

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أثر المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة

دراسة ميدانية بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبتين:

شوديرة مريم

ضفاء غرس الله

السنة الجامعية: 2021-2022

الشكر والتقدير

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه وأشكره على
توفيقه لإتمام هذا

العمل

وإنجازه على هذا الوجه

وأتقدم بخالص الشكر والامتنان لأستاذ الفاضل أبو بكر بوعزيز
على توجيهاته ونصائحه الثمينة وعلى وسعة أفقه .

والشكر لكل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص
بالذكر

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة،
بمرجع .

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية،

أتقدم بإهداء عملي

المتواضع إلى:

من أحسن إلي أبي العزيز.

وإلى من أنارت في قلبي حب العلم أمي العزيزة.

وإلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم.

وإلى كل من قدم إلي المساعدة سواء من قريب أو من بعيد.

خطة الدراسة

الشكر والتقدير

الإهداء

مقدمة

الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية والمنهجية

1- إشكالية الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- الدراسات السابقة

1-6- تحديد المفاهيم والمصطلحات

2- المدخل النظري للدراسة

3- الإجراءات المنهجية للدراسة

3-1- مجالات الدراسة

3-2- منهج الدراسة

3-3- أدوات جمع البيانات

الإطار النظري:

أ- مهارات القيادة النسوية

1- أسباب الاهتمام بالقيادة النسائية:

2- أهداف القيادة النسائية:

3- خصائص القيادة النسائية:

4- الفرق بين قيادة المرأة وقيادة الرجل:

5- صعوبات القيادة النسائية:

6- واقع القيادة النسائية في الجزائر:

ب- العلاقات العامة

1- نشأة وتطور العلاقات العامة.

- 2- مفهوم العلاقات العامة:
- 3- مبادئ وأسس العلاقات العامة:
- 4- وظائف العلاقات العامة:
- 5- أهمية وأهداف العلاقات العامة:
- 6- نظريات العلاقات العامة

الإطار التطبيقي

-تمهيد

7-1- تفرغ البيانات وتحليلها

7-2- النتائج النهائية للدراسة

- خاتمة

- قائمة المراجع

- قائمة الملاحق

- فهرس المحتويات

مقدمة

يعتبر موضوع القيادة من الموضوعات الهامة عبر الأزمنة، فهو يشكل محورا مهما تركز عليه مختلف النشاطات، فإذا نظرنا إلى الأمة العربية قبل ظهور الإسلام فأنها لم تكن سوى مجموعة من القبائل المتفرقة حيث تعددت فيها الزعامات وقلت فيها وحدة الملكية، وبمجيء الرسول الكريم - صلى الله عليه وسلم وبظهور الإسلام تحولت هذه المجموعات من القبائل المتفرقة إلى أمة قوية فرضت سيطرتها على جزء كبير من العالم، وفي العصر الحديث ومع تطور الدولة واتساع خدماتها أصبحت القيادة الحكيمة الواعية أمرا لا غنى عنه لترشيد سلوك الأفراد وحشد طاقاتهم وتعبئة قدراتهم وتنسيق جهودهم وتنظيم أمورهم وتوجيههم الوجهة الصحيحة نحو تحقيق الأهداف والغايات المرجوة، فالعملية الإدارية هي في الأساس عملية توجيه وتنظيم وتنسيق جهود الأفراد أو الجماعات في سبيل تحقيق أهداف وغايات معينة فردية كانت أو جماعية، ومن ثم يمكن القول أن القيادة تمتد جذورها إلى الوقت الذي بدأ فيه التفاعل الاجتماعي وتوزيع العمل بين الأفراد والجماعات في تنظيمات ونظم اجتماعية متعددة، ومنذ ذلك الوقت والقائد الإداري يشكل اهتماما رئيسيا للباحثين والمفكرين الذين حاولوا من خلال دراساتهم وبحوثهم تحليل سلوك القائد واتجاهاته من جميع جوانب، ومع بروز هذا التطور الذي عرفه العالم، لقيت المرأة اهتماما متميزا لإسهامها الفعال في إنجاز خطط التنمية، وقد شهدت العقود الأخيرة اهتماما كبيرا بأدوار ووظائف المرأة، بحيث أن هذا الاهتمام جاء نتيجة الحراك السياسي والاجتماعي والاقتصادي والذي بدوره أدى إلى تغيير أحوال المرأة ومكانتها وأدوارها الاجتماعية. وكذلك تشهد المنظمات بمختلف نشاطاتها عدة تطورات، وهذا راجع إلى الانعكاس الواسع للعصر الحالي الذي يتسم بالتغيير السريع والمتلاحق، والتي وجدت المؤسسات نفسها مخيرة على مواكبة هذا التغيير وإحداث التكيف والتوافق معه، وهذا ما يجعلها تبحث عن أنجح الوسائل الفعالة في تحقيق أهدافها، مما يفرض عليها بالدرجة الأولى ضبط سلوك مواردها البشرية والذي يكون مرتبط بقيادة إدارية أن القيادة تحتل مكانا بارزا في التنظيم وينسب إليها الفشل أو النجاح أي عمل، ومما يزيد في أهميتها التغيير والتعقيد اللذان هما سمتا العصر الحديث، فالمرأة القائد في الإدارة الجزائرية اليوم تقع على عاتقها مسؤوليات عديدة تتمثل أساسا في توظيف الطاقات البشرية، حيث تشكل هذه الطاقات البشرية في الإدارة نظاما اجتماعيا يتفاعلون فيه من أجل الوصول إلى الأهداف المرسومة، مما يجعلها تبحث عن أنجح الوسائل الفعالة لتحقيق هذه الأهداف، وهذا يفرض عليها بالدرجة الأولى.

مقدمة

كما إن العلاقات العامة تبنى بشكل جوهري على العنصر البشري وكاريزما القيادة لدى أعضائها ومن أهم المؤهلات المطلوبة هي (التخاطب، الاستماع، الكتابة، لباقة الكلمة، حسن المظهر، البساطة، التواضع، الثقافة، الحماسة، الكياسة، التنظيم في قدرة هيكلة العمل، التواصل والمتابعة، القدرة على التعامل مع المفاهيم الإدارية، إمكانية صنع واتخاذ القرار في الأوقات الحرجة، مواكبة التطور والمناهج الحديثة، وأخيرا الاهتمام بموضوع الإتيكيت، خاصة احترام الوقت).

فالعلاقات العامة، هي وظيفة إدارية في غاية الأهمية هدفها التواصل والاتصال المنفعي الصادق والأمين لغرض الوصول إلى الهدف، معتمدة على عدة مؤهلات أيضاً كما أنها تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى الروابط بين المؤسسة وجمهورها، والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة، وكذلك فإن كاريزما القيادة تلعب دوراً كبيراً في التأثير إيجابياً أو سلبياً في أجندة ازدهار الاقتصاد الوطني من حيث إنها تستند على المعلومات الأساسية التي تمرر من قبل الجهات المسؤولة.

لذا سنحاول في دراستنا هذه معرفة أثر المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة، ولذلك تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث أطر: الاطار المنهجي والاطار النظري، والاطار التطبيقي.

فبالنسبة "للاطار المنهجي" تم فيه ضبط إشكالية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع تحديد أهمية دراسة الموضوع وكذلك الأهداف من الدراسة والدراسات السابقة، كما قمنا بتحديد المفاهيم والمداخل النظرية، كذلك تحديد مجالات الدراسة ومنهج الدراسة وأخيرا جمع البيانات، أما الاطار النظري فقد تم تقسيمه إلى جزأين، الأول خصص لمنصات القيادة النسوية، أما الثاني فخصص للعلاقات العامة.

وأخيرا تناولنا الدراسة الميدانية بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة اعتمادا على نتائج استمارة الاستبيان ثم تفسير وتحليل البيانات، ونتائج الدراسة وذلك من خلال المبحوثين إذ اختص المبحث الأول بتفريغ وتفسير النتائج، أما المبحث الثاني فقد تناول نتائج الدراسة بعدها خاتمة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية:

1-1-تحديد الإشكالية:

إن ما يشهده العالم اليوم من التحولات ومن استشراف المستقبل، ومواكبة التطورات في مختلف مجالات الحياة، كل هذا مبني على الاستثمار في رأس المال البشري، أي أن الموارد البشرية هي القوة القادرة على الخلق والعطاء من خلال الاستثمار في هذه الطاقات من خلال صناعة القيادات الإدارية والتي تعتبر سمة العصر الحالي والشغل الشاغل لرواد المؤسسات التي تسعى إلى حجز مكانتها ، فكثيرا ما يكون إخفاق المنظمات راجعا لافتقاد قيادة ذات كفاءة عالية، لأن نمط السلوك القيادي يؤثر تأثيرا جوهريا على أداء الأفراد ورضاهم.

ومع ما يشهده العالم اليوم من التقدم التكنولوجي والتغيرات في مختلف المجالات فتح المجال أمام العنصر النسوي لتقلد مناصب قيادية، أي أن القيادة لا تقتصر فقط على الرجال إنما أصبحت تتعدى ذلك إلى قيادة مؤسسات من قبل نساء ففي الجزائر كانت المرأة تشارك في الأعمال في فترة الاستعمار عملنا كمبرضات وفي المجال الزراعي، أما بعد الاستقلال توجب على النساء أن يعملن وهذا بسبب الوضعية التغيرات الاجتماعية التي طرأت على المجتمع الجزائري، لذا تفتنت الحكومة الجزائرية إلى ضرورة تعليمهن من أجل المشاركة في العمليات الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية، حيث وتمكنت المرأة من اقتحام بعض الوظائف التي كانت وقفا على الرجال، وشيئا فشيئا أصبح هناك تواجد نسوي في الوظائف القيادية في مختلف القطاعات، لذا كان لابد على القيادة النسوية أن تعمل على إلهام الأفراد ليقدموا أفضل ما لديهم لتحقيق النتائج المرجوة ووتوجيههم عن طريق توفير فرص التدريب وكذلك الحوافز المادية والمعنوية المناسبة لهم، بإتباع أساليب قيادية ناجعة في هذا المجال بغية الحصول على التزام هؤلاء الأفراد نحو منظماتهم، وهذا ما يؤدي إلى تحقيق رسالة وأهداف المنظمة بتقديمهم أفضل ما لديهم لخدمة المنظمة والمحافظة على علاقتها العامة.

وباعتبار أن إدارة العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المنظمات وجمهورها الداخلي والخارجي، وهي صوت وواجهة المنظمة، ويتأثر عملها بالقيادة ومدى اقتناعها بدورها وإعطائها الصلاحيات اللازمة للقيام بعملها، ومع التحول الذي تشهده العلاقات العامة قد يظهر ويتجلى دور المرأة القائدة في تشجيع التجديد والتحول، وقد خرج ملتقى العلاقات العامة 2015م بضرورة دراسة تطور مجال العلاقات العامة وتوظيف هذا التطور بشكل علمي وسليم. وقد أظهرت نتائج الدراسات السابقة حول القيادة وجود أثر إيجابي لها على إدارة الموارد البشرية، وإدارة الجودة الشاملة؛ بالإضافة إلى أثرها على أداء العاملين، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية؛

في حين أن القيادة وأثرها على أداء العلاقات العامة الرقمية لم يلق اهتمام الباحثين، وقد كشفت دراسة (Stacks&Man،2014) أن أبحاث العلاقات العامة لم تدرس بشكل كاف دور القيادة في فعالية الاتصال بال جماهير؛ من هنا جاءت هذه الدراسة لمحاولة استكشاف أثر المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة.

ومما سبق بيانه يجعلنا نوجه اهتمامنا إلى المشكلة التالية:

هل للمهارات القيادية للمرأة أثر في مجال العلاقات العامة؟

وبناء على هذا الإشكال نطرح التساؤلات التالية:

- هل لوسائل العلاقات العامة دور كبير في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة؟.
- ما مستوى المهارات القيادية للمرأة في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة؟.
- هل لمهارات المرأة القيادية أهمية في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة؟.

1-2- أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار موضوع أثر المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تشكل في مجملها حافزا أساسيا لتقصي أبعاد هذا الموضوع.

- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
- الارتباط المباشر الذي يربط موضوع البحث بتخصص الدراسة "اتصال وعلاقات عامة".
- الرغبة والميل النفسي لمعرفة المهارات القيادية للمرأة وكذا الدور الحقيقي للعلاقات العامة في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.
- قلة الدراسات في هذا الجانب
- الرغبة في زيادة الكفاءة في البحث العلمي، مما يؤهلنا للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

- الأسباب الموضوعية:

- إعطاء صورة شاملة لهذا الموضوع

- إمكانية البحث في الموضوع ككل باعتباره موضوعا جديدا وكذا فتح المجال للطلبة الجامعين للبحث أكثر ومن زوايا أخرى.
- الاعتراف المتزايد للمرأة في تقلد المناصب القيادية ومحاولة الكشف على المهارات القيادية لديها.
- التوجه الكثيف والاهتمام المتزايد بمجال العلاقات العامة.
- المكانة التي تلعبها العلاقات العامة كونها تعد من أهم الركائز الأساسية لنجاح وديمومة استقرار المؤسسة سواء كانت خدمتية أو إنتاجية.
- قابلية هذا الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية، وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة والتأكد من صحة فرضياتها.

1-3- أهمية الدراسة:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها، بحيث نرى في الآونة الأخيرة تقلد المرأة للمناصب القيادية في جل المؤسسات.
- تمثل القيادة حلقة الوصل بين العاملين وبين خطط المؤسسة وتصوراتها المستقبلية، حيث تساعد في حل مشكلات العمل وحسم الخلافات والترجيح بين الآراء.
- يظهر بعض القادة خاصة القيادة النسوية أسلوب إدارة مسيطر ومتحكم، يعرقل النشاطات الجماعية، لذا تبرز أهمية امتلاك مهارات قيادية تسمح بتحقيق الأهداف المرجوة من فرق العمل.
- الحاجة الملحة للعلاقات العامة باعتبارها نشاط حيوي داخل المؤسسة صار أمرا ضروريا لا مفر منه، نتيجة للتغير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة ومختلف التغيرات الواسعة التي طرأت عليها من حيث شكها وتكوينها وطبيعتها على مختلف الأصعدة والتي منها تقلد المرأة للمناصب القيادية وهذا ما يتطلب منها امتلاك مهارات قيادية تعمل على تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة.
- الكثير من المؤسسات الجزائرية أصبح قادتها من العنصر النسوي فهي تدرك أن شخصية المؤسسة لا تختلف عن شخصية قادتها فهي تؤثر وتتأثر بصورها شخصية محبة صادقة مخلصه.. الخ.
- الحرص الشديد للمؤسسات عامة والمؤسسة محل الدراسة خاصة على اكتساب مهارات العلاقات العامة والاهتمام بها ومحاولة تسهيل وتذليل العقبات التي تحول دون إنجاز الدور المنوط بها ولا يتم هذا إلا من خلال امتلاك قادتها للمهارات اللازمة لذلك.

1-4- أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة ما إذا كان للمهارات القيادية للمرأة أثر في مجال العلاقات العامة.
- محاولة معرفة ما إذا كان لمهارة اتخاذ القرار لدى المرأة القائدة أثر في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.
- محاولة معرفة ما إذا كان لمهارة الاتصال لدى المرأة القائدة النسائية أثر في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.
- محاولة معرفة ما إذا كان لمهارة إدارة الصراع والاجتماعات لدى المرأة القائدة النسائية أثر في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.

1-5- الدراسات السابقة:

الدراسة رقم (1):

دراسة (مروة أبو النور 2012): "العوامل المؤثرة في أنماط السلوك القيادي لدى القيادات النسوية في منظمات المجتمع المدني". قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات النجاح لنيل الدبلوم العالي في إدارة مؤسسات المجتمع المدني من التعليم المستمر ، غزة: الجامعة الإسلامية.

مشكلة الدراسة: ماهي العوامل المؤثرة في أنماط السلوك القيادي والمهارات الاجتماعية لدى القيادات النسائية في منظمات المجتمع المدني ؟

الفرضية العامة: العوامل المؤثرة في أنماط السلوك القيادي والمهارات الاجتماعية لدى القيادات النسائية في منظمات المجتمع المدني.

الفرضيات الجزئية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية والمنافسة مع المدراء الذكور في منظمات المجتمع المدني.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية ونوع القيادة التي يمارسها المدير في منظمات المجتمع المدني.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية والمؤهل العمي في منظمات المجتمع المدني. - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية ونظرة المؤسسة.

منهج الدراسة: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في إجراء الدراسة التي تحاول من خلاله وصف الظاهرة، ويمكن خلاله تفسير وتحليل الظاهرة وتستخدم مختلف الأساليب المناسبة من كمية وكيفية التعبير عن الظاهرة وتفسيرها. وقد استخدمت الباحثة استمارة استبيان. حيث قامت بتوزيع 60 استبانة واسترداد 52 استبانة والتي خضعت للتحليل.

نتائج الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية والمنافسة مع المدراء الذكور في منظمات المجتمع المدني تعزي لمتغير الجنس، وهذه الفروق الصالح الإناث.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية والخبرة المهنية في منظمات المجتمع المدني في غرة تعزي لمتغير المؤهل العلمي وسنوات الخبرة.
 - أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القيادة النسائية ونوع القيادة التي يمارسها المدير
 - توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأنماط القيادية وأنواع القادة الموجودين.
- لقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال متغير القيادة، كون دراستنا تتمحور حول القيادة النسوية، فهذه الدراسة ساعدتنا في إثراء موضوعنا وبالضبط، من خلال اعتمادنا على التعاريف التي ذكرت في هذا الصدد حول موضوع القيادة.

الدراسة رقم (2):

دراسة "نسرین تواتیت" تحت عنوان (القيادة النسوية وعلاقتها بأداء العاملين دراسة ميدانية في جامعة الحاج لخضر)، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنظيم وعمل شعبة علم اجتماع قسم العلوم الاجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية السنة الجامعية 2013/2014

حيث تمثلت الفرضية العامة هذه الدراسة في "تعمل القيادة النسوية على رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة"، أما الفرضيات الجزئية فكانت:

- وظائف القيادة النسوية تؤثر إيجابيا في تحقيق التزام العاملين.
 - نمط القيادة النسوية يحسن من فاعلية أداء العاملين .
 - السمات والمهارات القيادية للمرأة تمكن العاملين من الأداء الجيد.
- وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

- بناء تصور كلي ونموذج معرفي لتحقيق ثورة المرأة القائد وذلك من خلال تحقيق دورها الوظيفي. - إثراء البحث العلمي بدراسات علمية حول هذه الظاهرة التي لا يزال يشوبها بعض الغموض والعلاقة بين متغيري الدراسة: "القيادة النسوية" و"مستوى أداء العاملين".

- محاولة معرفة مدى تأثير المرأة القائدة على فاعلية أداء العاملين معها.

