

دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون

الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج

**The Role of the International and Public Relations Department in
Jordan Radio and Television Corporation in Training the Employees
at News and Programs Departments**

إعداد

جيهان حمد طعمه الفقهاء

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2012م

تفويض

أنا جيهان حمد طعمه الفقهاء أفوض جامعة الشرق الأوسط تزويد نسخ
من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات
والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

حزيران/ يونيو ٢٠١٢

التوقيع: جيهان حمد

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج".

لجنة المناقشة

الاستاذة الدكتورة حميدة سميسم رئيساً ومشرفاً.....
الدكتور ابراهيم ابو عرقوب مناقشاً خارجياً.....
الدكتور كامل خورشيد مراد مناقشاً.....

شكر وتقدير

يسرني أن أقدم بجزيل شكري وامتناني وتقديري ومحبتي لأستاذتي المشرفة على رسالتي الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم أستاذة في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، التي أمدتني بالكثير من النصائح والتوجيهات القيمة في كافة مراحل هذه الدراسة، والتي اقتطعت من وقتها المزدحم ما يكفي لبعض المناقشات والأسئلة، ولم تبخل عليّ أيضا ببعض المراجع القيمة والمفيدة من مكتبتها الخاصة.

وكذلك يسعدني أن أسجل شكرا وتقديرا لكل من الأستاذ الدكتور حلمي ساري عميد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط لسؤاله الدائم عني ودعمي معنويا وتقديم النصح مما انعكس على رسالتي والدكتور كامل خورشيد الذي لم يبخل علي بنصائحه ودعمه مما كان له أكبر الأثر في إثراء هذه الرسالة المتواضعة، وكل الشكر والتقدير للدكتور إبراهيم أبو عرقوب الذي كان لملاحظاته القيمة أكبر الأثر في إثراء هذه الرسالة.

كذلك يتوجب علي أن أتوجه بالشكر والتقدير لأستاذة كلية الإعلام كافة وإلى زميلاتي وزملائي من طلبتها بما أفادوني فيه خلال حلقات الدرس، أو في الحوارات خارج الدرس أيضا. فلهم جميعا كل التقدير والود.

جيهان الفقهاء

الإهداء

إلى:

روح والدي تغمده الله عزوجل بواسع رحمته ورضوانه وأسكنه فسيح جناته

أمي الغالية أطال الله في عمرها وأبقاها سندا لنا

وإلى أخي العزيز محمد له مني جزيل الشكر وعظيم الامتنان على صبره وتحمله العناء معي

وكذلك إلى إخواني مراد ومنير وماجد وماهر وابنتي نيرمين لهم مني كل التقدير والعرفان على

ما قدموه لي من دعم ومؤازرة لإنجاز هذه الرسالة المتواضعة

جيهان الفقهاء

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ك	قائمة الملحقات
ل	قائمة الأشكال
م	الملخص باللغة العربية
س	الملخص باللغة الإنجليزية
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2	1- المقدمة
4	2- مشكلة الدراسة
4	3- أهداف الدراسة
5	4- أهمية الدراسة
6	5- أسئلة الدراسة
7	6- حدود الدراسة
7	7- محددات الدراسة
7	8- مصطلحات الدراسة
10	الفصل الثاني: المبحث الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة
11	المدخل النظري
12	مدخل النظم System Approach
14	النظم المفتوحة: Open Systems
14	النظم المغلقة Closed Systems
18	نموذج "منظمة التعلم"

الصفحة	الموضوع
20	الهيكل التنظيمي للمنظمات والمؤسسات الإعلامية
23	الدراسات السابقة
23	الدراسات العربية
29	الدراسات الأجنبية
31	تعليق على الدراسات السابقة
33	المبحث الثاني: التدريب في المؤسسات الإعلامية
33	مفهوم التدريب
35	مجالات التدريب
39	الاحتياجات التدريبية
39	معوقات التدريب
41	المبحث الثالث: العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية
41	تعريف العلاقات العامة واتجاهاتها
44	أهمية العلاقات العامة في الوزارات والدوائر الحكومية
46	وظائف العلاقات العامة
52	المعيقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة من وجهة نظر دائرة العلاقات العامة والدولية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون
54	المبحث الرابع: نشأة وتطور مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية
56	دائرة العلاقات العامة والدولية
60	الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)
61	1- منهجية الدراسة
61	2- مجتمع الدراسة
61	3- عينة الدراسة The Sample
63	4- أداة الدراسة
63	5- صدق الأداة
64	7- ثبات الأداة
64	8- ثبات أداة الدراسة
65	9- المعالجة الإحصائية
67	الفصل الرابع: استعراض نتائج الدراسة

الصفحة	الموضوع
91	الفصل الخامس: مناقشة نتائج أسئلة الدراسة
98	توصيات الدراسة
100	قائمة المراجع
110	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
62	جدول (1) التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة	1
64	جدول (2) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ الفا	2
67	جدول (3) الدورات التدريبية التي تعقدها دائرة العلاقات العامة بالمؤسسة	3
71	جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الحاجة إلى دورات تدريبية	4
73	جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال تقييم الدورات التدريبية	5
76	جدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الرضا عن الدورات التدريبية	6
79	جدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر مكان العمل على المجالات الثلاثة	7
80	جدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر الإدارة على المجالات الثلاث	8
81	جدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر الجنس على المجالات الثلاثة	9
82	جدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من حيث العمر.	10
83	جدول (11) تحليل التباين الأحادي.	11

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
84	جدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من حيث الخبرة	12
85	جدول (13) تحليل التباين الأحادي.	13
86	جدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من حيث المؤهل العلمي..	14
87	جدول (15) تحليل التباين الأحادي.	15
88	جدول (16) المقارنات البعدية بطريقة شفوية للمؤهل العلمي.	16
89	جدول (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من حيث الوظيفة.	17
90	جدول (18) تحليل التباين الأحادي.	18

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	يمثل منظمة داخل بيئتها الواسعة من وجهة نظر نظرية النظم.	1
14	نموذج يمثل النظام المفتوح	2
15	نموذج يمثل النظام المغلق	3
34	يمثل أهمية تحديد الاحتياجات التدريبية	4
39	يمثل دورة التدريب	5
56	يمثل التنظيم الإداري لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية	6

قائمة الملحقات

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
111	قائمة المحكمين.	1
112	استبانة الدراسة.	2

دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين

بإدارتي الأخبار والبرامج

إعداد

جيهان حمد طعمة الفقهاء

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

الملخص باللغة العربية

هدفت الدراسة الوقوف على الدور الذي يؤديه التدريب في تأهيل العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة ودور دائرة العلاقات الدولية في ذلك التأهيل. وكذلك التعرف إلى المحاور أو الأهداف التي تسعى لها البرامج التدريبية للدائرة، وبيان مدى الرضا للعاملين عن تلك الأنشطة التدريبية.

وتمثل سؤال الدراسة الرئيسي في " ما دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة في تدريب العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في إدارتي الأخبار والبرامج؟ إذ تفرع من هذا السؤال عدد من الأسئلة، واستخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها المنهج الوصفي المسحي وأداته الاستبيان الذي طبق على عينة من 263 مبحوثاً تعادل 52% من مجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- تبين من النتائج أن دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون تعقد برامج كانت مهمة من وجهة نظر ا. وقد تركزت هذه البرامج في مجالات كتابة الأخبار واستخدام الحاسوب وإعداد التقارير الإخبارية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والبرامج الحوارية، بدليل متوسطاتها الحسابية المرتفعة.

- 2- أظهرت النتائج مدى الحاجة للدورات من وجهة نظر أفراد العينة، ويعزى ذلك إلى مستوى إدراك العينة لتأثير وأهمية هذه الدورات.
- 3- أظهرت النتائج أن تقييمات المبحوثين للدورات قد جاءت سلبية و بدرجة كبيرة جدا، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (1.33-1.91) على مقياس ليكارت الثلاثي. وهذا يعني أن جميع فقرات هذا المجال تؤكد سوء تقييم الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الانخفاض يعزى إلى مستوى إدراك العينة أهمية هذه الدورات و ان الدورات المعطاة لم تكن مشبعة للاحتياجات العينة.
- 4- أكدت نتائج التحليل الإحصائي لمستويات الرضا عند المبحوثين انخفاضا في مستويات الرضا عن الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الانخفاض يعزى إلى مستوى إدراك أفراد العينة أهمية هذه الدورات وأن الدورات المعطاة غير مرضية للعينة.
- 5- بخصوص الفروق بين المبحوثين في مستويات التقييم والرضا عن الدورات التدريبية، فلم تظهر النتائج أية فروق في متغيرات المبحوثين (الجنس، السن، الوظيفة) لكن فروقا في مستويات التقييم والرضا عن الدورات يختلف تعزى لاختلاف الإدارة، إذ إن موظفي إدارة الأخبار كانوا أكثر رضا عن الدورات عن العاملين في إدارة البرامج. وظهرت تلك الفروق أيضا تبعا لاختلاف المؤهل العلمي، إذ تبين أن حملة مؤهلات (ماجستير+دكتوراه) كانوا أفضل تقييما للدورات وأن حملة مؤهلات "ثانوية عامة + دبلوم متوسط" كانوا أكثر رضا عن الدورات.

The Role of the International and Public Relations Department in Jordan Radio and Television Corporation in Training the Employees at News and Programs Departments

**Prepared by
Jeyhan Hamad Tohme Fuqaha**

**Supervisor
Dr. Hamida Sumaisem, Prof.**

Abstract

The aim of this study is to identify the role of training in rehabilitation of employees in Jordan Radio and Television Corporation and the role of the International Relations and Public Departments at the rehabilitation. As well as to identify the axes or the goals which the training programs for the Department seeks to and the extent of satisfaction for employees from those training activities. And the main question of the study embodied in, (what is the role of the international relations and public department in the training of employees in Jordan Radio and Television Corporation in the departments of news and programs? as a branch from this question a number of questions were used in this study in order to achieve its goals. The tool of the descriptive survey was a questionnaire which applied to a sample of 263 equivalent to 52% of the population of the study, the most important results were:

1- The Results showed that the Department of International Relations and Public Departments at Jordan Radio and Television Corporation held programs which were important from the perspective of the employees at news and programs departments.

The focus of these programs was in the fields of news writing and computer use and reporting news, information and communication technology and talk shows and the proof was the high mathematical averages.

2 - The results showed the need for courses according to the members of the sample perspective, due to the level of awareness of the sample and the impact of these courses and its importance.

3 - The results showed that respondents' assessments of the courses were significantly negative and were ranged between (1.33-1.91) on the scale of likert for the triple, this means that all the areas of this field confirm poor course evaluations from the perspective of the sample's member, and this decline is attributable to the sample level of recognition of the importance of these courses and that courses were not satisfied to the needs of the sample's members.

4 - The results of statistical analysis of the levels of satisfaction assured a decline in levels of satisfaction about the courses from the perspective of the sample's members, and this decline is due to the sample's members realization of the importance of these courses and because it was unsatisfactory for the sample.

5 -About the differences between respondents in the levels of evaluation and satisfaction with the training courses, results showed no differences in these variables (sex, age, occupation), but the differences were among the employees themselves, the employees in news department were more satisfied but the employees in programs department were not. And these differences also emerged depending on the different qualification, it is found that the holders of high certificates qualifications (M.A graduates) had the best assessment of the courses and the qualifications of the holders, "High School diploma," were more satisfied with the courses.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- 1 المقدمة
- 2 مشكلة الدراسة
- 3 أهداف الدراسة
- 4 أهمية الدراسة
- 5 أسئلة الدراسة
- 6 حدود الدراسة
- 7 محددات الدراسة
- 8 مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-المقدمة:

تقوم العلاقات العامة في مختلف المنظمات والمؤسسات بأدوار حيوية للمؤسسة وموظفيها والعاملين فيها من جانب، وللمجتمع أو للجمهور من جانب آخر، فبالإضافة إلى وظائفها في البحث والتخطيط والاتصال والتقييم، فإن للعلاقات العامة دوراً حيوياً في عمليات التدريب لموظفي المؤسسة وللعاملين فيها من مختلف المستويات الإدارية، إذ يقع على عاتق دوائر العلاقات العامة الاضطلاع بهذا الدور باستمرار، على أساس أن التدريب عملية مستمرة لا تتوقف ولا تصل إلى حد الإشباع أو الاكتمال، ما دامت المؤسسة قائمة وتباشر أعمالها، وما دامت الحياة تسير وتشهد التطورات والتغيرات في كافة مناحيها، خصوصاً في المناحي العلمية والمهنية والتكنولوجية التي ينبغي على كل منظمة، بصرف النظر عن تخصصها ومجال أعمالها، أن تحرص على مواكبة تلك التطورات، وتزويد العاملين فيها بكل ما هو جديد من معلومات، وتدريبهم على كل ما يلزم عمل المؤسسة من مهارات، تملئها التطورات العلمية والتكنولوجية، إضافة إلى حاجة المجتمع أو الجمهور.

