



تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء

العلاقات العامة

(دراسة ميدانية على الجمهور الداخلي)

قدمت من قبل:

زهير مفتاح عبد السميع

إشراف:

د . الافي إدريس الرفادي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات

العامة والإعلان.

جامعة بنغازي

كلية الإعلام

فبراير 2018

Copyright © 2018.All rights reserved , no part of this thesis may be reproduced in any form, electronic or mechanical, including photocopy , recording scanning , or any information , without the permission in writhing from the author or the Directorate of Graduate Studies and Training university of Benghazi .

حقوق الطبع 2018 محفوظة ، لا يسمح اخذ أي معلومة من أي جزء من هذه الرسالة على هيئة نسخة الكترونية أو ميكانيكية بطريقة التصوير أو التسجيل أو المسح من دون الحصول على إذن كتابي من المؤلف أو إدارة الدراسات العليا والتدريب جامعة بنغازي



قسم العلاقات العامة والإعلان

# تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء العلاقات العامة

(دراسة ميدانية على الجمهور الداخلي)

اعداد

زهير مفتاح عبد السميع

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 5.2.2018

تحت اشراف

د . الافي إدريس الرفادي

.....التوقيع:

الدكتور:.....(ممتحنا داخليا)

.....التوقيع:

الدكتور:.....(ممتحنا خارجيا)

.....التوقيع:

مدير إدارة الدراسات العليا والتدريب بالجامعة

يعتمد عميد الكلية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ}

صدق الله العظيم

سورة القلم (1)

## الإهداء

... إلى أمي وأبي حفظهما الله وأطال في عمرهما

وأثابني رضاهم

إلى أخي وأخواتي

وأبني... عوني في الدنيا

إلى أعمامي وعماتي

وإلى من وفقني الله صداقتهم

أهدي ثمرة عملي

الباحث

## شكر وتقدير

الحمد لله رب العلمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين  
سيدنا محمد صلي الله عليه وسلم أما بعد:

بأصدق المشاعر وبأشد الكلمات الطيبة النابعة من قلب وفي, أقدم شكري  
وأمنتاني لمن كانوا سبباً في استمرار واستكمال مسيرة حياتي  
يسر الباحث أن يتقدم بوافر الشكر وعظيم التقدير إلي الدكتور الفاضل  
اللافى إدريس الرفادي فكلمات الثناء لا توفي حقك والذي كنت وستبقى  
بمثابة الوالد شكراً لك علي عطائك في إتمام هذه الدراسة.

كما نشكر الأستاذ حمزة إدريس أمسلم عضو هيئة التدريس بكلية الاقتصاد  
جامعة عمر المختار في معالجة البيانات الإحصائية لهذه الدراسة. كل  
الشكر والتقدير لكافة أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي

فجزى الله الجميع عنى خيراً

الباحث

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	الإهداء
ج	شكر وتقدير
د	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ي	ملخص الدراسة
1	الفصل الأول: الإطار المنهجي
2	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
5	أهمية الدراسة
5	الغرض من الدراسة ( الأهداف )
6	تعريف المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة

7	الدراسات السابقة
14	تساؤلات الدراسة
16	منهج الدراسة
16	أدوات جمع البيانات
18	مجتمع الدراسة
20	صدق أداة جمع البيانات
20	ثبات الأداة
21	مجالات الدراسة
21	الأسلوب الإحصائي
22	الفصل الثاني: الإطار المعرفي للدراسة
23	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة
24	مفهوم العلاقات العامة
25	تعريف العلاقات العامة
29	أهمية العلاقات العامة للجمهور الداخلي



30	أهداف العلاقات العامة داخل المؤسسة
33	وظائف العلاقات العامة
39	مدخل الممارسة المهنية
43	<b>المبحث الثاني: مفهوم التقييم</b>
44	مفهوم التقييم
44	أهمية التقييم
46	أهداف تقييم أنشطة العلاقات العامة
46	أنواع التقييم للعلاقات العامة
47	مجالات تقييم العلاقات العامة
48	طرق تقييم برامج العلاقات العامة
50	الصعوبات التي تواجه تقييم أنشطة العلاقات العامة
54	<b>المبحث الثالث: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية</b>
55	التعريف بالوزارة
55	تأسيس الوزارة

56	أقسام الوزارة
57	أهداف الوزارة
58	رؤية الوزارة
58	رسالة الوزارة
59	الفصل الثالث: الدراسة الميدانية
109	الفصل الرابع: النتائج العامة والتوصيات
110	عرض النتائج العامة الدراسة
113	توصيات الدراسة
114	قائمة المراجع والمصادر
121	الملاحق

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
60	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير النوع	1
61	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير فئة العمر	2
63	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	3
64	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة بالوزارة	4
66	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة	5
67	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بمتابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة	6
69	يوضح مدي قيام العلاقات العامة باستقبال الزوار وتنظيم زيارتهم	7
70	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات	8
71	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بتقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات	9
73	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بتنظيم وعقد المؤتمرات والندوات	10
74	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بتنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك بها	11
76	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بإصدار كتيبات ونشرات	12
77	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بتصميم الإعلانات والملصقات	13
79	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بأنشطة رياضية	14
80	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بمشاركة الإدارة في اتخاذ القرارات ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة	15
82	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بنقل وجهات نظر وشكاوى الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا	16
83	يوضح مدي قيام العلاقات العامة بإجراء البحوث والدراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي تجاه الوزارة	17

85	يوضح مدى قيام العلاقات العامة بتحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة	18
86	يوضح مدى قيام العلاقات العامة بتنظيم الرحلات والإشراف عليها	19
88	يوضح مدى قيام العلاقات العامة بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة	20
89	يوضح مدى قيام العلاقات العامة بانجاز الأمور والمصالح الشخصية للإدارة العليا	21
91	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة ونوع المبحوثين	22
92	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بمتابعة البيانات والمعلومات التي تنتشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة ونوع المبحوثين	23
94	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة باستقبال الزوار وتنظيم زيارتهم ونوع المبحوثين	24
95	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات وسنوات الخدمة للمبحوثين	25
97	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم عقد الندوات والمؤتمرات وسنوات الخدمة	26
99	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتصميم الإعلانات والملصقات وسنوات الخدمة	27
101	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم عقد المؤتمرات والندوات والمؤهل العلمي للمبحوثين	28
103	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بإصدار الكتيبات والنشرات والمؤهل العلمي للمبحوثين	29
105	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات والمؤهل العلمي للمبحوثين	30
107	يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة والمؤهل العلمي للمبحوثين	31

## ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة وجهة نظر العاملين في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية نحو أداء العلاقات العامة من حيث طبيعة المهام المكلف بها في الوزارة، وكذلك معرفة مدى ممارسة العلاقات العامة لكافة الوظائف والأنشطة المرجوة منها، ومعرفة طبيعة عملها من وجهة نظر العاملين بالعلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها، والوقوف على الصعوبات التي تواجهها العلاقات العامة.

وهذه الدراسة تعد من الدراسات الوصفية المعتمدة على طريقة المنهج المسحي، حيث قام الباحث بالمسح الشامل لأراء العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بالمنطقة الشرقية، والذين بلغ عددهم ( 159 ) ولقد استخدم الباحث لجمع البيانات استمارة الاستبيان والمقابلة.

وكان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة الآتي:

- 1 - تقوم العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- 2 - أجمع المبحوثون أن وظيفة استقبال الزوار وتنظيم زيارتهم هي من اختصاص العلاقات العامة.
- 3 - أجمع المبحوثون أن ممارسة تصميم الإعلانات والملصقات من ضمن وظائف العلاقات العامة.
- 4 - كشفت المقابلات مع موظفي العلاقات العامة أن الجهة التي يتبعها هذا الجهاز في الوزارة هي الشؤون الإدارية.
- 5- إن المستوي الإداري للعلاقات العامة في أغلب المقرات في الوزارة هو قسم العلاقات العامة.
- 6 - كما بينت المقابلات مع موظفي العلاقات العامة بعدم وجود ميزانية مستقلة لهم.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي

## المقدمة

العلاقات العامة كمنشأ فعال يعتمد على عدة أساليب وطرق تساعد المؤسسة في تدعيم الثقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي.<sup>1</sup>

وتقوم العلاقات العامة بدور رئيسي في توطيد وتحسين صلات المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء ، فبرامج العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة بحيث تحقق درجة كبيرة من التفاعل بين العاملين فيها، وذلك باتخاذ السياسات التي تبرز أهمية الجانب الإنساني في التنظيم مثل : رفع الروح المعنوية، وتحفيز الأفراد، وتوفير ظروف العمل المناسبة، وتنمية الشعور بالانتماء، وزيادة درجة الرضا عن العمل.

حيث يعلق البعض أهمية بالغة على هذا النشاط الاتصالي الذي تقدمه العلاقات العامة لجمهورها الداخلية ويرونه ركيزة لأي نشاط خارجي إلى الجماهير النوعية، فالعلاقات العامة في نظر هذه المجموعة تبدأ من الداخل ولا بد من تنمية علاقات جيدة مع جمهور العاملين قبل البدء في أي نشاط خارجي.<sup>2</sup>

ولأن نجاح أداء العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها، وفي الواقع تختلف مسؤوليات هذه الإدارة من منظمة لأخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>عبير زهري، تطور العلاقات في المؤسسات الليبية،مجلة البحوث الإعلامية، ع34-35، 2007، ص201.

<sup>2</sup>محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ب ط ، القاهرة، الدار الجامعية ، 1993، ص19.

<sup>3</sup>د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع، ب ط ، الإسكندرية،المكتب الجامعي الحديث، 1997، ص145.

ويعد تقييم الأداء نظاماً يستخدم لجمع المعلومات عن أداء الموظفين، ليس فقط من قبل المديرين والمشرفين ولكن من قبل زملائهم في العمل، ومن رؤسائهم المباشرين. ولكي نتحقق من فاعلية وكفاءة أنشطة وأداء العلاقات العامة يجب أن تخضع أنشطتها لتقييم دقيق من قبل جمهور العاملين الذي تتعامل معه.

وهذا ما تسعى إليه هذه الدراسة من تقييم أداء وأنشطة العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية باعتبارها إحدى المؤسسات المهمة في الدولة الليبية، والتي تعني بنشر الوعي الديني.

### مشكلة الدراسة :

أن العلاقات العامة كمفهوم إداري حققت نجاحاً ملموساً منذ ظهورها كعلم مستقل خلال النصف الثاني من القرن العشرين باعتبارها من ضمن الدعامات الأساسية التي تعتمد عليها أي مؤسسة في تنسيق نشاطاتها والوصول إلى الأهداف المنشودة. فضلاً إلى ذلك ما تهدف إليه العلاقات العامة في تعاملها مع الجمهور الداخلي للمؤسسة من أجل تحقيق استقرارهم، وتنمية الإحساس بالولاء والانتماء لديهم، الأمر الذي يترتب عليه تبني الجمهور الداخلي لسياسة المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها والتحمس لها. ويبرز ذلك من خلال ما تقوم به العلاقات العامة من أنشطة موجهة إلى الجمهور الداخلي تعمل على تحسين وتنشيط علاقات العاملين بالمؤسسة وفيما بينهم.



ولأن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية تعد إحدى المؤسسات الليبية المهمة حيث يناط بها نشر الثقافة الإسلامية وبتث الوعي الديني، والإشراف على المساجد وعلى هيئة الإفتاء الشرعي وعلى شؤون الحج، وتوثيق العلاقات مع الهيئات والمنظمات الإسلامية الأخرى في العالم. فقد كأن ذلك دافعاً - للباحث، للقيام بالدراسة العلمية وذلك لأن نجاح العلاقات العامة يعتمد بشكل مباشر على الجمهور الداخلي بالتالي يعد تقييم هذا الجمهور لأداء العلاقات العامة من الضروريات التي تساعد في تقويم مواطن الضعف والقصور في عمل العلاقات العامة.

ومن خلال الزيارات الاستطلاعية التي قام بها - الباحث - لفروع وزارة الأوقاف في المنطقة الشرقية تبين أن هناك نوعاً من الإرباك في العمل اليومي، وكذلك عدم وضوح دور العلاقات العامة اتجاه الجمهور الداخلي بالوزارة، الأمر الذي استثار رغبة - الباحث - للكشف عن طبيعة مهام قسم العلاقات العامة بوزارة الأوقاف والكشف عن وجهة نظر "تقييم" العاملين لأداء العلاقات العامة في هذه الوزارة.

وعلى ما سبق فأن الباحث صاغ مشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي :-

## ما تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء العلاقات العامة؟<sup>1\*</sup>

---

<sup>1</sup> \* المسمى الرسمي للأوقاف في بداية الدراسة كان تحت اسم وزارة وخصوصاً بعد ثورة 17 من فبراير ومع توالي الأحداث أصبحت هيئة ولكن إجراءاتهم الرسمية وأختامهم لازالت تحت مسمى وزارة .

## أهمية الدراسة :

- 1- أن أهمية العلاقات العامة في المؤسسات يكمن في الدور الذي تقوم به في خدمة وعمل أي مؤسسة.
- 2- تتضح أهمية هذه الدراسة في كونها تبحث في تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء العلاقات العامة بها، مما يساعد ذلك على أداء الإدارة وممارستها لعملها داخل وخارج هذه الوزارة.
- 3- يأمل الباحث في أن تتوصل دراسته إلى نتائج وتوصيات يمكن أن تفيد مسؤولي هذا القطاع وخاصة العاملين بالعلاقات العامة بها في تطوير وتحقيق أداء أفضل.
- 4- أن تكون إضافة علمية لمكتباتنا وأن تفتح مجالاً لدراسات أخرى في هذا الحقل .

## الغرض من الدراسة (الأهداف) :

تهدف الدراسة إلى معرفة وجهة نظر العاملين في وزارة الأوقاف نحو أداء وأنشطة العلاقات العامة بها، وذلك من خلال :

1. التعرف على طبيعة مهام العلاقات العامة في الوزارة من وجهة نظر الجمهور الداخلي وتقييم هذه المهام.
2. معرفة طبيعة دور العلاقات العامة بالوزارة من وجهة القائمين بهذه الوظيفة.
3. معرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة وبعض المتغيرات المتعلقة بقيام العاملين بالعلاقات العامة بمهامهم .

4. التعرف على مدى ممارسة أنشطة العلاقات العامة في الوزارة وطبيعة هذه الممارسة.
5. التوصل إلى الصعوبات والمشكلات التي تواجه قسم العلاقات العامة بالوزارة.
6. محاولة وضع حلول لهذه الصعوبات من خلال وجهة نظر العاملين بها.

### تعريف المصطلحات الواردة في الدراسة :

- **التقييم** : يعرف التقييم بأنه عملية إصدار قرارات علمية استناداً إلى أدلة كشفت عنها الممارسات الميدانية.<sup>1</sup>
- **التقييم**: تعريف إجرائي \_ هي وجهة نظر أو رأي أو نقد يبديه موظف اتجاه موظف آخر في نفس مكان العمل وكيفية أدائه لعمله، وفي هذه الدراسة تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء العلاقات العامة .
- **الأداء** : قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله.<sup>2</sup>
- **الأداء**: تعريف إجرائي \_ هو العمل المطلوب من الموظف داخل الوزارة.
- **العلاقات العامة**: هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى إليها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس الرأي العام لضمان

---

<sup>1</sup>أحلام فرج المبروك، عزة أبو بكر المنصوري، مجلة البحث والإعلامية، العدد 43، 2008، ص183.

<sup>2</sup>طاهر محمود الكلاله ، تنمية وإدارة الموارد البشرية، ط1، عمان ، دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع ، 2008، ص183.

توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها لتحقيق التعاون الأخلاقي والأداء الفعال

للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط.<sup>1</sup>

• **وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية:** تعد إحدى المؤسسات المهمة حيث يناط بها نشر

الثقافة الإسلامية وبتث الوعي الديني بمختلف الوسائل والإشراف على المساجد ومدتها

بالقوى العاملة من علماء وأئمة وغيرهم في ليبيا.

## الدراسات السابقة :

### - دراسة عز الدين عبد المولى نصر 2013 م<sup>2</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مؤسسات المجتمع المدني نحو العلاقات

العامة وشملت التعرف على الوظائف التي تؤديها العلاقات العامة في هذه المؤسسات

وكذلك معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني والتعرف على أهم

الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة وتعرقل أدائها في هذه المؤسسات.

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

أ. أفاد أغلب المبحوثين بأن لديهم العلم بوجود العلاقات العامة في الجمعية.

ب. أكد العاملين في الجمعيات الخيرية على أهمية العلاقات العامة.

---

<sup>1</sup>محمد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، ط 1، الإسكندرية، دار المعرفة الاجتماعية، 2001، ص 27.

<sup>2</sup>عز الدين عبد المولى نصر، اتجاهات مؤسسات المجتمع المدني نحو العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية الليبية  
بنغازي، 2013.

ت. أقر أغلب المبحوثين أن العلاقات العامة هي الأساس الفعلي للجمعية من أجل تواصلها مع الآخر.

ث. كشفت الدراسة أن العلاقات العامة تعتبر حلقة الوصل بين الجمعية وجمهورها الخارجي.

ج. أكد المبحوثون أن إدارة الجمعية تهتم بآراء وإرشادات العلاقات العامة.

ح. أكدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين اتجاه الجمهور للعلاقات العامة من حيث النوع، السن، المستوى التعليمي، خبرة المبحوثين.

## - دراسة الأخضر البكوش 2011م<sup>1</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وظيفة العلاقات العامة في شركات الطيران بليبيا وعلى مدى اتفاق وتجانس هذا الدور مع الواقع الفعلي لممارسة العلاقات العامة فيها واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، ومجتمع الدراسة مكون من مسؤولي العلاقات العامة والجمهور الداخلي في شركتي الطيران في مدينة طرابلس وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

أ. جاء دور العلاقات العامة في شركة الخطوط الجوية الليبية محدوداً إلى حد ما مقارنة بشركة البراق للنقل الجوي .

ب. عدم ملائمة الإمكانيات الفنية والتنظيمية في إدارات العلاقات العامة .

---

<sup>1</sup>الأخضر على البكوش ، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بقطاع الطيران في ليبيا، دراسة ميدانية على شركتي الخطوط الجوية الليبية والبراق للنقل الجوي ، رسالة ماجستير غير منشورة الأكاديمية الليبية بنغازي، 2011.

ت. هناك قصور وعدم رضا عن الدور الذي تضطلع فيه إدارة العلاقات العامة في الحد من الأزمات.

ث. جهاز العلاقات العامة في الشركتين تتقصه عدة متطلبات لمواجهة الأزمات.

ج. دور العلاقات العامة بالشركتين محدود، إذ كان لا بد من وضع مقترحات لتطوير أداءه.

#### - دراسة سكيينة محمود التهامي 2010 م<sup>1</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مدراء ورؤساء الأقسام نحو وظيفة العلاقات العامة وتوصيف العلاقة بين اتجاهات المدراء ورؤساء الأقسام نحو وظيفة العلاقات العامة ودور العلاقات العامة وبين عدد من المتغيرات التي تؤثر في هذه الاتجاهات مثل المؤهل العلمي والوظيفة والسن واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي وتوصلت إلى عدة نتائج منها :

أ. انحصرت إجابات نصف المبحوثون بأن الجهة التي يتبع لها جهاز العلاقات العامة هي إدارة الشؤون الإدارية.

ب. أجاب المبحوثين بنسبة (61.8%) أن وظيفة العلاقات العامة تتمثل في القيام بأمور التسهيلات دون النظر إلى وظائفها الأساسية.

---

<sup>1</sup>سكيينة محمود التهامي ، قياس الاتجاهات نحو ممارسة وظيفة العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الأكاديمية الليبية بنغازي، 2010.

ت. عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لدى المبحوثين بنسبة (49.6%).

ث. كشفت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباط بين المتغيرات السن، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والنوع.

#### - دراسة سليمان رابح الشريف 2007م<sup>(1)</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى وجود جهاز مستقل ومتخصص للعلاقات العامة والتعرف على مدى الإمكانات التي تتمتع بها العلاقات العامة وما هي أهم الوظائف التي تقوم بها ومدى استخدامها للأسس العلمية في تأدية الأنشطة التي تمارسها وقد اعتمد الباحث في دراسة على المنهج الوصفي وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

أ. أن جميع العاملين أكدوا على وجود علاقات عامة تمارس عملها داخل الهيئة.

ب. من أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها رسم صورة طيبة عن الهيئة في أذهان جماهيرها.

ت. أن أكثر الوسائل استخداما من قبل العلاقات العامة هي البريد المباشر ثم الإعلانات الحائطية، والإذاعة المرئية ومن ثم الصحف.

ث. الأغلبية ترى توفر الإمكانات والأدوات اللازمة للعلاقات العامة بنسبة (84.6%).

---

<sup>1</sup>سليمان رابح الشريف، الدور الوظيفي للعلاقات العامة بالهيئة العامة لإذاعات الجماهيرية العظمي ، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الداخلي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب، جامعة قار يونس ، 2007.

## دراسة سالم الطالب 2006 م<sup>1</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف مدى إدراك الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة وشملت التعرف إلى مدى أهمية وظيفة العلاقات العامة من وجهة نظر القائمين على الإدارة العليا كذلك معرفة أوجه الشبه والاختلاف في إدراك الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة والمقارنة بين درجة فهم أعضاء الإدارة العليا في القطاع الصحي مع نظرائهم في القطاع الصناعي وأعتد الباحث على المنهج الوصفي من خلال استخدام الدراسات المسحية ودراسة الحالة والعلاقات المتبادلة والدراسات المتطورة كما اعتمد على المنهج المقارن وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أ. العلاقات العامة تتبع الشؤون الإدارية .
- ب. المسمي الصحيح للعلاقات العامة كان الأكثر استخداماً على الرغم من وجود مسميات أخرى كما أن العلاقات العامة غير واضحة التحديد في رأي أفراد الإدارة العليا.
- ت. أهم الأنشطة التي من اختصاص العلاقات العامة من وجهة نظر القائمين على الإدارة العليا في القطاعين تمثلت في أعمال التسهيلات وتنظيم الزيارات.
- ث. أهم الأسباب التي أدت إلى إيجاد وظيفة العلاقات العامة كانت متشابهة في كلا القطاعين كما إن هناك إدارات يعتمد عليها أكثر من العلاقات العامة في تكوين انطباعات مقبولة عن المؤسسة.

ج. لا توجد ميزانية خاصة للعلاقات العامة إلا بنسبة ضعيفة.

---

<sup>1</sup>دراسة سالم الطالب ،مدى إدراك الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة ،دراسة ميدانية لمؤسسات قطاع الصحة والصناعة بمدينة بنغازي ، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام ،كلية الآداب ، جامعة قار يونس، 2006.



## - دراسة عبد الله حمدينه المرضي 2004م<sup>1</sup>:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة ومستواه الإداري والتبعية الإدارية لهذا الجهاز ، وتهدف أيضا إلى معرفة مدى تطبيق الوظائف الأساسية للعلاقات ألعامه كالتخطيط، البحث، والاتصال ، والتقييم. بتلك المؤسسات والمشكلات التي تواجه القائمين بأعمال العلاقات العامة في تأدية هذه الوظائف..ولقد استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي ،والمنهج الاستطلاعي. وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

أ. أكد إجمالي عينة الدراسة 100% على وجود جهاز متفرغ لممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التي شملتها الدراسة.