- إبراز طبيعة تعامل المرأة القائد مع الفئة المرؤوسة ومدى تأثيرها على أدائها.

- كسر الصور النمطية للمرأة القائد وذلك من خلال المكانة الهامة التي تحتلها داخل المنظمة به للرفع من مستوى أداء مرؤوسيه ومن خلال الدور الذي تؤديه.

وقد استخدمت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، واستخدمت الجمع البيانات الملاحظة والمقابلة وكذا الاستمارة، وفيما يخص العينة اعتمدت على المسح الشامل المجتمع البحث. وخلصت نتائج دراسة في أن:

- لكل وظيفة من وظائف القيادة النسوية دور تلعبه في تحسين وزيادة الأداء الوظيفي للعاملين وممارسة القائدة لتحقيق التزام العاملين في عملية التوجيه والمراقبة والتنسيق عن طريق تتبع مستويات وظروف الأداء إضافة إلى تقسيم العمل وتوزيع المهام توزيعاً عادلاً على الموظفين وفتح قنوات الاتصال والتفاعل بين القائدة والمرؤوسين، كل ذلك يزيد من كفاءة العاملين وقدرتهم على العمل كما تحقق التزامهم الوظيفي.

- بالإضافة إلى النمط القيادي للمرأة يساعد العاملين على زيادة رغبتهم لأداء أعمالهم وذلك من خلال القيادة الاستشارية التي تفتح أمامهم مجال تفويض السلطة والمشاركة في اتخاذ القرارات مما يزيد من الشعور بالانسجام والانتماء، فيساهم ذلك في تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية.

- وأما المهارات والصفات القيادية للمرأة فتساعد الموظفين على زيادة رغبتهم في أداء العمل بشكل جيد وصحيح وذلك من خلال قدرة القائدة على مواجهة التغير والتغاير وكذا تركيزها على العلاقات الإنسانية والعمل بروح فريق مما يحسس العامل بالانتماء، كذلك مهارتها الإبداعية والتطويرية وقدرتها على التواصل مع العاملين يحفزهم على الأداء الجيد في المنظمة.

الدراسة رقم (3):

دراسة (الحسين، 2011) وهي بعنوان: السمات والمهارات التي تتميز بها المرأة القيادية الأردنية

والصعوبات التي تواجهها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على السمات والمهارات التي تتميز بها المرأة القيادية الأردنية في وزارة التربية والتعليم الأردنية والصعوبات التي تواجهها ، واستخدمت الباحثة المنهج النوعي للبحث، وقد تكونت عينة الدراسة من (55 فردا 27 امرأة قيادية، 7 رؤساء، 21 مرؤوسين) والتي تمثل مجتمع الدراسة. واستخدمت الباحثة لجمع المعلومات أساليب المقابلة والملاحظة ومراجعة الوثائق الرسمية. وتوصلت الباحثة إلى النتائج التالية: لا تعتبر الحالة الاجتماعية عائقا أمام وصول المرأة إلى مركز قيادي و لا توجد علاقة بين المؤهل العلمي أو الخبرة أو الدورات التدريبية وبين وصول المرأة إلى مركز قيادي وتواجه المرأة الإدارية القيادية بعض المعوقات للوصول إلى المراكز القيادية أهمها: الصورة النمطية السلبية للمرأة في ذهن الرجل، ومحدودية طموحها وعدم ثقتها بنفسها وبقدرةاتها، وعدم استمراريتها بالعمل، والتحيز و المحسوبية والعشائرية

الدراسة رقم (4):

دراسة الرقب (2009): معوقات ممارسة المرأة للسلوك القيادي في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة وسبل التغلب عليها هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أكثر المعوقات شيوعا والتي تحول دون ممارسة المرأة للسلوك القيادي في مؤسسات التعليم العالي، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة، و بلغت عينة الدراسة (284) عاملا وعاملة. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أكثر المعوقات كانت الاجتماعية ، وبدرجة توافر كبيرة، وتلاه مجال المعوقات السياسية (بدرجة توافر كبيرة، وتلاه مجال المعوقات الشخصية) وبدرجة توافر متوسطة لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغيرات الدراسة الجامعة، التصنيف الوظيفي، سنوات الخدمة ولكن توجد فروق تبعا للجنس، وذلك لصالح الذكور.

الدراسة رقم (5):

دراسة (الغانم وآخرون، 2008) وهي بعنوان : معوقات تولى المرأة للمناصب القيادية في المجتمع القطري هدفت هذه الدراسة إلى تحديد المعوقات التي تواجه المرأة لتوليها المناصب القيادية في المجتمع القطري، واستخدم الباحثون المنهج التحليلي الوصفي، وأعد الباحثون استبانة وتم تطبيقها على عينة بلغ عددها (1015) شخصا يمثلون مختلف شرائح المجتمع، وكذلك عقد العديد من المقابلات وكانت النسبة متقاربة ما بين عدد الذكور والإناث، وتم طرح الأسئلة التالية ما أهم المعوقات التي تواجه المجتمع والتي تحد من تمكين المرأة المشاركة الفاعلة في عملية صنع القرار في المجتمع القطري، ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن

المجتمع يضع المرأة في صورة التابع، وليس في مركز الصدارة وأنها لا تصلح إلا للأعمال المكتبية وأغلبية العينة يفضلون أن يكون رئيسهم رجلا حتى النساء أنفسهم .

الدراسة رقم (6):

دراسة لبصير فطيمة اشرفا أ. د/ فضيل دليو بعنوان "واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري" مجلس الأمة نموذجاً - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة من إعداد - سنة 2007-2008.

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة واقع ممارسة العلاقات العامة في البرلمان الجزائري من خلال مجلس الأمة بصفتها الغرفة الثانية في الصرح الوطني العام، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي: ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في مجلس الأمة؟

وللإجابة على تساؤل الدراسة صاغت الباحثة فرضية عامة انضوت تحتها مجموعة من الفرضيات الفرعية نذكرها فيما يلي:

الفرضية العامة: لا تولى إدارة مجلس الأمة أهمية كبيرة للعلاقات العامة (من حيث موقعها في الهيكل التنظيمي والوظائف).

انطلاقاً من موضوع الدراسة واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المناسب لجمع بيانات دقيقة عن الظاهرة محل الدراسة. كما حاولت تحديد العلاقات بين هذه الظاهرة، وللقيام بجمع وجرد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع، وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة استلزم استخدام "منهج المسح بالعينة" في بحثها

وأكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة في مجلس الأمة يحمل هذا الاسم غير أن مهامها موجودة تتقاسمها مجموعة من المصالح والمكاتب ولهذا لم يعطى مجلس الأمة إدارة العلاقات العامة حقها، ولم تحظى بالاهتمام الكافي لتكون فاعلة ومؤثرة في المؤسسة وهو ما يثبت الفرضية الأولى في عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مجلس الأمة. كما أن الفرضية الثانية قد تحققت، حيث أثبتت النتائج أن إدارة العلاقات العامة قد أسندت لمجرد إداريين. وتؤكد إجابات الباحثين أن مهام ووظائف العلاقات العامة لم تعتمد على عملية التنسيق مع وسائل الإعلام والقيام ببعض المهام التشريفية كاستقبال الضيوف والإعداد للمحاضرات والمؤتمرات، وهو ما يثبت الفرضية الثالثة في أن وظائف العلاقات العامة تقتصر على القيام ببعض المهام لتحسين صورتها العمومية.

كما كشفت النتائج أن مشاركة الجمهور في مهام العلاقات العامة نوعية، وتمثل هذه المشاركة في تقديم تقارير ودراسات وتقديم مقترحات وآراء، وأن مسار المعلومات يكون في اتجاهين، وهو ما يحقق الاتصال المزدوج، وهذا يفند الفرضية الرابعة التي تقول بأن مسار المعلومات في مجلس الأمة يتخذ اتجاهًا واحدًا وهذا ما يبين أن مجلس الأمة يعتمد على نموذج الاتصال غير المتكافئ في اتجاهين في ممارسة العلاقات العامة، هذا النموذج الذي يعتمد على إقناع جماهير المنظمة للتصرف وتبني سلوكيات تتفق مع أهدافها كما تستعمل الاتصال في اتجاهين من المصدر إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المصدر، لكن هذا الاتصال غالبًا ما يكون غير متكافئ ولا يأخذ بعين الاعتبار آراء واتجاهات الجماهير.

الدراسة رقم (7):

دراسة الرابعة نابتي خليدة: بعنوان واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية - دراسة حالة جامعة محمد خيضر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، بسكرة، السنة الجامعية - 2008/ 2007.

تتمحور إشكالية الدراسة على أن أي نجاح للمؤسسة يتوقف على المكانة التي توليها لهذه الوظيفة، ومن هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل العام الآتي: ما هو واقع العلاقات العامة في الجامعة؟ وللإجابة على هذا التساؤل سننطلق وفق التساؤلات الفرعية التالية:

- ما شكل تنظيم العلاقات العامة بالجامعة؟
 - ما موقع نشاط العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة؟
 - ما مكانة مسؤول العلاقات العامة؟ وفي أي مستوى من السلم الإداري يمارس نشاطه؟
 - ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة لاتصالاتها في المؤسسة الخدمية؟
 - هل العلاقات العامة للمؤسسة تتماشى مع الأهداف التي أقيمت من أجلها أم لا؟
- كان المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي باعتبار هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث، والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية وتحليلها بأكثر دقة ممكنة.
- وقد استخدمت الباحثة هذا المنهج في وصف الظاهرة المدروسة وقياس واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية وقد كان الهدف الأساسي من تلك الدراسة هو دراسة جوانبها الإدارية والتعرف على مدى التطور الذي لحق بها، ودراسة الطرق الاتصالية التي تستخدمها والتعرف على أهم المشكلات التي تعوق أدائها لوظائفها، كما اعتمدت الباحثة في بحثها على أدوات جمع البيانات وهي: الملاحظة - المقابلة - الاستمارة.

حيث خلصت هذه الدراسة إلى أهم النتائج العامة التي يمكن أن ندرجها كما يلي:

- من خلال ما قدم فيما يخص شكل تنظيم العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية الجامعية يتبين من أن الشكل التنظيمي الذي تتبعه إدارة العلاقات العامة في الجامعة يعتبر أسلوب اتصالي وهو أسلوب معين في التنظيم الإداري الحديث.
- أن مكانة القائم بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يعتبر على أساس المنصب (أ) على أساس اختيار المسؤول له، وليس على أساس التخصص الذي من المفروض يعتبر المعيار الوحيد للاختيار.
- أن معظم عمليات الاتصال بجماهير المؤسسة الداخلية، تعتمد على وسائل الاتصال الشخصي، أكثر من اعتمادها على وسائل الاتصال العامة:
- أن نوع الاتصال الشخصي أكثر تأثيراً وفاعلية من وسائل الاتصال العامة.
- أن هذه الوسيلة تتميز بقلّة المخصصات المالية لها.
- إن إدارة العلاقات العامة للمؤسسة الجامعة للأهداف التي أقيمت من أجلها، قد تحققت من خلال تحليل الجداول ولو كانت بطريقة بطيئة ويرجع ذلك حسب أغلبية المبحوثين حادثة هذه الإدارة بالجامعة ومقارنتها بالأعمال التي قامت بها من خلال نشاطاتها في الجامعة.

الدراسة رقم (8):

دراسة عيواج عذراء بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية - دراسة ميدانية بلدية قسنطينة، رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة، سنة 2008-2009.

تمحورت الإشكالية حول معرفة واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية مع اتخاذ بلدية قسنطينة ميدان للدراسة والبحث والتحليل، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي: ما هو واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية؟

وقد تفرعت عنه تساؤلات فرعية وهي:

- هل تعمل الإدارة المحلية الجزائرية على تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي؟
- هل تعاني العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية من مشاكل تضعف من مكانتها ودورها؟

كان المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي، باعتباره المساعد على وصف العلاقات العامة، والوقوف على عائقها داخل الإدارة المحلية الجزائرية، بهدف الوصول إلى وصف كامل ودقيق الموضوع البحث، وتحليلها بأكثر قدر من دقة وموضوعية، من خلال الاعتماد على الأسلوب الإحصائي الذي يقوم

بتحويل المعطيات من الصيغة الكيفية إلى الصيغة الكمية القابلة للقياس. حيث وظفت في هذه الدراسة لجمع البيانات الميدانية الاستمارة بصفة أساسية وهي نوعين، استمارة خاصة بالجمهور الداخلي وأخرى خاصة بالجمهور الخارجي التي تم توزيعها على عينة عشوائية طبقية مع الجمهور الداخلي، وهذا من خلال تقسيم بلدية قسنطينة إلى طبقات تضمنت كل المديرية والقطاعات الحضرية، واختارت منها عشوائيا 4 مديريات و5 قطاعات حضرية، كان العدد الإجمالي لأفراد موظفيها 2023 موظف، واختارت منهم 5% ما يعادل 101 موظف، تم توزيع الاستمارات عليهم اعتمادا على طريقة الحصص المناسبة. أما عينة الجمهور الخارجي فقد اعتمدت على العينة الحصصية للوصول إلى أفراد الجمهور واكتفت بأخذ (100) مبحوث في حدود الإمكانيات المتاحة. كذلك الاعتماد على الملاحظة والمقابلة والتي من خلالها يتسنى الحصول على إجابات للأسئلة المطروحة.

وقد خلصت هذه الدراسة التوصل إلى النتائج الآتية:

- توصلت الدراسة إلى عدم صحة هذه الفرضية والتي تدور حول وجود العلاقات العامة كجهاز إداري مختص في الإدارة المحلية الجزائرية وظيفته الاهتمام المستمر بالموظفين وتحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين. حيث أن ظهور العلاقات العامة كمديرية في بلدية قسنطينة هو ظهور شكلي فقط، فهي غير مجسدة على أرض الواقع.
- أما خلية الاتصال التي افترضنا أن تعوض جهاز العلاقات العامة وجدنا أنه لا يشرف عليها مختصون ومؤهلون، وهي لا تضطلع بالمهام الأساسية للعلاقات العامة التي تتمحور حول الاهتمام المستمر بالموظفين وتحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين.
- أن الإدارة المحلية الجزائرية لم تستوعب بعد أهمية إيجاد الصورة الذهنية الجيدة عن الجمهور الداخلي والخارجي حتى تضمن نجاحها واستقرارها مع البيئة المحيطة، فكيف لها إذن أن تعمل على تحسين تلك الصورة وباستعمال مختلف الأنشطة الاتصالية المساعدة على تحقيق ذلك الغرض.
- حول المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية والتي تضعف من مكانتها ودورها والتي من أهمها: أن العلاقات العامة لا تزال قيد الإهمال ولا تكتسي أهمية بالغة ولم تحتل بعد المكانة اللازمة التي تسمح لها من أداء أدوارها ووظائفها على أكمل وجه، بالإضافة إلى مشكل غياب المختصين والمؤهلين في الاتصال في الإدارة المحلية الجزائرية وسيطرة البيروقراطية عليها، والذي يتجسد من خلال إهمال شؤون المواطن، ونقص الاهتمام بمشاكل وشكاوى الموظفين والمواطنين على حد سواء، إضافة إلى ضعف استعمال الوسائل الاتصالية الحديثة في ميدان العلاقات العامة.

الدراسة رقم (9):

دراسة بوخناف هشام بعنوان: وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية - دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر- عنابة - تخصص علاقات عامة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، السنة الجامعية 2010/2011.

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى تأثير وظيفة العلاقات العامة باعتبارها حيوية ومهمة في المؤسسة، لضمان مكان في الوسط التنافسي على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر، وعليه جاء التساؤل المركزي كالآتي: هل لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة تأثيرا على أدائها المؤسسي؟ وقد تفرع من هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كالتالي:

- ما هي الدرجة التي تحتلها وظيفة العلاقات العامة في التفكير الاستراتيجي لمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟
- كيف تمارس فعل العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟
- ما هو تأثير فعل العلاقات العامة على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

كما استخدمت الدراسة للتوظيف الإحصائي ويظهر لنا جليا عند تحويل الأرقام إلى جملة من الدلالات الإحصائية ما يسهل علينا التعليق عليها وتحليلها ومن ثم الفهم وبالتالي إعادة بناء الظاهرة أو جملة الوقائع التي تمحورت حولها مجموعة من التساؤلات التي طرحت في البدء. ووظفت الدراسة أيضا، أدوات جمع البيانات من بينها: الملاحظة - المقابلة - الاستمارة.

وقد خلصت هذه الدراسة ضمن تساؤلات الدراسة إلى النتائج التالية:

- كان يراد من عملية هيكلية قطاع البريد والمواصلات في الجزائر عن طريق فصل النشاطات البريدية عن تلك المتعلقة بالاتصالات، إنشاء مؤسسة اتصالات الجزائر من أجل التموقع داخل سوق الاتصالات من خلال العمل على تنمية حصتها السوقية التي ضاعت عقب فتح القطاع سنة 2000.
- أصبحت مؤسسة اتصالات الجزائر من خلال هذه العوامل مؤسسة اقتصادية قوية تحتل مكانة جد متميزة في الاقتصاد الوطني، ويفترض أنها تضع في قمة هرمها أولويات تحقيق التفوق والتميز على منافسيها، وذلك عن طريق تقديم خدمات تتميز بالجودة العالية، فضلا عن تحديث مخرجاتها وتحقيق الاستجابة السريعة لإشباع حاجات بيئتها الداخلية والخارجية المتزايدة.

- تبين أنواع ممارسة العلاقات العامة بعيد كل البعد عن الواقع الحقيقي لها، وأنها غير مؤسسة على أسس علمية صحيحة، كما لازالت تعاني الكثير من سوء الفهم والتهميش، وهذا لوجود عدة عوائق تحد من وظيفتها ما أدى إلى فشلها في الوصول لتحقيق الأهداف التي أعدت من أجلها.

- وظيفة العلاقات العامة بعيدة إلى حد كبير عن القيام بعمليات البحث والتخطيط ورسم السياسات العامة في مجال العلاقات العامة وهو ما يشير إلى مركزية سلطة القرار. وعدم إتاحة الفرصة للمشاركة في هذه العمليات حتى وإن تمت.

- يوجد انعدام للتخصصات المالية اللازمة لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر - وتنوع من التعويض عن نقص التخصص المسجل في وظيفة العلاقات العامة، غالبا ما تلجأ مؤسسة اتصالات الجزائر إلى عملية التكوين، التي ليس لها علاقة بفن ممارسة وظيفة العلاقات العامة ويكون خارج التخصص.

- ومن خلال البحث يتبين أن أغلبية المناصب الحساسة والمسؤوليات في مؤسسة اتصالات الجزائر قد تم منحها للإطارات القديمة التي تعرف قطاع الاتصالات جيدا قبل هيكلته.

