسين، ٢٠٠٦، صفحة ٣١٠).

ويعرف الثبات «انه امكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة، اي يحصل الباحث على النتائج نفسها اذا استخدم ذات الاساليب على المادة المبحوثة» (المشهداني، ٢٠١٧، صفحة ١٥٤).

وهناك عدة طرق لقياس ثبات الاداة :

١- طريقة اعادة الاختبار

في هذا الاختبار يتم اعادة تطبيق الاداة مرة اخرى على نفس العينة من المفردات البشرية بعد مرور فترة زمنية وتقدير قيمة الثبات بين نتائج ، وتعتبر الاداة ثابتة اذا ما كان اختلاف النتائج بسيطاً ، او ارتفع معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين، (عبد الحميد ، ٢٠٠٤ ، صفحة ٤١٩)

٢- طريقة التجزئة النصفية

تعتمد هذه الطريقة على تقسيم الاختبار او فقرات الاداة الى نصفين، او جزئين متكافئين ، يعطيان للمبحوث مرة واحدة، على انه اداة واحدة، اي يعطى المبحوث اداتين للإجابة عنهما مرة واحدة ثم ترصد علامات الاجابة عن الجزء الاول، وعلامات الاجابة عن الجزء الثاني، ويحسب معامل الارتباط بين درجات الاجابتين، ومن الطرق المألوفة في التجزئة النصفية هو تقسيم فقرات الاداة الى فردية وزوجية، او اعتبار النصف الاول هو فقرات الاداة الاولى، والنصف الثاني هو الفقرات المتبقية المساوية لها من الاداة، ومعامل الثبات المحسوب بهذه الطريقة هو معامل ثبات الاداة . (ابو سمرة و الطيبي ، ٢٠٢٠ ، صفحة ٧١)

اعتمدت الباحثة على طريقة التجزئة النصفية، حيث قسمت اسئلة الاستمارة الى قسمين ، اسئلة ذات ارقام فردية واسئلة ذات ارقام زوجية، بعد ذلك تم احتساب معامل ارتباط بيرسون بين هذين النصفين، وقد بلغ معامل الارتباط بين جزئي الاختبار (٠,٥٦) ومعامل سبيرمان (٠,٧٢) ومعامل الثبات بلغ (٠,٧٢) وهو معامل ثبات عالٍ. واستمارة الجمهور ايضا اعتمدت الباحثة على طريقة التجزئة النصفية حيث قسمت الاستمارة الى جزئين، اسئلة ذات ارقام زوجية واسئلة ذات ارقام فردية، بعد ذلك تم احتساب معامل ارتباط بيرسون بين هذين النصفين، وقد بلغ معامل الارتباط بين جزئي الاختبار (٠,٨٠) ومعامل سبيرمان (٠,٨٩)، ومعامل الثبات (٠,٨٩) وهو معامل ثبات عالٍ.

- تم اعداد الاستبانة بشكل نهائي وتضمن الملحق الاول (٢٤) سؤالا (ملحق رقم ١) ،

- اما الملحق الثاني تضمن (١٨) سوآلا (ملحق رقم ٢) .
- تم توزيع الاستبانات على عينة البحث المحددة سابقا في الوزارات والمؤسسات العراقية بعد تصنيف الوزارات الى، وزارات امنية وهي (وزارة الداخلية تشمل دوائر الجنسية / الجوازات)، ووزارات خدمية وهي (وزارة الصحة، التعليم العالي والبحث العلمي، التربية، الكهرباء) ودائرة التقاعد العامة، مؤسسة الشهداء، الدائرة الاعلامية في مجلس النواب العراقي (وبلغ عددهم (٥) وزارات، (٢) هيئات مستقلة غير مرتبطة بوزارة ومجلس النواب العراقي.
- تم جمع الاستثمارات بعد الاجابة عليها من قبل المبحوثين لفرزها واستبعاد الاستثمارات التي لم تستوفي الشروط، فبلغت عينة العاملين (١٤٢) بعد ان تم استبعاد (٨) استثمارات غير صالحة لأنها غير مستوفية للشروط الخاصة باستمارة البحث، اما عينة الجمهور بلغت (٢٥٠)، جاءت جميعها مستوفية للشروط حيث قامت الباحثة بشرح ما يصعب فهمه للمبحوث، وتوزيع عدد اكبر لاستحصال اجابات اكثر بما لا يخل بعدد المبحوثين.
- قامت الباحثة بتفريغ الاجابات في برنامج SPSS، برنامج التحليل الاحصائي ل يتم معالجة البيانات احصائيا.