ب. عدم وجود ميزانية مخصصة للعلاقات العامة بتلك المؤسسات .

ت. العلاقات العامة في المؤسسات التي أجريت عليها الدراسة لا تمارس وظيفة البحوث.

ث. أكدت نسبة 66.35% أن العلاقات العامة تقوم بالتعرف على آراء ومقترحات الجماهير

الداخلية بالمؤسسات الاجتماعية التي شملتها الدراسة.

ج. أن أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً من قبل العلاقات العامة هي الاتصالات الشخصية.

---

<sup>1</sup> عبد الله حمدينه المرضي ،وظائف وأهداف العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ،دراسة ميدانية على مراكز رعاية وتأهيل المعوقين بمدينة بنغازي ،رسالة ماجستير غير منشوره ،بنغازي، جامعة قار يونس ،2004.

## - دراسة عبد الله عبد العالي جاد الله 2004 م<sup>1</sup>:

هدف الباحث من خلال إجرائه لهذه الدراسة إلى معرفة الجوانب التنظيمية والإدارية لأجهزة العلاقات العامة في الشركات النفطية الليبية إلى جانب التعرف على أهم أنشطة هذه الأجهزة والوظائف التي تقوم بها فعليا واعتمد الباحث على المنهج الوصفي لمسح أساليب الممارسة والمنهج التاريخي، وتكون مجتمع الدراسة من موظفي العلاقات العامة بشركات الدراسة والموظفين بالإدارات الأخرى ، والذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة ، ولجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة استعان الباحث باستمارة الاستبيان والمقابلات الشخصية ، وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

- أ. زيادة الحاصلين على مؤهل عالي عن باقي المؤهلات الأخرى فقد زادت نسبة المؤهلات العليا بمقدار 73.5% وانعدام الحاصلين على مؤهلات دون الإعدادي .
- ب. اقتصار استخدام لوحة الإعلانات وسيلة للاتصال دون الوسائل الأخرى .
- ت. عدم القيام بإجراء بحوث لقياس اتجاهات الموظفين ومعرفة آرائهم واحتياجاتهم .
- ث. وجود صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة تحول دون تأدية وظائفها وأهمها قلة المخصصات المالية، وعدم الاهتمام بتدريب موظفي العلاقات العامة إلى جانب عدم اقتناع الإدارة العليا بأهميتها.

---

<sup>1</sup> عبد الله عبد العالي جاد الله، العلاقات العامة في بعض الشركات النفطية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب ، بنغازي ،جامعة

## التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة أتاح للباحث الوقوف على خطوات اللازمة للبحث قيد الدراسة وكذلك ساهمت في إعطاء الباحث مؤشرات مهمة حول كيفية دراسة هذا الموضوع وتجنب الوقوع في الأخطاء التي قد يقع فيها الباحث.

## أوجه الاتفاق مع الدراسة الحالية :

اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في اهتمامها بالعلاقات العامة وأنشطتها ودورها في تحقيق الأهداف المرجوة منها، كما اتفقت في استخدام المنهج الوصفي .

## أوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية :

اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في المجال الزمني ومجتمع الدراسة، كما اختلفت في الأهداف التي سعت إليها كل دراسة نظرا لاختلاف الموضوعات التي تناولتها كل منها.

## تساؤلات الدراسة:

- كيف يقيم العاملون بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية أداء العلاقات العامة؟
- ما هي الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية ؟
- ما مدى مطابقة الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بما يجب أن يمارس من خلال العلاقات العامة ؟

- ما قدرة الإدارة على ممارسة هذه الأنشطة ؟
- هل حققت إدارة العلاقات العامة ما هو مطلوب منها من وجهة نظر العاملين بهذه الوزارة؟
- هل توجد علاقة بين متغير النوع ومتغير تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات اللازمة عن الوزارة ؟
- هل توجد علاقة بين متغير النوع ومتغير متابعة المعلومات التي تنشر عن الوزارة ؟
- هل توجد علاقة بين متغير النوع ومتغير استقبال زوار الوزارة ؟
- هل توجد علاقة بين متغيري سنوات الخدمة والقيام بتنظيم الحفلات والمناسبات ؟
- هل توجد علاقة بين متغيري سنوات الخدمة وعقد وتنظيم المؤتمرات والندوات ؟
- هل توجد علاقة بين متغيري سنوات الخدمة والقيام بتصميم الإعلانات والملصقات ؟
- هل توجد علاقة بين المؤهل العلمي والقيام بتنظيم المؤتمرات والندوات ؟
- هل توجد علاقة بين المؤهل العلمي وإصدار الكتيبات والنشرات ؟
- هل توجد علاقة بين المؤهل العلمي والقيام بتنظيم الحفلات والمناسبات ؟
- هل توجد علاقة بين المؤهل العلمي والقيام بتزويد وسائل الإعلام بالمعلومات عن الوزارة؟

## منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تقدم إطاراً منهجياً يستهدف وصف الأحداث والمعتقدات والاتجاهات والقيم وكذلك أنماط السلوك المختلفة.<sup>1</sup>

وتعتبر البحوث الوصفية البداية التي تستخدم المناهج الأخرى التي تهدف إلى وصف الظاهرة ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها وكما تهتم بدراسة الآراء ووجهات النظر والاتجاهات وكل الظروف المحيطة بموضوع الدراسة وتحليلها تحليلاً دقيقاً.<sup>2</sup>

وتعتبر الطريقة المسحية من ضمن المنهج الوصفي حيث يقوم الباحث بمسح الرأي العام للجمهور الداخلي لوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية وتقييمهم لأداء العاملين في العلاقات العامة بها وكذلك يقوم الباحث بإتباع أسلوب الحصر الشامل بالنسبة للعاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية في المنطقة الشرقية وهو المجتمع المتاح لهذه الدراسة.

## أدوات جمع البيانات:

1. الاستبيان: يعتبر من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات والبيانات عن موضوع معين من عدد كبير من المفردات يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.<sup>3</sup> فالدراسة استهدفت الجمهور الداخلي

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة، عالم الكتاب، 2004، ص158-159.

<sup>2</sup> السيد أحمد مصطفى، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1، بنغازي، جامعة قار يونس، 1999، ص22.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص353.

في الهيئة العامة للأوقاف والشؤون الإسلامية في مقراتها بالمنطقة الشرقية في ليبيا  
(بنغازي - المرج - البيضاء - درنة - طبرق).

2. **المقابلة:** تعني المقابلة بالتبادل اللفظي وجهاً لوجه بين القائم بالمقابلة وبين شخص آخر أو أشخاص آخرين بهدف الحصول على معلومات أو آراء أو دوافع السلوك المعين وحتى يتمكن الباحث من تنظيم عملية تجميع البيانات يفضل إعداد قائمة من الأسئلة التي تساند المقابلة، وتعتبر المقابلة من أكثر أساليب جمع البيانات إنتاجية وفعالية، حيث تساعد في الحصول على المعلومات عن الحالات والأوضاع التي قد لا تكون مسجلة في المستندات والوثائق.<sup>1</sup> لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بعدد من المقابلات مع بعض موظفي العلاقات العامة في مختلف فروع وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية\*:-

أ. محمد ساسي رئيس قسم العلاقات العامة فرع درنة .

ب. عادل الحسوني رئيس قسم العلاقات العامة فرع بنغازي.

---

<sup>1</sup> محمد محمد الهادي، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، ط1، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ، 1995، ص151.

\* - مقابلة مع محمد ساسي رئيس قسم العلاقات العامة فرع درنة .

- مقابلة مع عادل الحسوني رئيس قسم العلاقات العامة فرع بنغازي.

- مقابلة مع محمد الشبلي موظف لدي العلاقات العامة فرع بنغازي .

- مقابلة مع عاشور العرفي رئيس قسم الشؤون الإدارية فرع المرج.

- مقابلة مع إدريس أمراجع إدريس احفيتير موظف لدي العلاقات العامة فرع البيضاء.

- مقابلة مع اشرف عبد العالي العرفي مدير مكتب الأوقاف فرع درنة.

- مقابلة مع احمد المزيني مدير مكتب الأوقاف طبرق.

- ت. محمد الشبلي موظف لدي العلاقات العامة فرع بنغازي .
- ث. عاشور العرفي رئيس قسم الشؤون الإدارية فرع المرج.
- ج. إدريس أمراجع إدريس احفيتير موظف لدي العلاقات العامة فرع البيضاء.
- ح. اشرف عبد العالي العرفي مدير مكتب الأوقاف فرع درنة.
- خ. احمد المزيني مدير مكتب الأوقاف طبرق.

3. مصادر المعلومات: وتشمل الإطلاع على الكتب والدوريات وكافة المصادر والمراجع ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي يمكن أن تحقق الاستفادة للباحث خلال دراسته للمشكلة العلمية.

### مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.

إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته واتساع مساحته تواجهه لذلك تم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادةً جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص130.

وعليه فإن المجتمع المستهدف هم العاملون بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية في ليبيا ، ولكن لصعوبة التوصل مع مقرات هذه الوزارة في مناطق ليبيا كلها اقتصرَت الدراسة على المنطقة الشرقية والمتمثلة في مقرات الوزارة في المدن التالية : (بنغازي - البيضاء - المرج - درنة - طبرق).

حيث يبلغ أجمالي الموظفين في وزارة الأوقاف في هذه المدن 318\* موظف قيد السجلات الموجود في شؤون الموظفين بمقرات الأوقاف إلا أن العاملين فيها فعلياً يبلغ عددهم 174موظفاً ويرجع ذلك إلى الظروف التي مرت بها بعض المدن قيد الدراسة ،وعليه قام الباحث باستخدام أسلوب الحصر الشامل إذ انه في متناول الباحث فقد بلغ عدد الموظفين في بنغازي 71 موظفاً وفي البيضاء 33 موظفاً وفي المرج 24وفي درنة 27 موظفاً وفي طبرق 19 موظفاً،وعليه تم توزيع 174 استمارة استبيان و تم استبعاد 15منها غير صالحه للمعالجة الإحصائية، ليصبح العدد 159 استمارة ، أما بخصوص باقي المدن بالمنطقة الشرقية تم استبعادها لعدم وجود جهاز العلاقات عامه داخل مقراتها.



## صدق أداة جمع البيانات:

قام الباحث بعرض الاستبيان قبل الشروع في توزيعه على بعض أعضاء هيئة التدريس في كل من جامعة بنغازي وجامعة عمر المختار فرع درنة<sup>1</sup> من ذوي الاختصاص بموضوع الدراسة ثم قام الباحث بتعديل الاستبيان وتوزيعه على الجمهور المستهدف.

## ثبات الأداة:

قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة (استمارة الاستبيان) باستخدام طريقة ألفا كرونباخ وجاءت قيمة الثبات لهذه الأداة 73% والجدير بالذكر أن قيمة معامل الثبات أعلى من 50% وهي القيمة الدنيا المقبولة لمعامل ألفا كرونباخ ، وهذه القيمة تعد مؤشرا لصلاحية أداة الدراسة (الاستبيان) لغرض التطبيق لتحقيق أهداف الدراسة.

---

<sup>1</sup> حيث يتبع كلية الإعلام جامعة بنغازي كل من: د. سليمة القطعاني، د. أبو بكر الغزالي، وكلية الآداب قسم الإعلام جامعة عمر المختار

فرع درنة كل من: أ. عبد المنعم الحرير، أ. مفتاح الشلوي.

\* - تحصل الباحث على بيانات أعداد الموظفين من خلال المقابلات التي أجراها مع مسؤولي شؤون الموظفين في مقرات الوزارة بالمنطقة

الشرقية .

## مجالات الدراسة:

1-1 **لمجال الزمني:** وهو وقت توزيع الاستبيان واسترداده من المبحوثين والذي أمتد بين

تاريخ 2016\_7\_17 إلى 2016\_9\_18.

2- **المجال الجغرافي:** وهو النطاق الجغرافي الممتد لمقرات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية

من طبرق شرقاً حتى بنغازي غرباً.

3- **المجال البشري:** وهو الموظفون العاملون - الجمهور الداخلي - بوزارة الأوقاف والشؤون

الإسلامية.

## الأسلوب الإحصائي:

تم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية مثل التكرارات والنسب المئوية والرسوم البيانية، إلى

جانب استخدام مربع كاي (كا<sup>2</sup>) الذي يقيس العلاقة بين متغيرين.

# "الفصل الثاني"

## "الإطار المعرفي للدراسة"

- مفهوم العلاقات العامة.
- مفهوم التقييم .
- وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية .

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

## مفهوم العلاقات العامة

لم تعد العلاقات العامة علماً وفناً من العلوم وفنون العلوم الحديثة فحسب ، بل إنها أصبحت أحد فنون الاتصال الحديثة تسعى إلى أرواء أغلب الأشخاص ، سواء خارج المؤسسة أو داخلها عن طريق الإقناع ، كما يمكن القول بأن العلاقات العامة إحدى وظائف المنظمة التي تهدف من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الصلات التبادلية مع جماهيرها بغرض إيجاد درجة مناسبة من القبول والتكيف مع الجماهير<sup>1</sup> ، ولا يختلف مفهوم العلاقات العامة على الأغلب باختلاف المؤسسات، ويحدث الاختلاف فقط في الواقع العملي حينما تعكس أهداف العلاقات العامة فلسفة المنظمة التي تعبر عنها، فالأهداف التي تحددها إدارة علاقات عامة في مؤسسة تسعى إلى الربح تختلف عن الأهداف التي تحددها إدارة علاقات عامة في منظمة أخرى لا تسعى إلى الربح، على الرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بينهما<sup>2</sup>.

**لكن عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لدى إدارة المؤسسة يؤدي إلى:**

. عدم الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط له أصول وأسس علمية يقوم عليها.

. عدم وضوح نشاط العلاقات العامة وتداخل الاختصاصات بين الإدارات داخل المؤسسة.

. تهميش دور العاملين في مجال العلاقات العامة.

---

<sup>1</sup> على بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط1، عمان، دار الحامد للنشر، 2014، ص13.

<sup>2</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، ط1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010، ص63.

. صعوبة تحديد ميزانية تقديرية لازمة لتنفيذ برامج العلاقات العامة.

**وفي المقابل فإن وضوح مفهوم العلاقات العامة يؤدي إلى:**

. المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى .

. إمكانية تحديد أهداف ومسئوليات إدارة العلاقات العامة بوضوح ،وبالتالي وضع تنظيم إداري علمي جيد لها.

. إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير وفقاً لها نشاط إدارة العلاقات العامة وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة.

### **تعريف العلاقات العامة**

هناك عدة تعريفات للعلاقات العامة تختلف حسب البيئات والخلفيات الثقافية والسياسية والاقتصادية، إذ يركز بعضها على عناصر معينة، ويغفل البعض الآخر عناصر أخرى، فالباحث المتخصص في مجال الاتصالات يتناول العلاقات العامة على أنها حالة اتصال أو قضية اتصالات ،في حين ينظر إليها متخصص الإدارة على أنها عملية إدارية، وهكذا.<sup>1</sup>

من أهم التعريفات لمفهوم العلاقات العامة هو تعريف معهد العلاقات العامة الأمريكية في عام 1975 ، الذي شارك في وضعه خمسة وستون خبيراً في العلاقات العامة، وهو<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup>صلاح عبد الرزاق، مقدمة في العلاقات العامة والإعلام الإسلامي، ط1، بيروت، منتدى المعارف، 2010، ص32.

<sup>2</sup>صالح خليل أبو أصبغ، إداره المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، ب ط، عمان دار أرم للنشر، 1997، ص332.

. العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المتميزة التي تساعد في بناء خطوط متبادلة من الاتصال والفهم والقبول والتعاون بين المؤسسة وجماهيرها والمحافظة عليها .

. وتشمل هذه الوظيفة إدارة المشكلات والقضايا ، والمساعدة في إبقاء الإدارة على اطلاع حول اتجاهات الرأي العام والاستجابة لها ، وتحديد مسؤولية الإدارة في خدمة مصالح الجماهير وتأكيداتها ، وبقاء الإدارة مواكبة للتغيرات التي تحدث والإفادة منها بصورة فعالة.

. كما تعمل كنظام إنذار مبكر للمساعدة في التنبؤ بالاتجاهات والميول ، وتستخدم الأساليب البحثية والاتصالية وأدواتها الأساسية .

فالعلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقيم المواقف العامة وتحدد السياسات وإجراءات الفرد والدائرة مع الصالح العام وتخطط وتنفذ برامج عمل لأجل الحصول على فهم وقبول عام.<sup>1</sup>

ويعرف مجلس معهد العلاقات العامة(البريطاني)العلاقات العامة بأنها:

الجهود المدروسة والمخططة والمثابرة لتأسيس الفهم المتبادل والمحافظة عليه بين المؤسسة وجمهورها

وقد عرفها (ركس هاولو) بأنها علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع فهو يسعى لتحسين

العلاقات بين الناس ليس في حياتهم الخاصة فحسب وإنما في حياتهم العامة أيضا .<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>ترجمة ، سعد الحسني، ممارسة العلاقات العامة، ط1، الإمارات ، دار الكتاب الجامعي ، 2007، ص28.

<sup>2</sup>محمد حربي حسن وآخرون،العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات،ب ط ،الموصل،دار الحكمة للطباعة والنشر،1991،ص23.

كما عرفتھا مجلة العلاقات العامة الأمريكية بأنها وظيفة إدارية تهتم بتقييم ميول الجمهور وتحديد سياسات وإجراءات الفرد أو المؤسسة مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج عملي للحصول على فهم وقبول هذا الجمهور.<sup>1</sup>

كما قدمت نشره أخبار العلاقات العامة مفهوماً للعلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية تقيم الجمهور وحالته، وتتعرف على السياسات والإجراءات الخاصة بالأفراد أو المؤسسات ومدى توافقها مع المصلحة العامة ووضع الخطط وتنفيذ برامج للعمل هدفها كسب الجمهور وتفهيمه وقبوله للمؤسسة.<sup>2</sup>

وتضع الجمعية الدولية للعلاقات العامة تعريفاً للعلاقات العامة يؤكد على أنها ذات طابع وظيفي، وهو كالأتي العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى المحافظة على تفهم وتعاطف وكسب ود أولئك الذين تعمل من أجلهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ولتحقيق تعاون مستمر مع المصالح العامة عن طريق المعلومات المخطط لها.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> عبد السلام بوقحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، ط 1، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص 359 .

<sup>2</sup> محمد مصطفى احمد، العلاقات العامة، ب ط، الإسكندرية، مطبعة سامي، 1992، ص 17.

<sup>3</sup> فاروق يوسف يوسف، الرأي العام والعلاقات العامة والاتصال بالجمهور، ط 2، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1991، ص 105 .



ومن هذه التعريفات أيضا من يرى العلاقات العامة على أنها الفن الذي يجعل الشركة محبوبة ومحترمة بين العاملين والمستهلكين الذين يشترون منها وتتبع إليهم<sup>1</sup>.

وأما (آيفى لي) . فيرى أن العلاقات العامة مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على إصلاحها ثم إعلام الناس بذلك وأن مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح الشركات بتغيير خططها وتعديل سياساتها لخدمة المصلحة العامة ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم<sup>2</sup>.

ويعرف على عجوة العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات أو الأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع<sup>3</sup>.

في حين أن إبراهيم إمام عرف العلاقات العامة بأنها فن التأثير في الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة بهدف تعبئة المشاعر وكسب التأييد لصالح شخصية أو قضية أو مؤسسة<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> محمد محمد البادي، العلاقات العامة وطبيعة الرأي العام، ط1، جدة، دار الشروق، 1984، ص34.

<sup>2</sup> جابر محمد الطماوى، العلاقات العامة وتطبيقاتها العملية، ب ط، القاهرة، المكتبة العالمية للنشر، 2005، ص 19 .

<sup>3</sup> على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص 24 .

<sup>4</sup> إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، ب ط، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1980، ص 20 .

ولقد عرفها حمدي محمد شعبان بأنها وظيفة إدارية مستمرة تعتمد على التخطيط وتعمل بين طرفين هما المنظمة وجماهيرها عن طريق الاستخدام الملائم للاتصال ووسائل الإعلام بهدف تحقيق أهداف الطرفين.<sup>1</sup>

### أهمية العلاقات العامة للجمهور الداخلي:

العلاقات العامة الداخلية تشمل كل شيء يشجع العاملين على بذل أكبر مجهود لزيادة الإنتاج أو المساهمة في تقديم الخدمات ونجاح المؤسسة وذلك عن طريق جهود العلاقات العامة في تهيئة المناخ الملائم الذي يمكن للأفراد أن يعلموا فيه بمزيد من الفاعلية والرخاء، والعلاقات العامة تمكن الإدارة من تدعيم الاتصال بين العاملين على كل المستويات وتوفير المعلومات لتحقيق التفاهم بين الإدارة والعاملين .

والجمهور الداخلي هو بداية العلاقات العامة، فهي تبدأ من الداخل وتتجه إلى الخارج لذلك كي تكون العلاقات العامة فعالة وقادرة على تأدية عملها على أكمل وجه لا بد أن يكون هناك تفاهم وتنسيق بين العاملين والإدارات داخل المؤسسة حيث إن الجمهور هو المهتم الأول بالمستجدات التي قد تحدث في المؤسسة وهو يتداخل مع جماعات كثيرة في المجتمع وينقل الاهتمام والتأثير إلى خارج المؤسسة وما يحيط بها في كثير من الأحيان، وبرامج العلاقات العامة الخاصة بالعاملين في المؤسسة من أهم برامج العلاقات العامة لذلك تسعى الإدارة دائما إلى تفهم رغبات العاملين بالمؤسسة وطموحاتهم و حاجاتهم لتستدل بها في وضع السياسة العامة للمؤسسة

---

<sup>1</sup>حمدي محمد شعبان، العلاقات العامة وفن التعامل مع الجماهير، القاهرة، الحديثة للطباعة، ص26.

والحاجة الماسة إلى شرح هذه السياسة لهؤلاء العاملين أو الأفراد لكسب تأييدهم وتعاونهم في الخطة العامة للمؤسسة وبالتالي سيعود بالخير على كل العاملين فيها.

إن الاهتمام بالجمهور الداخلي يعتبر هو القاعدة الأساسية التي تبني عليها ممارسة العلاقات العامة بنجاح فالجمهور الداخلي هو أساس عمل العلاقات العامة فسيعود بالفشل مع الجمهور الخارجي إذ لم تكن هنالك علاقات عامة منتمية مع الجمهور الداخلي<sup>1</sup>

كما تحقق العلاقات العامة للجمهور الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع يومياً ويكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية وبالتالي فإن ذلك يساعد على نشر روح الاطمئنان في نفوسهم<sup>2</sup>.

### أهداف العلاقات العامة داخل المؤسسة:-

تختلف الصورة التي تعبر بها العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة عن أهدافها، إلا أن العلاقات العامة في كل مؤسسة لها أهداف، هو تحقيق أهداف المؤسسة ذاتها. ولكي يتم ذلك تعمل العلاقات العامة على دراسة وفهم المطالب والأهداف والاهتمامات والرغبات لدى الأفراد والجماعات داخل المؤسسة المعنية وربطها بالأهداف العامة لهذه المؤسسة وبصوره تؤدي إلى تنمية الانتماءات الناجحة والكافية لتحفيز العاملين وتعميق إخلاصهم للعمل، ويتضمن هذا الأمر تعريف هؤلاء بالسياسات العامة للمؤسسة وبأهدافها، وبطرق وأساليب العمل المتبعة وبتجاهات ذلك

<sup>1</sup> السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة، ب ط، القاهرة، دار تبارك للنشر، 2001، ص 96.