وترتبط الحاجة بالتدريب بمفهوم التمكين للعاملين Employee Empowerment في المنظمات، ويهدف التمكين إلى تحقيق أهداف المنظمة والمتطلبات الحديثة المتمثلة بجودة المنتج أو الخدمة المقدمة، إذ إن مفتاح الجودة هم العاملون أنفسهم من خلال مهاراتهم وقدراتهم التي يتم توظيفها لصالح التنظيم، ومن هنا فإن نجاح المنظمة يعتمد على مدى توجه الأفراد العاملين نحو تحقيق غايات المنظمة. (Ken,et al,1996,212) وينطلق مفهوم التمكين على فلسفة جديدة

بدأت تتبلور منذ ثمانينات القرن العشرين الماضي وقوامها أن لا يكون تركيز المدير والإدارة على التنظيمات المنافسة، وإنما على العاملين في المقام الأول. (أفندي، 2003)

من جهة أخرى، فإن الاهتمام بالموارد البشرية في المنظمات المعاصرة لم يعد يصدر عن اتجاه إنساني بمفهوم الداعين إلى ما يسمى بالعلاقات الإنسانية، أي رعاية البشر وإحسان معاملتهم، ولكن الاهتمام يصدر عن اقتناع علمي بالدور الرائد الذي تقوم به المورد البشري في صنع التقدم وتحقيق الإنجازات العلمية والتقنية والإنتاجية التي غيرت ملامح الحياة جميعاً، ولذلك فإن الإنسان هو المورد الأكثر ندرة والأعلى قدرة في إنتاج القيمة المضافة، وهي مصدر العوائد لرأس المال والعمل. (السلمي، 2001)

ومن منطلق مفهوم التمكين يمكن إدراك مدى أهمية التدريب التي تضطلع بها العلاقات العامة أو أي دائرة من دوائر المنظمة على الغايات النهائية لتلك المنظمة من جهة، وللأفراد العاملين من جهة أخرى.

وانطلاقاً من مفهوم التمكين للموارد البشرية، فإن أهداف التدريب في تنمية الموارد البشرية في قطاع الإعلام يكفل بصورة رئيسية تطوير الأداء الإعلامي ليقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة، وكذلك التقيد بأخلاقيات المهنة واحترام حقوق الآخرين ومواكبة التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.

ولما كانت الباحثة تعمل في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية منذ ما يقارب الـ (14) سنة فإن مشكلة البحث تولدت لديها من خلال هذه التجربة، وبهدف التعريف بدور دائرة العلاقات الدولية والعامة في المؤسسة في تدريب العاملين وتأهيلهم وبما أن دائرة التدريب تتبع في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية لإدارة الموارد البشرية والشؤون الإدارية ولكن على أرض الواقع فإن القائم على عملية تنسيق التدريب الخارجي والداخلي على حد سواء هي

من اختصاص دائرة العلاقات الدولية والعامّة وبما أن هناك تداخلاً في المهمات والاختصاصات من هنا نبعت الأهمية والحاجة لإجراء هذه الدراسة.

2- مشكلة الدراسة:

توصي البحوث والدراسات والندوات العلمية والمؤتمرات بضرورة عقد المزيد من الدورات والبرامج التدريبية للعاملين في المجال الإعلامي في مختلف المؤسسات الحكومية أو العامة أو الخاصة , الإنتاجية أو الحزبية, وذلك بهدف دعم وتجديد معلوماتهم وتطوير مهاراتهم ومستويات أدائهم واطلاعهم على أحدث الاتجاهات والخبرات في مختلف مجالات العمل الإعلامي والعلاقات العامة(المديرس,1997)

فهل حظي التدريب في المجالات الإعلامية والعلاقات العامة في الأردن حتى الآن بالعناية أو الاهتمام الكافي من قبل أجهزة أو إدارات العلاقات العامة؟ وهل ينظر إليه على أنه نشاط ثانوي أو من الدرجة الثانية يمكن إرجاؤه أو الاستغناء عنه إذا ما قورن بأنشطة العلاقات العامة الأخرى؟

ومن هنا تأتي مشكلة البحث في دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج.

3-أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

1- الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر العاملين في إدارتي الأخبار والبرامج في المؤسسة.

2- معرفة أهمية الدورات التدريبية التي تعقدها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في تمكين العاملين في إدارتي الأخبار والبرامج.

3- تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة.

4- مدى رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عن الدورات التدريبية التي تعقدّها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة.

5- بيان الفروق في مجالات التدريب (الحاجة للدورات وتقييم الدورات والرضا عن الدورات) من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج تعزى لمتغيرات مكان العمل , الدوائر,النوع الاجتماعي,العمر,الخبرة,المؤهل العلمي والوظيفة.

4- أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة في:1- قلة الأبحاث والدراسات السابقة التي كتبت في هذا المجال وبخاصة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في حدود علم الباحثة.

2- كما تتبع أهميتها من أهمية التدريب الذي يسعى إلى رفع كفاءة وتطوير أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية بشكل عام ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة بشكل خاص.

3- وتتبع أهميتها بتدريب كوادر قادرة على تحمل مسؤولياتها وأعباء المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية.

5- أسئلة الدراسة:

يمكن صياغة أسئلة الدراسة في سؤال رئيس وهو:

ما دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج ؟

ويتفرع عن سؤال الدراسة الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

س1 - ما الدورات التدريبية التي تعقدّها دائرة العلاقات الدولية والعامّة للعاملين في إدارتي الأخبار والبرامج؟

س2- ما الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر العاملين في إدارتي الأخبار والبرامج في المؤسسة؟

س3- ما تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة؟

س4- ما رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عن الدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة؟

س5- هل وجد فروق في مجالات التدريب (الحاجة للدورات, وتقييم الدورات, والرضا عن الدورات) من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج تعزى لمتغيرات مكان العمل ,

الدوائر, النوع الاجتماعي, العمر, الخبرة, المؤهل العلمي والوظيفة؟

6- حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.
الحدود الزمنية: أجريت الدراسة خلال الفترة ما بين الأول من تشرين الأول 2011 وحتى الأول من نيسان 2012.

الحدود المكانية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية (دائرتي الأخبار والبرامج).

7- محددات الدراسة:

تقتصر نتائج الدراسة على: 1- الأداة المصممة لغايات تحقيق أهداف هذه الدراسة.
2- النتائج المتحصل عليها من أفراد العينة وقت إجراء الدراسة.

8- مصطلحات الدراسة:

1- **الاحتياجات التدريبية:** هي مجموعة من المهارات والمعارف والاتجاهات المحددة التي يحتاجها فرد في مؤسسة أو وظيفة معينة من أجل القيام بأداء مهمات معينة بشكل أكثر كفاءة وفاعلية. يحدث الاحتياج عندما تكون هناك فجوة.

<http://www.hrdiscussion.com/hr2150.html>

أما إجرائياً فيقصد به: تحديد الاحتياجات التدريبية للموظف حسب ما ترتئيه الإدارة العليا لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية من خلال ملاحظة الموظف وأدائه تحديد مواطن الضعف لديه والعمل على تطويرها من خلال إلحاقه بالدورات التدريبية المناسبة له لتنمية مهاراته وإدائه فيما يعود بالنفع على المتدرب والمؤسسة على حد سواء.

2- الدور: يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفا معيناً في البناء الاجتماعي

أو الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به العلاقات العامة بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة كالتعليم والتدريب والأخبار الخ. (شليبي، 1994).

أما إجرائياً فيقصد به: له حقوق وواجبات وهو وظيفة أو أداء دائرة العلاقات الدولية والعامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج.

3- العلاقات العامة: الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات

المؤسسة بما تتفق ومصالحة الجمهور، وتنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه. (عجوة، 2000).

أما إجرائياً فيقصد بها: كافة أشكال العمل الذي يؤديه الأفراد العاملون بها تحت مسمى العلاقات العامة في المؤسسة عينة الدراسة.

4- التدريب: أحد الأساليب التي يمكن أن تستخدم بنجاح في توفير الأعداد والنوعيات من

العاملين المعدين مهنيًا للقيام بمسؤولياتهم التخصصية والإدارية، ويتمثل في عملية وتنمية مهارات وقدرات تتصل بنوع معين من الوظائف أو التخصصات بهدف تحسين أداء المتدرب أو إعداده لوظائف أكبر مسؤولية وصقل مهاراته. (المديرس 1997).

ويعرف إجرائياً بأنه: مجموعة الدورات والبرامج التي حصل عليها أفراد العينة من دائرة العلاقات الدولية والعامة ولها علاقة بالعمل الإعلامي والإخباري.

5- إدارة الأخبار: هي الدائرة المعنية في تغطية الأخبار المحلية المتعلقة في الدولة وتكون الناطق

الرسمي باسم الدولة باعتبارها مؤسسة تابعة للدولة، تتوخى الدقة والموضوعية للأخبار العربية والعالمية. وتتكون دائرة الأخبار من مدير الدائرة والمحريين والمندوبين الخارجيين ومذيعي

النشرات الرئيسية للأخبار والمخرجين وتتم عملية التحرير بانتقاء الأخبار من المساعدين

للتحرير إلى رئيس التحرير إلى مدير دائرة الأخبار وتتم الموافقة على بث الخبر من مدير الأخبار وهذه العملية نستطيع تسميتها بنظرية حارس البوابة إذ تمر الأخبار بعدة مراحل وحلقات حتى تصل إلى المتلقي. (نشرة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية).

6- إدارة البرامج: هي الدائرة المعنية بإنتاج برامج متنوعة مثل البرامج الثقافية والاجتماعية والمنوعات وغيرها من البرامج التي تهتم المجتمع المحلي وتكون معنية بما يهم المتلقي من أمور ثقافية ,اجتماعية وأحيانا سياسية كالانتخابات البرلمانية والمنوعات إلخ. وتتكون دائرة البرامج من كتاب نصوص ومخرجين ومذيعين وتتم عملية إنتاج البرامج وفقا لسياسة المؤسسة المعنية وغالبا ما تنتج برامج تهتم قضايا وهموم المواطن ومن ناحية اخرى يكون فيها برامج ترفيهية مناسبة ضمن عادات وتقاليد المجتمع المحلي لتلك المؤسسة. (الزعيبي, 2012)

7- العاملون: هم العاملون في إدارتي الأخبار والبرامج والذين يشكلون مجتمع الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

مقدمة: يتكون هذا الفصل من أربعة مباحث هي:

المبحث الأول: النظريات والدراسات السابقة.

المبحث الثاني: التدريب.

المبحث الثالث: مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية

المبحث الرابع: نشأة وتطور مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، دائرة

العلاقات العامة والدولية

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

تقوم الدراسة على مرتكزات نظرية بالاعتماد على مدخل النظم كإطار عام، ثم مدخل أو "تمودج منظمة التعلم" كمرتكز للعمل الميداني أو الجانب التطبيقي من الدراسة.

مدخل النظم System Approach

تختلف المراجع على اسم النظرية ولا تختلف على جوهرها أو عناصرها المكونة، فبعضها يشير إليها باعتبارها نظرية Theory (الجمال وعياد، 2005) فيما يشير بعضهم الآخر إليها بعدّها مدخلا Approach (عليان وعثمان، 2000) ودرجت بعض المراجع على اعتبارها نموذجاً Model، فيما استخدمت أخرى مصطلح "المنظور الشامل، Perspective" (الراحلة، نظرية المنظمة، 2010) على أن (الدرة وخليف، 2010) فضلا استخدام ما أسماه "المنحى النظامي"، وكل تلك المصطلحات ما هي إلا تعبير عن منهج أو موقف نظري يرى في الظاهرة أو المؤسسة نظاماً كبيراً يتكون من أنظمة فرعية تتكامل فيما بينها لتكون الظاهرة أو المؤسسة أو المنظمة.