theoretical context

الاطار النظري

اساليب العلاقات العامة للحد من البيروقراطية

ان الادارات والمؤسسات المختلفة التي تهتم بالعلاقات العامة تسعى الى تحقيق اهدافها العامة المتمثلة في تمتين العلاقة وتعزيز الثقة فيها من قبل جماهيرها المختلفة، وايضا تحقيق سمعة جيدة لها لدى جماهيرها، ومن اجل تحقيق هذه الاهداف داخل المؤسسة، لا بد لها من ان تعتمد في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة على الاساليب الفنية للعلاقات العامة. (كنجو، ٢٠١١، صفحة ١٦٤)

هناك اربعة اساليب لتنظيم ادارات العلاقات العامة وهي :

١- الاسلوب الاتصالي او الوظيفي : (الياس، ٢٠٢٠، صفحة ٧٠) في هذا الاسلوب يتم توزيع الاختصاصات ومسئوليات الاقسام على اساس وسائل الاتصال التي يعمل فيها او معها، التي توجه رسائلها الى الجمهور العام، حيث يكون هناك قسم خاص للاذاعة والتلفزيون، وقسم للانتاج السينمائي، واخر يختص بالصحافة يتولى صياغة البيانات الصحفية، وقسم للمطبوعات

٢- الاسلوب الاتصالي النوعي : (عجوة و فريد، ٢٠٠٨، صفحة ١٤)

يعتمد هذا الاسلوب على توزيع العمل على الاقسام على اساس الجماهير النوعية للمؤسسة ، فيكون قسم للموزعين، وقسم للمستهلكين، وقسم للاتصال بالمستثمرين، واخر خاص للموردين، ورابع للمتعهدين، او غير ذلك حسب طبيعة نشاط المؤسسة وعلاقتها، ويكون كل قسم مسؤولا عن رعاية علاقات المؤسسة بكل قطاع من هذه

القطاعات، سواء باستخدام وسائل الاتصال المباشرة ، او الاستعانة بالوسائل الجماهيرية،نذكر مثلا على هيئة التقاعد الوطنية التي تحتوي على تشكيلات محددة المهام، فهناك جهات مختصة بمتابعة المواطنين، ولها موقع الكتروني وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق الاتصال مع المراجعين وضمان جودته، وتشكيل مختص بأستثمار اموال صندوق التقاعد الوطني، مهامه ادارة اموال الهيئة وتحقيق المكاسب المادية التي تؤمن رواتب المتقاعدين

الاسلوب الاتصالي المزوج : (حجاب و وهبي، ٢٠٠٦، صفحة ١٣٨)

يجمع هذا الاسلوب بين الاسلوبين السابقين الاتصالي الوظيفي، والاتصالي النوعي، توزع فيه الاختصاصات والمسئوليات على اقسام تختص بوسائل الاعلام واقسام اخرى، متنوعة بتنوع العلاقات بقطاع الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر.

على سبيل المثال مهام قسم التدريب والتطوير في المؤسسات تكون مهامه مزدوجة بينه وبين قسم الاعلام، فواجباته الفنية كالمنهج التدريبي وتنظيم المحاضرات والاختبارات يعنى به قسم التدريب

الاسلوب المركزي واللامركزي : (حجاب، ٢٠٠٧، صفحة ١٩٦-١٩٧)