<sup>2</sup> حمدي عبد الحارث البخشونجي، العلاقات العامة في الدول النامية، ب ط، الإسكندرية، المكتبة الجامعية للنشر، 2000، ص 66.

المستقبلية، كما يتضمن القيام بكافة النشاطات الاجتماعية والترفيهية الموجهة لخدمة هذه الأغراض. ويمكن تحديد أبرز الوسائل التي يجب على العلاقات العامة داخل أية مؤسسة أن تهتم بها لتحقيق أهداف المؤسسة فيما يلي<sup>1</sup>:

- أ- دراسة احتياجات العاملين ومطالبهم ومقومات رضاهم أفراداً وجماعات والعمل على تلبيتها وتحقيقها، وهذا ما يمثل أهم دواعي رفع روحهم المعنوية والتزامهم بالمؤسسة وسياساتها وأهدافها.
- ب- دراسة مشاكل العمل المختلفة والعمل على تذليلها وحلها .
- ج- مواجهة أية ممارسات تعبر عن تحيز أو عدم مساواة أو عدم عدالة داخل المؤسسة.
- د- مواجهة أية حالات من عدم الفهم، والعمل على توضيح كافة الأهداف والمسائل والسياسات والخطط الخاصة بالمؤسسة لكافة العاملين.
- هـ- العمل على جذب الموظفين والعاملين الأكفاء وذوي المهارات المميزة والعمل على الحفاظ عليهم في المؤسسة وعدم التفريط فيهم لأية أسباب بسيطة.
- و- مشاركة العاملين عند وضع السياسات والخطط المختلفة.
- ز- التأكيد على ضرورة وجود سياسات أجور عادلة وتحقيق التوازن بين مستويات الدخل في المؤسسة، وكذلك توازن الأجور مع مستويات المعيشة ضماناً لتوازن العاملين.

---

<sup>1</sup> عبد المعطي محمد عساف ، محمد فالح صالح ، أسس العلاقات العامة ، ب ط ، عمان ، دار الحامد ، 2004، ص 31- 33.

ويمكن تحديد الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الداخلي

في الآتي<sup>1-</sup>

1. إمداد العاملين والموظفين بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمؤسسة وتاريخها وأهدافها وسياساتها وأنشطتها وغيرها مما يلزم توافرها لديهم.
2. دعم الترابط بين العاملين بالمؤسسة وتنشيط التعاون بينهم، وإزالة ما قد يحدث من سوء فهم بين بعضهم البعض أو بينهم وبين الإدارة العليا.
3. رفع الروح المعنوية للعاملين وتعريفهم بتقدمهم بصفة مستمرة وبأهمية العمل الذي يقومون به.
4. تنمية شعور الانتماء والولاء والاعتزاز وارتباط العاملين بالمؤسسة.
5. توصيل توجيهات الإدارة العليا للعاملين وشرحها وتفسيرها لهم.
6. رفع المستوى الثقافي والاجتماعي للعاملين.
7. كسب ثقة العاملين والحصول على تأييدهم ومساعدتهم في الأنشطة المتعلقة بالمجتمع الخارجي للمؤسسة.

فلا مانع أن تكون هناك أهداف أخرى فرعية أو مرتبطة بموقف معين أو عند حدوث واقعة

معينة.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> هدى لطيف ، العلاقات العامة، ب ط ، القاهرة، الشركة العربية للنشر ، 1997 ، ص 47 .

<sup>2</sup> احمد محمد المصري ، العلاقات العامة ، ب ط ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة، 2000، ص7.

## وظائف العلاقات العامة:

على الرغم من تنوع واختلاف الوظائف التي تؤديها إدارات العلاقات العامة لبلوغ الأهداف المحددة لها من منظمة لأخرى ، فإن ثمة نمطاً محدداً من الوظائف التي تشيع في أغلب إدارات العلاقات العامة، وهي:<sup>1</sup>

- تقديم المشورة:تقديم المشورة لإدارة المنظمة فيما يخص السياسات والعلاقات بال جماهير، وبوسائل الاتصال ،أي تقديم المشورة للإدارة بالنسبة لوعي وإدراك واتجاهات وسلوك الجماهير التي تتعامل معها.
- البحوث:التعرف على اتجاهات وسلوكيات الجماهير وأسبابها ودوافعها من أجل تخطيط وتنفيذ وقياس الأنشطة التي تستهدف التأثير في وعي ومعرفة واتجاهات هذه الجماهير .
- العلاقات بوسائل الاتصال:إقامة علاقات جيدة ، ومستمرة مع وسائل الاتصال سعياً لنشر أخبار وتحليلات وصور عن المنظمة، وترويجها، وإشباع الاحتياجات الإعلامية لوسائل الاتصال.
- النشر:من خلال نشر رسائل مخططة من خلال وسائل مختارة بدون مقابل مالي لتعزيز مصالح المنظمة.
- العلاقات بالعاملين وأعضاء المنظمة:من خلال الاستجابة لاهتمامات ومصالح العاملين بالمنظمة ،وأعضائها (حملة الأسهم أو المشاركين في رأس مال المنظمة)، وإعلامهم بكل ما يخص المنظمة وسياساتها، وسلوكياتها وانجازاتها، أو المعوقات التي تعترضها ،وحثهم على

---

<sup>1</sup>راسم محمد الجمال،خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي،ط2،القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية،2008،ص281.

الاستمرار في دعم المنظمة، وتشمل هذه الأنشطة العاملين والأعضاء الحاليين أو

المتقاعدين الذين انتهت علاقاتهم الرسمية بالمنظمة.

- العلاقات بالمجتمع المحلي: من خلال التخطيط المستمر والمشاركة الفعالة مع المجتمع

المحلي من أجل تعزيز البيئة التي تعيش فيها المنظمة، وبناء مكانتها وسمعتها في

المجتمع لصالح المنظمة والمجتمع ذاته.

- الشؤون العامة: عن طريق تطوير اهتمام المنظمة وانغماسها في السياسة العامة وشؤون

المجتمع، والمساعدة على تكيف المنظمة مع توقعات الجماهير.

- الشؤون الحكومية: حيث ترتبط مباشرة بالأجهزة والهيئات التشريعية والتنظيمية، وتمارسها

العلاقات العامة نيابة عن المنظمة.

- إدارة القضايا: من خلال التعامل مع القضايا ذات الاهتمام العام في المجتمع، والتي يجب

أن تهتم بها المنظمة لما لها من تأثير مباشر أو غير مباشر على المنظمة.

- العلاقات المالية: من خلال بناء جو من الثقة بين المنظمة والمستثمرين والمجتمع المالي

بصفة عامة، ويطلق على هذا العنصر أحياناً العلاقات بالمستثمرين أو العلاقات بجملة

الأسهم.

- العلاقات الصناعية: وهي العلاقات التي تسعى المنظمة لإقامتها مع المنظمات الأخرى

العامة في ذات المجال الذي تعمل فيه المنظمة، ومع المنظمات الصناعية والتجارية

الأخرى.

- التطوير وزيادة المواد: عن طريق حث وتشجيع حملة الأسهم، وأعضاء الجمهور المحلي، ومؤيدي المنظمة على زيادة استثماراتهم في المنظمة، والاستمرار في دعمها مالياً.
- علاقات الأقليات وشئون التعدد الثقافي: وتتعلق برعاية العلاقات بأفراد وجماعات الأقليات في المجتمعات التي تضم أقليات عرقية أو لغوية.
- الأحداث الخاصة والمشاركة العامة: حيث تركز على إثارة الاهتمام بفرد أو سلعة أو منظمة من خلال الأحداث المركزة التي تنظمها العلاقات العامة، وتتضمن أيضاً الأنشطة التي تنظم من أجل أن تستمع المنظمة إلى جماهيرها، وتتفاعل معهم.
- الاتصالات التسويقية: وهي مزيج من الأنشطة الاتصالية المصممة لبيع سلعة أو خدمة، وتشمل على الإعلان والدعاية، والنشر والعلاقات العامة... إلخ، وكل العناصر الاتصالية التي تسهم في العملية التسويقية.<sup>1</sup>

وعموماً يلخص حسين خير الدين وظائف العلاقات العامة في أية منظمة فيما يلي:-<sup>2</sup>

- تعريف الجمهور بالمنظمة، وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بسيطة بغية اهتمام الجمهور بها.
- شرح سياسة المنشأة إلى الجمهور أو أية تعديل أو تغيير فيها بغية قبوله إياها والتعاون معها.

<sup>1</sup>المرجع السابق، ص283.

<sup>2</sup>حسين محمد خير الدين، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ب ط، القاهرة، مكتبة عين شمس، ص38.



- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
- التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.
- مد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.
- حماية المنشأة من أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها.
- تهيئة جو صالح بين المنشأة والأفراد، وبين الأفراد بعضهم وبعض داخل المنشأة.
- إخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا وبالعكس.
- التأكد من أن أهداف المنشأة وأغراضها وأعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة.
- تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها البعض وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
- تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا.

وفي دراسة أخرى أجريت في مصر على 95 شركة ومنظمة وهيئة وجهة حكومية قامت بها كلية

الإعلام بإشراف الدكتور سمير حسن يظهر منها أن الوظائف والاختصاصات الخاصة بإدارات

العلاقات العامة كالآتي:<sup>1</sup>

- طبع كتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وعمل الأفلام التسجيلية.
- القيام بالنشاط الإعلامي الخاص برسالة المنشأة وأهدافها للجمهور الداخلي والخارجي.
- القيام بالأنشطة الاجتماعية والرياضية والترفيهية في المنشأة.
- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- تخطيط وتنفيذ الإعلان عن منتجات المنشأة أو خدماتها.
- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة عن المنشأة وعرضها على الإدارة وإعداد الردود.
- القيام بأعمال التسهيلات.
- تقديم المساعدات الخدمية والعلاجية للعاملين.
- تقديم الإعانات المالية للعاملين بعد القيام بالبحوث الاجتماعية عليهم.
- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية.
- تحليل المعلومات التي تنشر عن المنظمة وصورتها وتقديمها للإدارة.
- الإشراف على العمال المكتبية والتوثيق.
- تقديم الخدمات والتسهيلات والبيانات إلى عملاء المنشأة والقيام بالاتصال المباشر لحل مشكلاتهم.

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباس، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2005، ص255.

- بحث شكاوى العاملين بالمنشأة والمتعاملين معها ومحاولة إزالة أسبابها.
- تسهيل مهمة الوفود الأجنبية القادمة للتعاون في تنفيذ المشروعات.
- نقل اتجاهات الجماهير نحو سياسة المنشأة وعرضها على الإدارة العليا.
- تزويد وسائل الإعلام المختلفة بكافة البيانات والمعلومات .
- إعداد برامج الاحتفالات بالمناسبات القومية والدينية بالتنسيق مع جهود المنظمات الأخرى في هذا المجال.
- تنظيم الزيارات الداخلية والاتصال بالأجهزة الأخرى لانجاز أعمال المنظمة وتنظيم اجتماعات مجلس الإدارة.

## مدخل الممارسة المهنية

يوضح هذا المدخل بأن مفهوم الممارسة المهنية له القدرة على التعامل مع كل من الفئات المختلفة خارج المؤسسات وداخلها واستخدام الأساليب الفنية والعلمية لإيجاد حل للمشكلات ومساعدة الطرفين المستفيدين من خدمات وإنتاج المؤسسات.<sup>1</sup>

ووفقاً لأسس معرفية ومهارية وفنية تعكس الطبيعة الخاصة لممارس المهنة وتعامله مع التخصصات الأخرى لتحقيق الأهداف وفقاً لمجال الممارسة ، والممارسة نشاط إنساني يقوم به فرد فعال له القدرة والكفاءة على صنع الاختلاف ويكون محملاً بخبرات متراكمة يكتسبها من خلال عملية التنشئة والتعلم حيث يولد لديه مجموعة من الاستعدادات تمكنه من ممارسة الأفعال المختلفة في إطار بيئة محددة وبشكل تلقائي ولا إرادي.<sup>2</sup>

## مبادئ مدخل الممارسة المهنية :

يقصد بالمبادئ الأسس التي تقوم عليها النظرية ليستخدما الممارس لوصف وتغيير وتحليل سلوك مختلف للإنسان التي يتعامل معها لمواجهة الصعوبات والإشكاليات التي تمر به ومن أهم هذه المبادئ ما يلي :

يعتبر الممارس جزءاً من البيئة التي يعيش فيها تؤثر فيه ويؤثر فيها وذلك من خلال مجموعة من العلاقات الإنسانية تتسم بالتفاعل والتعقيد والتراكم والتشعب ولذلك نرد بأن الممارسين الذين

---

<sup>1</sup> ماهر أبو المعاطى على، مدخل الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية أسس نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، القاهرة مكتبة زهراء الشرق، 2003، ص36 .

<sup>2</sup> أحمد موسى بدوى، مابين الفعل والبناء الاجتماعي، بحث في نظرية الممارسة، مجلة إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع، بيروت، لبنان العدد الثامن، 2009، ص12.

يتبعون نهجاً واحداً في طرق الممارسة تواجه وعرقلة وصعوبة للإلمام بكافة أبعاد المشكلة لذلك يصعب عليهم الأتي:-

- إيجاد الحل أو أحداث التغيير في المواقف.
- تبرز أهمية هذا المدخل للتأكيد على التعامل مع البيئة التي نعيش فيها من أجل تفهم التأثير المتبادل واستمرار التفاعل وكيفية معالجة هذه التفاعلات من أجل التغيير المطلوب.
- المبدأ الذي يقوم عليه مدخل الممارسة يقوم على أساس أن يتيح للممارس مجالاً واسعاً لاختيار ما يراه مناسباً من أساليب التعامل لكل من فرد أو جماعة أو مؤسسة لاختيار أساليب مهنية ومهارات قائمة على النظريات العلمية المختلفة.
- ويعتبر مدخل الممارسة المهنية نموذجاً شاملاً متكاملًا حيث أنه لا يركز على طريقة معينة للتعامل المهني بل يعتبر أسلوباً عاماً وشاملاً لتفسير ووصف المشكلات على أي مستوى حيث يركز هذا المدخل على أساليب مؤثرة تؤدي إلى توضيح لاختيار الممارس الأساليب المناسبة التي تتلاءم مع المشكلة.<sup>1</sup>
- الاستفادة من تلك المبادئ للنظرية تتمثل في الأتي:
- تبين للممارس العوامل الدافعة والتي لها سبب لإحداث المواقف والعوامل المؤثرة على المواقف وتحدد مسار المهنة لدى الممارس في ضوء تحديد تلك العوامل والمتغيرات وفقاً لم يطلبه الموقف.

---

<sup>1</sup> على حسن زيدان، وآخرون، نماذج ونظريات الممارسة المهنية في خدمة الفرد، بطء، القاهرة، دار السحاب، 2006، ص 255 .

- توضح للممارس كيفية الدراسة للمواقف المختلفة وتغييرها أثناء الممارسة الميدانية وتتيح له إمكانية تقييم عائد خدماته وزيادة فاعليتها.

لذلك استند الباحث في هذه الدراسة على مدخل الممارسة المهنية لكونها من المداخل التي تعطي درجة كبيرة من التركيز على من يقوم بعملية الاتصال داخل الوزارة أي العلاقات العامة باعتبارها لها الأولوية والمسئولية عن ممارسة المهنة وتبرز أدوارها الهامة، فهي تعتبر حلقة الوصل بين الإدارة العليا والموظفين وكذلك الموظفين فيما بينهم وخلق نوع من التكاتف للوصول إلى الأهداف المرجوة من الوزارة ، ويقوم أساس هذه المدخل على أن ممارسة المهنة هي اعتمادها على قاعدة معرفية علمية تشبع احتياجات الموظفين وتكفل رضاهم ولكن قد تتأثر الممارسة المهنية بعدة عوامل بالبيئة المحيطة بها كالعلاقات الاجتماعية بين موظفيها بالعمل وقنوات الاتصال داخل الوظيفة للتنظيم الإداري بالوزارة والجمهور الذي يتعامل معها بالخارج بالإضافة إلى العوامل التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي وتهتم بتنمية وتحفيز روح المبادر الإدارية وتقوية النشاط للموظف ومعرفة السبل الصحيحة للعمل من وجهة نظرهم حيث تعكس اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها قوة الوزارة ودورها في المجتمع.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق ، ص50.

- ومن هنا تبرز أهمية مدخل الممارسة المهنية في هذه الدراسة لأنها تركز على من يقوم بالاتصال داخل الوزارة بمعرفة وجهة نظر الموظفين اتجاه عمل العلاقات العامة لأنه الجهاز الأكثر فاعلية في عملية الاتصال والتواصل بين العاملين داخل الوزارة وخارجها ونلخص بعض النقاط لمعرفة نقاط القوة والضعف في هذا الجهاز فيما يلي:-
- معرفة مدي قدرة العلاقات العامة على تحمل أعباء وظيفة الاتصال بين العاملين وتذليل الصعوبات التي تواجههم.
  - معرفة مدي فاعلية العلاقات العامة داخل الوزارة وما هي الوظيفة المكلف بها.
  - وصف كيفية عمل العلاقات العامة فيما يخص استخدام وسائل الاتصال داخل الوزارة ومدي حرفيتها في استخدامها.

المبحث الثاني

مفهوم التقييم



## مفهوم التقييم:

التقييم عملية حكم كمي وكيفي على أنشطة العلاقات العامة، وترادفها كلمة التقدير ويستخدم أحياناً مصطلح القياس أو الفاعلية، ولكن عندما يصبح التقييم مرادفاً للقياس، فإن الحكم هنا على الأنشطة يكون حكماً كمياً، حيث يعتمد في الوصول إليه في هذه الحالة على استخدام أساليب القياس لتحويل الوحدات الكيفية إلى وحدات كمية يمكن قياسها.<sup>1</sup>

وتقييم أنشطة العلاقات العامة هو في حقيقته تقويم للنشاط الاتصالي لها، باعتبار أن النشاط الاتصالي يمثل جوهر العلاقات العامة وأحد الجوانب الأساسية في العملية الإدارية، ولهذا يهدف التقييم إلى قياس كفاءة الخطة التي وضعت لبرامج العلاقات العامة وأساليب تنفيذها إذا كانت وما هناك بدائل أفضل لتحقيقها.

إلا أنه من المهم للغاية أن يتم هذا التقييم بشكل دقيق وعادل.<sup>2</sup>

## أهمية التقييم:

وفي مجال إبراز أهمية التقييم تعتبر الكتيبات التي لا تقرأ والإذاعات التي لا تسمع والأفلام التي لا تشاهد بصرف النظر عن مهارة ودقة إنتاجها ليس لها أي فرصة في التأثير على الجمهور. كما أن الكميات الضخمة من المطبوعات ليست ضماناً أنه قد تم الوصول إلى الجمهور، وتظهر قيمة بحوث التقييم في أنها تنبه من يقوم بالاتصال .

---

<sup>1</sup> يحيى محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظرية الحديثة، ط 1، القاهرة، مكتبة القرآن للنشر والتوزيع، ص 23 .

<sup>2</sup> فيليب هينسلو، ترجمة، خالد العامري، فن إدارة العلاقات العامة، ط 1، دار الفاروق للاستشارات الثقافية، مصر، 2007، ص 89 .

لذا فلا بد من أن تلقى هذه العملية الاهتمام الكافي، ذلك أن أهمية التقييم تكمن في أن ممارس أية وظيفة إدارية لن يستطيع تحسين أدائه في المستقبل دون أن يقوم بتقييم ما قام به ، وكلما تمكن من تحسين أدائه كلما قوى وعزز مكانته المهنية والتنظيمية.

فالتغذية العكسية الشاملة والمكثفة تعتبر ضرورية لتحقيق الأداء الفعال.

ولتوضيح أهمية التقييم لأنشطة العلاقات العامة يمكننا تشبيه مدير العلاقات العامة بقبطان السفينة في البحر عليه أن يعرف أي طريق يجب أن يسلك؟. وأن يعرف أين هو؟. ولهذا فإنه يحتفظ في سفينته دائماً ببوصلة في اتجاه ثابت يحدد بها طريقه، وكلما انحرفت عدل من خط سيره، وإلا فلن يصل إلى هدفه.<sup>1</sup>

وهكذا فإن على مدير العلاقات العامة أن يحدد نقطة البداية ونقطة النهاية وأن يختار الوسيلة المناسبة للوصول وذلك بالتعاون مع العاملين معه في الإدارة، لكنه وهو ينفذ برنامجه يحتاج إلى أن يعدل بين الحين والآخر في مساره كلما جنح به المسار عن الهدف المقصود. وتسمى عمليات تعديل المسار بعمليات التقييم، وبقدر ما تكون عمليات التقييم هادفة وموضوعية بقدر ما يمكن الاستفادة منها في تحسين ممارسة أنشطة العلاقات العامة بشكل أكثر فعالية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>محمد العزازي أبو إدريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، ط1، الزقازيق، المكتبة العلمية للطباعة، 1998، ص208.

<sup>2</sup>الصيديق منصور بوسنيته، سليمان الفارسي طرابلس، الموارد البشرية، أهميتها ، تنظيمها ، مسئوليتها، مهامها ، ط1، أكاديمية الدراسات العليا، 2003، ص 229.

## أهداف تقييم أنشطة العلاقات العامة:

- المساعدة في تحديد المدى الذي وصل إليه تحقيق الأهداف العامة للمنظمة، والأهداف الخاصة للعلاقات العامة، وكذلك المساعدة على توضيح هذه الأهداف.
- توفير البيانات المتعلقة بالموقف الاتصالي، لأهميتها عند تخطيط البرنامج.
- تهيئة اختبار دوري يقود إلى التوجيه في التطوير المستمر للعمل فيدونه لا يكون لدينا الأساس الواضح لتقدير عملنا.
- إعطاء دليل على قيمة البرنامج.
- إتاحة الشعور بالرضا للمختصين والإدارة بعد فهمهم وتقديرهم لما أنجز.
- يساعد في معرفة مدى الحاجة لمزيد من الجهد، ولإمكانيات المطلوبة.
- يعطي الثقة والضمان.
- له قيمته في إيجاد الثقة عند الجمهور بإعطائه الحقائق.<sup>1</sup>

## أنواع التقييم للعلاقات العامة:

تنقسم عملية التقييم من حيث المدى الزمني إلى نوعين هما:<sup>2</sup>

- التقييم الجزئي أو المرحلي: وهو الذي يتم أثناء تنفيذ برنامج العلاقات العامة وعلى امتداد الفترة الزمنية التي يشملها ويتناول جميع الوسائل والطرق التي يستخدمها البرنامج.

---

<sup>1</sup>رضوان سليم المحمود، العلاقات العامة في الإعلام، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص195.

<sup>2</sup>سمير محمد، حسين، دراسات في العلاقات العامة، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1982م، ص119 .