1-6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

هو ضبط المعنى المستخدم لها في البحث لأنه عادة ما نجد المصطلح الواحد أكثر من معني فيقوم الباحث بتحديد إطاره النظري بمعنى شرحه اللغوي من خلال قواميس وموسوعات علمية والمعاجم -المهارات القيادية:

هي تلك القدرات المكتسبة من خلال المعارف والخبرات التي تميز الشخصية القيادية عبر برامج تدريبية متخصصة وتظهر تلك المهارات من خلال الأدوار التي يؤديها مستقبلا (الوهبي، 2005، ص 9) وهي قدرة القائد على إحداث المواءمة بين الفريق والبيئة الخارجية والداخلية المحيطة بهذا الفريق بحيث يجعل من هذه البيئة قوة دافعة لتحقيق أهداف الفريق (دباش، 2013، ص 7)

التعريف الإجرائي:

مجموعة المهارات التي ينبغي أن تتوفر في المرأة القائدة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة والتي تركز على (مهارات الاتصال، مهارات اتخاذ القرار، مهارات إدارة الصراع والاجتماعات) وتؤهله للتأثير في العلاقات العامة للمؤسسة وتحقيق أهدافها.

– القيادة النسوية:

يعرف شرمرهورن (Shermerhorn) القيادة النسائية بأنها "أسلوب قيادي يتصف بمجموعة من الخصائص التي تشمل العمل التعاوني، وبناء العلاقات والعناية بالآخرين".

كما تعرف القيادة النسائية أيضا على أنها "مجموعة من القدرات والخصائص التي تتميز بها النساء في أداء المهام القيادية مثل التحفيز، تشجيع الاتصالات والقدرة على الإصغاء" (سلمان عباس الدليمي، 2016، ص 18).

أما نجم عبود نجم فيعرف القيادة النسائية بأنها النمط من القيادة المرتكزة على المجتمع، وتحمل قدرا عاليا من خصائص المرأة وتفضيلا لها" (نجم، 2011، ص 374).

حسب هذه التعاريف تتجسد القيادة النسائية في تلك القيادة التي تحمل خصائص النساء (المرأة) ولا تتطابق في جوانب عديدة مع خصائص الرجال كبناء العلاقات والتعاون والقدرة على الإصغاء والعناية بالآخرين سواء كانوا داخل المؤسسة أو في المجتمع.

التعريف الإجرائي:

يقصد بالقيادة النسائية في هذه الدراسة فئة النساء اللائي يتولين سلطة إدارية رسمية بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة، حيث يشغلن مناصب سلطوية تتمثل في رؤساء المكاتب والمصالح.

– العلاقات العامة:

لغة: من حيث البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة نجد أنها مركبة من كلمتين: الأولى: العلاقات، الثانية: العامة، فالعلاقات هي جمع علاقة والعلاقة تعني رابطة وهي حصيلة الصلات والاتصالات بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى.

وهي فن إقامة التفاهم بين شخص أو مؤسسة أو جمهور. (ابن منظور: د ت، ص 225)

أما العامة: فتشير إلى الجماهيرية، هي خلاف الخاصة ويقصد بها الجمهور الشامل الذي تربطه مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة.

– اصطلاحا:

على الرغم أن هذا المصطلح قد أصبح شائعا في ميدان علوم الإعلام والاتصال، فإن الباحثين لم يتوصلوا إلى تعريف محدد، لذلك جاعت تعاريف العلاقات العامة مختلفة من باحث إلى آخر ومن هيئة إلى أخرى ومن قاموس إلى آخر، ويمكن ذكر عينة منها على أساس هذا التصنيف. والهيئات (المعاهد، الدوائر):

تعرف دائرة المعارف البريطانية: "العلاقات العامة هي السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية أو هيئة أخرى" وتعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية: "بأنها وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرارية التفاهم والتعاطف والتأييد." (علي عجوة، 1995، ص 21)

أما الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة فوصفتها بأنها "مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة الخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها." (سعادة راغب الخطيب، 2000، ص 25)

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنها ركزت على أن العلاقات العامة هي آليات وإجراءات تمارسها المؤسسة حتى يعم مناخ سليم يميزه الثقة بالاعتماد على الاتصال الداخلي والخارجي من خلال تحسين صورتها.

أما بلومفيلد Blue Mofild يعرف العلاقات العامة بأنها "فن التأثير على الآخرين لسلوك نفس الطريقة الذي تتبعه". (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، ص 287)

يوضح هذا التعريف بأن "العلاقات العامة فن أي أنها تعتمد على مهارة القائم بعملية العلاقات العامة وحسن تصرفه وتحديد ابتكاره.

في حين عرفها كريستيان (Kristian) العلاقات العامة بأنها: "الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فطرة صحيحة عن المؤسسة، فيساندونها في أزماتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعون في نشاطها (محمد مصطفى أحمد، 2003 ص 26).

وأهم ما يؤخذ على هذا التعريف أنه اختصر فقط على جانب واحد من جوانب العلاقات العامة، وهو الاتصال بالجمهور للتأثير فيه ولم يشير التعريف إلى دور العلاقات العامة في معرفة اتجاهات وأراء الجماهير فيما تقدمه هذه المؤسسات حتى تستعين بتلك الاتجاهات والآراء في تعديل سياساتها وبرامجها وخططها.

التعريف الإجرائي:

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية وعملية مستمرة كهيئة استشارية في اتخاذ القرار في المؤسسة الخدمائية الجزائرية، يمارسها مختصون في هذا المجال باستعمال وسائل الاتصال المختلفة بهدف تحقيق الاتصال داخل المؤسسات وخارجها بطريقة منظمة وسليمة ترجع بالفائدة المشتركة على المؤسسة وجمهورها.

2- المدخل النظري للدراسة

النظرية: النظرية المعتمدة في الدراسة هي النظرية الوظيفية كمنظور لدراسة العلاقات العامة

1-2- تعريف النظرية:

إن النظرية هي "مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عال من التجريد، والتي تولد الافتراضات التي يتم اختيارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات على السلوك." (منال هلال المزاهرة، 2011، ص 45)

فالنظرية هي بناء أو نسق متدرج من الأفكار ويتم الانتقال فيه من المقدمات إلى النتائج.

2-2- تعريف النظرية الوظيفية:

هي من بين النظريات المهمة في علم الاجتماع، تتسم أصولها وأفكارها من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين أظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، يرسو في هذا أساس هذا الاتجاه تحليل بنية ووظائف التكوينات الاجتماعية وبالدرجة الأولى المؤسسات الاجتماعية.

تركز النظرية الوظيفية بصورة عامة على أهمية البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت. وهذا ما تمثل في أفكار رواد علماء الاجتماع المعاصرين مثل تاركوت وبارسونز وروبرت ميرتون.

بمعنى الاتجاه الوظيفي يؤكد على ضرورة تكامل الأجزاء في إطار الكل ومفهوم الوظيفة وفقا للتحليل الوظيفي يهتم بتفسير الاتجاهات وأنشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع، ويفترض مسبقا أن الحاجات أساسا في عملية مستمرة ومنظمة ومتكاملة تتطلب دافع توجيه وتكيف، بالنظر إلى اعتبار المجتمع مجموعة من الأجزاء المترابطة أو الأنساق الفرعية.

فرغم تعدد آراء العلماء حول مفهوم الوظيفة " إلا أنهم يجمعون فيما بينهم على بعض القضايا والتي تشكل في مجملها الصياغة النظرية الوظيفية في علم الاجتماع. (منال هلال المزاهرة، 2011، ص 46)

ويمكن تلخيصها بناء على ما قدمه روبرت ميرتون في النقاط التالية:

* أن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة وانه تنظيم للأنشطة المترابطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

أن بعض العمليات المكررة والنمطية تتسم بالتحتمية وهي مستمرة في وجودها.

* يعد توازن المجتمع أمراً أساسياً، فغاية التوازن هي هدف في حد ذاته يتحقق بالانسجام بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية يحيطها جميعاً برباط من القيم والأفكار التي يرميها المجتمع لأفراده وجماعته.

يرى رواد النظرية الوظيفية أن الدعامة الأساسية والهامة في خلق التكامل الاجتماعي يتجسد من خلال الاتفاق العام على القيم السائدة، وهذه الرؤية دفعت أوائل الوظيفيين إلى تفسير الأنشطة والمعتقدات الاجتماعية، حيث كانت كل العمليات الاجتماعية تعتبر وظيفة للحفاظ على النموذج أو البناء الأساسي للمجتمع. (منال هلال المزاهرة، 2011، ص 46-47)

فلقد بحث الوظيفيون عن الميكانيزمات التي يحل بها المجتمع مشكلات الحفاظ على ذاته في صورته الراهنة في بيئته المحيطة به، وكانت نتيجة ذلك هي الوصف المحافظ للمجتمع.

وبهذا نجد أن الاتجاهات الوظيفية تستخدم لتفسير الدور والوظيفة الاجتماعية الذين تقوم بهما ظاهرة معينة أو نظام معين في البناء أو النسق، أو التنظيم الاجتماعي باعتباره جزء منه، فكل نظام في النسق الاجتماعي يرتبط مع بقية النظم الأخرى. (منال هلال المزاهرة، 2011، ص 47)

2-3- تطور النظرية الوظيفية:

يعد تاركوت وبارسونز (1902-1979) من الشخصيات البارزة في تطور النظرية الوظيفية، وقد تأثر بارسونز تأثراً شديداً بأعمال إميل دوركايم، ماكس فيبر وميرثون وغيرهم من علماء الاجتماع الأوربيين. (مصطفى خلف عبد الجود، 2009، ص 278)

هيمن بارسونز على علم الاجتماع في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية بمشايخته للوظيفة، ونظر بارسونز إلى أن المجتمع اعتبره شبكة واسعة من الأجزاء المترابطة كل جزء منها يساعد في المحافظة على النظام ككل.

وتطورت النظرية نتيجة مبادئها الأساسية هو أن الظاهرة الاجتماعية تنشأ نتيجة للتفاعل الاجتماعي، أو نتاج للتبادل الاجتماعي. (مصطفى خلف عبد الجود، 2009، ص 279)

يؤكد الاتجاه الوظيفي في دراسة وتفسير الظواهر الاجتماعية وان لكل ظاهرة وظيفة تؤديها في المجتمع، وان لكل مؤسسة اجتماعية وظيفية، وعندما يتبنى الفرد اتجاهها معناها أو يسلك سلوكاً ما، فإن ذلك يحدث ما يؤديه هذا الاتجاه أو السلوك من وظيفة الفرد. (الداسوقي إبراهيم، 2004، ص 50)

واهتم أنصار هذه النظرية بتوضيح وظائف الاتجاهات ومحاولة ربط هذه الوظائف بالعوامل الأساسية المكونة لهذه الاتجاهات، وكذلك طرق تغييرها وكيفية إحداث هذا التغيير أو هذا التعديل، كما يرى أنصارها أن

تعديل هذه الاتجاهات يجب أن تتسم مع طبيعة المجتمع وواقعه وظروفه الاقتصادية، السياسية والاجتماعية، وغير ذلك من المجالات الأخرى، حتى يمكن أن يؤدي الغرض منه ولا يحدث نتائج عكسية يؤدي إلى تفكك المجتمع وانحياره. (الداسوقي إبراهيم، 2004، ص 51)

كما يركز أنصارها على ضرورة تلاءم وظائف الاتجاهان مع طبيعة تطور المجتمع والنظام القائم فيه، وهذا على حد تعبير كروبر krober . ويحاول بعض أنصار هذا الاعتماد في تحليلهم لوظائف الاتجاهات الاجتماعية الاهتمام بتحليل كل وظيفة على حده، وهذا ما أشار إليه تالكوت وبارسونز talcot Parsons. (الداسوقي إبراهيم، 2004، ص 52)

2-4- ركائز النظرية:

إن النظرية الوظيفية في مجملها تركز على ركيزتين أساسيتين يمكن تلخيصهما في فكرتين:

الأولى: ترى النظرية الوظيفية ضرورة دراسة الوحدات الكبرى في المجتمع مع الارتكاز على البعد العضوي في علم الاجتماع.

الثانية: تركز اهتمامها على وظيفة الوحدات الصغرى في المجتمع واعتبارها محل التحليل النفسي السوسولوجي. (شيدوان علي شيبية، دون سنة، ص62)

وعلى العموم فإن النظرية الوظيفية في كل تطوراتها التاريخية التي شهدتها تدور حول غاية المجتمع في الحفاظ على النظام الاجتماعي وتأكيد ثباته النسبي والذي يتحقق من خلال ساند كل وظائف مختلف الأنساق الفرعية للمجتمع.

2-5- المدخل النظري الوظيفي في دراسة العلاقات العامة:

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة قصد التعرف على الدور الوظيفي المناط للعلاقات العامة ولاسيما بعد تزايد الاهتمام بهذه الوظيفة من طرف معظم المؤسسات.

فالنظرية الوظيفية تعتبر ضرورة لتحقيق مزيد من التفسير والموضوعية في دراسة العلم ووضع الأسس والقواعد العريضة له، فالعلاقات العامة كعلم تفيد من العلوم الاجتماعية الأخرى من خلال الاستعانة بها كخلفية نظرية تسهم في إرساء قواعد هذا العلم الذي يتميز بالحدائثة. فمن هذا المنطلق أنه من الضروري استخدام النموذج في مجال العلاقات العامة من اجل تحقيق نتائج ايجابية للمؤسسة. (شيدوان علي شيبية، 2002، ص 43)

وتعد العلاقات العامة مثلها مثل سائر العلوم الأخرى علما له قواعده ونظرياته، كما أن العلاقات العامة كعلم ترتبط اشد الارتباط بعلوم أخرى مثل علم الاجتماع، الاقتصاد والإدارة، وأيضا تهتم بدراسات الاتصال الجماهيري ودراسات التنظيم. ولهذا فان وجود النظرية في ميدان العلاقات العامة ينطلق في اتجاهين: أحدهما يركز على القيم والمهارات كخلفية علمية ونظرية. ثانيهما يركز على الاهتمام بالكيفية التي يستخدمها التنظيم من خلال الاتصال في التعامل مع جمهور المؤسسة. (شودان علي شيبية، 2002، ص 44).

وعليه تشكل العلاقات العامة وفقا للنظرية الوظيفية نسق فرعي من النسق التنظيمي الأكبر الذي تعمل من خلاله والذي ينتمي بدوره إلى نسق مجتمعي أكبر يتبادل معه التأثير والتأثر، وهنا تتمكن من أداء أدوارها ووظائفها بكفاءة وفعالية بحيث تعمل على تدعيم التعاون والتكامل والاندماج مع تحسين الصورة وتدعيم العلاقات العامة مع الجمهور.

ووفقا للمنظور الوظيفي فالعلاقات العامة تعد من الأنشطة المتكررة التي تسعى إلى تحقيق الاستقرار والتوازن بين مصالح المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي، هذه الأخيرة تعتبر أمر ضروري في وظائف العلاقات العامة.

2-6- تقييم النظرية الوظيفية:

يعد التحليل الوظيفي أداة هامة لدراسة المجتمع ككل، وتوضيح عناصره البنائية ووظائف كل منها، كما اهتم هذا المنظور بتحليل الوحدات الأنساق الاجتماعية الكبرى للحياة الاجتماعية خاصة التي تجرد تعبيرا كبيرا لها في أنماط السلوك الاجتماعي والتنظيمي.

وعلى الرغم من ازدياد قيمة هذه النظرية في الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي، إلا أنها تعرضت لبعض أوجه النقد والتي من بينها:

- تركيزها على دراسة الوحدات الاجتماعية الكبرى.
- صعوبتها في التعامل مع الأحداث التاريخية وعمليات التغيير الاجتماعي.
- تركيزها على مسألة الاتفاق حول القيم، إذ يتفق معظم الوظيفيين على وجود اتفاق عام بين أعضاء المجتمع حول القيم والمعتقدات. ولكنهم غالبا ما يمثلون للقواعد الأساسية في المجتمع حتى يتسنى اللهم إشباع حاجاتهم الضرورية اليومية. (أحمد بدر، 1998، ص 27)

إن هذه الانتقادات المقدمة أو غيرها، لم تشني على الدور الذي لعبته النظرية الوظيفية لوضع نظرية سوسيولوجية متميزة تساهم بشكل فعال في دراسة المشاكل والقضايا الاجتماعية الخاصة بالمجتمع الحديث والتي ظهرت خلال القرنين 19 و 20م.

وبذلك أكدت هذه النظرية الوظيفية في علم الاجتماع بكل مجالاته وتخصصاته بالكثير من الإسهامات النظرية والأطر التصويرية المساعدة في توجيه البحوث والدراسات التجريبية.

هذه الخلاصة هي من بين الإسهامات الوظيفية التي أصبحت مرجعية للعديد من المتخصصين في فروع علم الاجتماع وغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى مثل علوم الإعلام والاتصال، والأخذ بهذا المنظور كبرادغيم للدراسة دليل على ذلك.

3- الإجراءات المنهجية للدراسة:

3-1- مجالات الدراسة:

أ-المجال البشري:

جميع الموظفين المنتمين لمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة، واخترنا أسلوب العينة العشوائية حيث اقتصرنا الدراسة الميدانية على عينة بلغ عددها 50 فردا.

ب- المجال المكاني: اخترنا مؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة مجالا للدراسة بحكم الرغبة العلمية في اكتشاف المهارات القيادية للمرأة بالمؤسسة وكذا معرفة واقع العلاقات العامة بها، إذ تعتبر مؤسسة الضمان الاجتماعي مؤسسة حكومية خدماتية تقدم الخدمات بمختلف أنواعها لأفراد المجتمع.

ج- المجال الزمني: امتدت الدراسة طيلة شهرين نظرا لأهمية الموضوع من جهة والصعوبات التي واجهتني أثناء الدراسة من أبرزها الوضع الصحي الذي تعاني منه البلاد المتمثل في وباء كوفيد 19 والذي عرقله عملية التواصل بالأشخاص المبحوثين المعنيين بالدراسة، بالإضافة إلى عدم تجاوب بعض المبحوثين مع الأسئلة بحكم خصوصية المعلومات.

3-2- منهج الدراسة:

تم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي، والذي يستخدم ويقوم بجمع البيانات والمعلومات عن الظواهر والتحليل لهذه المعلومات والبيانات للوصول إلى استنتاجات تساهم في فهم الواقع وتطويره، وتتخذ الدراسات الوصفية عدة أنماط منها (التل، 2007، ص84)

ويرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره (عبد الحميد، 1983، ص 35).