ووفق تلك الرؤيا، فإن النظام هو "كل مركب لمجموعة من العناصر لها وظائف وبيئها علاقات منظمة، يؤدي هذا الكل نشاطاً هادفاً وله سمات تميزه عن غيره، وأن هذا النظام يقيم علاقات مع البيئة التي تحيط به، فالنظام يوجد في زمان معين ومكان معين". (عبيدات وزملاؤه، 1988،

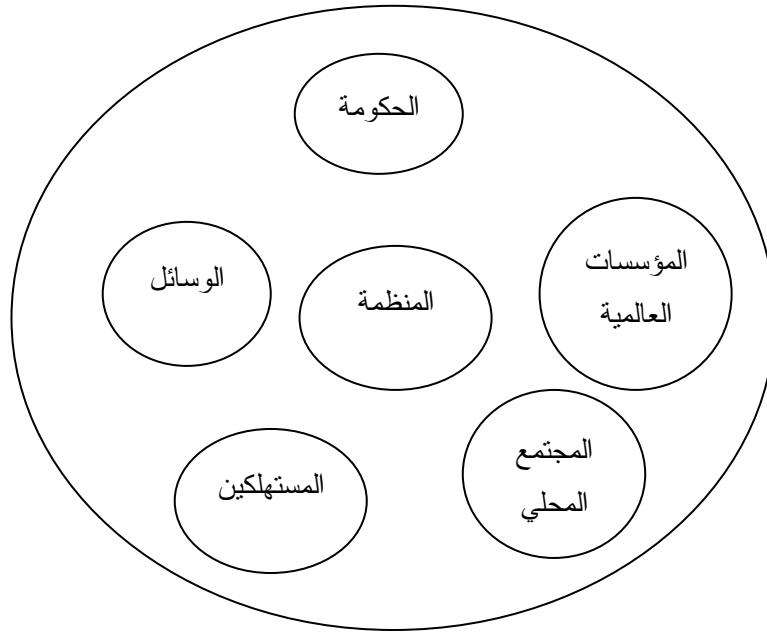
ص267)

تعد نظرية النظم وسيلة معرفية مفيدة لممارسي العلاقات العامة في فهم العلاقة بين المنظمة والجمهور، من جانب، ودور العلاقات العامة داخل المنظمة من جانب آخر. وكانت هذه النظرية

قد طبقت بداية في حقل علوم البيولوجيا (1968) ثم سرعان ما جرى نقلها إلى العلوم الاجتماعية فأثبتت كفاءتها في تحليل الكثير من النظم الإعلامية والإدارية والسياسية وغيرها من النظم المؤسسية. (عليان وثمان، 2000، ص 59). وترى نظرية النظم أن المنظمة أو المنشأة ما هي إلا جزء أو مكون من مكونات نظام أكبر يتمثل في عدد من العناصر مثل الحكومة، المجتمع المحلي، المؤسسات العالمية، المستهلكين، الوسائل المتاحة. وتقدم نظرية النظم System Theory فهما أكثر عمقا لوضعية العلاقات العامة في السياق الإداري للمنظمات، وتصف هذه النظرية المنظمات بـعدها نظاما ذات حدود قابلة للنفوذ أو الاختراق، وتتدفق المعلومات في اتجاهين بين المنظمة وبيئتها إذا كان النظام من النوع المفتوح. (الجمال وعياد، 2005، 60)

وينظر مدخل النظم (System Approach). إلى كل المؤسسات والظواهر نظرة شمولية من حيث علاقتها بالبيئة التي تعيش فيها ومن حيث طبيعة العلاقة المتبادلة مع هذه البيئة، ويفيد الاستعانة بهذا المنظور النظري تقدير وتقييم مدى الانفتاح الذي تتمتع به أي مؤسسة إعلامية مع البيئة المحيطة، وحسب هذا المنظور، فإنه بالقدر الذي تكون فيه المنظمة مفتوحة على البيئة الخارجية ومدخلاتها، بقدر ما تكون ناجحة ومواكبة للتغيرات الجارية في تلك البيئة، بحيث تستطيع مجاراة كافة التطورات والتغيرات فلا تتخلف عن التقدم والتغيير باتجاه تحقيق أفضل مستويات الإنجاز في الأهداف المنشودة، وغني عن البيان، أن العلاقات العامة في هذه العلاقة تصبح ذات أهمية حيوية بـعدها الجسر الذي يربط ما بين أبواب المؤسسة وما بين أبواب العالم الخارجي أو البيئة الخارجية، هذا علاوة على دورها الحيوي الآخر في الجمهور الداخلي المتمثل في العاملين والموظفين والإداريين على اختلاف تخصصاتهم ومهامهم.

والشكل (1) التالي يمثل منظمة داخل بيئتها الواسعة من وجهة نظر نظرية النظم:



الشكل (1) يمثل منظمة داخل بيئتها الواسعة من وجهة نظر نظرية النظم

(المصدر: (الجمال وعباد، 2005، 42)

إن المؤسسات الإعلامية هي من أكثر المنظمات تعاملًا مع البيئة سواء من حيث المدخلات (المعلومات والتطورات التقنية وغير التقنية) أو من حيث المخرجات (المواد الإعلامية والاتصالية) فإنها - أي المؤسسة - تتفاعل معها، إذ تتبنى كل منظمة استراتيجيات داخلية للتعامل مع الضغوط، والتنظيم الفضفاض الذي يمتاز بالمرونة غالبًا ما يساعد المنظمة على التأقلم مع التغيرات البيئية ويساعد على الإبداع الذي يكون نافعًا على المدى الطويل، وتتنافس المنظمات فيما بينها للحصول على منافع تقنية، وسياسية، واقتصادية، وقانونية، أو أي منافع أخرى، ويحدث هذا التنافس في محاور متداخلة من البيئة. (الراحلة، 2010)

والنظم حسب هذه النظرية نوعان، النظم المفتوحة، والنظم المغلقة، وهناك من يجعل بين النوعين درجات أخرى متوسطة. وفيما يلي عرض موجز للنوعين الرئيسيين من أنواع الأنظمة:

(الجمال وعباد، 2005، 60)

النظم المفتوحة: Open Systems

النظام الذي يتصف بوجود علاقة أساسية بينه وبين البيئة المحيطة وتركز هذه الصفة على أهميه التفاعل المستمر بين النظام المفتوح وبين الظروف والأوضاع البيئية المحيطة به، ومن ثم فهو يتأثر ويؤثر فيها في الوقت نفسه.

ونلاحظ أن هذا النوع من النظم يتكون من خمسة عناصر وهي المدخلات والعمليات والمُخرجات والتغذية الراجعة والتحكم. وهذا ما يوضحه الشكل رقم (2):



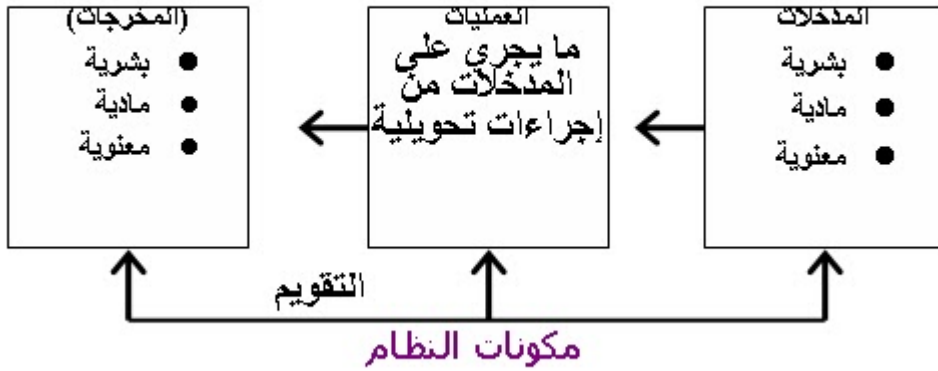
شكل (2) نموذج يمثل النظام المفتوح (المصدر: المطيري, 2012)

النظم المغلقة: Closed Systems

وهو ذلك النظام الذي يميل إلى التوقع على نفسه وتجنب التفاعل مع معطيات البيئة وحاجاتها وتوقعاتها وتطلعاتها، والنظام المغلق يميل إلى تجاهل الاعتبارات الخارجية، بمعنى أنه لا يهتم بالتفاعل والتبادل مع البيئة الخارجية، وهو يعد نفسه مكتفيا بنفسه.

لذلك، فالنظم المغلقة تتميز بأنها محاصرة ضمن حدود بحيث تحد من مرونتها وتفاعلها مع البيئة لأن طبيعة النظام نفسه لا تسمح بذلك فتعمل هذه الحدود على عزل المؤثرات القادمة من البيئة عن ذلك النظام.

ويلاحظ أيضا أن النظام المغلق يتكون من ثلاثة عناصر فقط وهي المدخلات والعمليات والمخرجات. في حين أنه لا يفتح على البيئة المحيطة، ولا يشتمل على تغذية عكسية والشكل رقم (3) يبين ذلك.



شكل (3) نموذج يمثل النظام المغلق (المصدر: المطيري, 2012)

وتتنمي مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية للنظام المفتوح فهي تتفاعل مع البيئة المحيطة بها وتتأثر وتؤثر فيها في الوقت نفسه، ويشار إلى أن الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية هو هيكل يتصف بالمرونة، وتتنمي المؤسسة للنظام المفتوح فعلى الرغم من أن النظام الأساسي للمؤسسة (نظام التنظيم الإداري) نص على إنشاء ثلاث عشرة إدارة، إلا أنه أتاح لمجلس المؤسسة التنسيب لمجلس الوزراء باستحداث أي إدارة أو دائرة أو إلغاء أي منها أو دمجها في غيرها. (قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون،)

ولدى دراسة قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، فإنه يتبين أنه يكفل استقلالية المؤسسة بصورة عامة، إلا أن التطبيق العملي لهذا القانون لم يؤدي إلى ممارسة هذه الاستقلالية بصورة فاعلة، ويضاف إلى ذلك ضعف الموازنة، مقارنة بموازنة أي من محطات التلفزيون أو الفضائيات

الأخرى، فضلا عن عدم موائمة الهيكلة الإدارية والمالية الحالية والأنظمة التي تحكمها متطلبات الأداء الإذاعي والتلفزيوني المعاصر، كذلك الاستنزاف المستمر للكفاءات الإعلامية، وعدم القدرة على إجراء التدريب المناسب والسريع لكوادر بديلة، وضعف المهنية في كثير من المجالات، وكلها قضايا أسهمت في إضعاف فرص منافسة برامج التلفزيون والإذاعة أمام برامج الفضائيات والمحطات الإذاعية التي أصبحت تستخدم إمكانات أكثر تطوراً. (شاكرا، 2011، 228)

وإذا ما اقتصرنا على تناول المؤسسات والمنظمات الحكومية الإعلامية، فقد ظلت الدول النامية تؤمن أن وسائل الإعلام يجب أن تكون من شأن الدولة وليس من شأن الأفراد أو القطاع الخاص، لذلك فقد نشأت الكثير من المؤسسات الإعلامية العالمية في أحضان الحكومات باستثناء القليل منها مثل بعض وسائل الإعلام في لبنان، وكان لمبادرات الحكومات الأثر الإيجابي على نقل تكنولوجيا الإعلام إلى الدول النامية، خصوصا أن تكنولوجيا الإعلام لم يكن بوسع الأفراد والقطاع الخاص نقلها نظرا للكلفة الكبيرة لذلك خصوصا في بدايات نشوء تلك التكنولوجيا. ولذلك كانت الصحافة كظاهرة مدانة بوجودها للنظم السياسية. (نصر، 2008، 274) وتحدد الدول النامية دور الإعلاميين بدهم معلمين وبنائين للأمة ومروجين لفلسفة الحكومة التي تدعو لبناء المجتمع الجديد (مكاوي، 2009).

للأمانة الإعلامية هناك بعض محطات فضائية خاصة ليست لها أية أجندات أو مصالح شخصية إنما تعبر عن الرأي والرأي الآخر بكل شفافية وحياد.