- التقييم النهائي أو الشامل : وهو الذي يتم بعد تنفيذ البرنامج بهدف التعرف على مواطن القوة والضعف فيه، لتتم بذلك عملية إعادة تخطيط برامج العلاقات العامة مستقبلاً بناءً على الدروس المستفادة من هذا التقييم.
- وتستهدف عملية التقييم \_ المرحلي أو الشامل \_ التعرف على الطرق التي اتبعت في التنفيذ ومدى ملائمتها، ونوع وكمية الأهداف التي أمكن تحقيقها، وجوانب القصور في برامج العلاقات العامة وإمكانية تلافيها مستقبلاً.

### مجالات تقييم العلاقات العامة:

- تقييم أداء العاملين في العلاقات العامة: ويقصد به قياس مدة تحقيقهم للأهداف المحددة لهم في برنامج معين أو نشاط معين. كما يقصد به قياس نوعية سلوكهم بما يتناسب مع الأعمال المنوط بهم. وتعتمد المنظمة على مدير العلاقات العامة في تقدير هذا التقدم والحكم على قدرات مرؤوسيه، على أن يلتزم المدير بأن يعتمد في حكمه على البيانات التي يجمعها على عوامل معينة تقيس درجة التقدم في أداء مرؤوسيه.
- تقييم برامج العلاقات العامة: ويعنى به قياس النتائج التي تحققت من تنفيذ برنامج أو نشاط معين سواء كان الإنجاز مرحلياً أم نهائياً ، ويتم التقييم بوزن وتقدير لمقدرة السياسات والقواعد والإجراءات والخطوات التي تضمنها برنامج العلاقات لعامة من حيث الأهداف التي حققها مقارنة بالأهداف المحددة. أو بمعنى آخر توفير إجابات محددة عن الأسئلة

الآتية: كيف قمنا بالعمل؟ ماذا حققنا؟ هل كان من الممكن الوصول إلى نتائج أفضل؟ هل

ما أنفق على البرنامج يوازي ما حققه من نتائج؟ وهل تم الإنفاق وفقاً لما تقرر مسبقاً؟<sup>1</sup>

### طرق تقييم برامج العلاقات العامة:

تتطوي عملية تقييم برامج العلاقات العامة على درجة كبيرة من الصعوبة، حيث تختلف درجة الموضوعية أو الحكم الشخصي من منظمة لأخرى، بل ومن عمل لآخر، كما أن هناك من الأعمال ما يمكن قياسه كمياً، والبعض الآخر يمكن تقييمه بطرق غير مباشرة ، استناداً على المقارنة وفقاً للمقاييس أو المعايير، بل أن هناك جوانب أخرى، يصعب تقييمها بوحدات قياسية ، ويتم التقييم هنا وفقاً للتقدير الشخصي وسوف يتم تناول أهم طرق التقييم المتبعة، كالآتي<sup>2</sup>:

#### - التقييم باستخدام المقاييس الكمية:

يمكن إخضاع بعض أعمال العلاقات العامة للقياس الكمي، حيث يتم مقارنة بيانات فعلية بأهداف محددة ، ومعبراً عنها كمياً ، وبالتالي يمكن تحديد أي انحراف بدقة، وكذلك التعبير عن هذا الانحراف كمياً ، ومن أمثلة ذلك :تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وزيادة الإيرادات، تحليل عدد الجماهير المراد الاتصال بهم وإقناعهم، بالمجموع الكلي للذين ترغب المنظمة في إقناعهم وتغيير اتجاهاتهم ، تحليل تطور مساحات النشر عن المنظمة مقارنة بما كان يمكن إنفاقه

---

<sup>1</sup> محفوظ احمد جودة ، إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، ب ط ، الأردن، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع ، 1997،ص296-

ص297.

<sup>2</sup>الصدى منصور بوسنيّة ، سليمان الفارسي، مرجع سابق،ص237.

على هذا النشر، تحليل التطور في مدى تغطية أخبار المنظمة في وسائل الاتصال المختلفة، تحليل التطور في بنود النشاط مثل عدد البحوث المنفذة وعدد المناسبات المقامة في المنظمة وعدد الكتيبات وأدلة المنظمة التي تم توزيعها .

والواقع أن المنظمة تحتاج إلى نظام معلومات فعال، حيث يمكن تنظيم عملية تلقي المعلومات وتحليلها على النحو الذي يسمح بالوصول إلى أفضل إجراء تصحيحي ممكن.

### - التقييم عن طريق المقارنة بالمقاييس:

لما كانت أغلب أعمال العلاقات العامة يصعب التعبير عنها كمياً ، فإنه يمكن الحصول على درجة معينة من التقييم عن طريق غير المباشر، وذلك بوضع مقاييس معينة يتم الاعتماد عليها في التقييم ، ومن أمثلة ذلك : المعايير الخاصة بأعداد أخصائي العلاقات العامة وتناسب أعدادهم مع حجم النشاط ، المعايير الخاصة بأعداد الشكاوي ومقارنتها بعدد العملاء ، المعايير الخاصة بتكامل أعمال العلاقات العامة مع باقي أعمال المنظمة ، والمعايير الخاصة بتفاعل إدارة العلاقات العامة مع المعلومات المرسلة إليها.

### - التقييم عن طريق التقدير الشخصي:

وتعتمد هذه الطريقة على التقدير الشخصي لمسئول العلاقات العامة ، حيث توجد بعض العوامل التي يمكن قياسها عن طريق الملاحظة الشخصية، ومن أمثلة هذه العوامل: تحليل مدى تعاون الإدارة في تحقيق أهداف خدمات العملاء، تحليل الإجراءات التي تتبع في مجال تصميم برامج العلاقات العامة، تحليل إمكانات نظام المعلومات في مجال توفير المعلومات والبيانات اللازمة ورفعها إلى الجهات المختصة في الوقت المناسب ، تحليل درجة معرفة العملاء والجهات

المسئولة بالأنشطة المختلفة التي تقدمها المنظمة وما يطرأ عليها من تعديلات، تحليل العلاقات بالجهات المؤثرة في اجتذاب العملاء المحتملين.

وهذا يمكن استخدام أساليب المراجعة الدورية كأساس منطقي ، للحصول على درجة معينة من التقويم والتصحيح ، بحيث تصل الإدارة إلى معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف في أعمال العلاقات العامة.<sup>1</sup>

### **الصعوبات التي تواجه تقييم أنشطة العلاقات العامة:**

على الرغم من التطور الذي حدث في طرق وأساليب تقييم برامج العلاقات العامة إلا أن الممارسين لأنشطة العلاقات العامة مازالت تواجههم العديد من الصعوبات والمشكلات في هذا المجال من أهمها:

- إن أنشطة العلاقات العامة وأهدافها ليست محددة إلى الآن تحديداً دقيقاً في كثير من المجتمعات، وسيتبع ذلك عدم إدراك أهمية المراحل الأساسية لهذه المهنة ومن بينها بطبيعة الحال مرحلة التقييم.

- إن أنشطة العلاقات العامة لا تزيد عن كونها أحد المتغيرات في العملية الاجتماعية، إلا أنها ليست المتغير الوحيد، ومن هنا يصبح من الضرورة لعملية التقييم ألا تتم بمعزل عن المتغيرات الأخرى التي تمارس في ظلها العلاقات العامة لمعرفة الأثر الحقيقي لهذه الأنشطة، وكذلك المعوقات التي تحول دون تحقيق الأثر المنشود لها ، وهذه العملية تحتاج

---

<sup>1</sup>الصادق منصور بوسنيّة ، سليمان الفارسي، مرجع سابق ،ص238.

إلى خبرة قائمة على الدراسة العلمية لكافة المتغيرات البيئية المحيطة بالمنظمة وبصفة خاصة المتغيرات المؤثرة عليها.<sup>1</sup> فالتركيز على تقييم أنشطة العلاقات العامة يعني التركيز على جزء من كل، فإذا كان الجزء لا يعني شيئاً ذا مغزى بالنسبة للكل ، فإن النتائج التي تصل إليها أنشطة العلاقات العامة لا تعني كثيراً إذا لم تكن داخلة في إطار اجتماعي، ولا يتضح مغزاها إلا داخل الإطار الذي تنسب إليه وتنتهي إليه انتماءً عضوياً ووظيفياً.

- إن برامج العلاقات العامة وأنشطتها ليست بطبيعتها إلا مؤشرات خارجية على الجماعات المقصودة، فهذه البرامج وأنشطتها تقوم على عمليات اتصالية بقصد التأثير على اتجاهات هذه الجماعات وأرائها، فما هي إلا رسائل ووسائل قادمة من خارج الجماعات الموجهة إليها، ولذلك فهي جميعاً تعتبر مؤثرات خارجية تهدف إلى التأثير على العوامل والعمليات النفسية والاجتماعية ، والتي تتفاعل من خلالها اتجاهات الأعضاء وآرائهم داخل الجماعات التي ينتمون إليها، لكي تفرز بعد ذلك ما يسمى بالرأي العام لكل جماعة من هذه الجماعات في مواجهة الموضوع أو القضية ذات الصلة بمصالحهم المشتركة. وهذه الحقيقة تعني شيئاً واحداً ومهماً بالنسبة لبرامج العلاقات العامة ونشاطاتها، وهو أن هذه البرامج والأنشطة ليست ذات تأثير ذاتي، وإنما هي تأثير مساعد فقط ، وفي هذه الحالة ينبغي التعرف على طبيعة هذه التأثيرات الأساسية المتداخلة معها ونوعيتها ودرجتها ومداهها أي قياس هذه التأثيرات<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> مهدي حسن زويلف ، احمد القطامين ،العلاقات العامة النظرية والأساليب،ب ط ،عمان،دار حنين،1994،ص64.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب،سحر محمد وهبي،المدخل الأساسية للعلاقات العامة ،بط ،القااهرة،دار الفجر،1994،ص231 .



- تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف بعيدة المدى تعتمد على التأثير المتراكم للأنشطة والبرامج التي تنفذها ، بالإضافة إلى الأهداف القصيرة والمتوسطة، وإذا كان من اليسير تقييم ما يتحقق من الأهداف القصيرة والمتوسطة فإنه من العسير إدراك النتائج البعيدة إلا بعد فترة طويلة،ومن ناحية أخرى فإن تحقيق الأهداف العاجلة يساعد بلا شك على إحداث آثار تراكمية تدعم الخطط البعيدة ذات الأهداف الآجلة، وهذه التأثيرات يصعب قياسها وتقييمها.

- صعوبة قياس أنشطة العلاقات العامة نظراً لأنها تسير في مجال غير منظور، وهو مجال الآراء والاتجاهات المعنوية بصفة عامة، بخلاف الأنشطة الإنتاجية للسلع والخدمات الملموسة أو المنظورة والتي من اليسير تقييمها ، ومع هذا فإن الأمر يختلف في مواجهة الأزمات والأحداث الحاسمة التي تبرز بوضوح تأثير أنشطة العلاقات العامة في مواجهتها وإيجاد الحلول الفعالة لها أو عجزها عن ملاحقتها وتقديم الحلول لها.

- تمارس العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة من زاوية ضيقة، فلقد تبين أن أنشطتها لا تتكامل مع الواقع السليم للمنظمة في أغلب الأحوال، فالواقع السليم تقيمه الإدارة العليا انطلاقاً من الزاوية الخاصة للمصالح الخاصة لمنظماتها، وهذه الزاوية لا تعني في كثير من الأحوال بالمصالح الخاصة للجماعات العامة في كل منظمة والمتعاملة معها من خارجها، ولهذا فإن العلاقات العامة تمارس أنشطتها بانحياز لمصالح المنظمات أكثر من انحيازها لمصالح الجماعات المتعاملة معها والعاملة فيها ، فخبير العلاقات العامة تحركه

أساساً الاعتبارات المتعلقة بالمنظمة التي يمثلها ويعد ناجحاً إذا حقق ما يريد لصالح  
منظّمته.

- تعتمد الأساليب العلمية المنهجية لتقييم أنشطة العلاقات العامة على العينات، وهذه  
بطبيعتها تعطي مؤشرات ولا تعطي نتائج مؤكدة ، ورغم المحاولات العلمية لتأكيد ثبات  
النتائج التي تصل إليها هذه الأساليب العلمية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>على عجرة، مرجع سابق، ص 208-212.

المبحث الثالث

وزارة الأوقاف والشؤون

الإسلامية

## التعريف بالوزارة :

هي مؤسسة حكومية تلتزم في أعمالها بتعاليم الإسلام وتنضبط في أدائها بالقوانين وتسعى للحفاظ على الهوية الإسلامية للمجتمع الليبي وتعمل على ترشيد الحالة الدينية بما يرسخ لدولة المؤسسات ملتزمة في كل ذلك بمعايير العمل المؤسسي والأداء التنظيمي.<sup>1</sup>

## تأسيس الوزارة:-<sup>2</sup>

تأسست هذه المؤسسة في ليبيا منذ أعوام حيث كانت مدينة درنة من الأوائل من حيث بداية عمل هذه المؤسسة حيث تأسست فيها عام 1935 م تحت اسم المجلس الأعلى للأوقاف وكان يضم مشايخ وأعيان المدينة في تلك الفترة ،وبعد إعلان استقلال ليبيا عام 1951م أصبحت الأوقاف تتمثل في الجامعة الإسلامية وإدارة الزوايا السنوسية واستمر هذا الأمر حتى عام 1969م وبعد ذلك ألغيت الأوقاف وتم ضم إدارة المساجد والمدارس القرآنية إلى أمانة التعليم سابقاً إدارة أملاك الوقف والتي تشمل عقارات الوقف والأراضي والمحلات ثم ضمها إلى أمانة الإسكان سابقاً، واستمر هذا الحال حتى عام 1993م حيث صدر قرار بإنشاء الهيئة العامة للأوقاف وكانت تتبعها لأمانة الجنة الشعبية سابقاً وبعد ذلك صدر قرار بضم هيئة الأوقاف إلى أمانة الصحة والضمان الاجتماعي وبعد ذلك تم ضمها أمانة اللجنة الشعبية العامة سابقاً .

---

<sup>1</sup><http://awqaf.gov.ly> الصفحة الرئيسية لوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دولة ليبيا.

<sup>2</sup>مقابلة شخصية مع مدير الأوقاف والشؤون الإسلامية فرع درنة.

وأخيراً وقبل ثورة 17 فبراير 2011م أصبحت الأوقاف تابعة لأمانة اللجنة الشعبية للشؤون الاجتماعية، وبعد ثورة فبراير صدر قرار من المجلس الانتقالي بإنشاء وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية وأصبحت وزارة مستقلة إدارياً ومالياً .

### أقسام وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية :-

1. قسم الشؤون الإدارية والمالية وتندرج منها الآتي:

أ. وحدة المحفوظات.

ب. وحدة الإعلام والتوثيق.

ت. وحدة الحركة والنقل.

ث. المخازن.

2. قسم شؤون القرآن الكريم والسنة النبوية.

3. قسم الشؤون الثقافية والدعوية.

4. قسم المتابعة.

5. قسم شؤون المساجد.

6. قسم المراجعة الداخلية.

7. قسم شؤون العقارات.

8. قسم العلاقات العامة

## أهداف وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية:<sup>1</sup>

### أولاً: الأهداف الإستراتيجية:

- 1- الحفاظ على الهوية الإسلامية للمجتمع الليبي .
- 2- توجيه المجتمع ليكون الخطاب الديني فيه وسطياً بعيداً عن التطرف والغلو بكل أنواعه.
- 3- التصدي لكل الأفكار والسلوكيات الدخيلة على ديننا الحنيف.
- 4- كسب ثقة المجتمع في المؤسسة الدينية الرسمية.
- 5- الاعتناء بالقرآن الكريم حفظاً ونهجاً وعملاً.
- 6- إعادة الاعتبار للسنة النبوية.
- 7- الحفاظ على ممتلكات الوقف وتنميتها .
- 8- تنظيم العبادات بما يحقق مقاصدها الشرعية.
- 9- تنظيم الدعوة الخارجية لنشر الدين الإسلامي الحنيف.

### ثانياً: الأهداف قصيرة الأجل:

- 1- الترتيب الإداري للهيئة.
- 2- الدعوة لمشاريع المصالحة الوطنية والمشاركة فيها.
- 3- التوجيه للحفاظ على الأمن والتوعية بخطر فوضى انتشار السلاح.
- 4- الدعوة إلى توحيد الخطاب الديني.

---

<sup>1</sup><http://awqaf.gov.ly> الصفحة الرئيسية لوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دولة ليبيا.

5- تفعيل دور المساجد.

6- حصر الأصول الوقفية وتوثيقها.

7- ضبط فوضى الإفتاء في المسائل اليومية للناس.

8- تطوير الأداء الإعلامي للعلماء والوعاظ.

## رؤية الوزارة:

أن تكون وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية عنصراً فعالاً في الحفاظ على الهوية الإسلامية للمجتمع الليبي بعيداً عن التطرف والغلو مع المساهمة في دعم السلم الاجتماعي واستقرار المجتمع.

## رسالة الوزارة:<sup>1</sup>

مؤسسة حكومية تلتزم في أعمالها بتعاليم الإسلام وتنضبط في أدائها بالقوانين المنظمة للمرحلة الانتقالية وتسعى للحفاظ على الهوية الإسلامية للمجتمع الليبي وتعمل على ترشيد الحالة الدينية بما يرسخ لدولة المؤسسات ملتزمة في كل ذلك بمعايير العمل المؤسسي والأداء التنظيمي.

---

<sup>1</sup> المرجع السابق.

# الفصل الثالث

## الدراسة الميدانية

عرض وتحليل بيانات الدراسة



## مقدمة

يقوم الباحث في هذا الفصل بعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية في ضوء إجابات مجتمع الدراسة التي بلغت (159) موظفاً من العاملين في هيئة الأوقاف والشؤون الإسلامية بالمنطقة الشرقية وتم تحليل وعرض النتائج في النقاط الآتية:

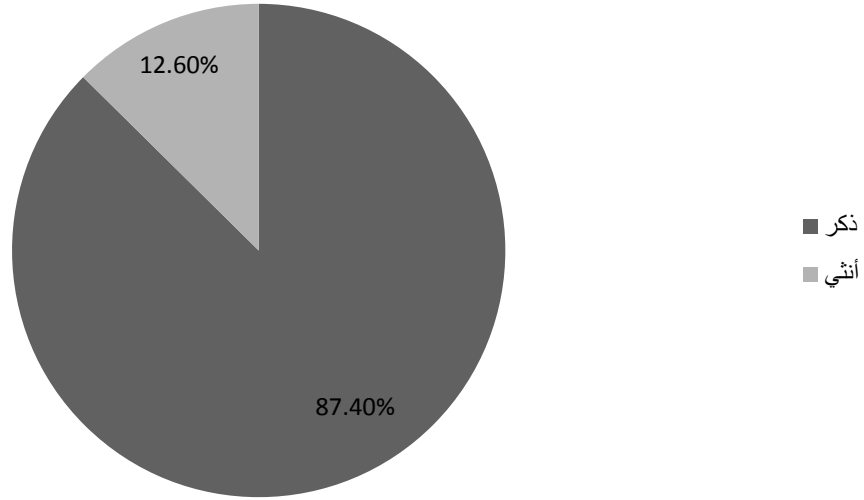
### أولاً: النتائج الوصفية لبيانات الدراسة:-

. جدول رقم ( 1 ) يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير النوع.

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	139	%87.4
أنثى	20	%12.6
الإجمالي	159	%100

من خلال جدول رقم ( 1 ) والخاص بتوزيع مجتمع الدراسة حسب متغير النوع يتضح أن نسبة الذكور في مجتمع الدراسة بلغت %87.4 في حين أن نسبة الإناث في مجتمع الدراسة بلغت %12.6 وهذا يوضح أن أغلب الوظائف بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لا تتماشى مع العنصر النسائي.

شكل ( 1 ) يوضح  
توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب النوع



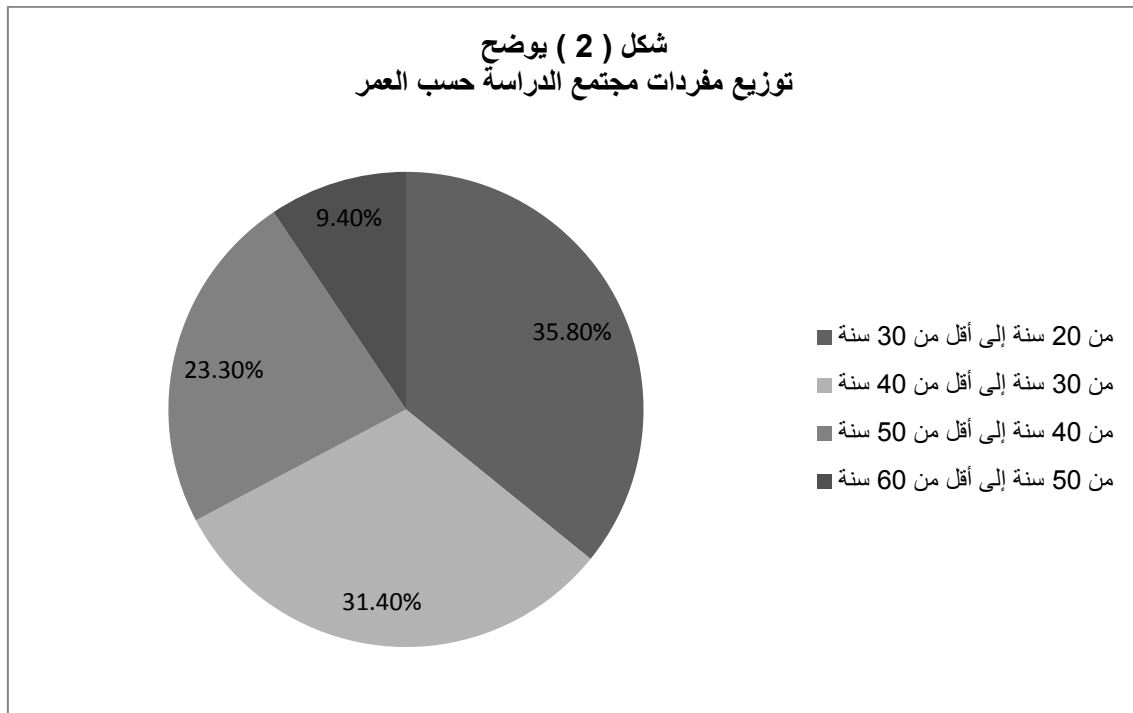
. جدول رقم ( 2 ) يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب متغير فئة العمر.

النسبة المئوية	التكرار	فئة العمر
-	-	أقل من 20 سنة
%35.8	57	من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة
%31.4	50	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
%23.3	37	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة
%9.4	15	من 50 سنة إلى أقل من 60 سنة
-	-	من 60 سنة فأكثر
%100	159	الإجمالي

توضح بيانات الجدول رقم (2) والخاص بالفئة العمرية لمجتمع الدراسة الآتي:

أن الفئة العمرية من 20 إلى أقل من 30 سنة هي الأكثر تكراراً إذ بلغت نسبتهم %35.8 وبتكرار بلغ 57 من العدد الإجمالي لمجتمع الدراسة البالغ عددهم 159 مفردة، ثم كانت في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة وبنسبة بلغت %31.4، يليها الفئة العمرية من

40 إلى أقل من 50 سنة إذ بلغت نسبتها 23.3%، ثم كانت الفئة العمرية من 50 إلى أقل من 60 سنة وبنسبة بلغت 9.4%، أما الفئة العمرية من 60 سنة فأكثر فلم تحظي بأية نسبة ، وتوضح بيانات هذا الجدول أن النسبة الأكثر من العاملين في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية من العناصر الشابة.