بعض المؤسسات تتبع الاسلوب المركزي في ادارة العلاقات العامة حيث يتركز جميع العاملين بالادارة في المقر الرئيسي وعنه تصدر الانشطة ومنه يتحرك بعض الاختصاصيين لممارسة وظيفته في فروع المؤسسة حسب الخطة الموضوعية، واحيانا يلجأ البعض الاخر الى الاسلوب الاخر اللامركزي ، حيث تكون هناك ادارة علاقات عامة خاصة لكل فرع من فروع المؤسسة، والتي تمارس نشاطها من خلاله طبقا لظروفها المتغيرة،ومن الممكن ايضا الجمع بين النظامين حتى لاتهمل الادارات الاقليمية ولا تنتشتت المسئوليات ويؤدي الى انعدام التنسيق وسوء الادارة وضعف السيطرة على الجهاز بأكمله . والاسلوب الامثل هو الذي يتفق مع احتياجات المؤسسة واهدافها وامكاناتها الفنية والبشرية والمادية وطبيعة اهدافها التي تستعين بها في تحقيق هذا الاهداف ،وعادة مايطبق الاسلوب المركزي في المؤسسات ذات المهام المحدودة والتخصصية ، ولاتتملك كوادر ادارية كبيرة لعدم حاجتها لحجم عاملين يفوق المهام الموكلة لها .

وترى الباحثة ان عمل العلاقات العامة يتطلب عدة اساليب للوصول الى الجماهير والتعامل معها ومحاولة ايبصال رسالة المؤسسة لهم لمواجهة الاجراءات البيروقراطية داخل المؤسسة .

ان اهمية عمل العلاقات العامة داخل المؤسسات واهمية اتصالها بالجماهير الداخلية والخارجية ، ولتسهيل عملية الاتصال توظف ادارة العلاقات العامة اساليبها للحصول على افضل النتائج ، وتتنوع الاساليب حسب النشاط الاتصالي ، فمثلا اسلوب الاستعانة بالمستشار الخارجي وهو نمط استشاري يمد المؤسسة بمعلومات جديدة ، فالمستشار هو ذلك الشخص الذي لاينتمي للمؤسسة ويمتلك خبرة واسعة في مجال عمله ، ولديه رؤية خاصة اتجاه المشاكل التي تتعرض لها المؤسسة، وايضا اسلوب الاعتماد على جهاز متخصص داخل المؤسسة ، كأن يكون استحداث قسم جديد او شعبة علاقات

عامة هو نمط تنفيذي ، فأحيانا تتوفر جميع عناصر الانتاج بشكل جيد كالعمالة الماهرة والتدفق النقدي والمكننة الحديثة وجودة اماكن التصنيع ، الا ان الملاحظ وجود تأخير او عرقلة في العمل يؤثر على عملية الانتاج، ولغرض تدارك هذه المشكلة تلجأ المؤسسة احيانا الى استحداث قسم يكون حلقة الوصل بين التشكيلات لتذليل العقبات التي تحول دون الاتجاز في وقته او تنمي وتطور عملية الانتاج ، وهذا من صميم عمل العلاقات العامة لما تمتلكه من اساليب تجعل لها الاولوية في تبني وحل مثل هذه المشكلات. والاسلوب الثالث هو الاسلوب المزدوج (استشاري تنفيذي)، وهو الاسلوب الذي يجمع بين الاسلوبين السابقين لمعالجة ازمة كبير داخل المؤسسة تعرقل عملية الانتاج بشكل يصعب حلها ، كان يكون ازمة تسويقية تتعرض لها، او نقص حاد في الانتاج وتسجيل تراجع الايرادات ، فهو اسلوب معني بالقضايا الاستراتيجية للمؤسسة

وسائل الاتصال في العلاقات العامة لمواجهة البيروقراطية Means of communication in public relations to confront bureaucracy

تستخدم العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي ووسائل الاعلام المختلفة واهمها وسائل الاتصال الجماهيري التي لا غنى عنها لاي مؤسسة في الوقت الحاضر ، وهي الصحف اليومية والاذاعة الصوتية والمرئية والمجلات ، وتستخدم المؤسسات بعض وسائل الاعلام التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة او النشر الاخبارية وكالمهرجانات والحفلات والمعارض وهناك الوسائل الشخصية كالمحاضرات والخطاب ومكاتب الاستقبال ، يتوقف استخدام هذه الوسائل على هدف الاهتمام الذي توليه للعلاقات العامة مع جماهير المنظمة ، وعلى الوضع المالي للمنظمة . (الجبالي، ٢٠١٦، صفحة ٢٥٥)