3-3- عينة الدراسة:

إن تحديد واختيار عينة الدراسة له أهمية كبيرة وأساسية في أي بحث علمي وهي تختلف باختلاف الموضوع فصحة نتائج الدراسة أو خطئها يتوقف على طريقة اختيار العينة حيث أن اختيار العينة الملائمة للبحث من أهم المشكلات التي تواجه أي باحث في أي بحث اجتماعي، فالعينة من الضروري أن تحمل الخصائص والمميزات التي تمثل المجتمع الأصلي الذي أخذت منه العينة، حيث تمثله تمثيلاً صحيحاً. (رشيد زرواتي، 2008، ص 122)

فقد قمنا باختيار العينة العشوائية نظراً لطبيعة دراستنا حيث قدرت عينة دراستنا بـ 50 فرداً.

3-4- أدوات جمع البيانات:

في الدراسة الحالية اعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان لملاءمتها لمثل هذه الدراسات، حيث تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً وشيوعاً في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأدوات سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة بياناتها إحصائياً، واستمارة البحث نموذج يضم أسئلة إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات يتم ملؤها مباشرة من طرف المبحوثين (فروخ، 2003، ص 92)

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

1- المهارات القيادية للمرأة

1- أسباب الاهتمام بالقيادة النسائية:

إن تقلد المرأة المراكز القيادية قديم قدم التاريخ، ففي الشرق أولى شعب اليمن "بلقيس" ابنة ملك سبأ. فحينما تنبأ كهانه وحكمائه بانتهيار سد مأرب أعلن الملك أنه سوف يترك المدينة ويفر هارباً بحياته ومن أراد من الأتباع المخلصين، لكن ابنته بلقيس قررت عدم الهروب والبقاء في سبأ لتعمل على إنقاذها مهما كلفها الأمر. وقد دمرت "بلقيس" مملكة سبأ تدميراً بشعاً، وأعطى بذلك شعب سبأ "بلقيس" لواء القيادة، وصنعت حضارة عظيمة. إضافة إلى الملكة "حتشبسوت" التي حكمت مصر حوالي عشرين سنة (1486 - 1468 ق.م)، و"كليوباترة" التي حكمت مصر وعاشت 22 سنة كملكة، والملكة "زنوبيا" بسوريا وغيرهن (رشوان، 2010، ص 117).

وما حدث هو تزايد الاهتمام بالقيادة النسائية في القرن الواحد والعشرين ويعود ذلك لعدة عوامل أهمها:

- أن هناك ما يسمى بالاقتصاد الذي يشير إلى أن المرأة أصبحت تمتلك قوة كبيرة في العمل والسوق، وهذا لا يعتمد على الصورة النمطية وإنما على وقائع. - تزايد النساء في مواقع العمل المختلفة على المستوى العالمي. - في مجال العلم، النساء أصبحن علمات وحاملات جوائز نوبل في المجالات المختلفة (هناك عشر نساء حاملات جائزة نوبل في العلوم) وفي بعض الحالات تم اختيارهن بالتنافس مع فئات الرجال جراء تميزهن في مشروعاتهن على أقرانهن من الرجال.

- تطور التعليم بشكل عام والتعليم العالي للنساء، مما جعلهن اليوم موجودات في كل القطاعات والشركات والمهن المتخصصة، وجميع المستويات التنظيمية (نجم، 2011، ص 364-365).

- التحول إلى مجتمع واقتصاد المعرفة بكل ما يتسمان من خصائص تقوم على القدرة الذهنية لا القوة العضلية، وعلى العمل الجماعي والتعاون والتشارك وليس العمل الفردي أو المنافسة، أو تركيز الاتصالات والمعلومات في الأعلى، ما جعل القيادة بحاجة إلى خصائص جديدة في القيادة هي أقرب لخصائص المرأة منها إلى خصائص الرجل في الإدارة والعمل.

- ظهور النساء الرياديات في مجالات كثيرة بما في ذلك قطاع الأعمال. - الحركة النسوية الواسعة في كثير من دول العالم التي اكتسبت شعبية كبيرة وتأثيرات مهمة من أجل أن تكون المرأة إلى جانب الرجل في المجالات المختلفة بدون تمييز غير مبرر ومنها في المواقع القيادية (نجم، 2011، ص 366).

2- أهداف القيادة النسائية:

رغم القوة و التأثير الذي وصلت إليه المرأة في مواقع عملها، إلا أن الأبحاث والدراسات لا تزال تشير إلى أن القيادة النسائية تعطي دائماً درجة أقل من القيادة الرجالية حتى لو كانت المرأة أكثر نجاحاً من الرجل، وإذا كانت القيادة الرجالية تهدف إلى تحقيق أهداف المنظمة عن طريق فرض القوة والسيطرة، و المنافسة، فالقيادة النسائية تهدف إلى تقديم نموذج جديد للقيادة

يقوم على خصائص النساء حيث الأمومة والحب والحنان مقابل السلطة والتسلط، والنعومة مقابل الصلابة، والتعاون بدلا من المنافسة والعدوانية، والتشارك بدلا من التفرد، وربما الفن والجمال الإنساني بدلا من العلم والتناسق الهندسي (نفس المرجع، ص391).

وعموما فالهدف الأساسي للقيادة النسائية حسب ما توصلت إليه الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية يتمثل في:

- اتخاذ القرارات المناسبة التي تخدم أهداف المنظمة بأقل الجهود والتكاليف وأعلى مستويات التعاون والألفة عن طريق الاستثمار القوي للعاملين بالمنظمة.

وحسب ما أشارت إليه الدراسات والأبحاث أيضا فإن تحقيق هذا الهدف الرئيسي للقيادة النسائية يأتي عبر تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية أهمها:

- تمكين المرأة في أداء دور متغير في التنمية المستدامة من خلال إعطائها دورها الحقيقي في المجتمع.

- رفع مستوى العاملين من خلال التدريب والمساندة والتطوير، وإدراك حاجاتهم وتطوير مستوى الخبرة لديهم.

- تحسين قيمة الأداء من خلال تحفيز العاملين بطريقة تتسم بالألفة والمودة وشحن المهام التي يجب أن يقوموا بتنفيذها.

- التعامل مع الصراعات داخل المنظمة بصبر وبداهة ورابطة جأش بشكل يسرع من إنجائها وخلق التفاهات المشتركة (الدليمي، مرجع سابق، ص 19).

3- خصائص القيادة النسائية:

يطغى على القيادة النسائية الطابع الأنثوي، لذا فالمرأة تتميز بأسلوب مختلف في القيادة عن الرجل، ويعود ذلك إلى مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها المرأة. فحسب دراسة " Rouleau-Carroll فإن الخصائص المشتركة بين النساء الذين يعملن مديرات في المنظمات المدارس الثانوية)، والتي مكنتهن من البقاء في وظيفتهن والحفاظ على النجاح والفاعلية تتمثل في: الاتصال، الدعابة، التعاطف، الصبر، الاستماع، التعاون، البداهة، والشمولية.

إضافة إلى الخصائص التي خلصت إليها دراسة إيمان بشير محمد الحسين " والمتمثلة في أن المرأة تتميز بشخصيتها المتزنة وقدرتها على تحمل المسؤولية، حب الاطلاع على ما هو جديد، عادلة وملتزمة، تمتلك مهارات إدارية عديدة، لا تهتم إلا بالعمل.

وفي ضوء ما تم ذكره و ما توصلت إليه جل الدراسات الحديثة فالقيادة النسائية تتميز بالخصائص التالية:

- المشاركة: ومن أنواعها الاستشارة في عملية اتخاذ القرار ، فالمرأة تحب الاستشارة والمشاركة، وهذه صفة ممتازة ينصح بها علماء الإدارة جميع القياديين في العصر الحديث.

- **التعاطف:** الشعور بالرحمة و تقدير احتياجات الآخرين وظروفهم، وهذه الصفة تعين المرأة على بناء علاقات حقيقية وصادقة مما يجعل الأتباع يحبونها ويتحركون معها نحو الأهداف المشتركة برغبتهم.

- **الإبداع:** فالدراسات تشير إلى أن المرأة أكثر إبداعاً من الرجل بحوالي 25%، فإذا أضفنا إلى هذا أن مشاركة النساء في إدارة المؤسسات تعتبر حديثة نسبياً فكل هذا يعطي للمرأة القدرة على إيجاد حلولاً غير مسبوقه، والمساهمة بأفكار تعين المؤسسات على تغيير طريقة عملهم بما يتناسب مع المتغيرات السريعة التي تجري في العالم.

- **تفهم حاجات النساء:** أثبتت الدراسات التي قامت بها الباحثة " جوديث روزنر والباحثة سالي هيلجسن Judith Sally Helgusen & Rosner" في كتابهما " الميزة الأنثوية" وغيرهما أن استعمال المرأة للقوة في العمل أرق من الرجل وهي أكثر من الرجل في إعطائها الصلاحيات للعاملين معها، وتحويلهم حرية القرار مما يجعل الفريق متحمساً ومتناسكاً.

- **بعد النظر:** على جمع المعلومات أكثر من الرجل وبالتالي فهي نظراً يتجه إلى المستقبل، فالمرأة تحرص صاحبة نظر أبعد منه.

- **الاتصال:** المرأة أكثر استعداداً للحوار من الرجل في نفس الظروف، وتعتبر أن الاتصال والحوار أساسياً لإدارة العمل، بينما الرجل يمارسه دون قناعة حقيقية، والمرأة أكثر انفتاحاً في الحديث عن مشاعرها وقناعاتها، واستعداداً للحوار والوصول إلى حلول للمشاكل.

- **العلاقات:** المرأة أسرع من الرجل وأعمق في تكوين العلاقات مع الآخرين وهي أدق منه في الانتباه للأخطاء التي قد تؤثر سلباً على العلاقات، وهي تملك منهجية في إقامة العلاقات بشكل منظم (السويدان، باشراحيل، 2005، ص 210-213).

- **التضحية:** يبرز هذا الاستعداد لدى المرأة من قدرتها على تحمل الأم والتي تتجاوز المجال المادي إلى المجال المعنوي، حيث نجدها لا تكتفي بمجرد التعاطف مع آلام الآخرين، بل تعيش من خلال تلك الآلام، وتحاول التخفيف منها بقدر المستطاع (صالح الرقب، 2009، ص 6).

وفي دراسة جديدة نشرت في لوس أنجلوس تأكد أن الرجال يستخدمون نصف أدمغتهم لدى الإصغاء في حين تستخدم المرأة الدماغ كله. وكم يتكرر في كل أسرة عدم استماع الأب إلى ما يقوله أبنائه فيسأل أهمهم ماذا قال فتعيد الأم كلام ابنها. وتأكد بهذا أنها تستمع لابنها بصورة أفضل مما كان يستمع إليه أبوه السويدان، باشراحيل، مرجع سابق، ص 213).

كما أن المدرسة العليا للإدارة وهي أكبر معهد علمي لإعداد القادة في فرنسا أوردت مجموعة من العوامل إضافة إلى الصفات الذاتية التي تهل المرأة للعمل القيادي والإصلاح الإداري وهي: - أن المرأة أقل ميلاً من الرجل إلى الاستبداد الإداري، فإذا كانت القيادة الديمقراطية أفضل أنواع القيادات وأكثرها إنتاجية كما دلت التجارب، تكون قيادة المرأة قيادة مثمرة ومنتجة.

- المرأة أقل ميلا من الرجل إلى الفساد الحكومي كالرشوة والمحسوبية. - المرأة أكثر تقبلا لمبدأ تداول السلطة الذي يحول دون التثبيت بالمناصب وعرقلة التغيير. - المرأة أكثر ميلا للعمل بروح الفريق والاستعانة بالمستشارين والعمل في هيكل تنظيمي تغلب عليه العلاقات والمشاركة الاجتماعية في اتخاذ القرارات. وقد أجريت الدراسة على (40000) مدير من الجنسين مكث في الإدارة 30 عاما (البشايشة، 2008، ص71).

إن تميز القيادة النسائية بهذه الخصائص لا يعني بأنها لا تتقاطع مع خصائص قيادة الرجال، فقد أثبتت جل الدراسات وعلى رأسها دراسة (Carroll Rouleau) أنه من بين خصائص القيادة لكلا الجنسين: تطوير الذات، التكيف، الشجاعة والخبرة، وكلها خصائص تهدف إلى زيادة التفاعل بين أعضاء التنظيم وتحقيق الأهداف أو العكس، كما أن هذه الخصائص تبقى نسبية وليست مطلقة سواء تعلق الأمر بخصائص القيادة النسائية أو خصائص قيادة الرجال.

4- الفرق بين قيادة المرأة وقيادة الرجل:

ظل التقدم الإداري للنساء ولفترات طويلة مسدودا بسبب العادات والتقاليد التنظيمية التي جعلت الأقلية من النساء يشغلن المناصب القيادية، الأمر الذي صعب دراسة ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين قيادات الذكور والإناث، ولكن مع مرور الوقت تزايد احتلال المرأة للمناصب القيادية في مختلف المؤسسات تدريجيا وتزايدت معه إمكانية إجراء دراسات مقارنة بين الرجال والنساء في المواقع القيادية.

لقد اهتمت الكثير من الدراسات الأجنبية بأثر عامل الجنس على نمط القيادة وتوصل معظمها إلى وجود اختلاف بين نمط قيادة الذكور ونمط قيادة الإناث كما أن بعض الدراسات حددت نمطا قياديا للذكور ونمطا قياديا للإناث، فوصفت الإناث بأنهن أكثر ممارسة للقيادة مع الجماعة والتي توصف بالتعاون والإنتاج الجماعي، بينما الذكور أكثر ممارسة للقيادة فوق الجماعة والتي توصف بالتحكم والسيطرة الاجتماعية (صالح الرقب، 2009، ص 52)، ومن أمثلة هذه الدراسات تلك الدراسة الشهيرة التي قامت بها جودي روزنر Judy Rosner عن "أنماط القيادة لدى النساء، حيث وجدت أن هناك فروق جوهرية بين الذكور والإناث في أساليب القيادة، حيث كان الرجال يفضلون أساليب السيطرة والضبط الرسمي في التعامل مع المرؤوسين، وإعطاء الأوامر واتخاذ القرارات العقلانية الرشيدة، في حين وجدت روزنر " أن النساء يملن إلى جعل مكان العمل أكثر إنسانية، وأكثر ميلا لعدم تركيز القوة، وعدم إتباع خط السلطة في التعامل مع المرؤوسين، ويسألن عن التوجيه والإرشاد من المرؤوسين دون التركيز على إعطاء الأوامر (لظفي، 2007، ص119).

إن تلك الدراسات تشكلت في بيئة مختلفة عن بيئتنا العربية، فقد يكون للاختلاف الثقافي دور مهم في التأثير على سلوك الأفراد وعلى رؤيتهم وإحساسهم بظاهرة القيادة ومدى ممارستهم لنمط قيادي معين، لذا قامت الباحثة " سارة عبد الله المنقاش سنة 2007 بدراسة مقارنة بين نمطي قيادة الذكور والإناث في جامعة الملك سعود بالرياض، كشفت فيها عن مدى

اختلاف النمط القيادي الذي يمارسه الذكور عن النمط القيادي الذي تمارسه الإناث، ومدى ميل كل منهما القيادة مع الجماعة أو القيادة فوق الجماعة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الذكور يمارسون نمط القيادة مع الجماعة وأن الإناث يمارسن نمط القيادة فوق الجماعة والقيادة مع الجماعة، ولكن نسبة الإناث اللاتي يمارسن نمط القيادة فوق الجماعة كانت أكبر من نسبة الذكور الذين يمارسون هذا النمط (صالح الرقب، 2009، ص 52).

وهذا ما يؤكد تأثير البيئة وثقافة المجتمع على سلوك الأفراد واتجاهاتهم في اختيار القادة ونمط القيادة الذي يتبعونه في المنظمات وفي أمان العمل المختلفة.

وفي دراسة أخرى وجدت "ساندرا مورجن Sandra Morgen" أن النساء اللاتي يعملن في إحدى العيادات الصحية النسائية أكثر ميلا للمشاركة في حل المشكلات الشخصية، وإشباع الاحتياجات الفردية بعضهم البعض، الأمر الذي أدى إلى توحدن وشعورهن بالانتماء إلى التنظيم لطفلي، مرجع سابق، ص 119). وقد تبين في دراسة "لانش Lynch" سنة 2003 أن الرجال يتمتعون بصفات تساعدهم على القيادة وتمثل هذه الصفات في: الاكتفاء الذاتي، الحسم، القوة، تأكيد الذات، السيطرة، الثقة بالنفس، الدافعية، القدرة على المنافسة والانضباط. بينما تتصف المرأة بصفات أظهرت قوة قدرتها القيادية فهي تعزز التفاعل بين الأفراد، تعاونية، تركز على العلاقات الاجتماعية أكثر من تركيزها على التسلسل الهرمي، فأسلوب القيادة الديمقراطية التشاركية هو الأسلوب الأكثر شيوعا لدى المرأة العاملة (صالح الرقب، 2009، ص 119).

وهذا ما تؤكد أنه أغلب الدراسات العربية والأجنبية التي تم الاطلاع عليها أو اعتمادها في هذه الدراسة.

وبما أن المنظمات الحديثة تحرص على بناء علاقات ودية مع متعامليلها لأداء مهامها على أحسن صورة، وتحسين سمعتها وبالتالي المحافظة على توازنها واستقرارها واستمراريتها، وعلى ضوء ما تقدم فالسمات والخصائص التي تنفرد بها المرأة وتتميز بها عن الرجل في العمل خاصة تلك المتعلقة بحرصها على أداء العمل وبناء العلاقات مع الآخرين بالإضافة إلى التعاطف على المرؤوسين وإشراكهم في اتخاذ القرارات يؤهلها لتكون قائدة ناجحة، لذا وجب على المجتمع من جهة والمسؤولين الإداريين داخل المنظمات من جهة أخرى، دعمها وإعطائها الفرصة لتحقيق ذاتها من خلال توفير لها الظروف المناسبة للعمل (المادية والمعنوية)، وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل في التدريب والقيادة.

5- صعوبات القيادة النسائية:

رغم ما حققته القيادة النسائية على قلتها من نجاحات، وما تتسم به من سمات وخصائص قياسا على ما توصلت إليه الأبحاث و الدراسات، فإنها تواجه عقبات وصعوبات كبيرة ناتجة عن التصورات المسبقة التي تكونت تاريخيا عن المرأة و قدرتها، وما يمكن أن تصلح ولا تصلح له، وهذه التصورات لا زالت قوية وتمثل مشكلات وصعوبات حقيقية تستوجب على القيادة النسائية مواجهتها لكي تحصل المرأة على فرصتها في القيادة، وتمثل هذه الصعوبات في الآتي:

– المرأة و الصورة النمطية في العمل: إن الصورة النمطية (Stereotype) للمرأة في العمل والقائمة على الفكرة التقليدية "المرأة في البيت، والرجل في العمل" لا زالت تمثل عقبات لها في مجالات عديدة، وهذه الصورة لها امتدادات كثيرة في اللغة والتربية والتعليم ومن تم في الأدوار الأخرى كما في السياسة والقانون (نجم، 2011، ص 380).