ورغم التغيرات الكبيرة من ناحية سماح الحكومات بقيام المؤسسات الإعلامية الخاصة، إلا أن معظم الدول النامية، وخصوصا الدول العربية، ما تزال تمتلك وسائل إعلامها الخاصة، وهي تربط هذه الوسائل بمظاهر السيادة فيها، خصوصا محطات الإذاعة التلفزيونية بعدهما تمثلان

صوت الدولة وتبثان خطابها وتمثلان الوجه الإعلامي لحكوماتها وحكامها، ولهذا ما تزال الكثير من دول العالم الثالث تفرض قيوداً على الحريات الصحفية بالرغم من المعارضة الواسعة لهذه القيود بين الصحفيين، وعلى سبيل المثال، فإننا نلاحظ هامشاً ديمقراطياً متاحاً في ثلاث دول هي الهند ومصر والأردن. ويبدو أن ذلك الهامش يرتبط بالإصلاحات التشريعية وإقامة الانتخابات، وتشير مصادر أخرى إلى التجربة الغنية للصحافة الكويتية من ضمن الدول النامية التي حققت مؤشرات ملموسة في الصعيد الصحفي جنباً إلى جنب مع تحسن الحياة التشريعية (صالح، 2007، 95).

يعلم الجميع بأن الإعلام في دول العالم الثالث هو إعلام حكومي بحت وتسيطر على الساحة الإعلامية بما يخدم مصالح تلك الدول ومن المعروف بأن هذا الإعلام الحكومي يسير من قبل أجهزة الدولة، مما شكل ذلك حافزاً لبعض أصحاب رؤوس الأموال لإنشاء محطات فضائية خاصة بهم قد تكون ترفيهية أو سياسية تخدم مصالح وسياسات زمرة معينة.

بيد أن المحطات الإعلامية الوطنية أو الحكومية، أصبحت في موقف صعبٍ عليه نتيجة المنافسة الشديدة وما يمكن تسميته بالازدحام الإعلامي الذي نتج عن سماح معظم دول العالم بإنشاء محطات إذاعية وتلفزيونية خاصة، جنباً إلى جنب مع التطور الهائل في تكنولوجيا النقل والاستقبال للثبث الإذاعي والتلفزيوني، ودول العالم الثالث أو ما يطلق عليه الدول النامية ستعرض أكثر من غيرها لتأثيرات الاتجاه إلى العولمة بما تتضمنه من تكنولوجيا جديدة تشكل ثورة الإعلام والمعلومات والاتصال، ومعظم نظم الحكم في هذه الدول ما زالت تفضل شكل السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام (صالح، 2007، 57). مما خلق تحديات عديدة أمام الإعلام العربي عموماً أشار إليها كامل مراد ويمكن تلخيصها إلغاء تكنولوجيا الإعلام الجديدة للحدود الجغرافية علاوة على تخزينها وتسهيل الوصول إليها، وهذا بدوره أدى إلى فقدان

الحكومات الوطنية لاحتكارية البث التلفزيوني الذي يتلقاه مواطنوها، مما دفع بعض الحكومات لإعادة هيكلة نظم الإعلام، كذلك قيام التكتلات الإعلامية الاندماجية الضخمة التي ما زالت تفرض منافسة وتبعية على دول العالم الثالث في مجال مضامين الإعلام ووسائله(مراد، 2011). ولا شك أن إقامة التكتلات الإعلامية في العالم الثالث هو الطريق الوحيد للمواجهة، وللكفاح ضد السيطرة الغربية على النظام الإعلامي الدولي (صالح، 2007، 62). وهذا يشير إلى أن العمل الإعلامي أصبح صناعة معولمة ترسخت أقدامها في الواقع مما لا ينفع معه إلا مواجهة هذا التحدي بما يكفي من مستلزمات المنافسة الصناعية الحقيقية، وهذه لها شروطها الكثيرة وأولها رأس المال الكبير والكفاءة والتدريب المستمر والمتابعة وحسن التخطيط والتنفيذ وغير ذلك من الشروط التي ليست مجال اهتمام هذه الدراسة.

نموذج "منظمة التعلم":

لقد وضع بعض العلماء والباحثين في علوم الإدارة والإعلام والتربية وغيرها بعض النماذج لما يعد المنظمة المثالية أو الناجحة أو المتميزة، ومن ذلك نموذج بيترس ووترمان، ونموذج شالرس هاندي وغيرها، وهذه الأشكال أو النماذج تمثل محاولات مختلفة لتحديد خصائص المنظمة المتميزة، تشترك في خصائص متشابهة، ولا تختلف إلا بالتسميات على حد وصف المعاني مؤلف كتاب (قضايا إدارية معاصرة)، وهي تشترك بالنظر إلى الإنسان المورد الأساس لمنظمة المستقبل، وأن ما يؤثر على الأفراد هو الثقافة وليس التعليمات والأنظمة. (المعاني وزملاؤه، 2011، ص 320)

وما يهمنا من هذه النماذج الكثير ما يعرف بنموذج (منظمة التعلم)، وتعرف بأنها منظمة تحقق التعلم المستمر والتغير المستمر الذي يسبق التغيرات في بيئة عملها، كما تكون موقعاً يتعلم فيه الفرد بشكل منتظم ومستمر ليتجاوب مع التغيرات البيئية.

وتتمتع منظمة التعلم بمجموعة من الخصائص تتسجم مع منظور أو نظرية النظم التي اعتمدنا عليها كإطار نظري لهذا التحليل، فيما يشكل نموذج "منظمة التعلّم" الركيزة النظرية التحليلية لتقييم أعمال المؤسسة في الجانب الميداني، وهو الذي يتمحور حول دور ووظائف العلاقات العامة والدولية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون. أما خصائص منظمة التعلّم فهي كما يلي:

(Daft, 2001, 25-29)

- 1- أنها تحقق التعلم بنفس السرعة من التغيير في بيئتها، وهذا ما يمكنها من البقاء.
 - 2- يكون التعلم فيها عملية جماعية وليس فقط فردية، وتحدث بالمشاركة بحيث يمتد التعلم إلى مجموع العاملين.
 - 3- تستطيع التكيف مع بيئتها، والتأثير فيها وتكوينها، وقد تنتقل من بيئة إلى أخرى، وقد تُحدث تغييرات تجعل المنافسين يقلدونها.
- وقد حدد (Senge at., 1999, 37) مستلزمات تحوّل المنظمة إلى منظمة تعلّم بما يلي:
- 1- الأولوية للتمكين الشخصي، أي أن تكون أولوية المنظمة هي لنمو وتعلم الأفراد، وتمكينهم وتطوير قدراتهم إلى مستوى المستقبل الذي يتطلعون إليه.
 - 2- غرس نماذج فكرية Mental Model جديدة لطريقة التفكير ولجعل الأفراد يفكرون بطريقة جديدة.
 - 3- تطوير رؤى مشتركة Shared Visions لمستقبل المنظمة يتبناها الجميع ويشتركون فيها، لتكون مصدر توترٍ إبداعي Creative Tension.
 - 4- تحقيق تعلّم جماعي Team Learning مما يستلزم العمل الجماعي Team Work.

5- اعتماد تفكير نُظْمِي Systems Thinking من خلال التفكير بالحالة الكلية، بحيث يتمكن الأفراد من تشخيص اتجاهات وهيكل معقدة قد لا تكون واضحة، عوضاً عن مجرد تشخيص أحداث وظواهر جزئية.

ويلاحظ من خلال المستلزم الخامس في البنود السابقة لنموذج "منظمة التعلم" أنه يتوافق وينسجم مع عناصر منظور النظم ويأتي مكملًا له في دراسات المؤسسات أو المنظمات، وهذا ما ستحاول الباحثة استثماره في تحليل مباحث هذا الفصل، وفي تحليل نتائج التطبيق الميداني في الفصلين الرابع والخامس.

الهيكل التنظيمي للمنظمات والمؤسسات الإعلامية:

تفيد دراسة الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة أو منظمة في التعرف على الأدوار roles، ويعرف الدور بأنه مجموعة المهام والأنشطة الواجب على الموظف القيام بها، والمكانات status تشير إلى مكانة الموظف في التنظيم الوظيفي من حيث تلقيه الأوامر والتوجيهات أو من حيث رتبته rank في هذا التنظيم، فهو قد يكون رئيساً ومرؤوساً، وتقسيم العمل بين أعضاء المنظمة والفروع أو الأقسام والإدارات المكونة لها، وبما يفيد أيضاً في التعرف على أهداف المنظمة وأقسامها الفرعية مما يساعد على تقييم مدى فاعلية تنظيم المؤسسة وحاجاتها وإمكانيات تطويرها ودرجة المرونة فيها. ويرتبط الدور -عادة- بالمكانة، فهو نمط السلوك المتوقع من الشخص الذي يشغل مكانة (وضعاً) اجتماعياً معيناً أثناء تفاعله مع الأشخاص الآخرين الذين يشغلون مكانات (أوضاعاً) اجتماعية أخرى داخل النسق الاجتماعي. (الجوهري، 1984، ص64).

يعرف الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحفية بأنه "الكيان المتكامل الذي يتكون من أجزاء وعناصر متداخلة، تقوم بينها علاقات تبادلية بغية إنجاز النشاط وتأدية الوظائف التي تحقق في النهاية إنتاج المؤسسة وعملها وهدفها" ولا يوجد نماذج وقوالب جاهزة لاختيار الهيكل التنظيمي للمؤسسات الصحفية، إذ يختلف هذا الهيكل من مؤسسة إلى أخرى تبعاً لطبيعة المؤسسة وحجمها وظروفها. (شاكر، 2011، 158)

وقد تباينت وجهات نظر الباحثين والمتخصصين في نظرية المنظمة بشأن تحديد مفهوم وأهمية هيكلها التنظيمي، وذلك تبعاً للمبادئ الأساسية التي يعتمدون عليها في تحديد طبيعة العلاقات السائدة في المنظمة. (الرحاطة، 2010، 55) غير أنه من المنفق عليه أن دراسة التنظيم في مؤسسة إعلامية ما، يمكن أن يصبح أكثر وضوحاً من خلال عرض هيكلها التنظيمي، ذلك أن الهيكل التنظيمي هو عبارة عن رسم هندسي يرمز إلى شبكة تمثل مواقع المسؤولية، وطرق تدفق المعلومات الرسمية، ومستويات اتخاذ القرار والاتصال بالمؤسسة، واختيار الهيكل التنظيمي هو في حقيقة الأمر يسهل عملية تحليل الوظائف، وبيّح وصفها وتحديد مواصفاتها، وهذه الأمور تخدم المؤسسة بعملها بكفاية وفعالية، من خلال وضع ذلك الهيكل التنظيمي للواجبات والمسؤوليات والعلاقات بين الأفراد، ولتطوير الأفراد بحيث يواجهون التحديات التي يفرضها التغيير والتقدم داخل المؤسسة وخارجها. (رضا والعبد، 2006، ص39)

وتصميم الهيكل التنظيمي يشبه تصميم الحدود بين الأفراد والمكانات لأجل أن تكون تلك الحدود والمكانات والأدوار أكثر فاعلية، ذلك أنها تمثل تقسيم العمل بين أعضاء المؤسسة وفروعها وبما يمثل التكاملية في الأداء بين جميع الأجزاء المكونة، وهذه الرؤية إنما تعبر عن الاتجاه التقليدي (الكلاسيكي) لنظرية المنظمات مقابل الاتجاه الآخر السلوكي الذي يركز على أهمية العنصر البشري وتأثير السلوك الفردي والجماعي، على حد سواء، والسلوكيون يؤكدون على أهمية كل

من التنظيم الرسمي وغير الرسمي للمنظمة فيما تجاهلها التقليديون، وقد أعقب ذلك تطور آخر في نظرية المنظمة تمثل في الاتجاه الذي ينظر للمنظمة بعدّها نظاماً مفتوحاً، يمثل نظاماً فرعياً لنظام أكبر في الوقت الذي يتكون هو نفسه من أنظمة فرعية متكاملة ومتفاعلة مع البيئة الخارجية للمنظمة. (الراحلة، 2009، 55) وينتمي مفهوم النظام المفتوح والنظام المغلق إلى منهج النظم أو منحى النظم الذي سبقت الإشارة إليه.