وتقسم وسائل الاتصال في العلاقات العامة الى

١. الوسائل المباشرة : تعتبر من اهم وابرز الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة لكونها ذات اثر كبير ومباشر في عملية الاتصال تتم في لحظات او دقائق معدودة، وتتم عن طريق اللقاءات الشخصية، والمناقشات المفتوحة ، وتستطيع العلاقات العامة ان تتعرف على مؤشرات معينة من خلال هذه الوسيلة ، تستفيد منها في عملية التقييم للرأي العام ومعرفة اتجاهاته.

٢. الوسائل المطبوعة (العبدلي و العبدلي ، ٢٠٠٦ ، الصفحات ٥٦-٧٥)

تتعدد النماذج والاشكال التي يمكن استخدامها في مجال المطبوعات ولكنها في الغالب تقسم الى مجموعتين رئيسيتين هما :

أ- البريد المباشر : يعتبر البريد من الوسائل التي تعمل على نقل الرسالة الاعلانية المطبوعة مباشرة الى المستهلك حيث يمكن اختيار ورقابة عملية توزيع واختيار الافراد الذين يستلمون الرسالة الاعلانية

ب - المطبوعات : وهي استكمال الى البريد المباشر ، وربما يأتي في مرحلة لاحقة له لغرض اعطاء المزيد من المعلومات عن الموضوع المستهدف ايصاله ، وتأخذ

اشكال مختلفة كالكتيبات، المغلفات البريدية

١- الاتصالات المرئية : (صدقي، ٢٠٢٠، صفحة ٨٣)

هي مجموعة الاتصالات التي تتم عبر استخدام حاسة البصر لكي يتم التعرف من قبل الطرف المستهدف عن الشيء المقصود بشكل دقيق وواضح ، ومن ابرز الوسائل المستخدمة :

أ- الصور الفوتوغرافية : هذه الوسيلة تكون احيانا وقع اثرا في النفس، وتحدث الاستجابة في الحال للمعنى المقصود، والمخيلة بطبيعتها اسرع في ادراك الصورة منها في ادراك العبارات اللغوية.

ب - الافلام : يتم استخدام هذه الوسيلة في الغالب من قبل المنظمات الكبيرة ، لانها مكلفة وبالتالي يصعب تقديمها من قبل المنظمات الصغيرة ، وتستخدم في عرض وتوضيح الانجازات او أنشطة يصعب مشاهدتها من قبل الوسطاء او المستهلكين ، الذين يكونون خارج الحدود الإقليمية لدولة الشركة.

ج - التلفزيون : هو من الوسائل المهمة التي تستخدمها العلاقات العامة للتأثير على الجماهير ، لتنوع برامجها المقدمة ، وقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة من الجمهور ، وعلى مدى زمني كبير نسبيا

د - المعارض : تعد المعارض جزء من النشاط المعتمد في ترويج المبيعات الا انه يمكن استخدامها ايضا في العلاقات العامة ، حيث يمكن الاشتراك بها عند اقامة المعارض العامة او التخصصية وللالتقاء باطراف مشتركة بالمعرض.

هـ الاذاعة: وهي من وسائل الاتصال الحديثة التي تلعب دورا هاما في التأثير على رأي الجمهور ، وتنبع اهميتها من كونها تخاطب كافة شرائح المجتمع على مختلف فئاتهم وانتماءاتهم. (عساف و صالح ، ٢٠٠٤، صفحة ٦٧)

وترى الباحثة ان توظيف الوسائل الاتصالية في العلاقات العامة للحد من البيروقراطية يكون :