. جدول رقم ( 3 ) يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المؤهل العلمي.

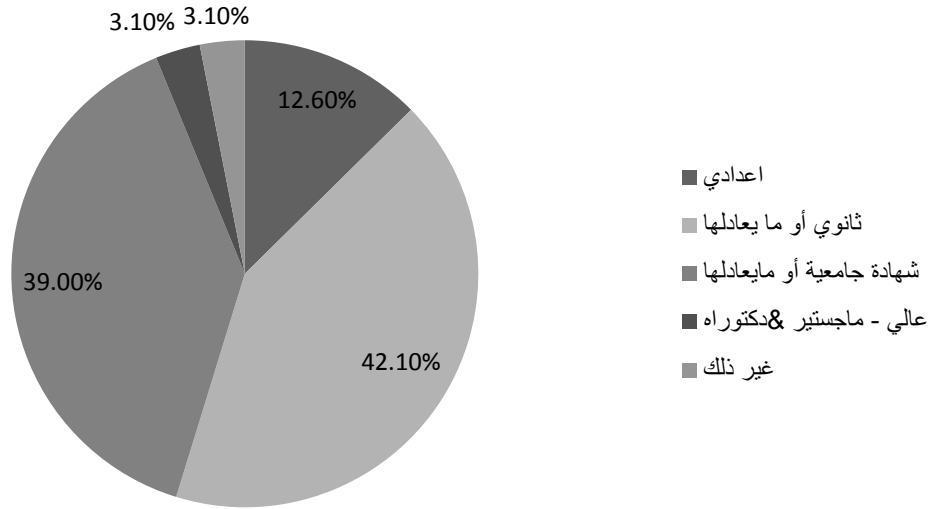
النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
-	-	ابتدائي
%12.6	20	إعدادي
%42.1	67	ثانوي أو ما يعادلها
%39.0	62	شهادة جامعية أو ما يعادلها
%3.1	5	عالي - ماجستير & دكتوراه
%3.1	5	غير ذلك
%100	159	الإجمالي

يؤثر المستوى التعليمي في آراء الموظفين نحو أي موضوع لأن العلم يكسب الموظفين قيماً وخبرات تساهم إلى حد كبير في تكوين آراء ايجابية أو سلبية لأي موضوع وقد اشتملت الدراسة على موظفين ذوي مؤهلات علمية مختلفة جاء في مقدمتها الذين يحملون مؤهل علمي ثانوي كما يتضح من الجدول رقم ( 3 ).

يتضح من استعراض بيانات الجدول رقم ( 3 ) لمجتمع الدراسة الذين لديهم مؤهل علمي ثانوي أو ما يعادلها يمثلون المرتبة الأولى ،حيث بلغت نسبتهم 42.1 % ،ويليهم الذين لديهم مؤهل علمي جامعي أو ما يعادلها بنسبة 39.0 % ،ثم يأتي بعد ذلك الذين لديهم مؤهل إعدادي وكذلك ممن لديهم مؤهلات أخرى فقد تساوت نسبتهم حيث بلغت 3.1 %.

ونستنتج من هذا الجدول أن هناك ارتفاعاً ملحوظاً في المستوى التعليمي حيث بلغت نسبة المؤهل الثانوي 42.1 % ويليها المؤهل الجامعي أو ما يعادلها، حيث بلغ 39.0% مما يشير إلى اهتمام وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية برفع المستوى التعليمي للموظفين العاملين بها مما يساعد على ارتفاع مستوى الفهم والمعرفة لديهم والقيام بدور ايجابي وفعال في مجال عملهم .

شكل رقم (3) يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب المؤهل العلمي



. جدول رقم ( 4 ) يوضح مفردات مجتمع الدراسة وفق متغير مدة الخدمة بالوزارة .

سنوات الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	77	%48.4
من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات	37	%23.3
من 10 سنوات وأقل من 20 سنة	20	%12.6
من 20 سنة فأكثر	25	%15.7
الإجمالي	159	%100

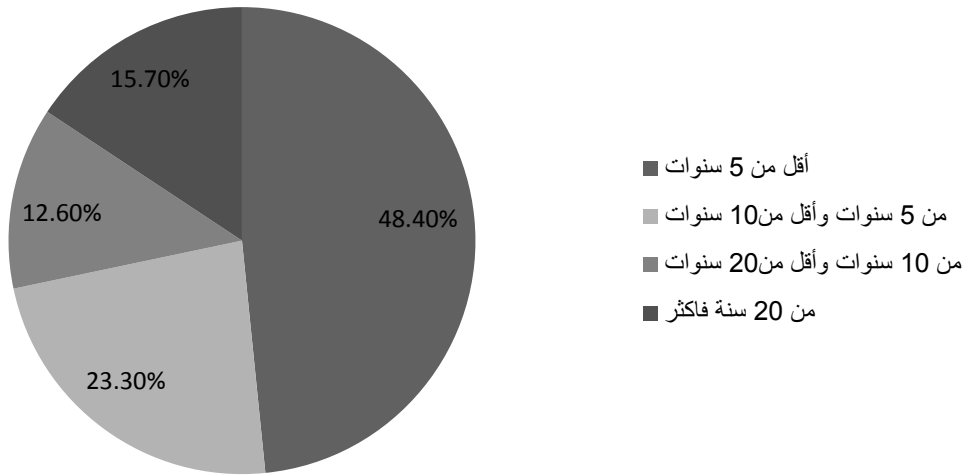
لاشك أن مدة الخدمة بالوزارة من أكثر العوامل المؤثرة في آراء الموظفين نحو أي موضوع لأنها

تساهم إلى حد كبير في تكوين آراء ايجابية أو سلبية وقد اشتملت الدراسة على موظفين لهم عدت

سنوات في مجال عملهم.

يوضح الجدول رقم (4) والخاص بخبرة العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية أن أعلى نسبة كانت للذين مدة خبرتهم أقل من 5 سنوات إذ بلغت تلك النسبة 48.4%، وفي المرتبة الثانية تأتي نسبة الذين خبرتهم من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، إذ بلغت نسبتهم 23.3%، وبعد ذلك تأتي نسبة الذين خبرتهم من 20 سنة فأكثر، إذ بلغت نسبتهم 15.7%، وأخيرا تأتي نسبة الذين خبرتهم من 10 سنوات إلى أقل من 20 سنة إذ بلغت نسبتهم 12.6%، وتشير هذه النتيجة إلى أن اغلب العاملين هم من حديثي الخبرة في مجال عملهم وهذا ربما يرجح إلى أن توجه الوزارة قد تغير في السنوات الأخيرة وبالتالي استخدمت الوزارة عاملين جدد لمواكبة هذا التوجه.

شكل ( 4 ) يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة وفق سنوات الخدمة بالوزارة

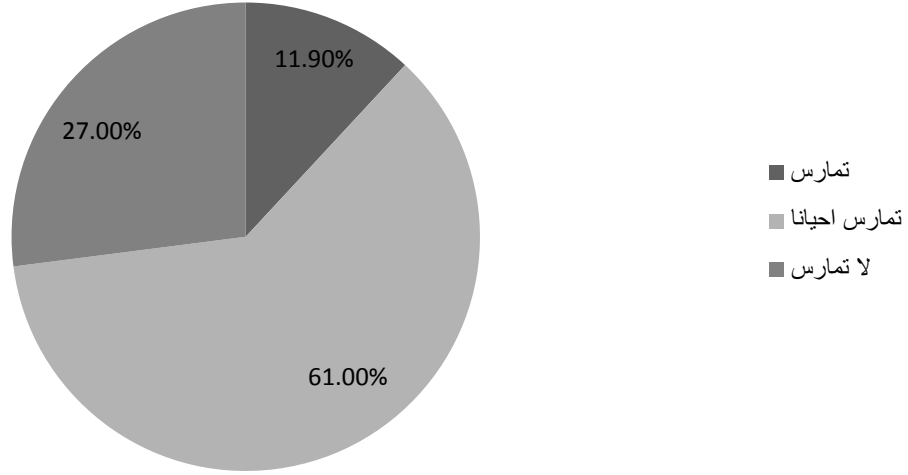


. جدول رقم ( 5 ) يوضح ممارسة العلاقات العامة لوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة .

المجموع		لا تمارس		تمارس أحيانا		تمارس		1 لممارسة الوظيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	159	27.0	43	61.0	97	11.9	19	الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة

يتضح من الجدول رقم ( 5 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة الاتصال من وجهة نظر العاملين بالوزارة أن ما نسبتهم 61.0% يقرون بأن موظفين العلاقات العامة يمارسون هذه الوظيفة أحيانا، في حين أن ما نسبتهم 27.0% أن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 11.9% ، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة، وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الوظيفة 1.8491 وبتحرف معياري 60785. وذلك يرجح نتائج نظرية الممارسة المهنية التي بنيت عليها هذه الدراسة.

شكل ( 5 ) يوضح الاتصال بالمؤسسات الاعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة



. جدول رقم (6) يوضح بأن العلاقات العامة تقوم بمتابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة.

المجموع		لا تمارس		تمارس أحيانا		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	11.3	18	70.4	112	18.2	29	متابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة

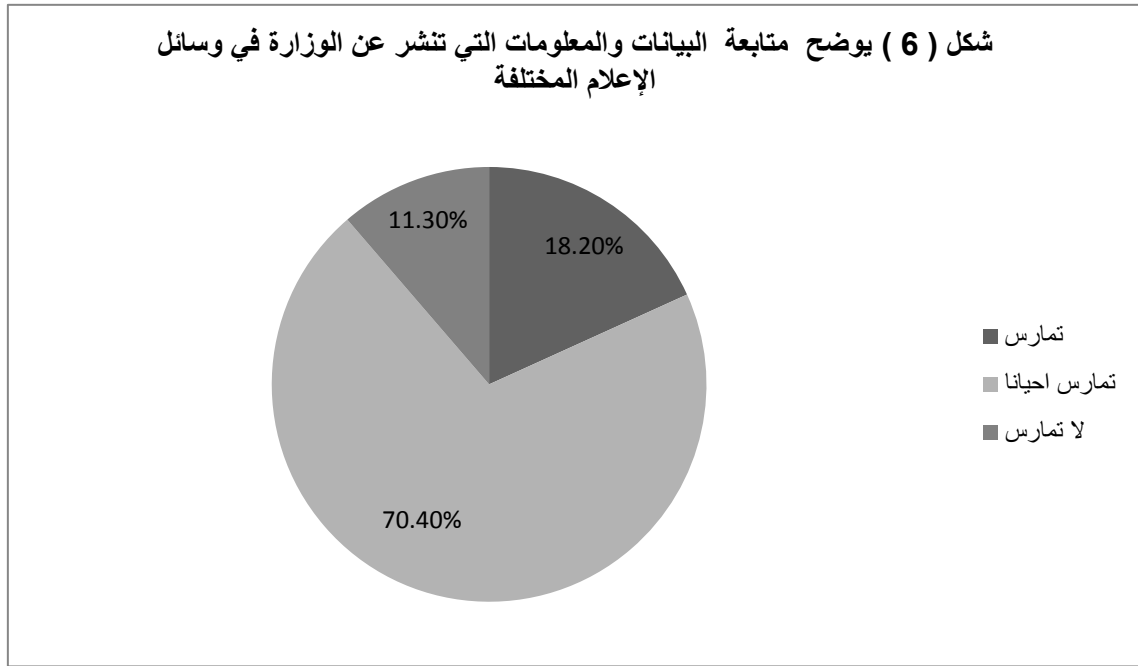
يتضح من بيانات الجدول رقم ( 6 ) والخاص عن متابعة العلاقات العامة لما ينشر عن الوزارة

في وسائل الإعلام حيث بلغ عدد الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه المتابعة أحيانا 112

من مجتمع الدراسة البالغ عدده 159 وبنسبة بلغت 70.4% ،في حين جاء في المرتبة الثانية



وبنسبة بلغت 18.2% الذين قالوا أنها تمارس ،في حين جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة الذين قالوا أنها لا تمارس دور متابعة هذه المعلومات ،وهذه نتيجة تؤكد أن العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية تقوم بمتابعة هذه البيانات والمعلومات ،حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.0692 ووبانحراف معياري 54097.



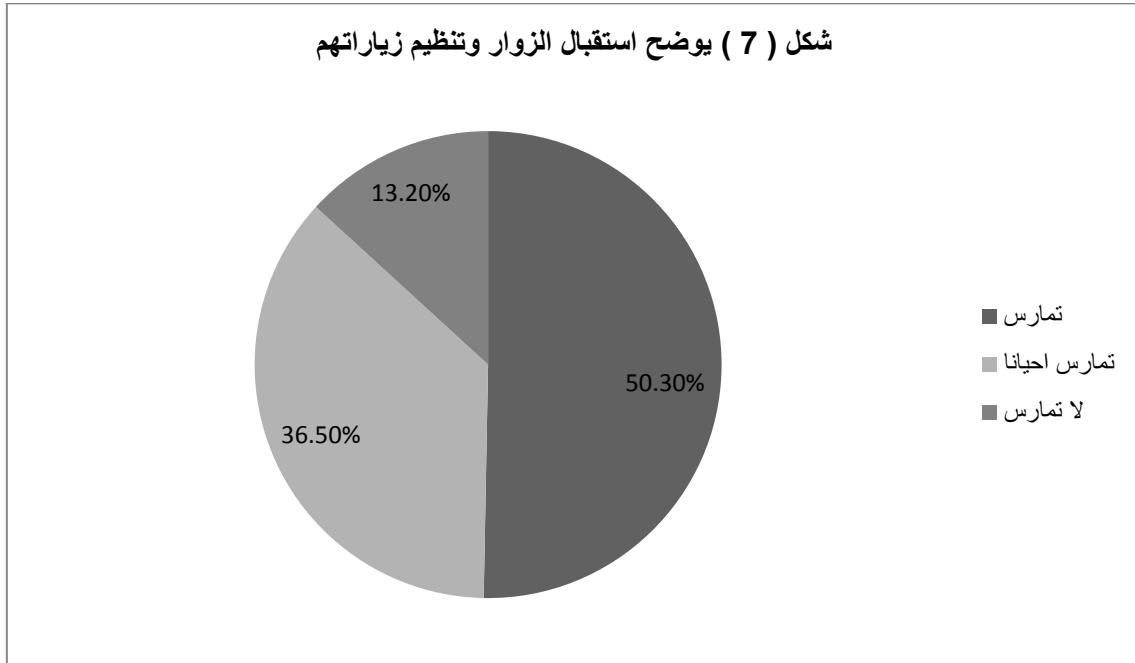
جدول رقم (7) يوضح ممارسة العاملين بالعلاقات العامة لوظيفية استقبال الزوار وتنظيم

### زياراتهم

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة الوظيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	159	13.2	21	36.5	58	50.3	80	استقبال الزوار وتنظيم زياراتهم

يتضح من الجدول رقم (7) أن العلاقات العامة تمارس دور استقبال زوار وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بعدد بلغ 80 من مجتمع الدراسة البالغ عدده 159 مفردة وبنسبة بلغت 50.3%، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأنها تمارس هذه الوظيفة أحياناً 36.5%، ولكن الذين قالوا بأنها لا تمارس هذه الوظيفة بلغت نسبتهم 13.2% وهي نسبة قليلة مقارنة بالممارسة والممارسة أحياناً لهذه الوظيفة وهذا مؤشر بأن استقبال الزوار من الوظائف المهمة لإدارة العلاقات العامة بهذه الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.3711 وبانحراف معياري 70759، حيث أن استقبال الزوار وتنظيم زياراتهم من صلب ممارسة العلاقات العامة لمهنتها، لذا فإن هذه النتيجة تؤيد ما جاءت به نظرية الممارسة المهنية.

شكل ( 7 ) يوضح استقبال الزوار وتنظيم زياراتهم



جدول رقم (8) يوضح ممارسة موظفي العلاقات العامة تنظيم الحفلات والمناسبات

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	11.3	18	57.2	91	31.4	50	تنظيم الحفلات والمناسبات

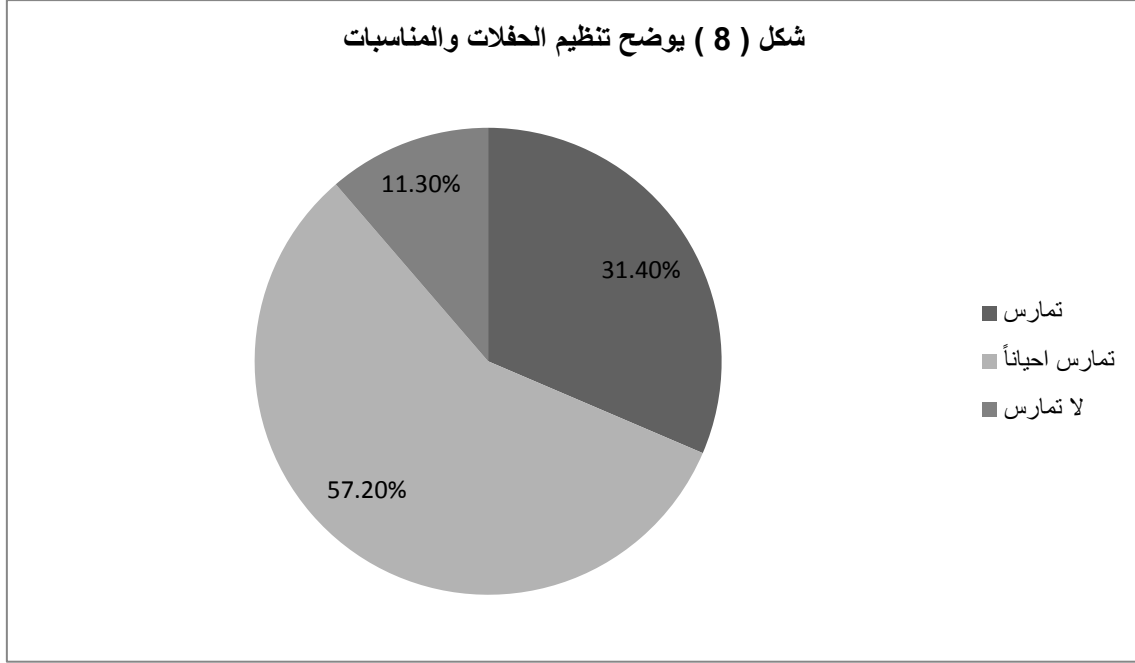
يتضح من الجدول رقم ( 8 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات

أن ما نسبتهم 57.2% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة أحياناً، في حين أن ما

نسبتهم 31.4% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة ، في حين بلغت نسبة الذين قالوا

بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 11.3% ، لذلك فإن النسبة الأغلب تؤكد ممارسة

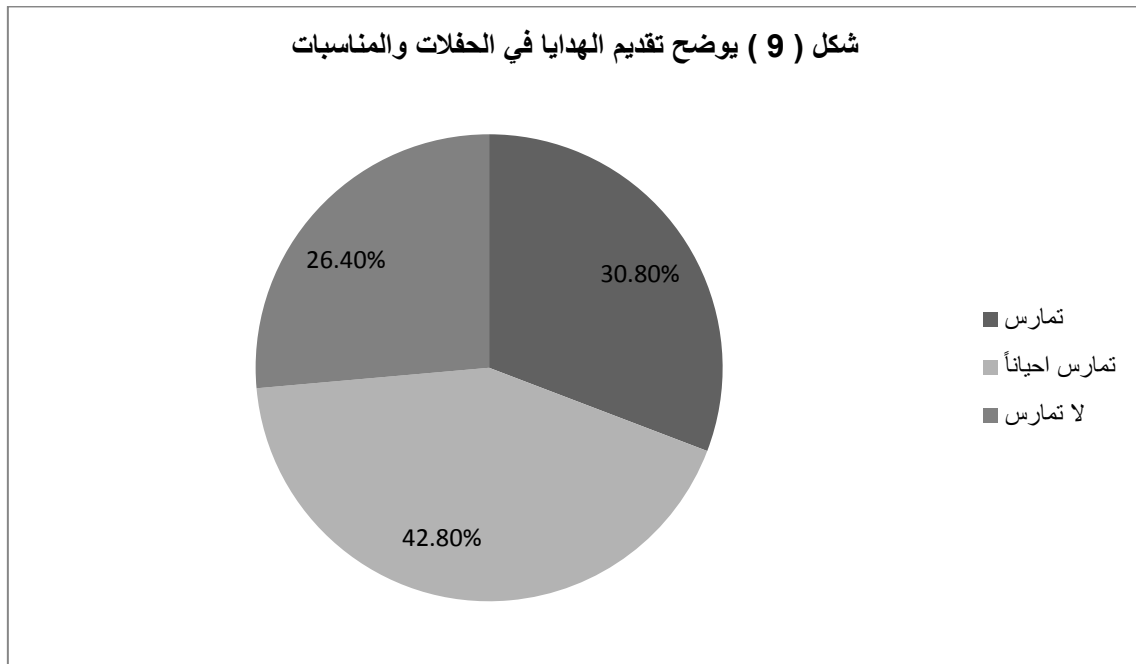
العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات ،حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.2013 وبانحراف معياري 62419 .



. جدول رقم (9) يوضح ممارسة موظفي العلاقات العامة لوظيفة تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	26.4	42	42.8	68	30.8	49	تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات

يتضح من الجدول رقم ( 9 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات أن ما نسبتهم 42.8% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة أحياناً، في حين أن ما نسبتهم 30.8% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 26.4%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تمارس وظيفة تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.0441 وبانحراف معياري .75763 .

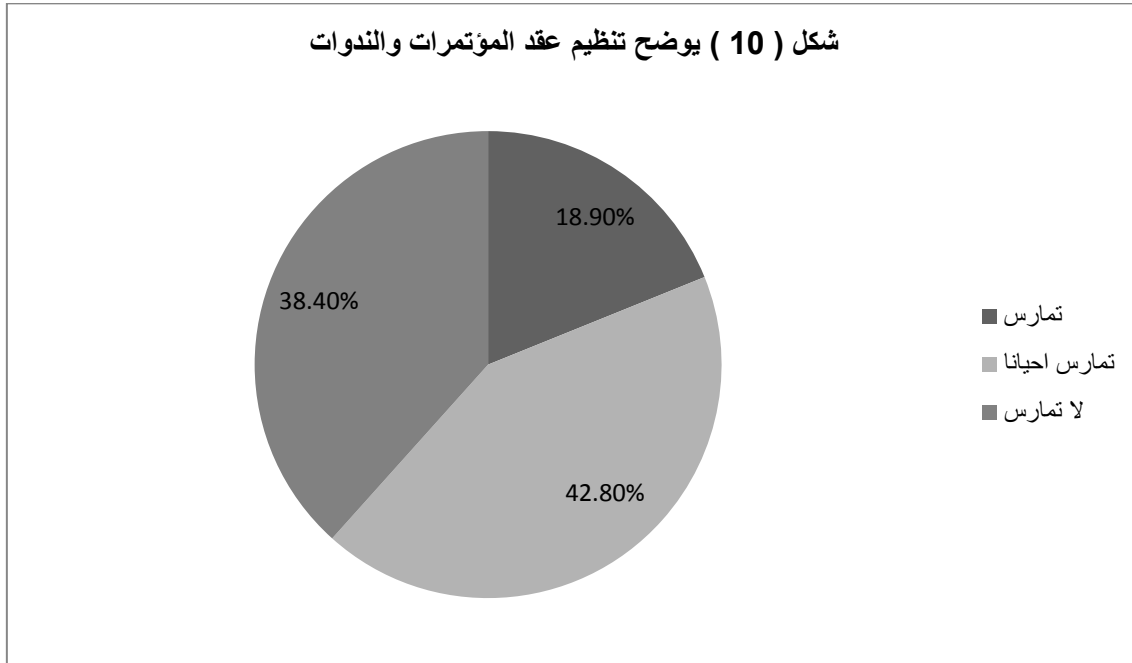


جدول رقم (10) يوضح ممارسة موظفي العلاقات العامة لوظيفة تنظيم عقد المؤتمرات والندوات

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	38.4	61	42.8	68	18.9	30	تنظيم عقد المؤتمرات والندوات

يتضح من الجدول رقم ( 10 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم عقد المؤتمرات والندوات أن ما نسبتهم 42.8% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة أحياناً في حين أن ما نسبتهم 38.4% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 18.9% لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة تنظيم عقد المؤتمرات والندوات حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.8050 وهو أقل من المتوسط الافتراضي البالغ 2 وبانحراف معياري 73328 .