الدراسات السابقة

الدراسات العربية:

1- أجرى بيلي (1991) دراسة بعنوان "أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية في مصر"، على عدد من المؤسسات الصحفية المصرية التي تستوفى أركان المفهوم اللغوي والقانوني ومنها مؤسسة الأهرام، أخبار اليوم، روز اليوسف، دار التحرير للنشر والطباعة كما قام بدراسة ميدانية على فئة من مديري العلاقات العامة وتوصلت دراسته في جزءٍ منها إلى انخفاض مستوى التدريب بشدة بين العاملين في أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الصحفية إذ لم تحصل 74.6% منهم على أي تدريب في مجالها.

2- وقام العبد الله (1992) بإجراء دراسة بعنوان: تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في الإدارة العامة المركزية في الأردن. وهدفت التعرف إلى مدى قيام وحدات العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية بمهام البحث والتخطيط واستخدام وسائل الاتصال والتقييم، والاستعانة بالخبرات الاستشارية في مجال العلاقات العامة.

وبينت الدراسة أن غالبية دوائر العلاقات العامة لا تمارس وظيفة التخطيط، وأن الوحدات التي تمارس هذه الوظيفة تتبع التخطيط قصير المدى، كما أن غالبية الوحدات المستجيبة تهمل العديد من وسائل الاتصال، وأن هذه الوحدات لا تقوم بوظيفة التقييم وتهمل بعض الأساليب والطرق المهمة في هذه الوظيفة.

3- وأجرى منصور (1993) دراسة هدفت التعرف إلى اتجاهات الإدارة العليا نحو العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني. وتكون مجتمع الدراسة من جميع مديري العلاقات العامة بالجهاز وعددهم 77 مديراً يمثلون 77 منشأة، كما يضم أيضاً 143 مفردة من الإدارة العليا، وقد أجرى البحث بالاعتماد على أسلوب المسح وأسلوب مسح الرأي العام.

وأظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الغالبة من أعضاء الإدارة العليا على دراية وعلم بالمفهوم الصحيح للعلاقات العامة والمهارات اللازمة لممارستها، وجاء السلوك المتوقع للإدارة العليا نحو العلاقات العامة إيجابياً إلى حد كبير، وخاصة فيما يتعلق بالتعامل مع الجمهور الخارجي ومعاونة الإدارة العليا في حل مشكلات المؤسسة.

4- وكانت دراسة حسين (1996) بعنوان "إدارة العلاقات العامة بدولة الكويت: دراسة ميدانية". وهدفت لدراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية وأساليب ممارسة العلاقات العامة في المنشآت المختلفة بدولة الكويت. وهدفت الدراسة تقويم ممارسة العلاقات العامة في تلك المؤسسات التي خضعت للدراسة من القطاعين العام والخاص ومنظمات المجتمع المدني، وقد بلغ عددها 122 مفردة من مختلف القطاعات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداته الاستبيان "صحيفة الاستقصاء".

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- بلغ متوسط أعداد العاملين في العلاقات العامة (12) فرداً لكل جهة أو منشأة.
- 2- إن غالبية الوظائف في العلاقات العامة هي وظائف إدارية ومكتبية بنسبة (37.18%).
- 3- أن حملة شهادات الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) في ممارسي العلاقات العامة تبلغ حوالي (4,5%) فيما (44.2%) تحمل مؤهل جامعي.
- 4- إن نسبة (41.8%) من التخطيط للعلاقات العامة هو من نوع التخطيط "متوسط الأجل".
- 5- ووقفت دراسة الزعبي (1996) حول " دور مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني في تنمية القوى البشرية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية" على الدور الكبير الذي يلعبه مركز التدريب في تنمية الكوادر البشرية في المؤسسة وركزت الدراسة على إسهام الدورات التدريبية في خلق الكوادر المدربة القادرة على التعاطي مع المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية وكذلك

تأثر المشاركين في الدورات التدريبية إيجابياً سواء لجهة زيادة إنتاجيتهم أو لجهة زيادة مستوى معارفهم العلمية.

ركزت الدراسة كذلك على المعوقات التي تعترض طريق مركز التدريب الإعلامي ذات طبيعة هيكلية وإدارية وفنية ومالية وإشرافية.

ويمكن القول بأن إستراتيجية التدريب لمركز التدريب الإعلامي ترتبط وثيق الارتباط بالإستراتيجية العامة لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وتعتمد على ما تملكه أو تسعى لامتلاكه من تقنيات حديثة ومتطورة ومن كوادر بشرية متخصصة في مختلف الحقول الإعلامية والتلفزيونية والفنية والهندسية والإدارية.

6- وكشفت دراسة محادين (1998) حول "الاحتياجات التدريبية لمعدي ومقدمي البرامج العربية في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية" عن الاحتياجات التدريبية لمعدي ومقدمي البرامج العربية بالإذاعة الأردنية من وجهة نظرهم والتعرف إلى البرامج التدريبية التي اشتركوا بها خلال فترة عملهم في الإذاعة وتكونت عينة الدراسة من 50 فرداً جميعهم من معدي ومقدمي البرامج العربية في الإذاعة وقد استخدم أسلوب الرصد الوصفي لإعداد هذه الدراسة , وكانت النتائج المتوصل إليها عبر هذه الدراسة هي الحاجة المرتفعة لدى أفراد العينة للتدريب في مجالات اللغة العربية والحوار الميداني وإدارة الندوات وعقد دورات في استخدام الأجهزة الميدانية والحاسوب , كما اتضح أن نسبة الذين شاركوا في دورات تدريبية خلال السنوات الثلاث الأخيرة هي 32% لذا لا بد من زيادة عدد الدورات التدريبية. وحازت دورات اللغة العربية والحوار الميداني وإدارة الندوات على أعلى النسب 46%, 56% , 56% على التوالي.

7- وتمحورت الدراسة الصادرة عن المجلس الأعلى للإعلام عام (2004) حول "نظرة في الاحتياجات التدريبية لقطاع الإعلام في الأردن" على أن التدريب المنظم يفسح المجال لاطلاع

باستمرار على المنهجيات والأساليب الإبداعية والتقنية الحديثة التي توفرها الدراسات والتجارب الإعلامية على المستويات الإعلامية على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية.

وتركز الدراسة على أنه يجب توفير إطار مؤسسي يقوم على رسم السياسات والخطط والبرامج التدريبية في المجالات الإعلامية إضافة إلى إرساء القواعد العلمية والإدارية المناسبة لتنفيذها وعلى الرغم من قيام العديد من المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة بإعداد برامج تدريبية مختلفة، والتعاون مع المؤسسات الدولية لإيفاد بعض العاملين في المؤسسات الإعلامية لاكتساب مهارات جديدة ولكننا ما زلنا نفتقر إلى تنظيم مؤسسي فاعل لمعالجة هذا الشأن المهم في العملية الإعلامية. تسعى هذه الدراسة لتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، والصحافة اليومية والأسبوعية ووكالة الأنباء الأردنية، كما تسعى لتحديد الاحتياجات التدريبية للناطقين الرسميين لكافة المؤسسات في القطاعين العام والخاص

8- وأجرت جريسات (2006) دراسة بعنوان: "دور الإعلام في التخطيط والتنمية في الأردن"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط التنموي في الأردن، والمتمثلة بأصحاب القرار، والإعلاميين، والمواطنين، والتعرف إلى الفروق الإحصائية في دور الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الجهات المعنية بعملية التخطيط حسب متغيرات صفة المستجيب، والمؤهل العلمي، والفئة العمرية للأطراف المعنية بعملية التخطيط.

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود دور فاعل نسبياً في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بمراحل العملية التخطيطية المدروسة وهي جمع المعلومات، التشخيص، والسياسات المحلية، والإعداد، والإقرار، والتنفيذ، من وجهة نظر جميع الفئات سواء كانوا أصحاب قرار أو إعلاميين أو مواطنين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق

ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في تعزيز عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط، وفي حين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في عملية التخطيط التنموي من وجهة نظر الأطراف المعنية بعملية التخطيط حسب متغير صفة المستجيب في مجال الإقرار وذلك فيما بين أفراد عينة الدراسة من الهيئات التخطيطية والمواطنين. وقد استخدمت الباحثة منهج البحث الوصفي في دراستها.

9- ووقفت دراسة أبو زيد (2006) حول " الخصائص المهنية لممارسي العلاقات العامة وعلاقتها بالتأهيل والتدريب في مؤسسات حكومية وأهلية في مصر".

وهدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين مستويات الصفات المهنية لممارسي العلاقات العامة وبين التأهيل والتدريب الذي تلقاه الممارسون في عدد من المؤسسات الحكومية في جمهورية مصر العربية. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمسح من خلال استبانة تم توزيعها على عينة عشوائية من ثلاث مؤسسات حكومية في مناطق مختلفة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى المهني (عال، متوسط، ضعيف) وبين التأهيل الجامعي لممارسي العلاقات العامة، وكذلك وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى المهني وبين الدورات التدريبية التي تلقاها ممارسو العلاقات العامة. وأوصت الدراسة بضرورة تأهيل الممارسين في العلاقات العامة بتخصصات قريبة من الحقل أو في صلب العلاقات العامة، وكذلك أوصت بضرورة استمرار التدريب لممارسي العلاقات العامة وتزويدهم بكل المهارات والمعارف الجديدة خصوصا في تكنولوجيا الاتصال والعلاقات العامة.

10- وتناقش الدراسة الصادرة عن المجلس الأعلى للإعلام (2007) "الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي الأردني" وإعداد دراسة ميدانية حول الاحتياجات التدريبية في القطاع

الإعلامي الأردني والتي شملت العاملين في المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية ووكالة الأنباء الأردنية بترًا.

وبينت الدراسة كافة الاحتياجات التي يراها الإعلاميون الأردنيون ضرورية لهم، وتتصل مباشرة بمختلف جوانب العمل الصحفي والإذاعي والتلفزيوني. كما أوضحت الدراسة ان المؤسسات الإعلامية بشكل عام تشجع التدريب وتدعمه، وإن هناك تأثيرات إيجابية للتدريب على المستوى المهني والمحلي، وبينت أهم مشكلات التدريب في هذا القطاع الهام.

11- أجرت الصعوب (2010) دراسة حول "مستوى التخطيط الإعلامي للتلفزيون الأردني وعلاقته بجودة الإنتاج البرمجي من وجهة نظر العاملين"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدراك صناع القرار في الوزارات لأهمية وجود تخطيط إعلامي للبرامج والمشاريع التنموية التي ينفذونها وبين نجاح السياسات التنموية المتعلقة بها، إذ أشارت إلى أن التخطيط الإعلامي يسهم في إظهار رؤية صناع القرار حول القضايا المطروحة.

وبينت نتائج الدراسة أن نجاح السياسات التنموية في الوزارات الأردنية على اختلاف اختصاصاتها يرتبط بالتخطيط الإعلامي الذي يعمل من خلال وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام نحو قضايا تنموية معينة، ويرفع من مستوى تطلعات المجتمع نحو حياة أفضل، كما يسهم في تحقيق الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة بما يساعد في تحقيق التنمية ويعمل على تقبل وتبني المجتمع للبرامج والمشاريع التنموية، وأظهرت نتائج الدراسة كذلك ضعف تطوير الوزارات للخطط الإعلامية الخاصة بتلك البرامج والمشاريع بشكل دوري، إضافة إلى ضعف قدرتها على التأقلم مع التطورات والمستجدات التنموية.

وأشارت الدراسة إلى أنه لا توجد ميزانية خاصة للتخطيط الإعلامي المتعلق بالبرامج التنموية، كما تبين أن المخصصات المالية لا تتفق مع المهمات الموكلة لمكاتب الإعلام

والإتصال، ولا يوجد ميزانية خاصة كذلك لإجراء البحوث والدراسات المتخصصة بالتخطيط الإعلامي للبرامج التنموية. كما أظهرت النتائج التباين الكبير في اختصاص العاملين في الجهاز الإعلامي في الوزارات إذ إن ما يقارب من (61%) من العاملين في تلك المكاتب يحملون تخصصات أخرى غير تخصص الصحافة والإعلام.