اولا : التلفزيون

فمثلا لو وظفنا التلفزيون لعرض منتجات المؤسسة وخدماتها على الجمهور ونخصص وقت لعرض ما تنتجه المؤسسة ويكون في وقت الذروة ليصل الى اكبر شريحة ممكنة من المجتمع مع تنوع اساليب العرض ، كأن نستخدم اعلانات قصيرة تتوفر فيها عناصر الجذب والتشويق من صوروالوان وموسيقى المنقاة بشكل مهني ومدروس كونها تصل بشكل اسرع الى الجمهور ، والحرص على ضغط الوقت في هذه النشاطات حتى لا يبعث على الضجر والملل لدى المتلقي ، ثانيا : الافلام

وتعد من الوسائل المهمة كونها تصل الى شريحة كبيرة من المجتمع ، ويمكن استخدام الافلام في الحديث عن تاريخ المؤسسة المعنية ، منتجاتها ، خدماتها ، اوقات العمل ، العاملين في المؤسسة ، الترفيات ، الية سير العمل وعلى سبيل المثال عرض فلم قصير عن نظام العمل في دائرةالجوازات العامة وكيف تم تحويل العمل من الورقي الذي كان يستغرق عدة اسابيع الى النظام الالكتروني الذي قلص العمل بنسبة كبيرة الى عدة ايام

ثالثا : الرسائل والخطابات الشفهية

وكذا نجد استخدام الرسائل والخطابات الشفهية التي تصل الى اعداد كبيرة من الجماهير ، حيث تدخل فيه لغة الجسد واختيار الكلمات المؤثرة والصوت وشخصية المتكلم ، حيث له تأثيره الخاص في الجمهور ، حيث ان الجمهور يتأثر بشخصية المتكلم وادائه فمثلا عند قيام ادارة العلاقات العامة بالترويج عن منتج ينتخب شخص من المؤسسة معني بالعلاقات العامة يتمتع بمواصفات معينة اهمها قوة الشخصية واللباقة والحضور المتميز والمظهر اللائق لادارة احتفال متخصص للاعلان عن المنتج ، وهذا ما تقوم به عادة شركة مارسيدس الالمانية في الاعلان عن سيارتها الجديدة .

رابعا : الملصقات

وايضا الملصقات التي تعد من الوسائل المهمة التي يمكن لادارة العلاقات العامة استخدامها في الترويج للمؤسسة وخدماتها ، وتتسم رسالتها بالاستمرارية والدوام حيث يمكن ان تختصر رسالتها بكلمات قليلة لكنها ذات تأثير كبير على المتلقي وتستخدم فيها عدة صور احيانا

خامسا : المعارض

اما المعارض فهي تعد من الوسائل الاتصالية المهمة ايضا ، حيث يمكن للمؤسسة اقامة معرض خاص بها سنويا ، قد تكون معارض محلية او دولية ، وقد تكون في مكان ثابت او في اكثر من مكان حسب نشاط المؤسسة

سادسا : مجلة المؤسسة

كذلك بعض المؤسسات تحرص ان تكون لها مجلة خاصة بها (مجلة المؤسسة) وهذه ايضا من الوسائل الاتصالية المهمة التي توجه للجمهور ، حيث تختص المجلة بشكل اساسي بنشاطات المؤسسة ومشاريعها ورؤيتها واعلاناتها وغير ذلك من امور تصلح كمادة للنشر وتترك صدى ايجابي لدى الجمهور ويكون اصدارها (شهرية او نصف شهرية)

Field Frame الاطار الميداني

جدول (١) التوزيع النسبي حسب متغير النوع الاجتماعي

ت	النوع الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية
١	ذكور	١٩	٪ ٧٢,٧
٢	اناث	٤١	٪ ٢٧,٣
	المجموع	١٥٠	٪ ١٠٠

اظهرت البيانات ان عدد الذكور العاملين بلغ (١٠٩) مبحوثا وبنسبة مئوية قدرها (٪ ٧٢,٧) بالمرتبة الاولى، في حين كان عدد الاناث العاملات قد بلغ (٤١) مبحوثا و بنسبة مئوية قدرها (٪ ٢٧,٣)، نستدل من هذا ان هناك عدم تكافؤ في عدد العاملين بين الذكور والاناث وان نسبة الذكور تفوق نسبة الاناث . على المؤسسات الاهتمام بأتاحة فرص اكبر للاناث في التعيين .