شكل ( 10 ) يوضح تنظيم عقد المؤتمرات والندوات



جدول رقم (11) يوضح ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك

بها

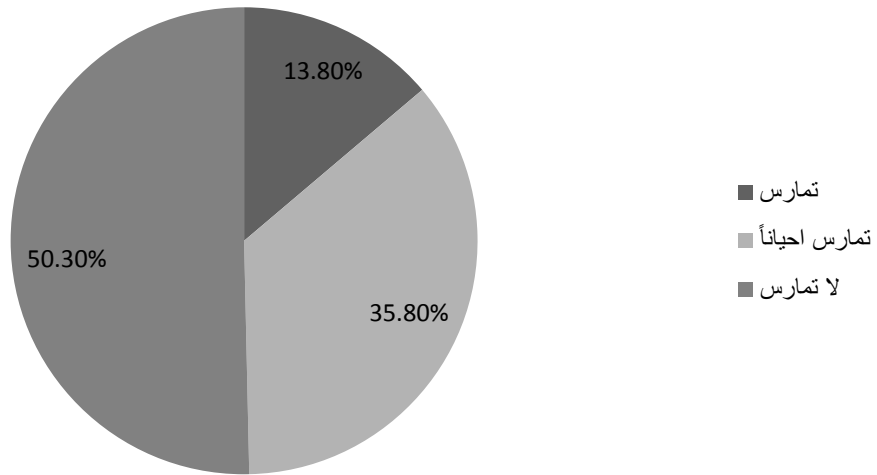
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	50.3	80	35.8	57	13.8	22	تنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك بها

يتضح من الجدول رقم ( 11 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم وإقامة المعارض أو

الاشتراك بها أن ما نسبتهم 50.3% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة، في حين

أن ما نسبتهم 35.8% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 13.8% ،لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح عدم ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.6352 وبتأخراف معياري 71531. وهو أقل من المتوسط الافتراضي للدراسة البالغ 2.

شكل ( 11 ) يوضح تنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك بها



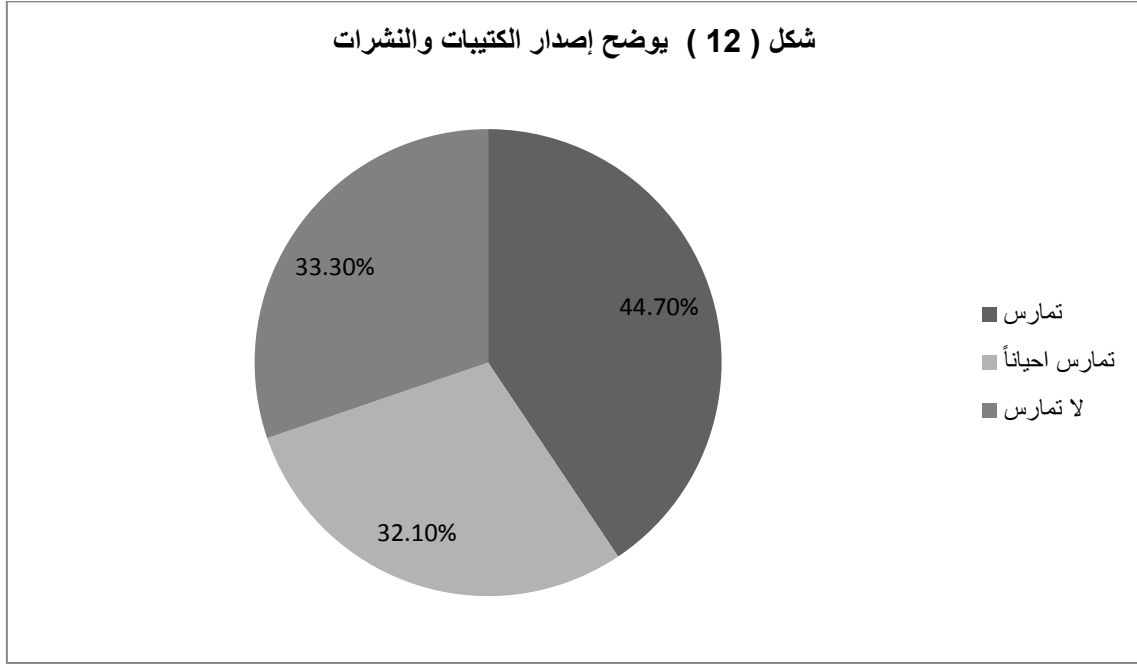


. جدول رقم (12) يوضح ممارسة موظفي العلاقات العامة لوظيفة إصدار كتيبات ونشرات

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة الوظيفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	159	23.3	37	32.1	51	44.7	71	إصدار كتيبات ونشرات

يتضح من الجدول رقم ( 12 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة إصدار الكتيبات والنشرات أن ما نسبتهم 44.7% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة ،في حين أن ما نسبتهم 32.1% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 23.3 % ،لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة إصدار الكتيبات والنشرات حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.2138 وبانحراف معياري 79845. .

شكل ( 12 ) يوضح إصدار الكتيبات والنشرات

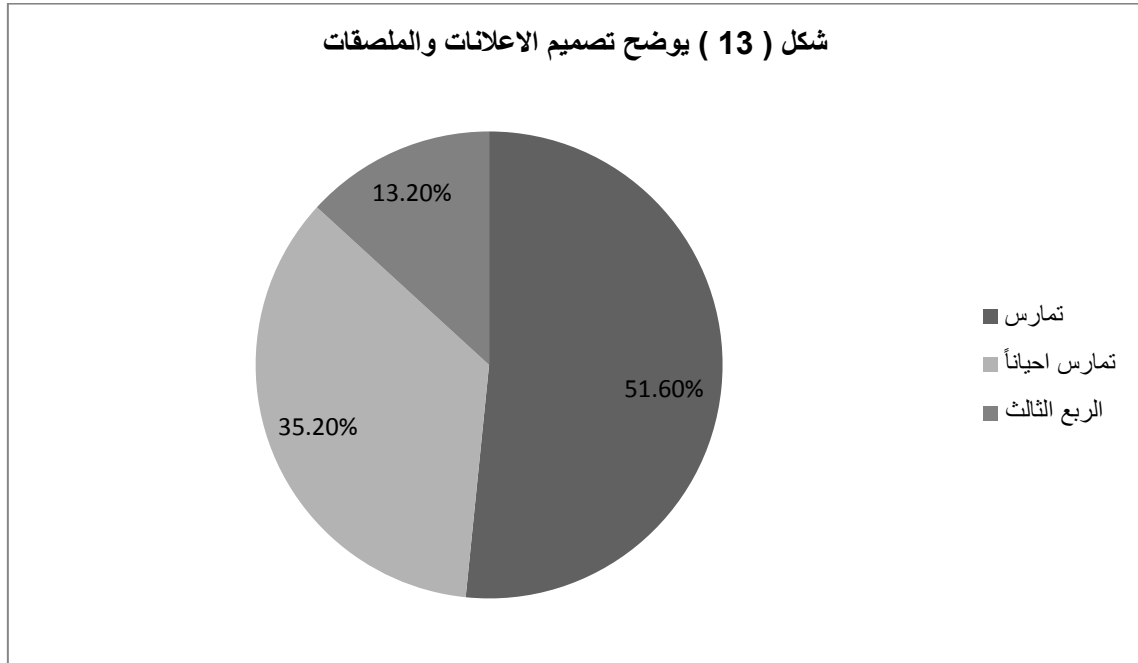


جدول رقم (13) يوضح ممارسة موظفي العلاقات العامة لوظيفة تصميم الإعلانات والملصقات.

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	13.2	21	35.2	56	51.6	82	تصميم الإعلانات والملصقات

يتضح من الجدول رقم ( 13 ) حول ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تصميم الإعلانات والملصقات أن ما نسبتهم 51.6% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة ،في حين أن ما نسبتهم 35.2 % يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة

الذين قالوا بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 13.2%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة تصميم الإعلانات والملصقات حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.3836 وبانحراف معياري 70978.،ومن خلال نتائج الجداول السابقة والخاصة بممارسة العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والتي رجحت قيام العلاقات العامة بهذه الممارسة انطلاقاً من نتائج نظرية الممارسة المهنية التي بنيت عليها الدراسة.

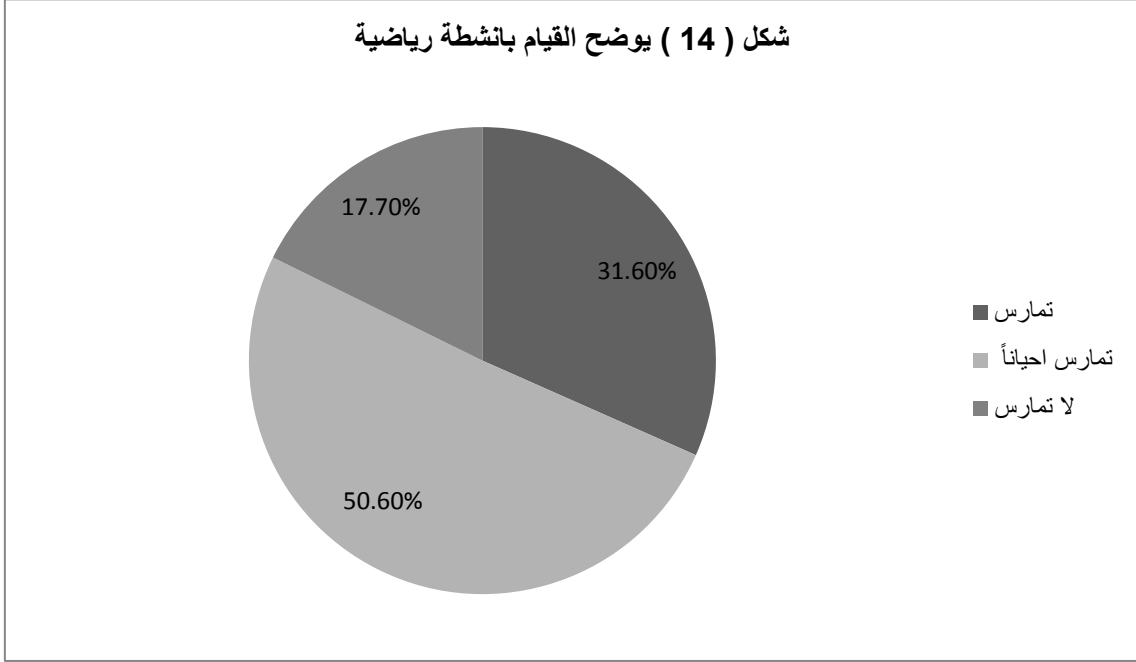


جدول رقم (14) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بأنشطة رياضية

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	17.6	28	51	80	31.4	50	القيام بأنشطة رياضية

يتضح من الجدول رقم ( 14 ) حول قيام العلاقات العامة بممارسة أنشطة رياضية أن ما نسبتهم 51% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً، في حين أن ما نسبتهم 31.4 % يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 17.6% لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بأنشطة رياضية في الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.1392 وبانحراف معياري 69087.

شكل ( 14 ) يوضح القيام بانشطة رياضية



. العامة بمشاركة الإدارة في اتخاذ القرارات ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة جدول

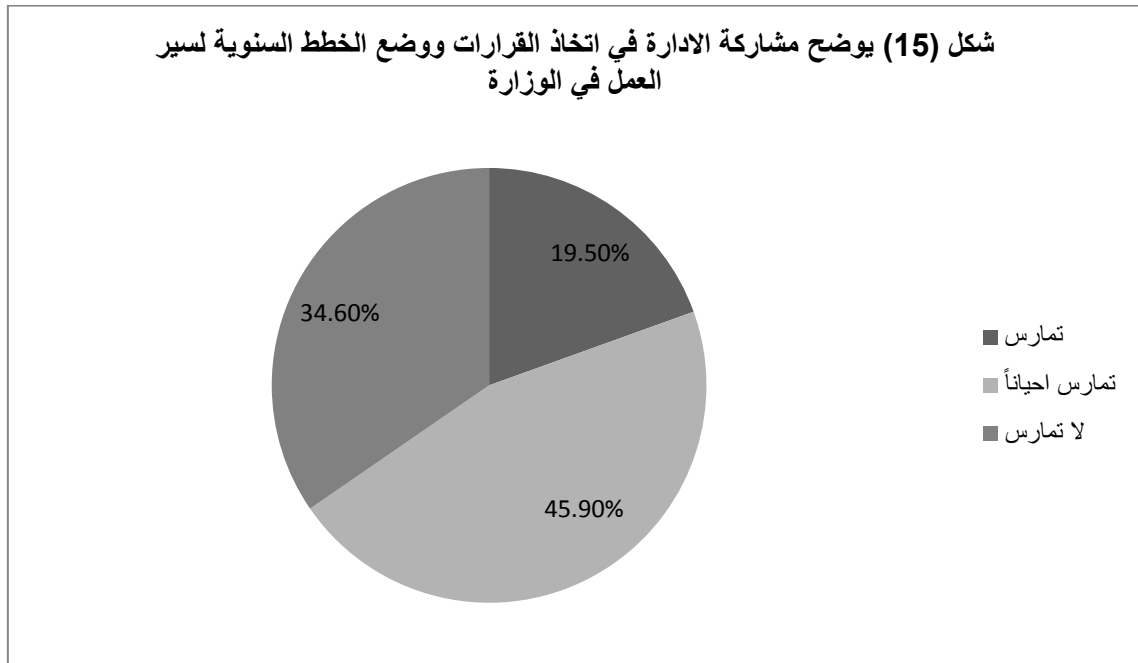
رقم (15) يوضح قيام موظفي العلاقات

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة الوظيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	159	34.6	55	45.9	73	19.5	31	مشاركة الإدارة في اتخاذ القرارات ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة

يتضح من الجدول رقم (15) حول مشاركة العلاقات العامة للإدارة العليا في اتخاذ القرارات

ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة أن ما نسبتهم 45.9% يقرون بأن العلاقات العامة

تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في حين أن ما نسبتهم 34.6% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 19.5%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بمشاركة الإدارة في اتخاذ القرارات ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.8491 وبانحراف معياري 72206. وهو أقل من المتوسط الافتراضي .



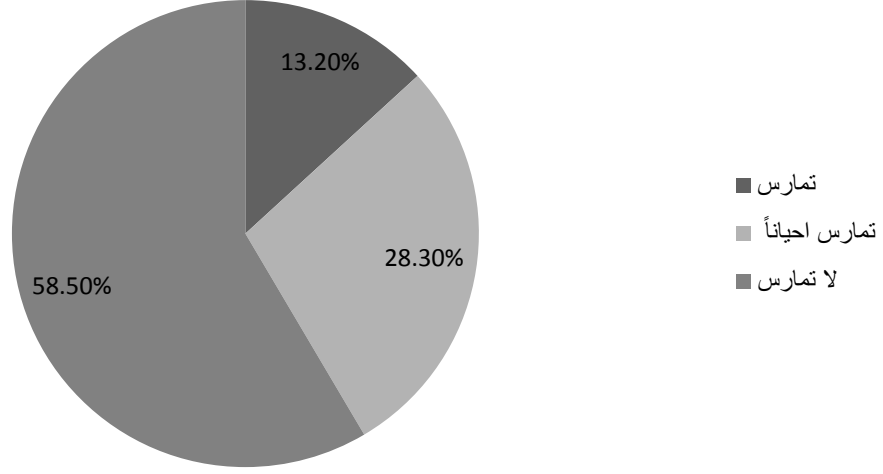
. جدول رقم (16) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بنقل وجهات نظر وشكاوي الجمهور

### الداخلي إلى الإدارة العليا

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة الوظيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	159	58.5	93	28.3	45	13.2	21	نقل وجهات نظر وشكاوي الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا

يتضح من الجدول رقم ( 16 ) حول قيام العلاقات العامة بوظيفة نقل وجهات نظر وشكاوي الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا أن ما نسبتهم 58.5% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة، في حين أن ما نسبتهم 28.3% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 13.2%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح بأن العلاقات العامة لا تقوم بوظيفة نقل وجهات نظر وشكاوي الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا داخل الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.5975 وبانحراف معياري 71775. وهو أقل من المتوسط الافتراضي لمقياس الدراسة، ويتضح من نتائج هذا الجدول أن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة أو قد يرجح الأمر إلى أن وظيفة نقل الشكاوي إلى الإدارة العليا ليست من الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة.

شكل (16) يوضح نقل وجهات نظر وشكاوى الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا



. جدول رقم (17) يوضح قيام إدارة العلاقات العامة بوظيفة إجراء البحوث والدراسات لمعرفة

اتجاهات الجمهور الداخلي تجاه الوزارة

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	72.3	115	22.6	36	5.0	8	إجراء البحوث والدراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي تجاه الوزارة

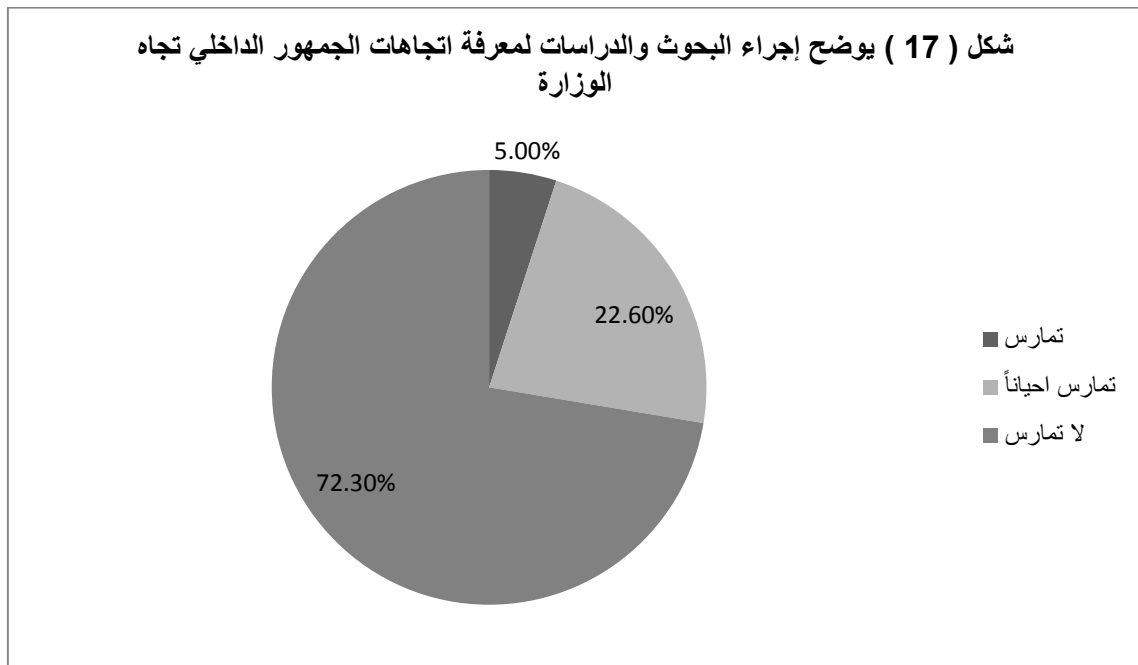
يتضح من الجدول رقم (17) حول ممارسة العلاقات العامة وظيفية إجراء البحوث والدراسات

لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي اتجاه الوزارة أن ما نسبتهم 72.3% يقرون بأن العلاقات العامة

لا تمارس هذه الوظيفة، في حين أن ما نسبتهم 22.6% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً



هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 5.0% لذلك فإن النسبة الأغلب تؤكد عدم ممارسة العلاقات العامة لوظيفة إجراء البحوث والدراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي اتجاه الوزارة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.3270 وبتحرف معياري 56811. وهو أقل من المتوسط الافتراضي للدراسة، كذلك فإن العلاقات العامة لا تمارس دور إجراء البحوث كوظيفة مهمة لها ويرجع ذلك إلى أن البحوث والدراسات تحتاج إلى ميزانيات وكوادر قادرة على إجراء البحوث.

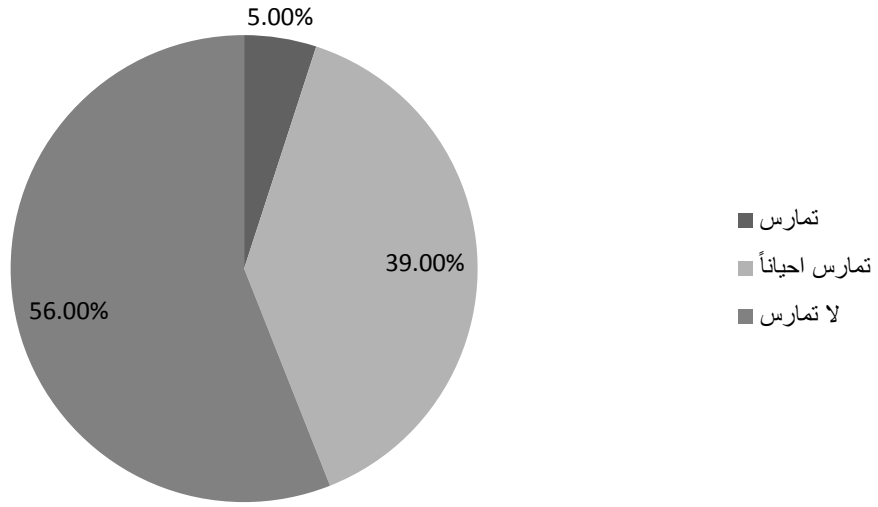


جدول رقم (18) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بتحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	56.0	89	39.0	62	5.0	8	تحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة

يتضح من الجدول رقم (18) حول قيام العلاقات العامة بممارسة وظيفة تحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة أن ما نسبتهم 56.0% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة، في حين أن ما نسبتهم 39.0% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 5.0%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح بأن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.4906 وبتباين معياري 59393. وهو أقل من المتوسط الافتراضي لمقياس الدراسة.