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة داراديرك إيكاكايه **Daradirck Ekackai (1995)** (نقلا عن دراسة خليل، 2004) وهدفت هذه الدراسة التعرف إلى الأدوار المهنية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في تايلاند، وذلك بهدف التعرف على إدراك هؤلاء الممارسين لأدوارهم في العمل مقارنة بنظرائهم الأمريكيين، وقد اعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية والخاصة، وأشارت النتائج إلى وجود تحول جوهري في أداء مهنة العلاقات العامة من دور الوكيل الصحفي إلى استخدام النموذج ذي الاتجاهين في الإتصال، وأداء المهام الإدارية العليا وبخاصة في مؤسسات القطاع الخاص، كما يوجد أيضا تزايد واضح في استخدام الأساليب العلمية في قياس الرأي العام، ود تركز الدور الفني (التنفيذي) الذي يؤديه الممارسون في إخراج المواد الإعلامية وبناء علاقات المؤسسة بوسائل الإعلام.

2- واهتمت دراسة لـ **Pentti Raittila and Nina Olin (2005)** **“The Media and Communication Professions and Needs of Education until the year 2020** “ بجميع مراحل التعليم الفنلندي مشمولة في هذه الدراسة (التعليم المهني، المعاهد الفنية، التعليم الجامعي) وتتوقع هذه الدراسة حاجات مهن الإعلام والاتصال وتحديد التعريف للعاملين في الإعلام من عام 2015 ولغاية عام 2020.

ونعني بمهن الإعلام والاتصال: هم الأشخاص الذين يعملون على صناعة الخبر وكتابة النصوص في الإعلام وكذلك الصحفيين، مصممي الجرافيك، المصورين، العلاقات العامة. أصبح التدريب والتعليم في مهن الإعلام والاتصال اقوي على المستوى المهني (المدارس الثانوية، بوليتكنيك) في السنوات الأخيرة.

إن النماء السريع في استيعاب التدريب خلق نوع من الخوف بأن جودة التعليم قد تتأثر بسبب وجود الكثير من المؤسسات الإعلامية التي تعنى بالتدريب على حساب جودة التدريب للعاملين في حقل الإعلام والاتصال لهذا السبب أوضحت هذه الدراسة الفنلندية عن الآراء والتوقعات للمختصين في الإعلام، والباحثين والممثلين عن صناعة الإعلام الفنلندي من خلال اللقاءات والدراسات.

3- وفي دراسة أجراها رولد (Rowold,2007) بعنوان "أثر الشخصية في المعرفة المكتسبة لدى العاملين في مراكز التدريب للاتصالات في ألمانيا"، وهدفت الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في اكتساب المعرفة في برامج مؤسسات التدريب التنظيمية، ومعرفة تأثير التدريب في بناء العلاقات بين المتدربين، وتألفت عينة الدراسة من (84) مبحوثا من العاملين في (10) مراكز للاتصالات في ألمانيا، وقامت الدراسة باختبار توقعات المتدربين قبل التدريب وبعده ومدى تفاعل ذلك مع برامج التدريب، وعلاقته بالإنجاز المتوقع والمعرفة المكتسبة، وضبط التعلم والدافعية للتعلم، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- للشخصية أثر على اكتساب المعرفة، والتعلم، والتدريب.

2- للدافعية وللحوافز والرغبة أثر إيجابي لاكتساب المعرفة.

تعليق على الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي جرى استعراضها في الصفحات السابقة، لكنها جميعا ظلت تتناول محورا أو أكثر من المحاور التي تتصل بعمل العلاقات العامة في المؤسسات العامة، وافترضت أغلب الدراسات السابقة أن للعلاقات العامة دورا مهما في تحسين كفاءة المؤسسة والعاملين فيها وجودة نتائج تلك المؤسسات.

ويلاحظ أن مهمة التدريب في المؤسسات لم تأت دائما كمهمة أساسية من مهمات العلاقات العامة، وهذا يفسر بأن وظيفة العلاقات العامة تختلف من مؤسسة لأخرى ومن بلد لآخر، لكن جميع تلك الدراسات كانت تشير لأهمية دور العلاقات العامة في تنسيق وتسهيل وتنظيم أي عمل لمؤسسة سواء كان التدريب أو الاتصال الداخلي أو الخارجي أو التنسيق أو البحث والتقييم وغيرها من الوظائف.

ويلاحظ كذلك أن الكثير من الدراسات السابقة، ركزت على مكانة العلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة، فكلما ارتفعت هذه المكانة للعلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة كانت العلاقات العامة أكثر فاعلية في تحقيق سياسة المؤسسة وفي تحقيق أهدافها وتحسين كفاءتها.

فيما أكدت أغلب الدراسات على أهمية معرفة الاحتياجات التدريبية للإعلاميين ولكافة العاملين في قطاع الإعلام على مختلف مؤسساته، وعكست هذه الدراسات تنازع مهمة التدريب بين الجهات الإدارية المختلفة، وربما أن هذه الظاهرة هي أحد أهم معوقات التدريب في القطاع الإعلامي.

وتختلف دراستنا هذه عن الدراسات السابقة في أنها تتناول مهمة التدريب في المؤسسة الإعلامية تناولا مباشرا من زاوية دور العلاقات العامة فيها، بحيث يمكن التعرف على ما يمكن أن تقدمه

دوائر العلاقات العامة في هذا الصعيد بعد أن لوحظ أن هذه المهمة تختلف من مؤسسة لأخرى وتأتي أحياناً من ضمن دوائر وأقسام أخرى غير دوائر العلاقات العامة وأقسامها.

وتأمل دراستنا هذه أن تضيف ما هو جديد على دور العلاقات العامة في المرحلة التي تسبق إقامة التدريب وهي مرحلة تعتمد على الاتصالات الخارجية (معرفة التطورات في العالم الخارجي) وعلى الاتصالات الداخلية (في المؤسسة والمجتمع المحلي) لمعرفة الاحتياجات والإمكانات المتوفرة، مما يسهل على صناع القرار في المؤسسة الإعلامية وضع الخطط والبرامج التدريبية التي تسهم في تحسين عمل المؤسسة وتسهم في تحسين كفاءة العاملين فيها.

المبحث الثاني: التدريب في المؤسسات الإعلامية

مفهوم التدريب:

التدريب، Training 2010 "هو مجموعة من الأنشطة التي تسعى إلى إكساب المتدرب المعلومات والمهارات والاتجاهات بناء على حاجاته الملحة باستخدام أساليب تدريب فردية أو جماعية". (المعاني وزملاؤه، 2011، ص12)

ويعرف أيضا بأنه "إجراء منظم من شأنه زيادة معلومات ومهارات الفرد في مجال معين" (رضا، 2010)

كما أن عملية التدريب هي عملية شاملة لا تستهدف نوعيات معينة من العاملين، بل يجب أن تمتد إلى كل من له صلة بالعمل الإعلامي بصرف النظر عن نوع العمل الذي يؤديه أو مستواه في السلم الإداري بالمؤسسات الإعلامية. (البيبي، 1973)

غني عن البيان ما للتدريب من أهمية في تحسين كفاءة العاملين في أي مؤسسة إعلامية كانت أو غير إعلامية، وتظهر أهمية هذا التدريب في المؤسسات الإعلامية بشكل ملموس نظراً لطبيعة الأهداف التي تسعى المؤسسة الإعلامية لتحقيقها ونظر لطبيعة الوسائل التي تستخدمها والتقنيات التي تعتمد عليها، فبالنسبة لأهداف المؤسسة فهي تتعلق بنقل الرسائل من خلال عمليات اتصالية وإعلامية أصبحت مجالات دقيقة لعدد من العلوم الإنسانية كعلوم الإعلام وعلوم النفس والاجتماع والسلوك إضافة إلى الفنون المختلفة التي ينبغي أن تكون وسائل لنقل الرسائل الاتصالية مثلما هو الحال في الغناء أو الدراما أو غير ذلك من الأعمال التي تبثها أو تنشرها أو تنتجها المؤسسات الإعلامية. ولا شك أيضا أن التدريب يكتسب أهمية متزايدة وملحة بالنسبة للدول النامية نظراً للعبء المضاعف الملقى على عاتق التدريب والمتمثل في اللحاق بالدول والمعارف وتطبيقاتها. وتبرز أهمية التدريب لأنه يؤدي إلى تحسين الأداء في الحاضر؛ والتأهيل

لمسؤوليات أكبر في المستقبل، كما أنه مهم بالنسبة للأفراد الذين يلتحقون حديثاً بالعمل. (سكارنة، 2010) وتبرز ضرورة التدريب أكثر ما تبرز في المؤسسات والأعمال التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة، وهي تكنولوجيا سريعة التطور والتغير مما يتطلب مواكبة ذلك أولاً بأول، ومثل هذه الضرورات تبدو أكثر ما تبدو في وسائل الإعلام الحديثة ومؤسسات الأعمال التي تعتمد على التكنولوجيا وعلى مهاراتها، ويعد التكوين في مجال مهن الإذاعة والتلفزيون من أهم الروافد القادرة على الدفع بهذه المهن إلى الأمام (بلقاسم، 2011).

والشكل التالي يوضح أهمية تحديد الاحتياجات التدريبية وماهية تحديد وتصميم الدورات التدريبية وكيفية تقديمها ودعمها والمرحلة النهائية التصحيح والتقييم.



شكل رقم(4) يمثل أهمية تحديد الاحتياجات التدريبية.

(www.development-opportunities.co.uk/img/trng-cyc.gif)

وتعد الفنون الإذاعية من الفنون الحديثة العهد في العالم كله ولم يبدأ استخدامها استخداماً مؤثراً إلا في الثلث الثاني من القرن العشرين، لذلك فإنها ما زالت تخضع لعلميات التجريب

والتطوير وصولاً إلى المزيد من التأثير في مجالات الإعلام والتثقيف والترفيه، الأمر الذي يفرض على العاملين في هذه الفنون ضرورة متابعة كل جديد يستحدث بشأنها في أي مكان من العالم، كما يفرض عليهم ضرورة تغيير أساليب عملهم كلما تكتشفت أساليب جديدة أكثر فاعلية، وبالتالي تكون قضية التدريب قضية مستمرة استمرار مزاولتهم للعمل الإعلامي، ويزيد من تأكيد هذا المعنى التطور التكنولوجي المستمر في كل ما يتصل بالأجهزة والمعدات الإعلامية ووسائل استخدامها. (رضا والعبد، 2006، ص171-172)

إن أي مؤسسة تقوم عادة على جهد إنساني واستثمار هذا الجهد بتوظيف الكفاءات اللازمة في المواقع المناسبة، وهكذا فإن عصب أي مؤسسة يتمثل بأفرادها وهؤلاء الأفراد يختلفون حسب طبيعة المؤسسة وأهدافها والأفراد عبارة عن موظفين وعمال مهرة وعمال عاديين ويؤدي كل منهم دوراً لتحقيق أهداف المؤسسة. (شاكور، 2011، ص55)

وتعد إدارة الأفراد في المنظمات الإدارية هي إحدى الوظائف المتخصصة داخل المنظمة، حيث يوجد بها ما يسمى بإدارة الأفراد أو قسم شؤون العاملين، وإذا كانت شؤون الأفراد هي مسؤولية القيادة في المنظمة إلا أنها تحتاج إلى قسم متخصص يساعد في تشغيل العنصر البشري. (رضا والعبد، 2006، ص 51) ويشمل تشغيل العنصر البشري التدريب والتأهيل والتوجيه.

وتعمل الإدارة على تحقيق عدد من الأهداف وأهمها التكامل في الأعمال أو الأداء من خلال الإدارة الناجحة والاتصال الفعال الداخلي منه والخارجي، ومن خلال تقسيم العمل وبما يشمل أيضاً التدريب المستمر. (شاكور، 2011، ص58)

مجالات التدريب:

أولاً- التدريب في مجال تكنولوجيا الاتصال: إذ لا يمكن لمهن الإعلام أن تتطور في غياب تكوين أساسي ومستمر قادر على صقل المهارات ومسايرة التحولات، خصوصاً التحولات

التكنولوجية. (بلقاسم،، مجلة الإذاعات العربية، 2011) وقد أفضت التحولات التكنولوجية إلى ضرورات جديدة من المعرفة مثل المعرفة المتخصصة تقنياً والمعرفة المعقدة، والمعرفة المتخصصة تقنياً Technically Specific هي معرفة معمقة حول مجال معين يتطلب الحصول عليها تدريباً رسمياً وممارسة عملية، فيما المعرفة المعقدة Complex Knowledge هي تلك المعرفة التي تستند على عدد من مجالات تخصصية. (المعاني وزملاؤه، 2011، ص 57)

ومنذ بداية استخدام الأدوات المعلوماتية في مجال وسائل الإعلام، شهدت مختلف مهن هذا القطاع تطورات عميقة شملت كل مكونات الحلقة الإعلامية، بداية مصادر المعلومات، ومرورا بمعالجتها وإنتاجها ونشرها وتوزيعها واستهلاكها، وفي هذا السياق برزت ثلاثة اتجاهات مهمة بكل وضوح: (النجار، مجلة الإذاعات العربية، 2011)

أ- اقتران عدد من المهن بعضها ببعض، إلى جانب إعادة النظر في تحديد المهمات والوظائف من جهة.