– ظاهرة السقف الزجاجي: لقد أكدت الدراسات أن الفرص المتاحة للمرأة كي تتطور أقل من تلك المتاحة للرجل، وذلك لعدم تعرفها لوظائف مختلفة في العمل والتي من شأنها زيادة مزايا الموظف، ويرجع ذلك إلى تحويل المرأة مسؤوليات أقل من الرجل، ومن أهم أسباب عدم وصول المرأة إلى القمة رغم أنها تتمتع بمستوى تعليمي ملائم واستعدادات لتحمل مسؤولية في العمل ما يسمى بالحاجز الزجاجي Glass Ceilling وهو الحد الأقصى لتطور المرأة المهني، ومن أهم العوامل التي ساعدت على وجود هذا الحاجز هو اعتماد المنظمات على التقاليد والأعراف المبنية على الاعتقاد بأن المرأة غير قادرة على العمل وتحمل المسؤولية، وبالتالي تحيز المنظمة في منح الوظائف بين الرجال والنساء مما يمنع أصحاب الكفاءات والأقليات من التدرج في الوظائف المختلفة (ديري، 2011، ص 117).

– ومن أهم الأسباب التي ساعدت على وجود هذا الحاجز هو ظن النساء في وجوده، لذلك لا يقبلن على التقدم لبعض الوظائف لتأكدن من النتائج مسبقا، مما يؤكد على وجود هذا الحاجز حتى ولو لم يكن موجودا، لذلك هناك ميل لتحويل المهام التي تحتاج مهارات أقل إلى النساء.

– متلازمة الذكور ألفا: إذا كانت مشكلة الصورة النمطية للمرأة في العمل ناتجة عن الثقافة السائدة في المجتمع، فهناك مفاهيم ترتبط بالطبيعة البيولوجية والتميز بين الرجل والمرأة على أساسها كمتلازمة الذكور ألفا والمرأة بيتا، والذكر ألفا مصطلح استخدم في مملكة الحيوان للإشارة إلى الذكر المهيمن، كما أن ألفا حرف إغريقي استخدم ليصف الأول في ترتيب الجماعة و هو شهادة لنوعية بيولوجية (كسمة طبيعية في النوع)، أما بيتا فهو الحرف الإغريقي الثاني ويشير إلى موقع ترتيب المرأة أي أن الرجل ألفا يأتي أولا والمرأة تأتي ثانيا دائما. وفي علم الأعمال فإن متلازمة الذكور ألفا تعتبر مكونا طبيعيا لتمييز المعاملة بين الرجال والنساء، وأن الذكور ألفا هم أساطير الحياة الذين يديرون الشركات الكبيرة وقادة الشرطات الصغيرة، هم القوة الحصانية العدائية المفعمون بالسيطرة والمحترمون من طرف زملائهم، ومبجلون من العاملين، وعالم الأعمال يحتاج إلى الذكور ألفا الذين عندما تستخدم طاقاتهم بلا كلل وبروح قتالية يصبحون قادة وملائمين في البيئة والمواقف التنافسية.

6- واقع القيادة النسائية في الجزائر:

على الرغم من اعتلاء الكثير من الملكات والقائدات رأس الهرم القيادي في تاريخنا العربي والإسلامي على غرار "بليقيس" ملكة سبأ، "حتشبسوت" و"كليوباترا" ملكات مصر، و "زنوبيا" ملكة سوريا، و "الكاهنة" و "لالا فاطمة نسومر و جميلة بوحيرد قائدات الثورة الجزائرية وغيرهن بقيت قيادة الجماعة ملكة ذكورية ومن شؤون الرجال إلى يومنا هذا، ومع ولوج المرأة سوق

العمل وزيادة أعداد المنظمات تزايدت معها مهام ومسؤوليات وأدوار المرأة في مقابل هيمنة الرجال على المراكز القيادية، حيث تشير التقارير المتتالية التي تعنى بقضايا المرأة إلى التفكير المستمر بضألة نسبة النساء في مواقع اتخاذ القرار كلما صعدا في هرم السلم الإداري للمؤسسات بكل أشكالها، استشارية، أو تنفيذية، عامة أخاصة، وفي كافة أنشطة المجتمع عربيا ودوليا.

والمرأة الجزائرية ليست في منأى عن هذه المعطيات، فبالرجوع إلى التاريخ الجزائري نجد أن المرأة الجزائرية كانت عنصرا فعالا وأساسيا في الثورة التحريرية إذ وقفت إلى جانب الرجل وساندته وتحملت مسؤوليات أسرية، سياسية وعسكرية وكانت مساهمتها ومشاركتها في مختلف المستويات، إذ حملت السلاح إلى جانب الرجل وتقلدت مهام كثيرة فكانت مسبلة، فدائية، مموله، مجاهدة، ممرضة وتعرضت للاعتقال والتعذيب والاعتصاب، بالإضافة إلى تعرضها لمحاكمات غير عادلة وكنب للكثير من النساء الشهادة وكانت المرأة الجزائرية مثلها مثل الرجل رمز للكفاح والتضحية والوطنية، ورغم ذلك فالمرأة الجزائرية إبان ثورة التحرير لم ترقى في الرتب العسكرية وبقيت تابعة للرجل المجاهد والرجل البطل والرجل القائد.

وبمقارنة مكانة المرأة الجزائرية إبان الثورة مع مكانتها في جزائر اليوم نجد أنها تحظى باهتمام كبير في الحياة العامة بعد ولوجها عالم الشغل وتبدل أدوارها الاجتماعية من ربة بيت إلى عاملة خارج البيت بأجر، وصولا إلى اعتلائها المراكز القيادية في الدولة نظرا لتطور مستواها التعليمي، والتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي عرفها المجتمع الجزائري الذي تأثر بالتحويلات العالمية وما حملته العولمة من تطورات وتناقضات والتي أدت إلى تغيير في النسق الثقافي والتاريخي للمجتمع الجزائري، حيث ارتفعت منزلة ومكانة المرأة في النسق الاجتماعي خاصة بعد انتشار الحركات النسوية عبر العالم الغربي والعربية المطالبة بتحرير المرأة ودعمها وإشراكها في التنمية الاجتماعية الشاملة، وتكريس الدستور الجزائري والاتفاقيات الدولية مبدأ المساواة بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات.

وبين الانفتاح والتغير الذي عرفه المجتمع الجزائري والمكانة والدور الذي ارتقت إليه المرأة الجزائرية، نجد القيم الثقافية والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع لا تزال تلعب دورها في جزائر اليوم كما لعبته في جزائر الماضي من حيث أنها تشكل وعيا للمجتمع لدور المرأة باعتباره ينحصر في كونها ربة بيت وأم، وهذا يعني أن هناك تعارض بين دور المرأة كأم وزوجة وربة بيت، وبين دورها في العمل القيادي داخل المنظمات والمؤسسات والذي تنازلت عنه للرجل بمحض إرادتها تارة، وخضوعا لثقافة ونظرة المجتمع للقيادة النسائية تارة أخرى، وهذا ما أدى إلى ضالة مشاركة المرأة في المراكز القيادية بالمؤسسات الجزائرية.

||- العلاقات العامة

1- نشأة وتطور العلاقات العامة.

لقد عرفت العلاقات العامة تطورات وتغيرات حافلة على مر التاريخ، وذلك منذ ظهورها في أولى أشكالها البدائية، وإلى أن وصلت وصارت على ما هي عليه اليوم، فقد تعددت الرؤى والمفاهيم للعلاقات العامة مع تعدد الديانات والحضارات، وفيما يلي أهم المحطات التاريخية التي مرت بها العلاقات العامة عبر التاريخ:

1-1- العلاقات العامة في العصور القديمة:

ظهرت العلاقات العامة في المجتمعات البدائية من خلال العلاقات التي كانت سائدة بين أفراد الأسرة الواحدة، والتي وسعت فيما بعد لتصبح عشيرة تنتسب إلى أصل واحد، حيث كان شيوخ وزعماء القبائل يحاولون إقناع الآخرين بحقوقهم، عن طريق محاولة إرساء التفاهم فيما بينهم والتعاون، عن طريق إقامة علاقات ودية متبادلة، خاصة في حالات الحروب والنزاعات، فكان زعيم القبيلة يلعب دور القائم بالاتصال، أو ما ينوب عنه من أطباء وشعراء وحتى سحرة. (حسين عبد الرحمان رشوان، 1997، ص167)

1-2- العلاقات العامة في الحضارة الفرعونية:

عرفت الحضارة الفرعونية هذا المفهوم كنشاط إنساني منذ القديم، حيث كان على لسان ملوكها وكهنتها، يتم نقل وتسجيل الانتصارات وشرح الإصلاحات والشعائر القديمة والطقوس الدينية، وحتى الإرشادات الدينية المختلفة. وهذا من خلال النقوش والرسومات الحجرية والكتابات على أوراق البردي (مُجد عبد الفتاح مُجد، 1994، ص166)

1-3- العلاقات العامة في الحضارة البابلية والآشورية:

تجلى هذا المفهوم في قيام ملوك بابل وآشور بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم، وحتى معتقداتهم واتجاهاتهم؛ خاصة في أوقات الأحداث والانقلابات السياسية والعسكرية. بالإضافة إلى الميدان الاقتصادي عن طريق القيام بتكليف الأذهان مع الظروف الراهنة، من خلال الصحف الملكية التي تنشر فيها الأوامر والتعليمات مع مراعاة الأوقات المناسبة، كالأعياد والمناسبات باستخدام اللوحات الطينية التي تصور الحروب، وتنقل الإرشادات الزراعية للفلاحين. (مُجد عبد الفتاح مُجد، 1994، ص168)

1-4- العلاقات العامة عند اليونان القدامى:

توضح تسجيلات اليونان القدامى اهتمامهم الكبير بنفوذ الرأي العام، فكانت أعمال الاتصال جزءاً من أعمال الحكومة الإغريقية، فقد أولوا أهمية كبيرة للاتصال بالجماهير؛ أين بدأت الاهتمامات ببعض القادة والحكام والشعراء وغيرهم، ومن جهة أخرى يسمحون للشعب بالتعبير عن آرائه وأفكاره وتبليغها للمستقلين، بغية إنشاء علاقات من المودة والثقة المتبادلة بين الشعب والحكومة. (حسين عبد الرحمان رشوان، 1997، ص 169-170)

1-5- العلاقات العامة عند الإغريق والرومان:

تميز المجتمع إبان الحضارتين الإغريقية والرومانية بأكثر تفاعل واتصال بين الحكام والجماهير ومع ظهور مبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية أخذت العلاقات العامة في الاتساع، وخاصة بعد زيادة الاهتمام بالاتجاهات السائدة وميول الناس وتقاليدهم (الرأي العام حالياً).

من أهم مظاهر العلاقات العامة في تلك الحضارتين هو استغلال "يوليوس قيصر" لجريدة "الوقائع اليومية"، والتي بدأت بالظهور عام 59 ق م، لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرضه على الجمهور (محمد عبد الفتاح محمد، مرجع سابق، ص 169)

1-6- العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

استطاعت الحضارة الإسلامية أن تظهر مفهوم العلاقات العامة، من خلال اعتمادها في الدعوة للإسلام على عدة أساليب اتصالية مختلفة، خاصة تلك التي جاء بها الرسول ﷺ، من لقاءات ورسائل ومبعوثين، واعتماد الصدق ومحاولة إقناع الناس بالعلاقات الطيبة.

ف نجد أن الفاطميين والشيعة كانوا من أكثر المسلمين اتقانا للدعوة وفنونها، و متمرسين في أساليب التأثير في النفوس؛ فقد استخدموا الاحتفالات والأعياد والمواسم وهذا ما يدخل في صميم العلاقات العامة، و يتجلى هذا بكل وضوح من خلال الآيات القرآنية العديدة والأحاديث النبوية الشريفة. (محمد عبد الفتاح محمد، مرجع سابق، ص 194)

1-7- العلاقات العامة في العصور الوسطى:

عانت العلاقات العامة في المجتمعات الأوروبية أثناء العصور الوسطى من التدهور والفساد وهذا إلى أن عرفت بديلة التطور والازدهار في عصر النهضة الأوروبية، حيث تجسد الاعتراف بقيمة الإنسان وحقه في الحياة، كما ازداد الميل المعرفة والرغبة في التجربة وحب الاستطلاع وكشف المجهول، وتضاعف الاهتمام بدراسة آراء

الناس ومعرفة رغباتهم، كما ظهرت الصحف والنشرات واستغلت في شرح المذاهب المختلفة (محمود يوسف مصطفى، د ت، ص 42).

من هنا اخذ يتسع الاهتمام بالعلاقات العامة حيث أمكن استخدامها في المجالات الدينية الاقتصادية والسياسية؛ عن طريق المؤلفين والكتاب وغيرهم ممن ساهم في الإعلام والنشر، وخير مثال على ذلك الكنيسة الكاثوليكية.

1-8- العلاقات العامة في العصور الحديثة:

استعمل مصطلح العلاقات العامة بالمفهوم الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر 19، وكان ذلك في محاضرة ألقاها "درمان أستون"، في قاعة بكلية الحقوق جامعة بيبيل سنة 1882 م؛ كان موضوعها العلاقات العامة والواجبات المهنية القانونية. (محمد عبد الفتاح محمد، 1994، ص 170).

أما المؤسس الفعلي للعلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية فهو: "ثيودور نفايل" وهو رئيس شركة التلفون والتلغراف الأهلية؛ حيث أسس سنة 1907م، مكتب الاشتراكات والشكاوى بالاشتراك؛ ممهدا الطريق للذين جاؤوا بعده لتكملة ما بناه في العلاقات العامة، ومنهم الملقب بأب العلاقات العامة "إيفي لي ليد باتر"، وذلك بعد أن وضع العديد من مبادئ العلاقات العامة، منذ مطلع القرن العشرين وإلى غاية وفاته سنة 1934م، وكان قد استعمل تعبير العلاقات العامة لأول مرة سنة 1921م، في النشرة التي أصدرها مع مساعديه بعنوان "العلاقات العامة". ليأتي بعده "إدوارد بيرنايز" الذي لعب دورا كبيرا في دفع العلاقات العامة إلى مرحلة التقنين العلمي، حيث اصدر سنة 1923م كتاب بعنوان "بلورة الرأي العام"، وكان أول من درس العلاقات العامة في جامعة نيويورك؛ كما يعود إليه الفضل في إنشاء أول مجلة متخصصة في حقل العلاقات العامة (public relations quarterly)، والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة. وبعد أن نضجت ممارسة العلاقات العامة في أمريكا، بدأت بالانتقال إلى أوروبا في الدول الانجلوسكسونية أولا ثم الدول الفرانكفونية أهمها فرنسا (علي برغوت، 2007، ص 15).

2- مفهوم العلاقات العامة:

عرفت العلاقات العامة -كمفهوم- تطورا سريعا على مر السنين، وها ما يمكن ملاحظته من خلال تعدد وتباين التعاريف الخاصة بها، غير أن هذا لا يمنع من استعراض بعضها مما ورد في كتب الباحثين والدراسات الأكاديمية المختلفة.

ف نجد الجمعية الدولية للعلاقات العامة عرفتها على أنها "وظيفة إدارية دائمة ومنظمة، تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها، وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة". (سليمان فخري، 1981، ص34)

كما عرفتها على أنها "وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف من خلالها المنظمات إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، والحفاظ على استمراره، وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه للتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأوجه نشاطها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال والمصالح المشتركة، بين المؤسسات وجماهيرها، باستخدام المعلومات المخططة ونشرها". (علي برغوت، 2007، ص11)

أما مارستون فيرى أن: "العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقييم اتجاهات الجمهور وتطابق سياسات وإجراءات المنظمة مع الصالح العام وتنفيذ برامج من شأنها أن تؤدي إلى كسب تفاهم الجمهور وتأييده". (علي برغوت، 2007، ص 12)

وعرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها: "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة، أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعملاء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام، لكي تحرر سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وتشرح هذه السياسة للمجتمع" (علي الباز، 2002، ص46).

كما عرفها نظام الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة على أنها: "الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق والجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خدمات الاقتصادية أو الاجتماعية التي تحققها المؤسسة" (حسين الحلبي، 1980، ص12).

كما قدم الباحثون العرب تعريفات مختلفة للعلاقات العامة، فنجد مثلاً: منير حجاب الذي يرى أن العلاقات العامة هي: "أحد مجالات الإدارة المؤسساتية التي ظهرت وحقققت قبولاً متزايداً خلال الخمسين عاماً الأخيرة، ويرجع ذلك إلى تعاضد أهمية الرأي وكسب ثقة الجمهور، لنجاح نشاط المؤسسات على اختلاف أنواعها". (محمد منير حجاب وسحر محمد وهي، 1995، ص13)

كما قام أبو قحف عبد السلام بإعطاء تعريف للعلاقات العامة، حيث يرى أنها: "تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين شخص أو منظمة أو مشروع أو أشخاص آخرين أو جماهير معينة أو المجتمع ككل، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمي علاقات متبادلة، ودراسة ردود الفعل وتقويمها" (أبو قحف عبد السلام، 2003، ص 223).

وبالنسبة لعلّي الباز العلاقات العامة هي: "وظيفة الإدارة المخططة والمستمرة، والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات العامة والخاصة لكسب تفاهم وتأييد وتعاطف الجمهور الذي يهتمها والحفاظ عليه، وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام، لضمان توافقه مع سياساتها قدر الإمكان ونشاطاتها وتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة، باستخدام الإعلام الشامل" (علي الباز، 2002، ص 75).

وهذا ما أكد عليه علي عجوّة: "العلاقات العامة تقوم بأداء رسالتها في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية، من خلال البرامج الإعلامية والتأثيرية والتنقيفية والترفيهية، إضافة إلى البرامج والخدمات التي تهدف إلى تذليل العقبات والمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجماهير". (علي برغوت، 2007، ص 10)

وخلاصة القول أن "العلاقات العامة تقوم على الاتصال بالجمهور في سبيل خلق توافق وانسجام أفضل بين الأشخاص، في نطاق المؤسسة أو الجماعة أو المجتمع وفق برنامج خاص".

3- مبادئ وأسس العلاقات العامة:

لكي تؤدي العلاقات العامة دورها بنجاح وتكامل لا بد وأن تستند على مجموعة من المبادئ والأسس لتكون هذه الأخيرة الدليل الذي يقودها نحو تحقيق الهدف المنوط بها. فللعلاقات العامة مبادئ يلتزم بها المختصون، أثناء أدائهم لنشاطاتهم في العلاقات العامة والتي عادة ما تكون مخططة ومدروسة مسبقاً.