جدول (٢) التوزيع النسبي لاجابات المبحوثين حسب متغير العمر

ت	العمر	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
١	٤٠ - ٣١	٧٠	٤٦,٧ %	الاولى
٢	٤١ - فأكثر	٤٧	٣١,٣ %	الثانية
٣	٣٠-٢٠	٣٣	٢٢ %	الثالثة
	المجموع	١٥٠	١٠٠ %	

نجد ان غالبية العاملين في العلاقات العامة يقعون في الفئة العمرية (٤٠-٣١) بعدد تكرارات بلغ (٧٠) تكرارا بنسبة مئوية قدرها (٤٦,٧%) والتي كانت بالمرتبة الاولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية (٤١- فأكثر) بعدد تكرارات بلغ (٤٧) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٣ %)، تليها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (٣٠-٢٠) جاءت بعدد تكرارات بلغ (٣٣) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٢ %)، نستدل من ذلك ان النسبة الاكبر هي التي تقع في الفئة العمرية (٤٠-٣١) مما يضيف على عمل العلاقات الخبرة والدقة في العمل اكثر .

جدول (٣) التوزيع النسبي لاجابات المبحوثين ازاء ابتكار المؤسسة اساليب

جديدة لتقليل الروتين

ت	البدائل	التكرار	النسبة	المرتبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدالة
١	نعم	٦٥	٤٣,٣	الاولى				دال
٢	بصورة متوسطة	٥٣	٣٥,٣	الثانية	١١,٦	٢	٥,٩٩	لصالح
٣	كلا	٣٢	٢١,٣	الثالثة				البديل نعم
	المجموع	١٥٠	١٠٠ %					

قد جاء بالمرتبة الاولى البديل (نعم) بعدد تكرارات (٦٥) تكرارا بنسبة مئوية (٤٣,٣ %) ، بينما بالمرتبة الثانية جاءت بعدد تكرارات (٥٣) تكرارا بنسبة (٣٥,٣%) ، في حين جاء في المرتبة الثالثة البديل (كلا) بعدد تكرار(٣٢) تكرار بنسبة(٢١,٣%) ، نستدل من البيانات اعلاه ان المؤسسة تبتكر اساليب لتقليل الروتين اليومي في المؤسسات ، وهذا يدل سعي المؤسسات لتخفيف حدة الروتين بأساليب جديدة

جدول (٤) التوزيع النسبي لاجابات المبحوثين حول اهمية اصدار ادارة العلاقات العامة للنشرات والكتيبات الخاصة بعمل المؤسسة

ت	البدائل	التكرار	النسبة	المرتبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
١	مهم	٤٨	٣٢	الاولى				دال
٢	متوسط الاهمية	٤٨	٣٢	الثانية	١٣,٠٩	٣	٧,١٨	لصالح
٣	قليل الاهمية	٣٢	٢١,٣	الثالثة				البديل نعم
٤	لا اهمية له	٢٢	١٤,٧	الرابعة				
	المجموع	١٥٠	%١٠٠					

جاء بالمرتبة الاولى البديل (مهم) بعدد تكرارات بلغ (٤٨) تكرارا وبنسبة مئوية (٣٢٪)، في حين جاء بالمرتبة الثانية البديل (متوسط الاهمية) بعدد تكرارات بلغ (٤٨) تكرارا و بنسبة مئوية (٣٢٪) ، بينما جاء البديل (قليل الاهمية) بالمرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٣٢) تكرارا بنسبة مئوية (٢١,٣٪)، في حين جاء بالمرتبة الرابعة البديل (لا اهمية له) بعدد تكرارات (٢٢) تكرارا وبنسبة مئوية (١٤,٧٪) ، نستدل من البيانات اعلاه ان النسبة جاءت مناصفة بين (مهم ومتوسط الاهمية) وهذا يدل على ان ادارة العلاقات العامة يجب عليها الاهتمام اكثر باصدار النشرات والكتيبات الخاصة بعمل المؤسسة بما يسهل الاجراءات اليومية