شكل ( 18 ) يوضح تحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة



جدول (19) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بتنظيم الرحلات والإشراف عليها

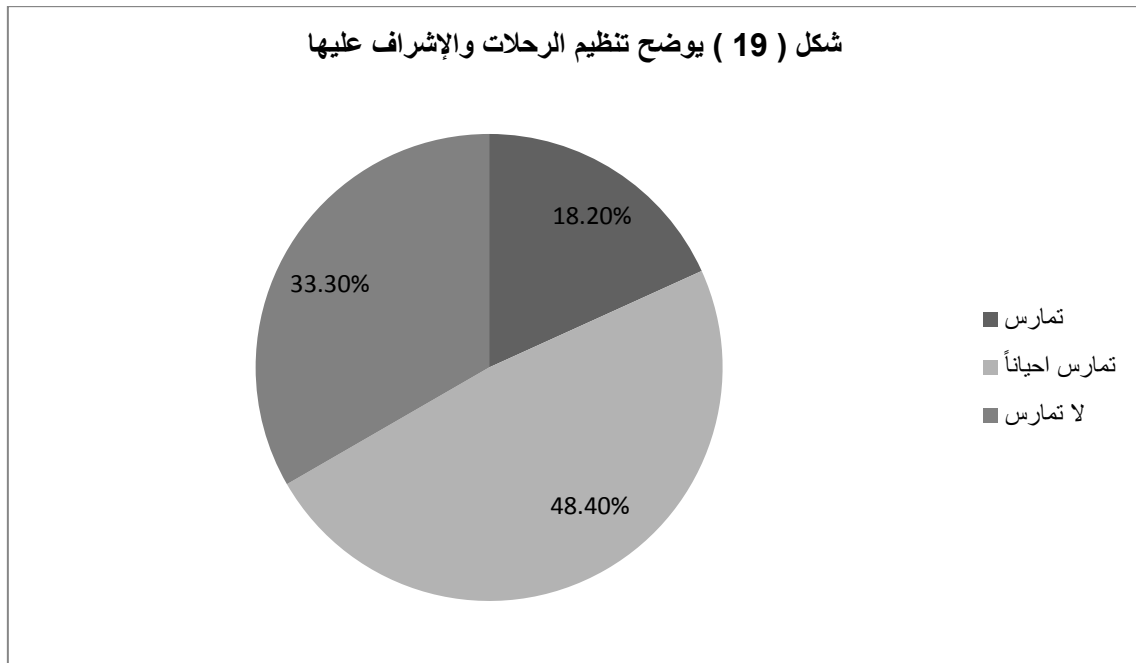
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	33.3	53	48.4	77	18.2	29	تنظيم الرحلات والإشراف عليها

يتضح من الجدول رقم ( 19 ) حول ممارسة العلاقات العامة وظيفه تنظيم الرحلات والإشراف

عليها أن ما نسبتهم 48.4% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في حين أن

ما نسبتهم 33.3% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة ،في حين بلغت نسبة الذين

قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 18.2%، لذلك فإن النسبة الأغلب تؤكد ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة تنظيم الرحلات والإشراف عليها في الوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.8491 وبانحراف معياري 70431. وهو أقل من المتوسط الافتراضي، ويلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول والجدول السابقة أن العلاقات العامة في وزارة الأوقاف تمارس الوظائف والأنشطة الخاصة بالاستقبال والرحلات وتنظيم المؤتمرات والمعارض، غير أن الأنشطة التي تتعلق بتحليل الرأي العام والبحوث والدراسات لا توليها اهتماماً حسب رأي مجتمع الدراسة، وهذا يرجح ما توصلت إليه دراسة عبد الله حمدينه إذ بينت أن المؤسسات التي أجري قام بدراساتها لا تمارس وظيفة البحوث، وكذلك دراسة عبد الله عبد العالي من عدم إجراء البحوث واستطلاع الرأي العام ومعرفة الأداء.



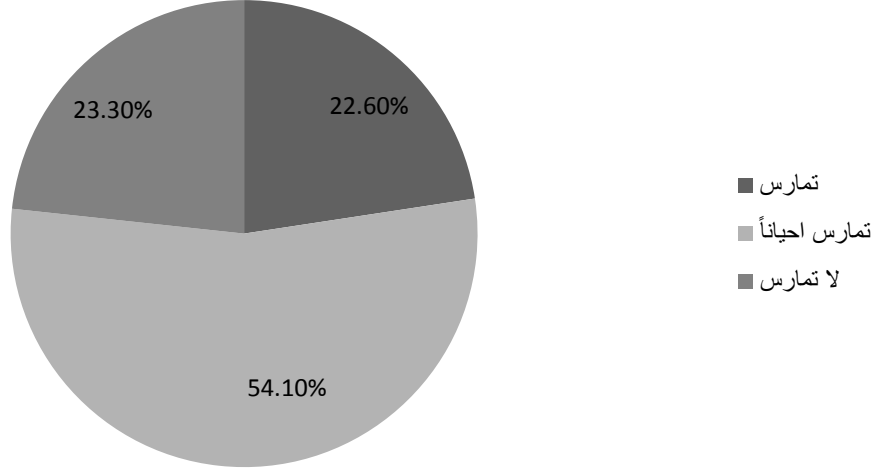
جدول رقم (20) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة

بالوزارة

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	23.3	37	54.1	86	22.6	36	القيام بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة

يتضح من الجدول رقم (20) حول قيام العلاقات العامة بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة أن ما نسبتهم 54.1% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة، في حين أن ما نسبتهم 23.3% يقرون بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة 22.6%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.9937 وبانحراف معياري 67970 .

شكل (20) يوضح القيام بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة



. جدول رقم (21) يوضح قيام موظفي العلاقات العامة بإنجاز الأمور والمصالح الشخصية

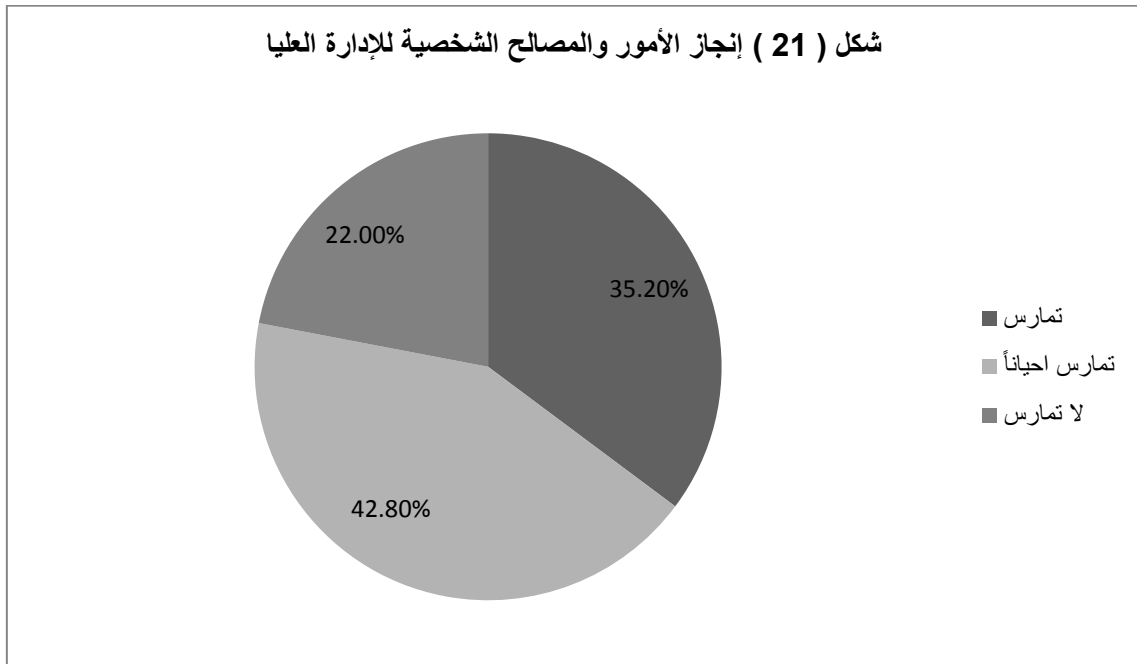
للإدارة العليا

المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		الممارسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظيفة
100	159	22.0	35	42.8	68	35.2	56	إنجاز الأمور والمصالح الشخصية للإدارة العليا

يتضح من الجدول رقم ( 21 ) حول قيام العلاقات العامة بإنجاز الأمور والمصالح الشخصية

للإدارة العليا أن ما نسبتهم 42.8% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة ،في

حين أن ما نسبتهم 35.2% يقرون بأن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة، في حين بلغت نسبة الذين قالوا بأن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 22.0%، لذلك فإن النسبة الأغلب ترجح ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة وهذه نتيجة إيجابية كون العلاقات العامة تقوم بوظيفة إنجاز الأمور والمصالح الشخصية للإدارة العليا في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية حيث بلغ لمتوسط لحسابي لهذه العبارة 2.1321 وبانحراف معياري 0.74726 .



ثانياً: نتائج اختبار كا<sup>2</sup> لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة :-  
 جدول رقم (22) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة ونوع المبحوثين .

قيام العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة								النوع
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	139	%29.5	41	%59.7	83	%10.8	15	ذكر
%100	20	%10	2	%70	14	%20	4	أنثي
%100	159	%27	43	%61	97	%12	19	المجموع

قيمة كا<sup>2</sup> = 4.002 القيمة الاحتمالية = 0.135

يتضح من نتائج الجدول رقم (22) أن ما نسبتهم 10.8% من الذكور يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة ، بالمقابل كانت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 20% ، كما كانت نسبة الذكور الذين ذكورا بأن العلاقات العامة تمارس أحيانا هذه الوظيفة 59% ، بالمقابل بلغت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 70% ، وبلغت نسبة الذكور الذين يرون أن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة في الوزارة 29.5% ، بالمقابل كانت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 27%.



من خلال نتائج اختبارات مربع كاي تبين انه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة لوظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة ونوع المبحوثين ، أي أن نسبة إجابات المبحوثين على اعتبار العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة لا تختلف معنوياً مع نوع المبحوثين، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.135) وهي اكبر من القيمة المعنوية (0.05) وهذا أمر طبيعي حيث أن العلاقات العامة تمارس وظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة.

جدول رقم (23) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بمتابعة البيانات

والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة ونوع المبحوثين.

قيام العلاقات العامة بمتابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة								النوع
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	139	%12.2	17	%68.3	95	%19.5	27	ذكر
%100	20	%5	1	%85	17	%10	2	أنثي
%100	159	%11.3	18	%70.5	112	%18.2	29	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.309

قيمة كا<sup>2</sup> = 2.347

يتضح من نتائج الجدول رقم(23) أن ما نسبتهم 19.5% من الذكور يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة متابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة ، بالمقابل كانت نسبة الإناث اللاتي إيدن ذلك 10%، كما كانت نسبة الذكور الذين ذكروا بان العلاقات العامة تمارس أحيانا هذه الوظيفة 68.3% ، بالمقابل بلغت نسبة الإناث اللاتي إيدن ذلك 85%،وبلغت نسبة الذكور الذين يرون أن العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 12.2%، بالمقابل بلغت نسبة الإناث اللاتي إيدن ذلك 5%.

من خلال نتائج اختبارات مربع كاي تبين أنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين ممارسة العلاقات العامة لوظيفة متابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة ونوع المبحوثين ، أي أن نسبة إجابات المبحوثين على ممارسة العلاقات العامة لهذه الوظيفة لا تختلف معنويا مع نوع المبحوثين ،فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.309) وهي اكبر من القيمة المعنوية (0.05) وهذا أمر طبيعي كون العلاقات العامة تقوم بمتابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة من الطرفين.

جدول رقم (24) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة باستقبال الزوار وتنظيم

زياراتهم ونوع المبحوثين.

قيام العلاقات العامة باستقبال الزوار وتنظيم زيارتهم								النوع
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	139	%11.5	16	%38.2	53	%50.3	70	ذكر
%100	20	%25	5	%25	5	%50	10	أنثي
%100	159	%13.2	21	%36.5	58	%50.3	80	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.189

قيمة كا<sup>2</sup> = 3.235

يتضح من الجدول رقم (24) أن ما نسبته 50.3% من الذكور يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة استقبال الزوار وتنظيم زيارتهم في الوزارة ، بالمقابل كانت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 50% ، كما كانت نسبة الذكور الذين ذكروا بان العلاقات العامة تمارس أحياناً هذه الوظيفة 38.2% ، بالمقابل بلغت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 25% ، وبلغت نسبة الذكور الذين يرون بان العلاقات العامة لا تمارس هذه الوظيفة 11.5% ، بالمقابل بلغت نسبة الإناث اللاتي أيدن ذلك 25%.

من خلال نتائج اختبارات مربع كاي تبين أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين ممارسة العلاقات العامة ووظيفة استقبال الزوار وتنظيم زيارتهم ونوع المبحوثين ، أي أن نسبة إجابات المبحوثين

على ممارسة العلاقات العامة هذه الوظيفة لا تختلف معنويًا مع نوع المبحوثين ، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.189) وهي أكبر من القيمة المعنوية (0.05) وهذا أمر طبيعي حيث أن العلاقات العامة تقوم باستقبال الزوار وتنظيم زيارتهم في الوزارة.

جدول رقم (25) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات وسنوات الخدمة للمبحوثين.

قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات								سنوات الخدمة
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	77	%10.4	8	%54.5	42	%35.1	27	أقل من 5 سنوات
%100	37	%24.3	9	%56.8	21	%18.9	7	من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات
%100	20	%5	1	%50	10	%45	9	من 10 سنوات وأقل من 20 سنة
%100	25	%0	0	%72	18	%28	7	من 20 سنة فأكثر
%100	159	%11.3	18	%57.2	91	%31.5	50	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.032

قيمة كا<sup>2</sup> = 13.785

- يتضح من الجدول رقم (25) أن إجابات المبحوثين وفقا لسنوات الخبرة على أن العلاقات العامة تمارس وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات كانت النسبة لدى أصحاب الخبرة أقل من 5سنوات 35.1%، بينما كانت النسبة لدى أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 18.9% ، في حين كانت النسبة لدى أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 45% ، وكانت نسبة لدى أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 28%.

- بينما كانت نسبة الإجابات أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات على النحو التالي :-

54.5% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت النسبة لدى أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 56.8%، في حين بلغت نسبتهم لدى أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 50%، وبلغت نسبة أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 72%.

- بينما كانت نسبة الإجابات على أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات على النحو التالي :-

10.4% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت نسبتهم لدى أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 24.3%، في حين كانت النسبة لدى أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 5% ، وبلغت النسبة لدى أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 0%.

أكدت نتائج اختبار مربع كاي انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات وخبرة المبحوثين ، أي أن إجابات المبحوثين على أن العلاقات

العامّة تمارس هذه الوظيفة يختلف معنوياً مع خبرة المبحوثين ، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.032) وهي أقل من القيمة المعنوية (0.05) وهذه نتيجة منطقية حيث عامل الخبرة يلعب دوراً في تنظيم الاحتفالات والمناسبات.

جدول رقم (26) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم عقد الندوات والمؤتمرات وسنوات الخدمة.

قيام العلاقات العامة بتنظيم الندوات والمؤتمرات								سنوات الخدمة
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	77	%42.9	33	%40.2	31	%16.9	13	أقل من 5 سنوات
%100	37	%45.9	17	%45.9	17	%8.2	3	من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات
%100	20	%24	4	%51	11	%25	5	من 10 سنوات وأقل من 20 سنة
%100	25	%28	7	%36	9	%36	9	من 20 سنة فأكثر
%100	159	%38.3	61	%42.8	68	%18.9	30	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.079

قيمة كا<sup>2</sup> = 11.304

- يتضح من الجدول رقم (26) أن إجابات المبحوثين وفقا لسنوات الخبرة أن العلاقات العامة تمارس وظيفة تنظيم عقد الندوات والحفلات كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة أقل من 5سنوات16.9%، بينما كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات8.2%، في حين كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة25%، وكانت نسبة لدي أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 36%.

- بينما كانت نسبة الإجابات على أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات على النحو التالي :-

40.2% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت نسبة لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات45.9%، في حين بلغت نسبتهم لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة51%، وبلغت نسبة أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 36%.

- بينما كانت نسبة الإجابات على أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات على النحو التالي :-

42.9% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت نسبتهم لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات45.9%، في حين كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 24% ، وبلغت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 28%.

أكدت نتائج اختبار مربع كاي انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات وخبرة المبحوثين ، أي أن إجابات المبحوثين أن العلاقات العامة تمارس هذه الوظيفة يختلف معنويا مع خبرة المبحوثين ، فقد كانت القيمة الاحتمالية

(0.079) وهي أقل من القيمة المعنوية (0.05)، وهذه النتيجة تؤيد نتيجة دراسة سكينه التهامي التي أكدت في أحدي نتائجها أنه ليس هناك علاقة ارتباطية بين ممارسة العلاقات العامة لبعض وظائفها ومتغيرات السن والخبرة.

جدول رقم (27) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتصميم الإعلانات

والمصنفات وسنوات الخدمة.

قيام العلاقات العامة بتصميم الإعلانات والمصنفات								سنوات الخدمة
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	77	%14.3	11	%40.3	31	%45.4	35	أقل من 5 سنوات
%100	37	%10.8	4	%37.8	14	%51.4	19	من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات
%100	20	%10	2	%15	3	%75	15	من 10 سنوات وأقل من 20 سنة
%100	25	%16	4	%32	8	%52	13	من 20 سنة فأكثر
%100	159	%13.2	21	%35.2	56	%51.6	82	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.397

قيمة كا<sup>2</sup> = 6.243



- يتضح من الجدول رقم (27) أن إجابات المبحوثين وفقا لسنوات الخبرة أن العلاقات العامة تمارس وظيفة تصميم الإعلانات والملصقات كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة أقل من 5سنوات 45.4%، بينما كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 51.4% ، في حين كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 75% ، وكانت نسبة لدي أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 52%.

- بينما كانت نسبة الإجابات أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة تصميم الإعلانات والملصقات على النحو التالي :-

40.3% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت نسبة لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 37.8%، في حين بلغت نسبتهم لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 15%، وبلغت نسبة أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 32%.

- بينما كانت نسبة الإجابات أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تصميم الإعلانات والملصقات على النحو التالي :-

14.3% من أصحاب الخبرة أقل من 5 سنوات أيدوا ذلك ، بينما بلغت نسبتهم لدي أصحاب الخبرة من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات 10.8%، في حين كانت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 10 سنوات وأقل من 20 سنة 10% ، وبلغت النسبة لدي أصحاب الخبرة من 20 سنة فأكثر 16%.

أكدت نتائج اختبار مربع كاي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة العلاقات العامة لوظيفة تصميم الإعلانات والملصقات وخبرة المبحوثين ، أي أن إجابات المبحوثين حول

ممارسة العلاقات العامة تمارس لهذه الوظيفة لا تختلف معنويًا مع خبرة الباحثين ، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.397) وهي أكبر من القيمة المعنوية (0.05) .

جدول رقم (28) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم عقد المؤتمرات والندوات والمؤهل العلمي للباحثين.

قيام العلاقات العامة بتنظيم عقد المؤتمرات والندوات								المؤهل العلمي
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	20	%40	8	%40	8	%20	4	إعدادي
%100	67	%37.3	25	%52.2	35	%10.5	7	ثانوي أو ما يعادلها
%100	62	%40.3	25	%35.5	22	%24.2	15	شهادة جامعية أو ما يعادلها
%100	5	%40	2	%20	1	%40	2	عالي-ماجستير أو دكتوراه
%100	5	%20	1	%40	2	%40	2	غير ذلك
%100	159	%38.3	61	%42.8	68	%18.9	30	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.326

قيمة كا<sup>2</sup> = 9.193

- توضح نتائج الجدول رقم (28) أن ما نسبتهم 20% من حملة المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات ، بينما أيد ذلك 10.5% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها، في حين بلغت نسبتهم لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادله 24.2% ، كما تساوت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه مع غير ذلك حيث بلغت 40%.

- 40% من المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات، بينما كانت نسبة حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها الذين يؤيدون ذلك 52.2%، كما بلغت نسبتهم 35.5% لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادله، كما بلغت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 20% ، وبلغ نسبة حملة المؤهل غير ذلك 40%.

- رأي 40% من حملة المؤهل الإعدادي أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات ، وأيد ذلك 37.3% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، وبلغت نسبتهم 40.3% من حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما أيد ذلك 40% من المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه ، وبلغ نسبة المؤهل العلمي غير ذلك 20%.

- تبين نتائج اختبارات مربع كاي انه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين ممارسة العلاقات العامة ووظيفة تنظيم عقد الندوات والمؤتمرات والمستوي العلمي للمبحوثين، أي أن إجابات المبحوثين حول أن العلاقات العامة تقوم بهذه الوظيفة لا تختلف معنويا مع المستوي العلمي للمبحوثين، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.326) وهي أكبر من القيمة المعنوية (0.05).

جدول رقم (29) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بإصدار الكتيبات

والنشرات والمؤهل العلمي للمبجوثين.

قيام العلاقات العامة بإصدار الكتيبات والنشرات								المؤهل العلمي
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	20	%10	2	%60	12	%30	6	إعدادي
%100	67	%17.9	12	%32.8	22	%49.3	33	ثانوي أو ما يعادلها
%100	62	%30.6	19	%25.8	16	%43.6	27	شهادة جامعية أو ما يعادلها
%100	5	%20	1	%0	0	%80	4	عالي- ماجستير أو دكتوراه
%100	5	%60	3	%20	1	%20	1	غير ذلك
%100	159	%23.3	37	%32.1	51	%44.6	71	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.025

قيمة كا<sup>2</sup> = 17.552

- توضح نتائج الجدول رقم (29) على أن ما نسبتهم 30% من حملة المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة إصدار الكتيبات والنشرات بينما أيد ذلك 49.3% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، في حين بلغت نسبتهم لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما

يعادلها 43.6% ، وكانت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 80% ، في حين بلغت نسبة المؤهل العلمي غير ذلك 20% .

- 60% من المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة إصدار الكتيبات والنشرات، بينما كانت نسبة حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها الذين يؤيدون ذلك 32.8%، كما بلغت نسبتهم 25.8% لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما بلغت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 0% ، وبلغ نسبة حملة المؤهل غير ذلك 20% .

- رأي 10% من حملة المؤهل الإعدادي أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة إصدار الكتيبات والنشرات، وأيد ذلك 17.9% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، وبلغت نسبتهم 30.6% من حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما أيد ذلك 20% من المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه . وبلغ نسبة المؤهل العلمي غير ذلك 60% .

- تبين نتائج اختبارات مربع كاي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين ممارسة العلاقات العامة ووظيفة إصدار الكتيبات والنشرات والمستوي العلمي للمبجوثين، أي أن إجابات المبجوثين على أن العلاقات العامة تقوم بهذه الوظيفة قد اختلفت معنويا مع المستوي العلمي للمبجوثين، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.025) وهي أقل من القيمة المعنوية (0.05) .

جدول رقم (30) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات

والمناسبات والمؤهل العلمي للمبحوثين.

قيام العلاقات العامة بتنظيم الحفلات والمناسبات								المؤهل العلمي
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	20	%5	1	%75	15	%20	4	إعدادي
%100	67	%13.4	9	%56.7	38	%29.9	20	ثانوي أو ما يعادلها
%100	62	%13	8	%56.4	35	%30.6	19	شهادة جامعية أو ما يعادلها
%100	5	%0	0	%20	1	%80	4	عالي- ماجستير أو دكتوراه
%100	5	%0	0	%40	2	%60	3	غير ذلك
%100	159	%11.3	18	%57.2	91	%31.5	50	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.215

قيمة كا<sup>2</sup> = 10.767

- توضح نتائج الجدول رقم (30) على أن ما نسبتهم 20% من حملة المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات بينما أيد ذلك 29.9% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، في حين بلغت نسبتهم لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها 30.6%

،وكانت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 80%، في حين بلغت نسبة المؤهل العلمي غير ذلك 60%.