وعلى الرغم من الاتفاق على معظم واغلب المبادئ، التي على العاملين بالعلاقات العامة الالتزام بها، إلا انه من الممكن أن يكون هنالك اختلاف من طرف تطبيقها، وهذا راجع لعدة أسباب واعتبارات من أهمها: (السيد رمضان وآخرون، 2004، ص 39)

أولاً: طبيعة نشاط المؤسسة:

فالمؤسسات التي تشتغل بأعمال المرافق العامة، أو التي تقوم بإنتاج وتوزيع السلع الاستهلاكية، تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الإداري لأعمال العلاقات العامة، وكذلك طبيعة ونوعية الممارسة فيه.

ثانيا: حجم ونوعية الجمهور:

والذي يكون على اتصال بالمؤسسة، سواء كان داخليا أو خارجيا، ومدى القدرة على التأثير فيه، ومدى استجابة هذه الجماهير لنشاطات المؤسسة، والنوعية المستخدمة من وسائل الاتصال مع هذا الجمهور.

ثالثا: مدى اهتمام المؤسسة بالمسؤوليات:

وكافة الالتزامات الاجتماعية الملقاة على عاتق جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة، بما يتماشى مع مصالح مختلف الجماهير المتصلة بها.

رابعا: شخصية عامل العلاقات العامة:

من حيث استعداده وخبراته ومهاراته، وقدرته على التعامل مع جمهور المؤسسة. ويختزل "إدوارد بيرنايز" مبادئ وأسس العلاقات العامة في نقطتين أو بالأحرى قاعدتين رئيسيتين هما: الأداء النافع أولا ، والإخبار الصادق على نطاق واسع ثانيا، ويضيف أن القاعدة الثانية مكتملة للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلا عنها. وانطلاقا من هنا يمكننا أن نستنتج ونوضح مجموعة من الأسس والمبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة وهي:

3-1- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

أي يجب أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون بها، فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي، وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام، فيجب أولا (خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية). ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات مع الجمهور الخارجي، عن أية مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها، وعمالها وطريقة معاملتهم للناس، وأدائهم لواجباتهم وفي ذلك ما يبرر أن تبدأ العلاقات العامة من داخل المؤسسة. (السيد رمضان، وآخرون، 2004، ص 41)

حيث لا يمكن أن نتصور مؤسسة تسعى إلى كسب الجمهور الخارجي وتحمل الجمهور الداخلي، لأن الاهتمام بالجمهور الداخلي وكسب ثقته ورضاه هو أول خطوة لنجاح المؤسسة لأن العاملين بالمؤسسة هم بمثابة مرآة عاكسة لصورة مؤسستهم، فهم ينقلون الانطباع الحسن عنها للجماهير الخارجية من خلال حديثهم عنها، أما إذا أهملت المؤسسة جمهورها الداخلي فإنه سيخط عليها وينقل عنها صورة سيئة.

3-2- مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي:

يجب أن تتسم أعمال المنشأة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع تصرفاتها، لأن الحقيقة خير إعلام عن المنشأة، كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم (مُجَّد مصطفى أحمد، 2003، ص 47).

3-3- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير، وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بأن تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك. (السيد رمضان، وآخرون، 2004، ص 41)

يجب على المؤسسة إتباع أسلوب المكاشفة وعدم إخفاء الحقائق لأن هذا يقضي على كل الأقاويل التي يمكن أن يستعملها بعض المغرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة.

3-4- مساهمة الهيئة في رفاية المجتمع:

إن رفاية المجتمع هدف عام تسعى جميع هيئات المجتمع على تحقيقه وتشارك المؤسسات مع بعضها البعض على إنجازه، لذلك يجب أن تضع كل هيئة أهدافها في ضوء الأهداف العامة للمجتمع وبذلك تصبح عضوا نافعا فيه، فتقدم المؤسسة وتطورها يساعد على تحقيق أهداف المجتمع وكذلك فإن تقدم المجتمع وتطوره ينعكس على المؤسسات القائمة ، لذلك يجب أن لا تتعارض أهداف المؤسسات مع أهداف المجتمع.

بما أن الهيئة أو المؤسسة موجودة داخل المجتمع، وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ منه، ومن الضروري أن تساهم أهدافها المرسومة في رفاية المجتمع، وهذا ما يكسبها ثقة جماهيرها.

3-5- نشر الوعي بين الجماهير:

يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك، وعليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجماهير إلى تأييد السياسة العامة للمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتعاونها. (مُجَّد مصطفى أحمد، 2003، ص 51)

3-6- كسب ثقة الجماهير:

تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات إلى العمل على كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها، ومعنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضي جماهيرها عنها

وعلى ذلك يجب أن يدرّب العاملون بالهيئة حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على الوجه الأكمل بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرها.

3-7- تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:

لا يمكن لهيئة أن تنجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها، فمن المسلم به أن التعاون هو أحد أسس النجاح فلا يكفي مثلاً أن تمارس نشاطها وتوطد علاقتها بجماهيرها وتعمل تعاوناً مع الهيئات الأخرى، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها البعض. (السيد رمضان وآخرون، 2004، ص 43).

ويضيف أحمد كمال بعض الأسس والمبادئ والتي من أهمها بالإضافة إلى ما سبق عرضه ما يلي: (مُجّد مصطفى أحمد، 2003، ص 48)

- ضرورة أن تتصف العلاقات العامة بالديناميكية والحيوية والتفاعل مع الجماهير.
- اتساع نشاط العلاقات العامة حتى يمكنها أن تعمل في جميع المجالات.
- تساعد العلاقات العامة الجماهير على تحمل المسؤولية الاجتماعية، كما أنّها تقوم على أسلوب التخطيط السليم.
- تقوم العلاقات العامة على فلسفة واضحة، هي احترام رأي الجماهير والإيمان بأهمية هذا الرأي، وذلك بعد إتاحة الفرصة لتبصير وتنوير الجماهير.

4- وظائف العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات العامة وسيلة ذات وظائف متعددة وتتنوع وجهات النظر المختلفة حول طبيعة وواقعية تلك الوظائف، إذ غالباً ما ينظر للعلاقات العامة كأداة لضبط الجمهور، وذلك عن طريق توجيه تفكير تلك الجماهير قدر المستطاع نحو ما يرضي احتياجات المؤسسة ويحقق أهدافها. وفي خضم هذا الاختلاف نجد بعض الباحثين يحددون وظائف العلاقات العامة في ثلاث نقاط أساسية مفادها: (إبراهيم إمام، 1975، ص 61)

- الاتصال بمختلف الهيئات وجماعات تكوين الرأي العام، وتزويدها بالمعلومات والبيانات عن المنظمات وخدماتها.
- تتابع المنظمة كل التغيرات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية؛ والتي من شأنها أن تؤثر على مركزها .
- رسم الخطط واختيار الخبراء الذين يستطيعون القيام بالواجبات المحددة في النقطتين السابقتين.

بينما يرى بعض الباحثين الذين درسوا العلاقات العامة في المؤسسات والشركات وغيرها من الهيئات، أن هنالك خمسة وظائف أساسية هي:

1- وظيفة البحث:

يقصد بها كافة الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير الداخلية والخارجية، وتحري الحقائق وجمع المعلومات الخاصة بذلك، ومن ثمة القيام بتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة، وهذا على أسس علمية وإحصائية دقيقة. (جودت مُجَّد ناصر، 1988، ص 206)

2- وظيفة التخطيط:

تعني وضع التصورات المستقبلية حول الأهداف التي تنشدها المؤسسة وحول الجماهير التي تستهدفها، ثم رسم سياسة العلاقات العامة للمؤسسة على ضوء ذلك، من تصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات، وتحديد الميزانية اللازمة للإنفاق على نشاطات العلاقات العامة، وتوزيعها على الأنشطة المختلفة بناء على التصورات السابقة أو الخطة التي تم وضعها. (جودت مُجَّد ناصر، 1988، ص 207)

4- وظيفة الاتصال:

و هي عملية الاتصال بالمسؤولين في الداخل وكذلك بالهيئات والأفراد في الخارج، فيقوم الخبراء بالاتصال بالمدراء ورؤساء الأقسام وكبار الموظفين، فيقدمون لهم المعلومات والأخبار والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة، وتعمل هذه المعلومات وعملية نقلها على التأثير في سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية لدى الجماهير (إبراهيم إمام، 1975، ص 63).

5- وظيفة الإدارة:

بمعنى القيام بعملية تقديم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء مهامها، خاصة تجاه الجمهور - الداخلي والخارجي-. كما تعمل أيضا على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها. كذلك تعمل العلاقات العامة دور حلقة الوصل بين الشخصيات المختلفة في الترتيب الوظيفي وبين المستويات المختلفة من الهيكل التنظيمي. (حسين عبد الحميد رشوان، 1997، ص 149)

6- وظيفة التقييم:

ويقصد بهذه الوظيفة قياس النتائج الفعلية المحققة، والحصل عليها من خلال تطبيق البرامج الموضوعية للعلاقات العامة، وتحديد الانحرافات وتحديد فعالية البرنامج، وتحقيق الأهداف المنشودة. بمعنى قياس النتائج

الفعلية لبرامج العلاقات العامة، وتعديلها بما يتماشى مع خدمة المصالح وتحقيق الأهداف المسطرة (جودت مُجَد ناصر، 1988، ص 209)

بينما هنالك من الباحثين من يرى أن وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة، تُحدد من خلال ثلاثة محاور هي: (جودت مُجَد ناصر، 1988، ص 210-211)

الوظائف أو الخدمات المقدمة إلى الجمهور بشكل عام:

-التعريف بالمنظمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والمناسبة لمنتجات هذه المنظمة وسياساتها وأهدافها، وكل ما يطرأ عليها من تغيير، بلغة بسيطة وسهلة الفهم.

- التأكد من صحة المعلومات التي تنقل إلى الجمهور، والعمل على تصحيحها وتدارك المواقف الخاطئة، عن طريق تقويمها استناداً إلى البيانات الدقيقة، والكفيلة بإعادة الجمهور إلى الصواب.

- تأمين جو من التفاهم والثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها من جهة، وبين المنظمة وأفرادها من جهة أخرى.

الوظائف التي تقدمها للمنظمة ككل :

-تزويد المنظمة بالمعلومات حول الرأي العام، والتطورات المتوقع حصولها مستقبلاً.

- العمل بكافة السبل والوسائل بين فئات الجمهور المختلفة، من اجل جعل سياسات وأهداف وخدمات هذه المؤسسة تتلقى رواجاً لدى هذه الفئات.

- التصدي لأي هجوم على المؤسسة، بتفنيد الدعايات والأكاذيب والمعلومات الخاطئة عنها، عن طريق نشر الحقائق التي من شأنها إعادة الثقة للجمهور.

الوظائف التي تقدمها للإدارة بشكل خاص:

- القيام بجمع ودراسة المعلومات المتعلقة بالإدارة العليا للمؤسسة، وردود أفعال الفئات الجماهيرية حول سياساتها وتسييرها للمنظمة.

- المساعدة في تأمين الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة - دنيا، عليا -، ومن ثمة خلق تنسيق وتفاهم فيما بينها من جهة، وبين الجمهور الداخلي من جهة أخرى.

- قيامها بدور المستشار الشخصي لأعضاء مجلس الإدارة، وجميع المدراء في الأقسام المختلفة، من اعتمادهم عند إصدار قراراتهم وتعديل سياساتهم، على النصح المقدم لهم من طرف مختصي العلاقات العامة.

5- أهمية وأهداف العلاقات العامة:

لذا سنحاول أن نوجز بعض أهم النقاط عن أهمية العلاقات العامة وأهدافها.

5-1- أهمية العلاقات العامة :

* تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة، وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات، ما يقوي الروابط بين هذه الهيئات والجمهور ويوفر تعاوناً بينهما ويساعد على تماسك المجتمع.

* توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجمهور، وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياستها وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجمهور ويحقق النفع لهم وللهيئات معاً.

* تحقق العلاقات العامة لجمهور الهيئات الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة، ويهيئ أسباب الحياة الكريمة للعاملين بالهيئات وبالتالي فإن ذلك يساعد على نشر روح الاطمئنان في نفوسهم. (مُجد بهجت جاد الله كشك، 2003، ص 29)

* تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجمهور، وهذا التكيف الإنساني أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة، وبدونه لا يمكنها أن تصل إلى أهدافها المنشودة.

* تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجمهور، وهذا يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي توجهها لأن المشاركة الجماهيرية لا تجعل هذه الهيئات في عزله عن الجماهير. (هناء حافظ بدوي، 2001، ص 45-46)

5-2- أهداف العلاقات العامة:

* تهدف العلاقات العامة إلى نقل وتوصيل المعلومات عن المنظمة إلى الجمهور حتى تكون الجماهير على فكرة صحيحة عن هذه المنظمة فيؤيدونها في خططها، وفي أزماتها وتستخدم إدارة العلاقات العامة وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال في نقل هذه المعلومات إلى الجمهور، وبذلك تصبح اتجاهاتهم مؤيدة للمنظمة فيقبلون على خدماتها، أو ما تتجه من سلع.

* معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو المنظمة (نحو سياستها، خططها، برامجها أو مدلول ما تتجه من سلع أو خدمات) وذلك من أجل العمل على تلبية رغباته ومتطلباته قدر الإمكان ولتضمن أيضاً استمرار تعامله معها، والمضاعفة من فرص نجاحها (سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، 1999، ص 261).

* معرفة آراء الجمهور واحتياجات العاملين (عمال ، موظفين) في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية، أو استحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية.

* المشاركة مع إدارات المؤسسة الأخرى في إعداد المواد الإعلامية، والمتطلبات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق أو الإنتاج... لتعريف الجمهور بذلك، وتقوم بإعداد الصور والتصاميم والإعلانات الخاصة، لمجمل نشاط المؤسسة وكذلك بتوفير الدراسات والبحوث والأفلام والمطبوعات وكافة المواد الإعلامية التي تطلبها المؤسسة وإدارتها.

* توثيق الاتصال بين المؤسسة والجهات أو المنظمات الأخرى، المشابهة أو غير المشابهة، واستخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية. (عبد الكريم راضي الجبوري، 2001، ص 35-36)

إذن فأهمية العلاقات العامة وأهدافها لا تقتصر على الجمهور الداخلي أو الخارجي بل بمحاولة تحقيق رضى الطرفين والسعي إلى خلق التكامل بين جماهيرها من أجل المحافظة على كيانها واستمرارية نجاحها.

6- نظريات العلاقات العامة

العلاقات العامة علم له قواعده ونظرياته، والنظرية في العلاقات العامة لها اتجاهين أحدهما يركز على المهارات اللازمة لممارسة النشاط، والآخر يصب الاهتمام على كيفية الاتصال والتعامل مع جمهور المؤسسة، ومن أهم النظريات المتعلقة بالعلاقات العامة نجد:

6-1- نظرية النظم:

تعرف هذه النظرية أيضا بنظرية التكيف والتوافق، وهي ترى بأن المنظمة تمثل نظاما فرعيا من نظام أكبر يمثل البيئة الخارجية التي تؤثر وتتأثر بها، وبالتالي فهي تحتاج إلى تعزيز قدرتها التنافسية لضمان الاستمرارية، ومن هذا المنطلق يوجد نوعان من المنظمات وهما: المنظمات التي تتفاعل مع بيئتها وذلك عن طريق تبادل المصالح، والمنظمات الغير فاعلة مع بيئتها، وهي تعتبر غير نافعة طبقا لهذه النظرية-، ويتمثل دور العلاقات العامة وفق هذه النظرية فيما يلي:

- المراقبة: وتعني رصد التغيرات والتطورات الحاصلة في البيئة، وجمع المعلومات عن الصعوبات التي تواجه المنظمة.

- التفسير: وتعني القدرة على فهم وتفسير المعلومات، وترتيب الأولويات من حيث القضايا والجمهور.

- تقديم المشورة: أي النصح والتحذير من المشكلات الموجودة في البيئة، وتقديم المساعدة للمنظمة لحل هذه المشكلات من خلال مقترحات مفيدة. وبالتالي فإن المنظمة تحتاج لفهم مختلف التغيرات البيئية وما ينتج عنها (عبد الرزاق مُجد الدليمي، 2005، ص 331-332).

6-2- النظرية الموقفية:

ترى هذه النظرية أن أساس نجاح المؤسسة أو فشلها هي الجماهير، فمنها الجماهير ذات المشاركة الكاملة، ومنها من تشارك في حل المشكلات، ومنها من لا تشارك أصلاً، ومن خلال هذا يتم تقسيم البيئة الخارجية طبقاً لهذه النظرية إلى ثلاث مجموعات: الأولى هي غير مهمة للمؤسسة، الثانية لها علاقة بالمؤسسة ولكن من دون مشاركة، وأخيراً الجماعات النشطة، ومن خلال هذا التقسيم يمكن الإدارة العلاقات العامة تفسير الجماهير المختلفة، وتحديد الوسائل الاتصالية المساعدة على بناء علاقات طيبة مع الجمهور. (وريدة لرجان، 2015، ص 11)

6-3- نظرية الحوار:

تعد هذه النظرية تطويراً للنموذج المتماثل أو المتوازن ل: " جرونج " وتعتمد على الحوار الذي يعني اتصال المنظمة بجماهيرها لمناقشة أهم القضايا، والحوار في العلاقات العامة يعد وسيلة للتفاوض بين المؤسسة وجماهيرها، وأوضح " بيرسون " أهمية الحوار في العلاقات العامة ودوره في تحقيق التفاهم بين المنظمة وجماهيرها. وتتضمن نظرية الحوار المبادئ التالية:

- * المبدأ الأول: التبادلية: وهي الوعي بأهمية العلاقات المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها.
- * المبدأ الثاني: التواصل: أي استمرارية الاتصال الإيجابي مع الجماهير والتواصل معهم.
- * المبدأ الثالث: التقمص: والذي يؤكد على أهداف الجماهير وتدعيم مصالحها.
- * المبدأ الرابع: المخاطرة: بمعنى استعداد المنظمة للتفاعل مع الأفراد والمؤسسات.
- * المبدأ الخامس: الالتزام: أي التزام المؤسسة بالحوار مع الجماهير لتدعيم التفاهم بينهم. (عبد الرزاق مُجد الدليمي، 2005، ص 333-334)

هناك نظريات أخرى اتصالية يعتمد عليها ممارس العلاقات العامة ليتسنى له اختيار وسائل الاتصال المناسبة والقادرة على تحقيق الأهداف، حيث أن الاتصال يتكون من: مرسل الرسالة، الرسالة، ومستقبل الرسالة، وانتقال الرسالة الاتصالية عبر قنوات الاتصال والإعلام إلى المستقبل لا تعني بالضرورة استجابة هذا الأخير لمضمون الرسالة.