جدول (5) التوزيع النسبي لاجابات المبحوثين ازاء دور المؤتمرات والندوات التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة في الحد من البيروقراطية

ت	البدائل	التكرار	النسبة	المرتبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
١	مهم	٥٦	٣٧,٣	الاولى				دال
٢	متوسط الاهمية	٥٣	٣٥,٣	الثانية	٣٤,٨٠	٢	٧,١٨	لصالح
٣	قليل الاهمية	٢٩	١٩,٣	الثالثة				البديل نعم
٤	لا اهمية له	١٢	٨	الرابعة				
	المجموع	١٥٠	%١٠٠					

جاء بالمرتبة الاولى البديل (مهم) بعدد تكرارات بلغ (٥٦) تكرارا بنسبة مئوية (٣٧,٣ %) ، بينما جاء بالمرتبة الثانية البديل (متوسط الاهمية) بعدد تكرارات بلغ (٥٣) بنسبة مئوية (٣٥,٣ %) بينما جاء في المرتبة الثالثة البديل بعدد تكرارات بلغ (٢٩) تكرارا بنسبة مئوية (١٩,٣ %) في حين جاء بالمرتبة الرابعة البديل (لا اهمية له) بعدد تكرارات بلغ (١٢) تكرارا بنسبة مئوية (٨ %) ، نستدل من البيانات اعلاه ان دور المؤتمرات والندوات اهمية للتعريف بكيفية الحد من البيروقراطية

The results

النتائج

- توصلت الباحثة في ضوء الدراسة الى عدد من النتائج وهي :
- اظهرت بيانات البحث ان اعداد العاملين في اقسام العلاقات العامة من الذكور قد بلغ (٧٢,٧ %) وهي نسبة عالية تدل على عدم تكافؤ بين النوعين الذكور والاناث .
- اظهرت بيانات البحث غالبية العاملين في اقسام العلاقات العامة هم من فئة الشباب الذين تقع اعمارهم بين (٣١ - ٤٠) وبنسبة (٤٦,٧ %) ، وهذا يعني ان اغلب العاملين من فئة الاعمار الوظيفية المتوسطة القابلة للتدريب والتطوير.
- دلت بيانات البحث ان المؤسسة تبتكر اساليب جديدة لتقليل حدة الروتين اليومي الذي جاء بنسبة (٤٣,٣ %) ، وهذا يدل على سعي المؤسسات ليجاد السبل والحلول الكفيلة بمعالجة المشاكل ومنها حدة الروتين اليومي بأساليب جديدة .
- ان اصدار العلاقات العامة للنشرات والمطبوعات والكتيبات الخاصة بعمل المؤسسة جاءت حسب اجابات المبحوثين مناصفة بين (مهم ومتوسط الاهمية) بنسبة (٢١,٣ %) ، هذا يدل على ان للمطبوعات اهمية لاطلاع الجمهور على كيفية سير العمل .
- دور المؤتمرات والندوات التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة للتعريف بكيفية معالجة الروتين الاداري او تقليله جاء (مهم) كما اكدته اجابات المبحوثين وبنسبة (٣٧ %) فهي الاخرى لاتقل اهمية عن دور المطبوعات بالتعريف بالمؤسسة.

الاستنتاجات Conclusions

- تبين من النتائج التي حصلنا عليها ما يأتي :
- لا توجد معايير وقواعد للتوازن بين اعداد العاملين بين الذكور والاناث في اقسام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في العراق .
- اغلب العاملين في قسم العلاقات العامة هم من فئة الشباب ، ولذلك لا توجد خبرات رصينة يمكن ان تكون بموقع الاستشاري او المخطط الكفوء المؤهل لتقويم العمل.
- عدم وجود الادراك الكافي لاهمية الاصدارات المطبوعة (النشرات ، الكتيبات) التي تعتبر من الوسائل المهمة لنشر المعلومات الخاصة بالمؤسسة والذي يتسبب بعدم الفهم الكامل لطبيعة عمل المؤسسة او سياقات عملها.