- 75% من المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات، بينما كانت نسبة حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها الذين يؤيدون ذلك 56.7%، كما بلغت نسبتهم 56.4% لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما بلغت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 20% ، وبلغ نسبة حملة المؤهل غير ذلك 40%.

- رأي 5% من حملة المؤهل الإعدادي أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات، وأيد ذلك 13.4% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، وبلغت نسبتهم 13% من حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما لم تتحصل كلا المؤهلين العالي ماجستير أو دكتوراه و غير ذلك على أي نسبة .

- تبين نتائج اختبارات مربع كاي انه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين ممارسة العلاقات العامة ووظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات والمستوي العلمي للمبحوثين، أي أن إجابات المبحوثين على أن العلاقات العامة تقوم بهذه الوظيفة لا تختلف معنويا مع المستوي العلمي للمبحوثين، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.215) وهي أكبر من القيمة المعنوية (0.05)، وهذا يؤيد النتيجة التي توصلت إليها دراسة سكيمة التهامي حيث لا توجد علاقة بين متغيرات السن والخبرة والمستوي التعليمي والنوع وممارسة العلاقات العامة لوظائفها.

جدول رقم ( 31 ) يوضح العلاقة الارتباطية بين قيام العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات

الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة والمؤهل العلمي للمبحوثين.

قيام العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة								المؤهل العلمي
المجموع		لا تمارس		تمارس أحياناً		تمارس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	20	%10	2	%80	16	%10	2	إعدادي
%100	67	%31.3	21	%58.2	39	%10.5	7	ثانوي أو ما يعادلها
%100	62	%27.4	17	%58.1	36	%14.5	9	شهادة جامعية أو ما يعادلها
%100	5	%40	2	%40	2	%20	1	عالي - ماجستير أو دكتوراه
%100	5	%20	1	%80	4	%0	0	غير ذلك
%100	159	%27	43	%61	97	%12	19	المجموع

القيمة الاحتمالية = 0.600

قيمة كا<sup>2</sup> = 6.426

-توضح نتائج الجدول رقم (31) على أن ما نسبتهم 10% من حملة المؤهل الإعدادي يرون أن

العلاقات العامة تمارس وظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن



الوزارة بينما أيد ذلك 10.5% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، في حين بلغت نسبتهم لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها 14.5% ، وكانت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 20%، في حين لم تتحصل المؤهل العلمي غير ذلك على أي نسبة.

- 80% من المؤهل الإعدادي يرون أن العلاقات العامة تمارس أحيانا وظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة، بينما كانت نسبة حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها الذين يؤيدون ذلك 58.2%، كما بلغت نسبتهم 58.1% لدي حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما بلغت نسبة حملة المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه 40% ، وبلغ نسبة حملة المؤهل غير ذلك 80%.

- رأي 10% من حملة المؤهل الإعدادي أن العلاقات العامة لا تمارس وظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة، وأيد ذلك 31.3% من حملة المؤهل الثانوي أو ما يعادلها ، وبلغت نسبتهم 27.4% من حملة المؤهل الجامعي أو ما يعادلها ، كما أيد ذلك 40% من المؤهل العالي ماجستير أو دكتوراه . وبلغ نسبة المؤهل العلمي غير ذلك 20%.

-تبين نتائج اختبارات مربع كاي انه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين ممارسة العلاقات العامة ووظيفة الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة والمستوي العلمي للمبحوثين، أي أن إجابات المبحوثين على أن العلاقات العامة تقوم بهذه الوظيفة لا تختلف معنويا مع المستوي العلمي للمبحوثين، فقد كانت القيمة الاحتمالية (0.600) وهي أكبر من القيمة المعنوية (0.05).

## الفصل الرابع

# النتائج العامة والتوصيات

## أولاً: النتائج العامة للدراسة:

توصل الباحث من خلال دراسته وجمعه للبيانات وتحليلها سوءاً من خلال استمارة الاستبيان أو عن طريق المقابلات الشخصية فيما يخص ممارسة العلاقات العامة لوظائفها داخل المؤسسة محل الدراسة إلى عدة نتائج وهي كالآتي:-

- تقوم العلاقات العامة بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية حيث كانت نسبته 73% ممن يرون قيامها بهذه الوظيفة.

- أجمع اغلب المبحوثين إن العلاقات العامة تقوم بمتابعة كل ما ينشر عن الوزارة عبر وسائل الإعلام المختلفة.

- أجمع المبحوثون أن وظيفة استقبال الزوار وتنظيم زيارتهم هي من اختصاص العلاقات العامة.

- أجاب اغلب المبحوثين أن وظيفة تنظيم الحفلات والمناسبات هي من اختصاص العلاقات العامة .

- يشير أغلب المبحوثين أن وظيفة تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات هي من اختصاص العلاقات العامة.

- تقوم العلاقات العامة بتنظيم وعقد المؤتمرات والندوات بصورة متوسطة.

- تقوم العلاقات العامة بتنظيم المعارض أو الاشتراك بها بصورة متوسطة.

- أجمع المبحوثون أن ممارسة إصدار الكتيبات والنشرات هي من اختصاص العلاقات العامة.

- أجمع المبحوثون أن ممارسة تصميم الإعلانات والملصقات من ضمن وظائف العلاقات العامة.
- أجاب أغلب المبحوثين أن العلاقات العامة تقوم بممارسة أنشطة رياضية.
- تقوم العلاقات العامة بمشاركة الإدارة في ممارسة اتخاذ القرارات ووضوح الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة.
- تتفاوت وظيفة نقل وجهات نظر وشكاوى الجمهور الداخلي إلى الإدارة العليا بصورة متوسطة .
- لا تقوم العلاقات العامة بممارسة إجراء البحوث والدراسات وقد أيدت هذه النتيجة ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة كما جاء سابقا.
- أوضحت النتائج أن العلاقات العامة لا تقوم بتحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة .
- أوضحت النتائج أن العلاقات العامة تقوم بتنظيم الرحلات والإشراف عليها في الوزارة.
- أجمع المبحوثون أن العلاقات العامة تقوم بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة.
- أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة تقوم بإنجاز الأمور والمصالح الشخصية للإدارة العليا في الوزارة.
- كشفت المقابلات مع موظفي العلاقات العامة أن الجهة التي يتبعها هذا الجهاز في الوزارة هي الشؤون الإدارية.
- إن المستوي الإداري للعلاقات العامة في أغلب المقرات في الوزارة هو قسم العلاقات العامة.

- كما بينت المقابلات مع موظفي العلاقات العامة بعدم وجود ميزانية مستقلة لهم.
- أغلب موظفي العلاقات العامة ليست لديهم خبرة في هذا المجال لان شهاداتهم ليس متخصصة في العلاقات العامة.
- ومن خلال المقابلات مع موظفي العلاقات العامة نجد أن اغلب الوظائف المذكورة تقوم بها العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- بينت الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية بين العلاقات العامة وأراء المبحوثين من حيث النوع وسنوات الخبرة والمؤهل العلمي .

## ثانياً : توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث في هذه الدراسة نستعرض أهم التوصيات والمقترحات وذلك على النحو التالي:

1. دعم الإدارة العليا بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية وذلك من خلال الآتي:
  - إصدار قرار بتحديد وظائف ومهام إدارة العلاقات العامة بشكل دقيق ومحدد وفقاً للمفهوم الحديث لأهدافها ، ومنح المسؤولين عنها الصلاحيات والسلطات التي تمكنهم من تحمل مسؤولية تنفيذ هذه الواجبات والمهام .
  - وضع هيكل تنظيمي للعلاقات العامة يترجم وظائفها، ويحقق الأدوار المناط بها في وحدات وأقسام مستقلة يتحدد من خلالها الواجبات والمهام.
  - تزويدها بالكفاءات البشرية المتخصصة في مجال العلاقات العامة بتعيين المؤهلين لذلك.
  - توفير المخصصات المالية الكافية لإدارة العلاقات العامة، والعمل على زيادة دعمها حتى يتسنى للعلاقات العامة القيام بدورها ونشاطها على الوجه الأكمل.
2. إتاحة الفرصة لموظفي العلاقات العامة لحضور اجتماعات الإدارة العليا ومشاركتهم في وضع الخطط السنوية حتى يمكنهم الإلمام بالسياسات العامة وقراراتها مما يزيد من قدرتهم على شرحها وتفسيرها للجمهور، كما يتيح نقل وجهات نظر وشكاوى الجمهور الداخلي والخارجي إلى الإدارة العليا مباشرة وبسرعة .
3. أن تعطي فرصة لأنشطة إدارة العلاقات العامة مزيداً من الاهتمام بالجمهور الداخلي بالوزارة عن طريق إجراء البحوث والدراسات لمعرفة آرائهم تجاه الوزارة.
4. إتاحة الفرصة للعلاقات العامة بالاهتمام بتحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة.

## قائمة المراجع والمصادر

أولاً / الكتب :-

أ - الكتب العربية:-

1. إبراهيم إمام ،فن العلاقات العامة والإعلام ب ط ،القاهرة ، مكتبة الإنجلو المصرية،1980.
2. السيد أحمد مصطفى، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1، بنغازي ،جامعة قار يونس ، 1999.
3. السيد عليوة،تنمية مهارات العلاقات العامة ،ب ط ،القاهرة ، دار تبارك للنشر،2001.
4. الصديق منصور بوسنينه، سليمان الفارسي ،الموارد البشرية، أهميتها ، تنظيمها ، مسئوليتها، مهامها ،ط1 ،طرابلس ،أكاديمية الدراسات العليا، 2003.
5. احمد محمد المصري، العلاقات العامة ،ب ط ،الإسكندرية ،مؤسسة شباب الجامعة، 2000.
6. احمد موسى بدوى، مابين الفعل والبناء الاجتماعي، بحث في نظرية الممارسة، مجلة إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع،بيروت ، لبنان العدد الثامن 2009 .
7. جابر محمد الطماوي، العلاقات العامة وتطبيقاتها العلمية،ب ط ،القاهرة المكتبة العلمية للنشر،2005.
8. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع، ب ط ،الإسكندرية،المكتب الجامعي الحديث، 1997.

9. حسين محمد خير الدين، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ب ط، القاهرة، مكتبة عين شمس .
10. حمدي عبد الحارث البخشونجي، العلاقات العامة في الدول النامية، ب ط، الإسكندرية ، المكتبة الجامعية للنشر ، 2000.
11. حمدي محمد شعبان، العلاقات العامة وفن التعامل مع الجماهير، ب ط، القاهرة، الحديثة للطباعة.
12. راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008 .
13. ربحي مصطفى عليان ،عدنان محمود الطوباس، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2005.
14. رضوان سليم المحمود، العلاقات العامة في الإعلام ، ط1 ، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
15. سمير محمد حسين، دراسات في العلاقات العامة ، ب ط ، القاهرة، عالم الكتب، 1982.
16. صالح خليل أبو أصبع، إداره المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، ب ط، عمان ، دار أرم للنشر، 1997.
17. صلاح عبد الرزاق، مقدمة في العلاقات العامة والإعلام الإسلامي، ط1، بيروت، منتدى المعارف، 2010.



18. طاهر محمود الكلالده ، تنمية وإدارة الموارد البشرية، ط1، عمان، دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع ،2008.
19. طاهر مرسي عطية ، فن وعلم العلاقات العامة، ب ط ، دار النهضة العربية،1994.
20. على بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط1، عمان ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2014 .
21. على حسن زيدان، وآخرون، نماذج ونظريات الممارسة المهنية في خدمة الفرد، ب ط، القاهرة، دار السحاب ، 2006.
22. على عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة عالم الكتب،2000.
23. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، ط 1 ، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.
24. عبد السلام بوقحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، ط1، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ،2000.
25. عبد المعطي محمد عساف ، محمد فالح صالح ، أسس العلاقات العامة ، ب ط ، عمان، دار الحامد،2004.
26. فاروق يوسف يوسف، الرأي العام والعلاقات العامة والاتصال بالجمهور، ط2، القاهرة مكتبة عين شمس ،1991.
27. ماهر أبو المعاطى على، مدخل الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية أسس نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، القاهرة ، مكتبة زهراء الشرق2003.

28. محفوظ احمد جودة ، إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، ب ط ، الأردن، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع ، 1997.
29. محمد العزازي أبو إدريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، ط1، الزقازيق، المكتبة العلمية للطباعة، 1998.
30. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتاب القاهرة، 2004.
31. محمد حربي حسن وآخرون، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، ب ط ،الموصل ، دار الحكمة للطباعة والنشر، 1991.
32. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ب ط ، القاهرة ، الدار الجامعية، 1993.
33. محمد مصطفى أحمد، العلاقات العامة، ب ط ،الإسكندرية ، مطبعة سامي ، 1992.
34. محمد محمد الهادي، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، ط1، القاهرة ،المكتبة الأكاديمية، 1995.
35. محمد محمد البادي، العلاقات العامة وطبيعة الرأي العام، ط1، جدة ،دار الشروق، 1984.
36. محمد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، ب ط ،الإسكندرية ، دار المعرفة الاجتماعية، 2001.

37. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المدخل الأساسية للعلاقات العامة، ب ط، القاهرة، دار  
الفجر، 1994.

38. مهدي حسن زويلف، احمد القطامين، العلاقات العامة النظرية والأساليب، ب ط  
، عمان، دار حنين، 1994.

39. هدى لطيف، العلاقات العامة، ب ط، القاهرة، الشركة العربية للنشر، 1997.

40. يحيى محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظرية الحديثة، ب ط، القاهرة، مكتبة القرآن  
للنشر والتوزيع .

ب- الكتب المترجمة:-

1- فيليب هينسلو، ترجمة، خالد العامري، فن إدارة العلاقات العامة، ط1، مصر، دار  
الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2007.

2- ترجمة، سعد الحسني، ممارسة العلاقات العامة، ط1، الإمارات، دار الكتاب  
الجامعي، 2007.

ثانيا / رسائل الماجستير:

1. الأخضر على البكوش، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بقطاع الطيران في  
ليبيا، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية الليبية للبيبة بنغازي، 2011.

2. سالم الطالب، مدي إدراك الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير  
منشورة، جامعة قار يونس، 2006.

3. سليمان رابح الشريف، الدور الوظيفي للعلاقات العامة بالهيئة العامة لإذاعات الجماهيرية  
العظمي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قار يونس، 2007.

4. سكينه محمود التهامي، قياس الاتجاهات نحو ممارسة وظيفة العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية الليبية بنغازي، 2010.
5. عبد الله حمدينه المرضي ، وظائف وأهداف العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، دراسة ميدانية على مراكز رعاية وتأهيل المعوقين بمدينة بنغازي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة قار يونس، 2004م.
6. عبد الله عبد العالی جاد الله، العلاقات العامة في بعض الشركات النفطية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قار يونس، كلية الآداب قسم العلاقات العامة 2004 م.
7. عز الدين عبد المولى نصر، اتجاهات مؤسسات المجتمع المدني نحو العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية الليبية بنغازي، 2013.

#### ثالثاً / الدوريات:

1. أبو بكر المبروك الغزال، تنظيم إدارة العلاقات العامة، مجلة البحوث الإعلامية، 2007، ع38-39.
2. أحلام فرج المبروك، عزة أبو بكر المنصوري، مجلة البحث والإعلامية، 2008، العدد 43.
3. عبير زهري، تطور العلاقات العامة في المؤسسات الليبية، مجلة البحوث الإعلامية، 2007، ع34-35.

رابعاً /شبكة المعلومات الدولية:

1. <http://awqaf.gov.ly> الصفحة الرئيسية لوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دولة ليبيا.

خامساً / المقابلات :

1. أحمد المزيني مدير مكتب الأوقاف فرع طبرق يوم الاثنين بتاريخ 1. 8. 2016 الساعة

12 صباحاً.

2. إدريس أمراجع إدريس احفيتز موظف لدي العلاقات العامة فرع البيضاء، يوم الأربعاء

بتاريخ 28. 7. 2016 الساعة 11.30 صباحاً.

3. أشرف عبد العالی العرفي مدير مكتب الأوقاف فرع درنة، يوم الثلاثاء بتاريخ 19 . 9 .

2016 الساعة 12 صباحاً.

4. عادل الحسوني رئيس قسم العلاقات العامة فرع بنغازي يوم الثلاثاء بتاريخ 18. 7.

2016 الساعة 11 صباحاً .

5. عاشور العرفي رئيس قسم الشؤون الإدارية فرع المرج، يوم الأحد بتاريخ 24. 7. 2016.

الساعة 10 صباحاً.

6. محمد الشبلي موظف لدي العلاقات العامة فرع بنغازي، يوم الأربعاء بتاريخ 19 . 7 .

2016 الساعة 11.45 صباحاً .

7. محمد ساسي رئيس قسم العلاقات العامة فرع درنة ،يوم الاثنين بتاريخ 18. 9. 2016.

الساعة 10.30 صباحاً.

الملاحق



"أخي المبحوث

"السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرني أن أضع بين يديك هذا الاستبيان الذي صمم لجمع المعلومات اللازمة للبحث الذي أقوم بإعداده لغرض استكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير في مجال العلاقات العامة بكلية الإعلام تحت عنوان:(تقييم العاملين بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية لأداء العلاقات العامة). لذا نأمل منكم الإطلاع على كل عبارة من عبارات هذا الاستبيان والإجابة عليها بكل دقة وموضوعية ، علماً بأن أجابتك ستكون موضع العناية والاهتمام والسرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

هذا الاستبيان مخصص للجمهور الداخلي

(شاكرين لكم حسن تعاونكم ومقدرين جهودكم)

وتقبلوا خالص تحياتي

الباحث

زهير مفتاح عبد السميع



### أولاً: البيانات الشخصية والوظيفية

- 1- النوع أ- ذكر ( ) ب- أنثى ( )
- 2- العمر أ- أقل من 20 سنة ( )
- ب- من 20 سنة إلي أقل من 30 سنة ( )
- ج- من 30 سنة إلي أقل من 40 سنة ( )
- د- من 40 سنة إلي أقل من 50 سنة ( )
- هـ- من 50 سنة إلي أقل من 60 سنة ( )
- و- من 60 سنة فأكثر ( )

### 3- المؤهل العلمي

- أ- ابتدائي ( ) ب- إعدادي ( ) ج- ثانوي أو ما يعادلها ( )
- د- شهادة جامعية أو ما يعادلها ( ) هـ- عالي – ماجستير & دكتوراه ( )
- و- غير ذلك ( )

### 4- مدة الخدمة في الوزارة

- أ- أقل من 5 سنوات ( )
- ب- من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات ( )
- ج- من 10 سنوات وأقل من 20 سنة ( )
- د- من 20 سنة فأكثر ( )

ثانياً:- في حال وجود العلاقات العامة داخل الوزارة فيما يلي عدد من العبارات التي توضح وظيفة جهاز العلاقات العامة في أي مؤسسة حدد الوظائف التي يمارسها جهاز العلاقات العامة في وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية ؟ وما درجة ممارسة كل وظيفة ؟

		الممارسة	
لا تمارس	تمارس أحيانا	تمارس	العبارات
			الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات اللازمة عن الوزارة
			متابعة البيانات والمعلومات التي تنشر عن الوزارة في وسائل الإعلام المختلفة
			استقبال الزوار وتنظيم زياراتهم
			تنظيم الحفلات والمناسبات
			تقديم الهدايا في الحفلات والمناسبات
			تنظيم عقد المؤتمرات والندوات
			تنظيم وإقامة المعارض أو الاشتراك بها

لا تمارس	تمارس أحيانا	تمارس	الممارسة العبارات
			إصدار كتيبات ونشرات
			تصميم الإعلانات والمصقات
			القيام بأنشطة رياضية
			مشاركة الإدارة في أتحاذ القرارات ووضع الخطط السنوية لسير العمل في الوزارة
			نقل وجهات نظر وشكاوي الجمهور الداخلي إلي الإدارة العليا
			إجراء البحوث والدراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي اتجاه الوزارة
			تحليل اتجاهات الرأي العام نحو الوزارة

لا تمارس	تمارس أحيانا	تمارس	الممارسة العبارات
			تنظيم الرحلات والإشراف عليها
			القيام بأعمال السكرتارية للإدارات المختلفة بالوزارة
			أنجاز الأمور والمصالح الشخصية للإدارة العليا

ثالثاً:- في حالة عدم وجود جهاز للعلاقات العامة بالوزارة؟

س1: ما هي أسباب عدم ممارسة هذا الجهاز؟

أ-عدم الدراية بوجود جهاز العلاقات العامة ( )

ب-عدم توفر كوادر متخصصة في مجال العلاقات العامة بالوزارة ( )

ج- عدم الاقتناع الإدارة العليا بالوزارة بأهمية العلاقات العامة ( )

د- أسباب أخرى

.....  
.....  
.....

س2: هل توجد جهة أخرى بالوزارة تمارس نفس مهام العلاقات العامة؟

أ-ما مسمي هذه الجهة.....

ب- ما هي تبعيتها التنظيمية.....

ج- ما هي اختصاصاتها.....

س3: هل هذه الجهة هي أفضل جهة لممارسة العلاقات العامة بالوزارة؟

نعم ( ) لا ( )

وما هي الأسباب في الحالتين:

.....  
.....  
.....  
.....



## **Abstract**

This study aims at identifying perspectives of officials at Ministry of Endowments and Islamic Affairs for the performance of the public relationships through the nature of the tasks assigned to them at the ministry. The study, also, aims at identifying the range of the practices of the public relationships to all tasks and activities required, identifying the nature of the public relationships' work based to the perspectives of the officials working at them, and identifying the average of achieving the public relationships' objectives and standing on the challenges encountered.

This study is considered one of the descriptive studies, which bases mainly on survey. Hence, the researcher has conducted a comprehensive survey for perspectives of the officials at Ministry of Endowments and Islamic Affairs, ranged 159, in the eastern part of Libya. The researcher has used questionnaire and interview to gather the data of the study.

Amongst the most significant findings the study has reached are the follows:

1. The public relationships contact with media institutions and provide them with the necessary information about Ministry of Endowments and Islamic Affairs.
2. The participants of the study agree that receiving guests and arranging their visits pertain to public relationships.
3. The participants of the study agree that practices of advertisement designing and posters are involved in the tasks of the public relationships.

4. The interviews with officials at public relationships have revealed that the body to which the public relationships be under in the ministry is administrative affairs.
5. The administrative level of the public relationships at most of the headquarters at the ministry is Department of Public Relationships.
6. The interviews with the officials at the public relationships, also, have shown lack of self-budget.





# **Assessment of Employees at Ministry of Endowment and Islamic Affairs for Performing Public Relationships**

By

Zouhair Moftah Abd Alsameea

Supervisor

Dr. Ellafi Idris Refadi

This thesis is presented in partial fulfillment of the requirements  
of the Master of Media Degree in Public Relations

University of Benghazi

Faculty of Media

February 2018