وتتمثل هذه النظريات فيما يأتي:

-**نظرية التبادل:** لهذه النظرية دور كبير في تحقيق الاتصال والتواصل مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها المؤسسة، وتسهر في خدمة أهداف المؤسسة والمجتمع ككل من خلال توظيف الاتصال الناجع، كما تعمل على بلورة أهداف محددة للتنظيم الاجتماعي بغية الرفع من طموحات المجتمع، وتتطلب هذه النظرية وجود أهداف واضحة ومحددة وإقامة علاقات مباشرة بين المنظمة وجماهيرها بما يضمن نجاح عملية التبادل بينهم، وضرورة تحقيق نوع من العدالة الاجتماعية في توزيع العائد بينهم). (وريدة لرجان، 2015، ص 49)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعدها قمنا بجمع المعلومات النظرية والمعرفية حول المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة، سوف نقوم بتطبيقها في الميدان وذلك من خلال مجموعة من الأفراد بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية المسيلة، وذلك من خلال بداية الإجراءات الميدانية وتحليل وعرض البيانات وصولاً إلى أهم النتائج.

1-تفريغ البيانات وتحليلها

1-1-البيانات الشخصية:

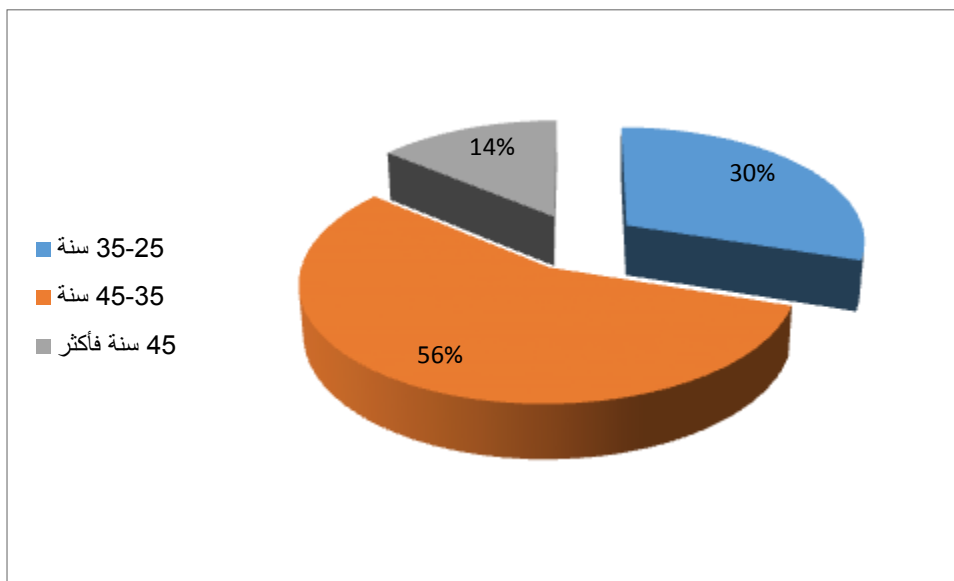
-السن:

الجدول رقم(1): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	
30%	15	35-25 سنة
56%	28	45-35 سنة
14%	07	45 سنة فأكثر
100%	50	المجموع

التعليق:

من خلال معطيات الجدول تبين لنا أن ما نسبته 56% من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (35-45) سنة وهم يمثلون الفئة الكبيرة أي ما يفوق نصف أفراد العينة المبحوثة، تليها نسبة 30% لأفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 25-35 سنة، في حين أن أفراد العينة الذين يتراوح أعمارهم أكثر من 45 سنة مثلتهم نسبة 14% ويمكن تفسير هذه النتائج أن المؤسسة محل الدراسة تعمل على تجديد الموظفين باستخدامها للطاقات الشابة أما النسبة الغالبة فتعود لاعتماد المؤسسة على ذوي الخبرة المهنية.



الشكل رقم(1): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

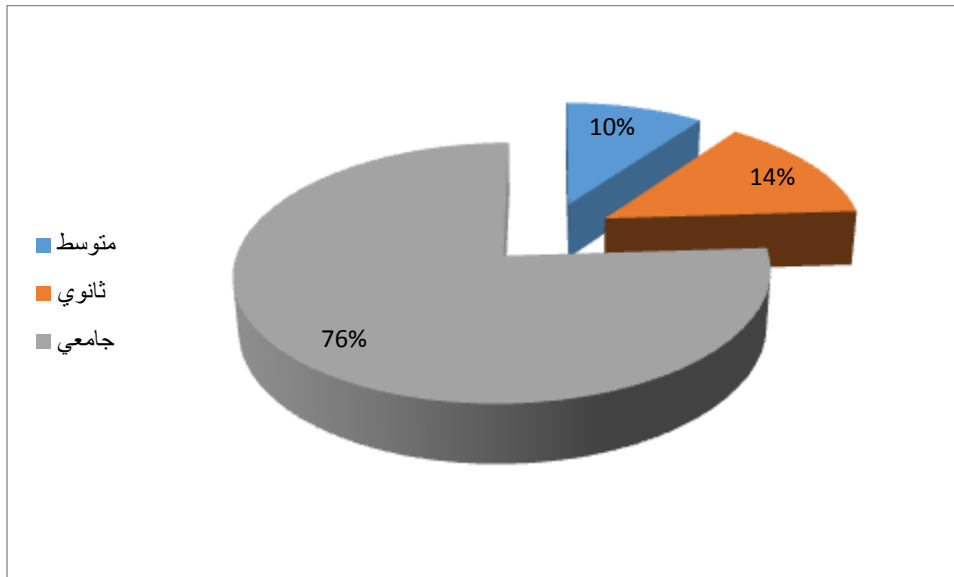
–المستوى التعليمي:

الجدول رقم(2): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
10%	5	متوسط
14%	7	ثانوي
76%	39	جامعي
100%	50	المجموع

التعليق:

من خلال معطيات الجدول تبين لنا أن المستوى التعليمي للمبحوثين أغلبهم من ذوي الشهادات الجامعية أو المستوى الجامعي وذلك بنسبة 76% تليها نسبة 14% ذوي المستوى التعليمي الثانوي، وأخيرا ذوي المستوى المتوسط مثلتهم نسبة 10% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى، وتفسير ذلك أن المؤسسة محل الدراسة هي مؤسسة حكومية إدارية وخدماتية فهي تعتمد في توظيف عمالها على أساس الشهادات العلمية الجامعية أو على الأقل المستوى الجامعي، أما النسب المتبقية فهي للمستويات التعليمية الدنيا وتشمل الأعوان أو العمال البسطاء.



الشكل رقم(2): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

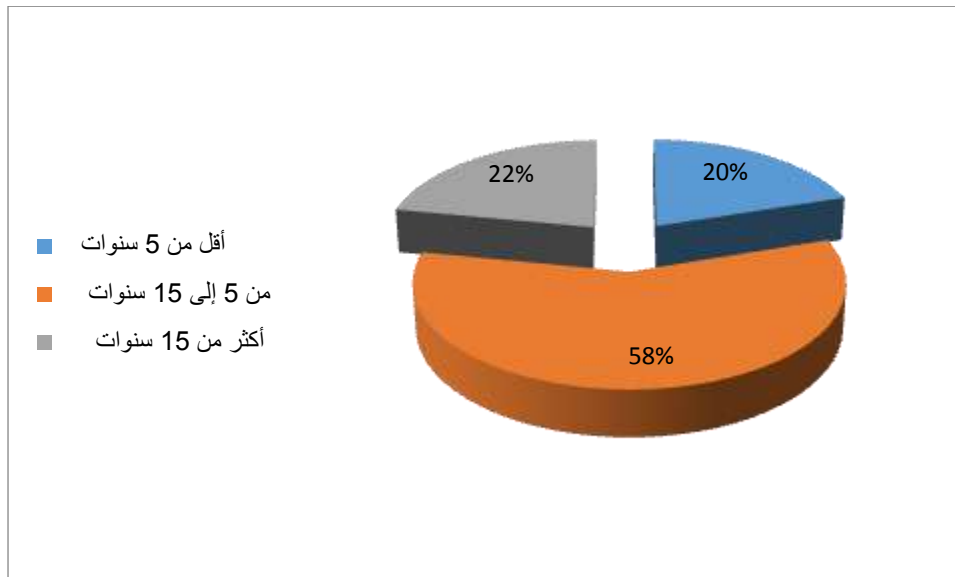
- الخبرة المهنية:

الجدول رقم(3): يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	10	20%
من 5 إلى 15 سنوات	29	58%
أكثر من 15 سنوات	11	22%
المجموع	50	100%

التعليق:

من خلال معطيات الجدول تبين لنا أن نسبة 58% تمثل أفراد العينة ذوو الخبرة المهنية من 5 إلى 15 سنوات، تليها نسبة 20% لأفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية أقل من 5 سنوات، وأخيراً نسبة 22% مثلت أفراد العينة الذين لديهم خبرة أكثر من 15 سنة. وتفسير هذه النتيجة أن المؤسسة وبطبيعة خدماتها تعتمد بشكل كبير على أصحاب الكفاءة والخبرة المهنية بالإضافة إلى سعيها إلى توظيف الطاقات الشابة في مقابل خروج بعض العمال إلى التقاعد.



الشكل رقم(3): يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

2- نتائج محاور الاستبيان

الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة: استبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة:

- الصدق:

أ- الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

حيث تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين ...

ب- الصدق التمييزي (المقارنة الطرفية):

حيث تم ترتيب المبحوثين حسب الدرجة من الأدنى للأعلى وتم اختيار 28 بالمائة من الفئة الأدنى ومثيلتها من الأعلى، وتم إجراء المقارنة بينهما.

جدول رقم 4: يبين الفروق في استبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة حسب الدرجة

الدرجة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
الأدنى	8	11.38	0.916	-10.916	14	0.000
الأعلى	8	16.38	0.916			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن اختبار ت دال إحصائياً، حيث قدرت قيمة ت ب -10.916 عند درجة حرية قدرها 14 وكانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية في استبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة حسب الدرجة لصالح الفئة العليا، وهذا ما يدل على الصدق التمييزي للاستبيان.

- الثبات:

جدول رقم 5: يوضح قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لاستبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات

العامة

عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
22	0.728

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول رقم 05 قيم معاملات ألفا كرونباخ لاستبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة، ويتضح من الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة لاستبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات

العامة تمثلت في (0.728)، مما يشير إلى تمتع استبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة بدلالة ثبات جيدة.

وبناء على ما تقدم فإنه يمكن القول بأن استبيان المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة على درجة عالية من الصدق والثبات ويمكن الاعتماد على نتائجه.

نتائج المقياس

الجدول رقم 06 : مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الخماسي

المستوى الموافق له	مجال المتوسط الحسابي المرجح
منخفض	من 1 إلى 2.33
متوسط	من 2.34 إلى 3.67
مرتفع	من 3.68 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

وعليه قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لكل عبارة، وهذا ما توضحه الجداول التالية.

2-1- عرض نتائج الفرضية الأولى:

تنص الفرضية: لوسائل العلاقات العامة دور كبير في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.

جدول رقم 07: يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة لمحور اعتماد المؤسسة لوسائل

العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
منخفض	0.254	0.93	الفقرة 1
منخفض	0.379	0.83	الفقرة 2
منخفض	0.490	0.63	الفقرة 3
منخفض	0.450	0.27	الفقرة 4
منخفض	0.466	0.30	الفقرة 5
متوسط	0.765	2.97	اعتماد المؤسسة لوسائل العلاقات العامة
الدلالة الإحصائية = 0.000		درجة الحرية = 14	قيمة ت = -8.275

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ 8.275- عند درجة حرية قدرها 14 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أصغر من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد المؤسسة لوسائل العلاقات العامة داخل المؤسسة لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 2.97 وانحراف معياري قدره 0.765 ويشير هذا أن لوسائل العلاقات العامة دور ذو مستوى متوسط في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى.

2-2- عرض نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية: مستوى المهارات القيادية للمرأة مرتفع في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة. جدول رقم 08: يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة لمحور المهارات القيادية للمرأة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
منخفض	0.305	0.10	الفقرة 1
منخفض	0.450	0.73	الفقرة 2
منخفض	0.504	0.43	الفقرة 3
منخفض	0.504	0.43	الفقرة 4
منخفض	0.379	0.17	الفقرة 5
منخفض	0.450	0.27	الفقرة 6
منخفض	0.490	0.63	الفقرة 7
متوسط	1.135	2.77	المهارات القيادية للمرأة
الدلالة الإحصائية = 0.000		درجة الحرية = 14	قيمة ت = -12.410

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ 12.410- عند درجة حرية قدرها 14 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أصغر من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المهارات القيادية للمرأة داخل المؤسسة لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 2.77 وانحراف معياري قدره 1.135 ويشير هذا أن مستوى المهارات القيادية للمرأة متوسط لدى عينة الدراسة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية.

2-3- عرض نتائج الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية: لمهارات المرأة القيادية أهمية في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة

جدول رقم 09: يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتبة لمحور المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
منخفض	0.183	0.03	الفقرة 1
منخفض	0.305	0.90	الفقرة 2
منخفض	0.305	0.90	الفقرة 3
منخفض	0.407	0.80	الفقرة 4
منخفض	0.254	0.93	الفقرة 5
منخفض	0.254	0.93	الفقرة 6
منخفض	0.379	0.83	الفقرة 7
منخفض	0.305	0.90	الفقرة 8
منخفض	0.183	0.97	الفقرة 9
منخفض	0.305	0.90	الفقرة 10
مرتفع	0.960	8.10	المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة
الدلالة الإحصائية = 0.000		درجة الحرية = 14	قيمة ت = -13.748

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ -13.748 عند درجة حرية قدرها 14 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أصغر من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة داخل المؤسسة لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 8.10 وانحراف معياري قدره 0.960 ويشير هذا أن لمهارات المرأة القيادية أهمية بالغة في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

2-4- عرض نتائج الفرضية العامة:

- دراسة معاملات خط الانحدار:

يمثل الجدول أدناه قيم معاملات خط الانحدار للعلاقة بين المهارات القيادية للمرأة والعلاقات العامة

الجدول رقم 10: قيم معاملات خط الانحدار المعاملات^a Coefficients

مستوى الدلالة Sig.	قيمة t	معاملات قياسية Coefficients standardisés	معاملات غير قياسية Coefficients non standardisés		النموذج
		Bêta	Erreur standard	B	
0.000	7.155		0.376	2.688	الثابت (Constante)
0.430	0.801	0.150	0.126	0.101	المتغير المستقل المهارات القيادية للمرأة

a. المتغير التابع العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن ثابت خط الانحدار يساوي 2.688 والذي يمثل قيمة B بالجدول، وبلغت الدلالة الإحصائية Sig (0.000) وهي مقبولة لأنها أقل من 0.05 فتصبح معادل خط الانحدار مبدئياً هي: $Y=a+bX$

وبتعويض القيم نجد المعادلة التالية:

$$Y = 2.688 + 0.101 X$$

حيث أن X يمثل المتغير المستقل المهارات القيادية للمرأة و Y يمثل المتغير التابع العلاقات العامة نستنتج من معادلة خط الانحدار أن زيادة المهارات القيادية للمرأة ولو بقيمة 1 ستزيد العلاقات العامة بقيمة 0.101.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية العامة القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.

2- النتائج النهائية للدراسة:

2-1- النتائج الجزئية للفرضية الفرعية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على أنه: لوسائل العلاقات العامة دور كبير في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة ومن خلال المعالجة الإحصائية لبيانات الفرضية الأولى تبين لنا أن لوسائل العلاقات العامة دور ذو مستوى متوسط في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة، أي أن الفرضية الجزئية الأولى تحققت.

حيث اتفقت نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة نابتي خليدة: بعنوان واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية - دراسة حالة جامعة محمد خيضر والتي خلصت إلى لوسائل العلاقات العامة في جامعة بسكرة له دور كبير من خلال الشكل التنظيمي الذي تتبعه إدارة العلاقات العامة في الجامعة.

إلا أنها اختلفت مع دراسة بوخناف هشام بعنوان: وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية - دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر- عنابة والتي خلصت وظيفة العلاقات العامة بعيدة إلى حد كبير عن القيام بعمليات البحث والتخطيط ورسم السياسات العامة في مجال العلاقات العامة وهو ما يشير إلى مركزية سلطة القرار. وعدم إتاحة الفرصة للمشاركة في هذه العمليات حتى وإن تمت.

وقد اختلفت نتائج دراستنا مع دراسة عيواج عذراء بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية - دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة والتي توصلت إلى ظهور العلاقات العامة كمديرية في بلدية قسنطينة هو ظهور شكلي فقط، فهي غير مجسدة على أرض الواقع، بالرغم من وجود خلية الاتصال التي يفترض أن تعوض جهاز العلاقات العامة إلا أنه لا يشرف عليها مختصون ومؤهلون، وهي لا تضطلع بالمهام الأساسية للعلاقات العامة التي تتمحور حول الاهتمام المستمر بالموظفين وتحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين.

ويمكننا تفسير هذه النتيجة التي اختلفت مع جل الدراسات السابقة إلى طبيعة المؤسسات الخدمية التي طبقت فيها هذه الدراسة، حيث وجدنا أن لوسائل العلاقات العامة في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة ذو أهمية كبيرة وهذا لطبيعة الخدمة الاجتماعية التي تقدمها وكبر حجم متعاملاتها حيث لاحظنا أن هناك أعداد كبيرة تلجأ إلى هذه المؤسسة من أجل التعويضات الطبية والاجتماعية وهو ما أدى بالمؤسسة محل الدراسة إلى اعتماد وسائل العلاقات العامة لما لها من دور في تنظيم الأعمال واعتمادها على استراتيجيات تحول دون الوقوع في ضغوط العمل بسبب كثرة المتعاملين بها.

2-2- النتائج الجزئية للفرضية الفرعية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على أنه: مستوى المهارات القيادية للمرأة مرتفع في مؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة ومن خلال المعالجة الإحصائية لبيانات الفرضية الأولى تبين لنا أن مستوى المهارات القيادية للمرأة متوسط لدى عينة الدراسة أي أن الفرضية الجزئية الثانية قد تحققت.

حيث تتفق نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة "نسرين تواتيت" تحت عنوان (القيادة النسوية وعلاقتها بأداء العاملين دراسة ميدانية في جامعة الحاج لخضر)، والتي خلصت إلى أن إلى النمط القيادي للمرأة يساعد العاملين على زيادة رغبتهم لأداء أعمالهم وذلك من خلال القيادة الاستشارية التي تفتح أمامهم مجال تفويض السلطة والمشاركة في اتخاذ القرارات مما يزيد من الشعور بالانسجام والانتماء، فيساهم ذلك في تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية.

وتتفق نتائج دراستنا كذلك مع دراسة دراسة (الحسين، 2011) وهي بعنوان: السمات والمهارات التي تتميز بها المرأة القيادية الأردنية والصعوبات التي تواجهها التي خلصت إلى أن الحالة الاجتماعية ليست عائقاً أمام وصول المرأة إلى مركز قيادي ولا توجد علاقة بين المؤهل العلمي أو الخبرة أو الدورات التدريبية وبين وصول المرأة إلى مركز قيادي أي أنها تؤدي مهامها القيادية على أكمل وجه وبذلك يكون مستواها القيادي مرتفع.