- الترويج لعمل المؤسسة عن طريق الندوات والاحتفالات والمؤتمرات اثر كبير في اعلام المواطنين بألية سير العمل داخل المؤسسات ، بالتالي مد جسور التعاون والتفاهم بين المؤسسة والمواطن ، بدوره هذا يكافح الروتين الاداري في العمل.

المصادر باللغة العربية

- ابراهيم وهبي فهد و كنجو عبود كنجو. (٢٠١١). العلاقات العامة واداراتها. عمان: مؤسسة الوراق للنشر.
- حمزة الجبالي. (٢٠١٦). تنمية وادارة العلاقات العامة . عمان : دار الاسرة ودار عالم الثقافة .
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٧). مناهج البحث الاعلامي. بيروت: دار الكتاب الجامعي.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٩). منهجية البحث العلمي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- سمير عبد الرزاق العبدلي ، وقحطان بدر العبدلي . (٢٠٠٦). الترويج والاعلان. عمان : دار غيداء للنشر .
- سمير محمد حسين. (٢٠٠٦). بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- طارق اليايس. (٢٠٢٠). الحماية من الاختراق - دور العلاقات العامة والاعلام. مصر العربية: مركز الخبرات المهنية.
- ظه عبد العاصي نجم. (٢٠١٥). مناهج البحث الاعلامي. الاسكندرية: دار كلمة للنشر والطباعة.
- عبد المعطي محمد عساف ، و محمد فالح صالح . (٢٠٠٤). اسس العلاقات العامة. عمان: دار الحامد للنشر
- علي عجوة ، و كريمان فريد. (٢٠٠٨). ادارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد . (٢٠٠٤). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد صدقي. (٢٠٢٠). العلاقات العامة : علم وفن وعمل . مصر : وكالة الصحافة العربية .
- محمد منير حجاب. (٢٠٠٧). العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. القاهرة : دار الفجر للنشر .
- محمد منير حجاب، و سحر محمد وهبي. (٢٠٠٦). المداخل الاساسية للعلاقات العامة. القاهرة: دار الفجر.
- محمود احمد ابو سمرة ، و محمد عبد الاله الطيبي . (٢٠٢٠). مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين. عمان: دار اليازوري للنشر.

References

- Ibrahim wehbe and kanjo Abboud kanjo (2011) Public relations and its departments ,Amman,warraq Publishing Corporation.
- Hamza Al-jabali (2016) Development and Management of public relations, Amman , family house and world culture house.
- Saad Salman Al-Mashhadani , 2017 , Media Research Methods , Beirut , University book house.
- Saad Salman Al-Mashhadani ,2019, Scientific Research Methodology , Oman , Osama house for Publishing and Distribution .
- Samir Abd Al-Razzaq Al-Abdali and Qahtan Badr Al-Abdali ,2006 , Promotion and Advertising , Amman , Ghaidaa Publishing house
- .
- Samir Muhammed Hussein , 2006 , Media Research , Cairo , The world of book .
- Tariq Elias , 2020 , protection from intrusion – the role of public relation and the media , The Arabian Egypt, Professional Experience center .
- Taha Abdel – Assi Negm , 2015 , Media Research Methods , Alexandria , house of the word for Publishing and printing .
- Abdul Mu'ti Muhammad Assaf and Muhammad faleh salih , 2004 , Foundations of public relations , Amman , Al-Hamid publishing house.
- Ali Ajwa and kariman farid , 2008 , public relations department between-
Strategic management and crisis management , Cairo , the world of books
- Muhammad Abd Al- Hamid , 2004 , Scientific research in media studies , Cairo , the world of books.
- Mohamed Sidky , 2020 , public relations – Science , Art and work , Egypt Arab press Agency .
- Muhammad Munir Hijab , 2007 ,public relations in modern institutions , cairo , Al-fajr publishing house .
- Muhammad Munir Hijab and sahar Muhammad Wahbi, 2006 ,The main entries for public relations , Cairo , Dar Al-fajr .
- Mahmoud Ahmed Abu Samra and Muhammad Abd Al-Ilah Titi ,2020 ,research Methods from Explanation to Empowerment , Amman , Al-yazuri publishing house.