ب- حذف أو اختفاء بعض المهن والوظائف.

ج - بروز مهن جديدة لم يعهدها من قبل عالم الإعلام والصحافة.

ثانياً: التدريب في مجال الأساليب الإعلامية: فمع تطورات تكنولوجيا الاتصال وما رافق

ذلك من تحولات اجتماعية واقتصادية، فقد كان لا بد أن ينعكس ذلك على الأساليب الإعلامية

بما يواكب تلك التحولات، ويظهر ذلك جلياً في ضرورة السرعة والاختصار في تقديم المواد

الإعلامية، والاعتماد على المعلومة أكثر من الخطابة، وتوظيف الصورة، ثم الجمع بين قنوات

الاتصال التفاعلية المتعددة في البرنامج الواحد أو في الوسيلة الإعلامية الواحدة، وكل هذه

التغيرات يجب أن تواكب بالتدريب مثل الدورات التحريرية متخصصة ودورات الكتابة

التلفزيونية أو غير ذلك،(أبو إصبع،1997) إذ يجري الآن الجمع بين المرئي والمسموع والمكتوب في صيغ متكاملة ومتفاعلة. ويسعى التدريب إلى تحسين أساليب العمل عن طريق محاولة إحداث تغيير في مهارات وقدرات الأفراد وتطوير أنماط سلوكهم. (رضا،2010)

ثالثا: التدريب في مجال المهارات الإعلامية: ويقصد بها أن يكون الإعلامي كلما بعدد كبير من المهارات التي كانت في السابق تتوزع على فريق من الصحفيين، وأصبح الإعلامي اليوم مطالبا بإنتاج كامل المادة الإعلامية بدءا من التصوير أو التسجيل الميداني مرورا بالتحريير أو المونتاج وغير ذلك من العمليات التقنية إلى أن تصل إلى الجمهور، وهذا ما يسمى بالصحفي الشامل. وكل هذه الوظائف التقنية كانت في مشمولات المهندسين والتقنيين، وقد أصبح الصحفي مسؤولا عن تنفيذها فضلا عن عملة الصحفي التقليدي.(النجار،2011)

رابعا: التدريب في مجال الإنتاج: ويقصد بها تدريب الصحفيين أو عدد منهم على إدارة عمليات الإنتاج وإجراءاته لأن كل صحفي سيصبح في موقف المنتج بالنسبة للمهمة التي يقوم بها سواء كانت في الإعلام المكتوب أو المسموع أو المرئي.

وسائل التدريب في المؤسسات: (رضا والعبد، 2006، ص32-33)

1- التدريب في العمل نفسه: يعد مكان العمل المدرسة الطبيعية لحياة الموظف، وتأتي الفائدة بطريقة مباشرة عن طريق الملاحظة العملية للرؤساء، والتدريب في العمل يجب أن يكون منظما ويأخذ شكلا علميا، ومن أهم الأشكال العلمية: فترة الاختبار التي يلتحق بها الفرد بالعمل وهذا التدريب يجب أن يكون منظما. ومن أشكاله أيضا التنقل بين الوظائف.

2- التدريب الذي يستخدم فيه اللجان والمؤتمرات: وهي وسيلة جيدة جدا للتدريب إذ يجري طرح الأفكار وإبداء الرأي ونقل الخبرات وتنميتها.

3- المحاضرات التي تقترن ببرامج ميدانية: وهذا الأسلوب يعتمد على تلقين الدارسين

لمحاضرات نظرية في موضوع التدريب ثم القيام بزيارات ميدانية على الطبيعة لتطبيق ما درس في المحاضرات النظرية.

4- البرامج التدريبية عن طريق معاهد الإدارة: تقوم معاهد الإدارة بتنظيم برامج تدريبية

للعاملين في المنظمات المختلفة، وتقوم هذه المعاهد بمد الدارسين بالتطورات التي طرأت في مجال عملهم، خصوصا وأنا نعيش عصر التغيرات والتطورات المعرفية والتقنية السريعة.

الاحتياجات التدريبية:

من الضروري أن يتم تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين من أجل عمل برامج ملائمة لاحتياجاتهم، ذلك أن الاحتياجات التدريبية تعني ماذا وكيف يلزم العاملين من معلومات ومهارات للنجاح والتفوق في أداء عملهم، ولتحديد الاحتياجات التدريبية للمنشأة أو المؤسسة لا بد من خطوتين أساسيتين: وصف الأعمال التي تحتاجها المؤسسة، وحصر شامل للعاملين في المؤسسة ومعرفة تخصصاتهم وإمكانياتهم وإعدادهم ومقارنة ذلك بوصف الأعمال في الخطوة الأولى.

(رضا، 2010)

والاحتياجات التدريبية تعني العملية التي يتم بها تحديد وترتيب الاحتياجات التدريبية واتخاذ القرارات ووضع الخطط بشأن تلبية هذه الاحتياجات، وهي تتضمن الإجراءات التفصيلية التالية:

(معمار، 2010)

1- تحديد الفئة المستهدفة بالتدريب.

2- تعريف وتحديد الاحتياجات.

3- قياس مستوى القصور ومعوقات الأداء.

4- ترتيب الاحتياجات حسب الأولوية.

5- تحديد أهداف التدريب بناء على نتائج تقدير الاحتياجات.

وبما أن التدريب له أهمية كبيرة فيجب علينا تحديد دورة التدريب كما هو موضح بالشكل التالي:



الشكل رقم (5) يمثل دورة التدريب

www.sayacemerlang.com/trainingcycle.JPG

في دورة التدريب كما هو موضح بالشكل أعلاه يجب تحديد الاحتياجات وشكل التدريب وكيفية إعطائه وتعديله وفي النهاية التقييم لهذه الدورة ما هي الاضافة التي حصل عليها المتدرب من هذه الدورة التدريبية.

معوقات التدريب:

تتعدد معوقات التدريب من بلد إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى، لكنها رغم ذلك تكاد تجمع على العقبات الرئيسية في الدول النامية، وأهمها:

1- اختلاف الهياكل التنظيمية للمنشآت وعدم تحديد الاختصاصات وتوزيع المسؤوليات بين

الأفراد. (سكارنة، 2010، ص39)

2- قلة أو ضعف الحوافز للعاملين في المؤسسات خصوصا الحكومية جراء الانخراط في عملية التدريب، وهذا يعني أن طمس الفوارق الحافزية بين المتدربين وغير المتدربين، وتعرف

الحوافز بأنها العوامل التي تدفع العاملين في المنظمة أو المنشأة أو الوحدة الإنتاجية إلى العمل بكل قواهم لتحقيق الأهداف المرسومة، (رضا، 2010) والحوافز هذه قد تكون مادية كتحسين الأجور والعلاوات والمكافآت.. الخ، أو قد تكون معنوية مثل فرص التقدم الوظيفي والمشاركة في رسم السياسات والتكريم وغير ذلك من الأساليب.

3- صعوبة تقويم نتائج التدريب لمعرفة انعكاساته على الإنتاجية، خصوصاً أن بعض النتائج المرجو لا تبدو في المدى القريب، وهذا يعني عدم وجود مقاييس محددة ومتفق عليها لتقييم نتائج التدريب. (الخليفات، 2010)

4- غياب السياسات التي ترشد العمل وتوجه اتخاذ القرارات تعد أساساً يعتمد عليها الأفراد في مواجهة ما يعترضهم من مشكلات. (سكارنة، 2010، ص39)

5- ضعف الموازنات المرصودة من قبل الإدارة العليا لقضايا التدريب، خصوصاً التدريب الذي يعتمد على الاحتكاك بالخبرات الخارجية نظراً لكلفتها العالية والاستعاضة عنها بما توفر من خبرات محلية قد لا تكون ملائمة في بعض الحالات.

6- معوقات التدريب في العلاقات العامة خصوصاً: ومن أهم المشاكل التي تواجه تخصصات الإعلام وخاصة العلاقات العامة مجالات التدريب، ونجد أن بعض الأقسام بها مراكز تدريب "معامل حاسوب وصحافة وإذاعة" ولكنها غير كافية لتحقيق التدريب اللازم وخاصة عدم وجود كوادر مؤهلة قادرة على التدريب، فلا يكفي أن يكون الشخص فنياً ليقوم بمهمة التدريب، إذ لا بد وأن يكون على مقدرة في توصيل المعلومات إلى المتدربين، ولا شك أن مثل هذا العجز كان يمكن أن يغطي لو كانت الصلة بين المؤسسات الإعلامية ومؤسسات التعليم والتدريب هي صلة تكاملية. (وافي، 2007).

المبحث الثالث: مفهوم العلاقات العامة ووظائفها

تعريف العلاقات العامة واتجاهاتها:

ما تزال مهنة أو وظيفة العلاقات العامة من المهن والوظائف التي لا تزال حتى الآن محل اجتهاد من الباحثين والممارسين على حد سواء، وعلى الرغم من وجود حد أدنى من الاتفاق على بعض مكونات العلاقات العامة ووظائفها وأوجه الشبه بينها إلا أن هناك قدرا من المفاهيم الخاطئة وقدرا من الاختلاف حول ماهيتها وطبيعتها ومسؤولياتها ونطاق اختصاصها كما تشير الكثير من المراجع والأدبيات.

وتعدّ العلاقات العامة من الوظائف الإدارية الحديثة، ولا يزال باب الاجتهاد النظري والتطبيقي مفتوحا أمام المزيد من تطوير أساليب الممارسة وطرائقها، وصقل المفاهيم النظرية للعلاقات العامة في ضوء الممارسة (حسين، 2005، 31)، لذلك فقد وجدت تعريفات متعددة للعلاقات العامة، نختار منها عددا من التعريفات المشهورة وأخرى من التعريفات الحديثة:

تعريف المعهد البريطاني: يعرفها المعهد البريطاني بأنها "إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة. (المصري، 2000)

ويعرفها قاموس أكسفورد: بأنها " هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع. (الدليمي، 2011، 40)

أما من حيث التعريف المهني لمصطلح العلاقات العامة، فهناك مفهومان رئيسيان لمصطلح العلاقات العامة، وهما:

المفهوم الأول: وهو المفهوم المقترن بنشأة مهنة العلاقات العامة، والذي يحددها بالنشاط الذي تمارسه المنظمة لإقامة تفاهم متبادل بينها وبين جمهورها.

ومن التعريفات التي تأخذ بالمفهوم الأول ما جاء في قاموس أكسفورد للعلاقات العامة باعتبارها الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير والاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة.

المفهوم الثاني: ويشير إلى أنها فلسفة اجتماعية تهدف إلى معالجة مشكلات الفرد في المجتمع الحديث، ومساعدته على التكيف مع تلك المشكلات، وبالتالي تحقيق التوافق والتكامل الاجتماعي. (عجوة، 2000)

أما التعريف الذي يتماثل مع المفهوم الثاني الذي يأخذ بالبعد الاجتماعي فهو تعريف "الشرعة الدولية للعلاقات العامة الذي ينص على أن العلاقات العامة هي "الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه، وبين مختلف قطاعات الرأي العام"، ويتضمن هذا التعريف عدة عناصر هي: وجود فريق أي المؤسسات والشركات. الجهود المبذولة ويقصد بها النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة. ثم إقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين المؤسسة والجمهور. ثم أخيراً أطراف العلاقة الطيبة ويقصد بها العلاقة الطيبة مع الجمهور الداخلي مع المؤسسة ثم المؤسسة وجمهورها الداخلي بجمهور المنتفعين. (الدليمي، 2011، 41)

وعرف جيمس جرونج وتود انت Todd Hunt & James E. Grunig العلاقات العامة بأنها "المهنة التي تعنى بإدارة عملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها" كما يعرفها كايود

Caywood بأنها المجال المهني المسؤول عن تحقيق التكامل المستمر لعلاقات المؤسسة مع جماهيرها من خلال إدارة الاتصالات التي تؤدي إلى بناء وحماية سمعة المؤسسة. (Heath,2001,p 359).