ويمكننا تفسير هذه النتيجة إلى أن النمط القيادي للمرأة يساعد العاملين على زيادة رغبتهم لأداء أعمالهم وذلك من خلال القيادة الاستشارية التي تفتح أمامهم مجال تفويض السلطة والمشاركة في اتخاذ القرارات مما يزيد من الشعور بالانسجام والانتماء، فيساهم ذلك في تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية كذلك إن المهارات والصفات القيادية للمرأة تساعد الموظفين على زيادة رغبتهم في أداء العمل بشكل جيد وصحيح وذلك من خلال قدرة القادة على مواجهة التغيير والتغاير وكذا تركيزها على العلاقات الإنسانية والعمل بروح فريق مما يحسس العامل بالانتماء، كذلك مهارتها الإبداعية والتطويرية وقدرتها على التواصل مع العاملين يحفزهم على الأداء الجيد في المنظمة

كذلك يمكننا تفسير هذه النتائج إلى المعوقات التي تواجه المرأة الإدارية القيادية للوصول إلى المراكز القيادية أهمها: الصورة النمطية السلبية للمرأة في ذهن الرجل، ومحدودية طموحها وعدم ثقتها بنفسها وبقدراتها، وعدم استمراريتها بالعمل، والتحيز و المحسوبية والعشائرية وهو ما استطاعت المرأة في الوقت الراهن من تجاوز هذه الصعوبات وتمكنها من شغل المناصب القيادية.

3-2- النتائج الجزئية للفرضية الفرعية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على أنه: لمهارات المرأة القيادية أهمية في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة.

ومن خلال المعالجة الإحصائية لبيانات الفرضية الأولى تبين لنا أن لمهارات المرأة القيادية أهمية بالغة في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة أي أن الفرضية الجزئية الثالثة تحققت.

حيث اختلفت نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة "نسرين تواتيت" تحت عنوان (القيادة النسوية وعلاقتها بأداء العاملين دراسة ميدانية في جامعة الحاج لخضر) والتي خلصت إلى أن القيادة النسوية دور كبير تلعبه في تحسين وزيادة الأداء الوظيفي للعاملين وممارسة القائدة لتحقيق التزام العاملين في عملية التوجيه والمراقبة والتنسيق إضافة إلى تقسيم العمل وتوزيع المهام توزيعاً عادلاً على الموظفين وفتح قنوات الاتصال والتفاعل بين المؤسسة والمتعاملين وبذلك تكون قد قدمت دوراً كبيراً لمجال العلاقات العامة سواء داخل المؤسسة أو خارجها. ويمكننا تفسير هذه النتيجة أن لكل وظيفة من وظائف القيادة النسوية دور تلعبه في تحسين وزيادة الأداء الوظيفي للعاملين كما وممارسة القائدة لوظائفها خاصة في مجال عملية التوجيه والمراقبة والتنسيق عن طريق تتبع مستويات وظروف الأداء إضافة إلى تقسيم العمل وتوزيع المهام توزيعاً عادلاً على الموظفين وفتح قنوات الاتصال والتفاعل بين القائدة والمرؤوسين وبين المؤسسة ككل والمتعاملين كل ذلك يزيد من كفاءة المؤسسة وتحسين صورتها أما متعاملين.

2-4- النتائج الجزئية للفرضية العامة:

تنص الفرضية العامة على أنه: للمهارات القيادية للمرأة أثر في مجال العلاقات العامة. ومن خلال المعالجة الإحصائية لبيانات الفرضية الأولى تبين لنا وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بالمسيلة أي أن الفرضية العامة قد تحققت ويمكننا تفسير هذه النتيجة إلى أن النمط القيادي للمرأة يساعد العاملين على زيادة رغبتهم لأداء أعمالهم وذلك من خلال القيادة الاستشارية التي تفتح أمامهم مجال تفويض السلطة والمشاركة في اتخاذ القرارات مما يزيد من الشعور بالانسجام والانتماء، فيساهم ذلك في تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية. كما تلعب المهارات والصفات القيادية للمرأة فتساعد الموظفين على زيادة رغبتهم في أداء العمل بشكل جيد وصحيح وذلك من خلال قدرة القادة على مواجهة التغير والتغيير وكذا تركيزها على العلاقات الإنسانية والعمل بروح فريق مما يحسس العامل بالانتماء، كذلك مهارتها الإبداعية والتطويرية وقدرتها على التواصل مع العاملين يحفزهم على الأداء الجيد في المنظمة.

بالإضافة إلى النمط القيادي للمرأة يساعد العاملين على زيادة رغبتهم لأداء أعمالهم وذلك من خلال القيادة الاستشارية التي تفتح أمامهم مجال تفويض السلطة والمشاركة في اتخاذ القرارات مما يزيد من الشعور بالانسجام والانتماء، فيساهم ذلك في تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية.

بالإضافة إلى أن المهارات والصفات القيادية للمرأة فتساعد الموظفين على زيادة رغبتهم في أداء العمل بشكل جيد وصحيح وذلك من خلال قدرة القادة على مواجهة التغير والتغيير وكذا تركيزها على العلاقات الإنسانية والعمل بروح فريق مما يحسس العامل بالانتماء، كذلك مهارتها الإبداعية والتطويرية وقدرتها على التواصل مع العاملين يحفزهم على الأداء الجيد في المنظمة. كل هذا يعمل بشكل أو بآخر على زيادة مستوى العلاقات العامة بالمؤسسة محل الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة :

من خلال ما تم عرضه في هذه الدراسة يمكن ان نستنتج بأن وصول وتمكين المرأة من المناصب القيادية يتطلب في حقيقة الأمر بعضا من المتطلبات والمقومات الإدارية التي يجب ان تتصف بها المرأة أثناء قيامها بعملها الإداري وهذه المهارات قد تكون سلوكية تتعلق بتواصل القائدة وممارسة تأثيرها على مرؤوسيه بصفتها قائد وقد تكون تنظيمية تتعلق بتسيير شؤون المؤسسة، ونقص أي مقوم من هذه المقومات سيؤدي بالضرورة إلى نقص في تمكين المرأة وسيؤثر على قيادتها وقدرتها على الإدارة وممارسة الدور القيادي المناط بها، كما ان هناك بعض من التحديات والمعوقات التي يمكن أن تصادفها أثناء تأديتها لمهامها لا بد أن تتصدى لها وتحاول تجاوزها أو التكيف معها من أجل تحقيق طموحاتها واستمراريتها.

أما العلاقات العامة التي تسعى إلى فهم واتجاهات جماهيرها بنوعيه الداخلي والخارجي فهو من المفاهيم ذات الأهمية، من وظائف وكيفية إعداد خطة العلاقات العامة وكذا موقعها في التنظيم الإداري وموقعها من أهداف المؤسسة إلى جماهيرها ابتداء من العمال لأنهم المرأة العاكسة لصورة المؤسسة.

حيث تعتمد المرأة القائدة في العلاقات العامة إلى التوفيق بين الجماهير سواء الداخلية أو الخارجية وذلك من خلال اعتماد أسلوب المشاركة والتعاون مع العاملين معها والاتصال بالجماهير الخارجية وتعريفهم برسالة المؤسسة من خلال تقديم خدماتها وتسهيل الوصول إليها.

وختاماً لهذا لا بد من الإشارة إلى أن هذه الدراسة ما هي إلى نقطة انطلاق لدراسات أخرى تتناول الموضوع من جوانب أخرى لذا نسأل الله العليّ القدير أن نكون قد وفقنا ولو بالشيء البسيط فيما كنا نسعى إليه من خلال هذا العمل

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

- 1) -حمود، خضير كاظم، الموزي، موسى سلامة (2008): مبادئ إدارة الأعمال، ط1، الأردن: إثراء
- 2) -خيري، أسامة (2013) القيادة الإدارية، ط1، الأردن: دار المسيرة.
- 3) إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1975
- 4) ابن منظور لسان العرب: المجلد 4، ط1، دار صادر للطباعة والنشر.
- 5) أبو الخير، كمال (1976): العلمية الإدارية بين النظرية والتطبيق، د ط، القاهرة، مكتبة عين شمس.
- 6) أبو قحف عبد السلام، هندسة الإعلان و العلاقات العامة، مطبعة الإشعاع، بيروت، 2003
- 7) باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014
- 8) بربر، كامل (2006): الاتجاهات الحديثة في الإدارة وتحديات المديرين، د ط، لبنان: دار المنهل اللبناني.
- 9) جودت محمد ناصر، الدعاية و الإعلام و العلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، الطبعة الأولى، 1988
- 10) - حريم، حسين (2006): مبادئ الإدارة الحديثة النظريات العلمية الإدارية وظائف المنظمة، ط1، الأردن: دار الحامد.
- 11) حريم، حسين محمود حريم (2006): تصميم المنظمة الهيكل التنظيمي وإجراءات العمل، ط 3، بيروت: دار الحامد.
- 12) حسن، إحسان محمد (2008): علم اجتماع المرأة دراسة تحليلية عن دور المرأة في المجتمع المعاصر، د ط، الأردن: دار وائل.
- 13) حسين الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، دار المنشورات عويدات، بيروت، الطبعة 1، 1980
- 14) حسين عبد الرحمن رشوان، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997
- 15) حنفي، عبد الغفار، أبو قحف، عبد السلام (2003): أساسيات تنظيم وادارة الأعمال، د ط، مصر: الدار الجامعية.
- 16) الدسوقي إبراهيم: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الحديثة، د ط، دار الوفاء الدنيا الطباعة والنشر، مصر، سنة 2004
- 17) رشوان، حسين عبد الحميد (1988) علم اجتماع المرأة، ط1، مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- 18) رشوان، حسين عبد الحميد (2010): القيادة دراسة في عام الاجتماع النفسي والإداري والتنظيمي، د ط، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
- 19) سعادة راغب الخطيب: المدخل إلى العلاقات العامة، دار المسيطرة، ط1، عمان، الأردن 2000
- 20) السكارنة، بلال خلف (2010): القيادة الإدارية الفعالة، ط1، الأردن: دار المسيرة.

- 21) سيار، عبد الرحمان (2014): لقيادة الفعالة، ط1، مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر.
- 22) السيد رمضان، وآخرون، العلاقات العامة و الإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، الإسكندرية، مصر، 2004
- 23) السيد عليوة: تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة)، د ط، مركز التوثيق العلمي، دار إيتراك للنشر عمان، 2002
- 24) سيد قنديل، علاء مُجّد (2009): القيادة الإدارية و إدارة الابتكار، الأردن: دار الفكر.
- 25) الشايشة، عبير طایل (2008): درجة ممارسة المرأة القيادية للمهارات الإبداعية في عملها، ط1، الأردن: دار حامد.
- 26) شدوان علي شبيبة: الإعلان والمداخل والنظرية، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دون سنة
- 27) شدوان علي شبيبة: العلاقات العامة، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002
- 28) الصيرفي، مُجّد (2007): القيادة الإدارية الإبداعية، ط1، مصر: دار الفكر الجامعي.
- 29) عبد الباقي، صلاح الدين مُجّد (2007): السلوك الإنساني في المنظمات، الأردن: الدار الجامعية.
- 30) عبد الفتاح، كاميليا (1972): دراسات سيكولوجية المرأة العاملة، ط1، مصر: دار الثقافة العربية للطباعة.
- 31) عبد الله مُجّد عبد الرحمان: سوسولوجي الاتصال والإعلام، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية - دار المعرفة الجامعية - دون ط مصر، 2002
- 32) العجمي، مُجّد حسين (2008): الاتجاهات الحديثة في القيادة الإدارية و التنمية البشرية، د ط، الأردن: دار المسيرة.
- 33) عجوة، علي (2000): الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، مصر: عالم الكتب.
- 34) علي الباز، العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام، مكتبة الإشعاع، مصر، 2002
- 35) علي برغوت، العلاقات العامة أسس نظرية و مفاهيم عصرية، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، مصر، 2007
- 36) علي عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط3، عالم الكتب، مصر، 1995
- 37) فهمي، مُجّد سيد (2012): مشاركة المرأة في مجتمعات العالم الثالث، مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- 38) للنشر والتوزيع.
- 39) مُجّد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، 2003
- 40) مُجّد عبد الفتاح مُجّد، العاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية، أسس ومبادئ، المكتب العلمي للكمبيوتر، مصر، 1994

- 41) مُجَّد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، مصر
- 42) مُجَّد منير حجاب وسحر مُجَّد وهي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الاتصالي، دار الفجر، مصر، 1995
- 43) محمود يوسف مصطفى، مقدمة في العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، د. ت.
- 44) مصطفى خلف عبد الجود: نظرية علم الاجتماع المعاصر، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009.
- 45) منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
- 46) وريدة لرجان، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإدارية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بومرداس: كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، 2015/2014

الملاحق

الملحق رقم : 01: استمارة الاستبيان.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول

المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة

دراسة حالة فرع CNAS بالمسيلة

تحية طيبة وبعد:

في إطار الدراسة المكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص اتصال وعلاقات عامة والموسومة بعنوان: المهارات القيادية للمرأة في العلاقات العامة، واستكمالا للجانب التطبيقي من الدراسة. فإننا نضع بيف أيديك هذه استمارة الاستبيان راجين منك الإجابة على الأسئلة بكل دقة وموضوعية بغية الوصول إلى نتائج دقيقة حول الموضوع المذكور مع العلم أن إجابتك عليها ستساهم في تحقيق هذه الدراسة وتستخدم للجوانب العلمية فقط.

وفي الأخير نقلموا منا فائق الاحترام والتقدير

إشراف الأستاذ:

بوعزيز بوبكر

إعداد الطلبة:

كهم شويديرة مريم

كهم غرس الله صفاء

السنة الجامعية 2021-2022

المعلومات الشخصية.

- 1- السن: 25-35 سنة 35-45 سنة أكثر من 45 سنة
- 2- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
- 3- الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات من 5 إلى 15 سنوات أكثر من 15 سنوات

المحور الأول: اعتماد المؤسسة لوسائل العلاقات العامة

- 4- هل تمارس مؤسستكم نشاط العلاقات العامة؟ نعم لا
- 5- إذا كانت الإجابة بنعم فكيف هو تنظيم نشاط العلاقات العامة في المؤسسة؟
وظيفة متصلة نشاط يمارس فقط
- 6- إذا كان لنشاط العلاقات العامة موقع في هيكلكم التنظيمي فما هي تسميته بالضبط؟

- العلاقات العامة
- العلاقات الخارجية
- العلاقات الخارجية والداخلية

أخرى أذكرها:

- 7- هل تعتقد أن مؤسستكم تهتم بالوصول إلى تحقيق رضا الجماهير الداخلية والخارجية؟ نعم لا
- 8- إذا كانت الإجابة بنعم فما هي الإجراءات المتبعة؟

.....

9- ما هي المسائل التي تعتمد عليها مؤسستكم في نشاط العلاقات العامة؟

- المؤتمرات والملتقيات الندوات
- الاجتماعات مع الجمهور وسائل الاتصال بأنواعها

أخرى أذكرها

المحور الثاني: المهارات القيادية للمرأة

10- تعتمد المهارات القيادية للمرأة على مدى قدرتها في التأثير على الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة؟

- نعم لا

11- تسعى المرأة القائدة للتوفيق بين العمل والمخرجات؟

- نعم لا

12- تمنح المرأة القائدة بعض من صلاحياتها لرؤساء الأقسام؟

نعم لا

13- تركز المرأة القائدة على الحوافز المادية والمعنوية؟

نعم لا

14- تخصص المرأة القائدة جزء من وقتها للاستماع والتحدث مع رؤساء الأقسام؟

نعم لا

15- تشارك المرأة القائدة عند وضع الخطط والبرامج الخاصة بالقرارات الهامة والاستراتيجية؟

نعم لا

16- تعمل المرأة القائدة على أن تكون إجراءات العمل واضحة وصریحة؟

نعم لا

المحور الثالث: المهارات القيادية للمرأة في مجال العلاقات العامة

17- تسعى المرأة القائدة إلى تكوين صورة جيدة عن المؤسسة؟

نعم لا

18- تساهم المرأة القائدة في تكوين علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة؟

نعم لا

19- تتأثر المرأة القائدة بالرأي العام؟

نعم لا

20- تعتبر مهارات المرأة القائدة مهمة لوصول العلاقات العامة في تحقيق أهدافها

نعم لا

21- تسعى المرأة القائدة إلى تبني نشاط العلاقات العامة للحفاظ على سمعة المؤسسة الطيبة للمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية

لدى الجماهير

نعم لا

22- تسعى المرأة القائدة من خلال العلاقات العامة إلى توفير المعلومات للإدارة عن جماهيرها

نعم لا

23- تعتمد المرأة القائدة على خلق روح التعاون بين الأفراد من أجل تحقيق أهداف العلاقات العامة

نعم لا

24- تسعى المرأة القائدة إلى نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بأهمية العلاقات العامة

نعم لا

25- تهتم المرأة القائدة في مجال العلاقات العامة إلى الرفع من قدراتها ومهاراتها الفنية والشخصية من خلال دورات تدريبية

لتواصل مع الجماهير بشكل جيد

نعم لا

26- تبذل المرأة القائدة في مجال العلاقات العامة مجهودا مضاعفا لتحقيق الرضا المستمر والمتزايد لجماهير المنظمة.

نعم لا

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

الإهداء

مقدمة

الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة ومدخلها النظرية والمنهجية

1- إشكالية الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- الدراسات السابقة

1-6- تحديد المفاهيم والمصطلحات

2- المدخل النظري للدراسة

3- الإجراءات المنهجية للدراسة

3-1- مجالات الدراسة

3-2- منهج الدراسة

3-3- أدوات جمع البيانات

الإطار النظري:

أ- المهارات القيادية للمرأة

1- أسباب الاهتمام بالقيادة النسائية:

2- أهداف القيادة النسائية:

3- خصائص القيادة النسائية:

4- الفرق بين قيادة المرأة وقيادة الرجل:

5- صعوبات القيادة النسائية:

6- واقع القيادة النسائية في الجزائر:

ب- العلاقات العامة

1- نشأة وتطور العلاقات العامة.

- 2- مفهوم العلاقات العامة:
- 3- مبادئ وأسس العلاقات العامة:
- 4- وظائف العلاقات العامة:
- 5- أهمية وأهداف العلاقات العامة:
- 6- نظريات العلاقات العامة

الإطار التطبيقي

-تمهيد

7-1- تفرغ البيانات وتحليلها

7-2- النتائج النهائية للدراسة

- خاتمة

- قائمة المراجع

- قائمة الملاحق

- فهرس المحتويات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