وافي، أمين (2009) التدريب والتأهيل في العلاقات العامة: دراسة حالة، ورقة علمية مقدمة في اليوم الدراسي "العلاقات العامة في فلسطين...واقع وطموحات"، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، غزة، فلسطين، مايو 200م.

ورصد (وافي، 2009) بعض المجالات الأساسية لتحولات العلاقات العامة في جانبها الأكاديمي وهي:

أ - ظهور المدرسة النقدية أو مدرسة ما بعد الحداثة postmodernism: ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن العلاقات العامة بمفاهيمها فاعلة في المجتمع في مجال بناء العلاقات بين المنظمات وجماهيرها والانتقال إلى ما بعد الحداثة يجب أن تبدأ بتحديد وتعريف المجال الكلي للعلاقات العامة داخل المجتمع ككل وتحليل الخطاب الإعلامي الذي يعكس اهتمامات ومصالح المنظمات لفهم عمليات بناء العلاقات العامة داخل المجتمع.

ب- المدرسة الأوربية: وتميزت المدرسة الأوربية في الآونة الأخيرة على المدرسة الأمريكية بسبب اختلاف الثقافة الأوربية عن مثيلتها الأمريكية باستثناء النموذج الأمريكي، فالعلاقات العامة ليست علاقات جماهير، ولكنها علاقات بالمجال العام الذي تعيش فيها الجماهير، لذا نجد أن الجمهور والعلاقات العامة تعني في الثقافات الأوربية أشياء مختلفة عما تعنيه في المدرسة الأمريكية والأوربيين يرون أربعة أدوار للعلاقات العامة " دور إداري - إجرائي - دور عاكس لأوضاع المجتمع - دور تعليمي " وهو غير موجود في المدرسة الأمريكية وخاصة البعدين الثالث والرابع.

واستخلص غريب عبد السميع تعريفاً إجرائياً يحدد أهم ملامح مهنة العلاقات العامة في العناصر التالية: (عبد السميع، 2003، ص 52).

- 1- هي مجموعة من العمليات التطبيقية للعلوم الاجتماعية.
 - 2- هي مهنة يمارسها متخصصون على مستوى مناسب من العلم والخبرة والمهارة.
 - 3- تستفيد منها المنظمات في إيجاد التفاهم والتكيف بينها وبين جماهيرها داخليا وخارجيا.
 - 4- تستخدم وسائل الاتصال استخداما علميا.
- كما قدمت بعض التعريفات المهنية لمصطلح العلاقات العامة إطارا شاملا لمراحل أداء مهنة العلاقات العامة حيث تعرف بأنها "المهنة التي تتولى تخطيط وتنظيم وتوجيه وتقويم الأنشطة والأعمال المتعلقة بالجماهير المرتبطة بالمنظمة، وكذلك الرأي العام بهدف الاحتفاظ بعلاقات طيبة معهم وتستخدم في سبيل ذلك البحوث ومختلف وسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية مهنية لتحقيق هذه المهمات". (زيدان، 1999، ص 69-93).

أهمية العلاقات العامة في الوزارات والدوائر الحكومية:

وعلى ذلك فإن التطبيق السليم لمفاهيم العلاقات العامة يركز على وجود جهاز ذي خصائص ومواصفات معينة تمكنه من أداء دوره. ويتوقف نجاح هذا الدور على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذا الدور، وكذلك على إدراك المشتغلين بالعلاقات العامة لأهمية دورهم. (يوسف، 2003، 37).

يتلخص دور العلاقات العامة في الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية إزاء الجمهور الخارجي فيما يأتي:

1- التوعية والإرشاد: (الدرة والمجالي، 2010)

وتتضمن التوعية السياسية بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة لأفراد الجمهور الخارجي وبيان المزايا والفوائد التي يمكن أن يجنيها المواطنون من هذه القوانين.

كما تشتمل التوعية السياسية في توعية الجمهور بواجباته الانتخابية وأهمية المشاركة فيها إضافة إلى التوعية الصحية والإرشاد الزراعي والتوعية الثقافية. (عبد الله، 1992)

2- الوقوف على رأي الجمهور في مستوى الخدمات المقدمة:

ويعني ذلك عمل العلاقات العامة على كسب رضا وتأييد المواطنين أفراد الجمهور الخارجي، وهذا لا يتأتى إلا إذا كان الجمهور على بينة من الخدمات التي تقدمها الوزارة أو المؤسسة الحكومية. (العبد الله، 1992)

3- كسب تأييد الجماهير المختلفة والرأي العام للنظم واللوائح والقوانين الجديدة: (حسين، 2005، 85)

وهذا أمر ضروري للوزارات والمؤسسات التي قدم الخدمات للجمهور، ولا بد أن تقوم العلاقات العامة بالتمهيد للقوانين والأنظمة الجديدة من خلال حملات إعلامية تثير فيها الموضوع الذي تتناوله تلك القوانين والأنظمة. إذ إن هذا يسهم في إطلاع الجهة التي تقدمت بالتشريع على حقيقة اتجاهات الرأي العام نحوه، ومجالات التعديل الواجب إدخالها عليها، أو ضرورة غض النظر عنه أو تأجيله.

4- الاهتمام بالشكاوي أفراد الجمهور ومقترحاتهم: (الدرة والمجالي، 2010)

إن مثل هذه الخطوة تسهم في إطلاع المؤسسات الحكومية على آراء أفراد الجمهور ومتابعهم وملاحظاتهم، الأمر الذي يسهم في الوقوف على الانحراف والفساد في هذه المؤسسات إن وجد. كذلك على العلاقات العامة تشجيع كل نقد بناء والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط المؤسسة. (الدليمي، 2005)

5- تدريب العاملين على حسن معاملة الجمهور:

إن تدريب العاملين على حسن معاملة الجمهور بعد من الأساسيات التي لا بد وأن تعتني بها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، (عجوة، 2000) وعلى العلاقات العامة في هذا المجال أن تقدم برامج تدريبية متخصصة في كيفية التعامل مع أفراد الجمهور تجنباً لسوء المعاملة أو الاستعلاء أو الإهمال أو التعطيل في المعاملات.

6- الرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية:

إن من أدوار العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الاهتمام بالرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية المغرضة سواء من الجهات المعادية الخارجية أو من جماعات في داخل الدولة. ويمكن للعلاقات العامة أنت تقوم بهذا الدور عن طريق المعلومات الوافية لرجال الإعلام، والرد على استفساراتهم بما يساعدهم في التعرف على اتجاهات الدولة ومجابهة الدعايات المضادة، كما تقوم العلاقات العامة بإعداد النشرات والتقارير الإعلامية عن مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ورفعها إلى الأجهزة العليا بالدولة.

وظائف العلاقات العامة:

علاوة على عدم الاتفاق على نوعية المهمات للعلاقات العامة، وعلاوة على التداخل بين تلك المهمات وبين مهمات الإدارات الأخرى في المؤسسات أو الشركات، فالواضح أن هناك شبه

قبول ضمني أو صريح على التعامل بمرونة كبيرة في تحديد مهمات ووظائف العلاقات العامة وفقاً لنوعية المؤسسة أو الشركة وطبيعة هيكلها التنظيمي وطبيعة أعمالها وأهدافها وحجم الكادر البشري فيها وحجم التعامل مع الجمهور الخارجي أيضاً وتتوزع فئات هذا الجمهور، وهذا ما تعكسه طبيعة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون التي تتعامل مع فئات واسعة ومتنوعة من الجمهورين الداخلي والخارجي، إضافة إلى تعدد المهمات والأهداف الملقاة على عاتق هذه المؤسسة وانتشار جمهورها الخارجي في أرجاء مختلفة من دول العالم.

وبالإجمال، فإن أغلب المراجع والباحثين ما يجعل من وظائف العلاقات العامة أربع وظائف أو خمس رئيسية، وهي كما يلي:

1- البحث: (Facts finding)

ويسمونها بعضهم "البحث عن الحقائق" حيث تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة، فبالنسبة للجامعة مثلاً، يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور (زويلف، 2010 ص 51). وقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت هناك طرق علمية في دراسة اتجاهات الجماهير وجمع المعلومات والبيانات المختلفة لدراسة المشكلة. (الدليمي، 2005، 42)

وتبرز أهمية البحوث الإعلامية بعدّها الركيزة الأولى والمنطقية لوضع الخطط الإعلامية (رضا والعبد، 2006، ص 163) تعد البحوث رجع الصدى الذي يحتاج إليه المخطط، ولذلك يضمن التطور المستمر لبحوث الإعلامية فاعلية التخطيط. (إمام، 1980). وتشمل الأبحاث أيضاً كافة المناحي النظرية والتطبيقية التي تتصل بعمل المؤسسة أو المنشأة تبعاً لطبيعة أهدافها

واحتياجاتها والبيئة التي تعمل بها، لذلك تبرز حاجات بحثية متنوعة، منها الفني ومنها النظري ومنها المالي والإداري وغير ذلك من الموضوعات.

وتعد البحوث أهم المقومات الرئيسية للتخطيط الإعلامي، إذ ينبغي أن يقوم التخطيط على معرفة بالمجتمع من حيث: إمكاناته، واحتياجاته، ورغباته، كما تعد البحوث رجع الصدى الذي يحتاج إليه المخطط، ولذلك يضمن التطور المستمر لبحوث الإعلامية فاعلية التخطيط. (إمام، 1980، ص 22-23)

وتتعدد مجالات البحوث الضرورية لتخطيط المؤسسات الإعلامية لتشمل الجمهور الخارجي والاتصالات مع هذا الجمهور الذي يضم شرائح أو فئات متنوعة منها الزبائن ومنها المدربون ومراكز الخبرة ومراكز الإنتاج ومراكز التقنيات اللازمة لتطوير الأعمال الإعلامية أو صيانتها وتجهيزها بكافة لوازمها الضرورية.

وقد فصل بعضهم الأهمية التي تقدمها البحوث للمؤسسات الإعلامية فيما يلي: لبيب، (1999)

1- معاونة الأجهزة المسؤولة على وضع السياسات والخطط الإعلامية بمستوياتها المختلفة على أساس من الحقائق والبيانات والمعلومات.

2- معاونة الإعلاميين الممارسين في وسائل الإعلام المختلفة على زيادة كفاءتهم في العمل عن طريق فهمهم لطبيعة العناصر المكونة لعملية الاتصال والآثار المتوقعة منها.

3- معاونة المؤسسات الإعلامية المختلفة في اختيار البدائل المناسبة لكل منها في مجال الإدارة في مسارها الاقتصادي حتى تستطيع أن تحقق أهدافها بكفاءة أكبر وبأقل قدر من الجهد الإنساني والاستثمار المادي.

4- معاونة الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية على تكوين نظرة نقدية وموقف انتقائي يساعده في مشكلة الاختيار والإفادة مما يختاره.

2- التخطيط: (Planing)

التخطيط: وهو من المهمات الإدارية المؤسسة لإدارة المؤسسة الإعلامية إلى جانب المهمات الأخرى كاللتنظيم وإعداد الأفراد والتوجيه والرقابة، ويعرف التخطيط بأنه منهج يتضمن عدة إجراءات لتحقيق غايات أو أهداف مرغوب فيها، والتخطيط الكفاء يعني اتخاذ قرارات رشيدة في رسم السياسات المختلفة وتنفيذها حيث يجب أن تتضمن تقديراً دقيقاً للوسائل والغايات، أي أن التخطيط هو تحديد أهداف ورسم سياسات. (رضا والعبد، 2006، ص20)

التخطيط الإعلامي: ثمة العديد من التعريفات للتخطيط الإعلامي منها أنه "عملية تسير وفق خطوات علمية محددة تتمثل في جمع المعلومات اللازمة وتحليلها، وتحديد الأهداف الإعلامية أو الدعائية وتقسيمها مرحلياً وتحديد المزيج الاتصالي والشكل الذي ستتخذه الحملة الإعلامية وجدولتها وتقييمها مرحلياً ونهائياً" (إمام، إبراهيم، 1969)

وتمثل الخبرة التخطيطية أحد أهم المصادر الرئيسية لنجاح الخطة وتكاملها وتنفيذها، كما يهيئ عامل الخبرة التخطيطية فرصة واسعة أمام المخطط في استغلال القدرات الإنسانية والمادية المتوفرة، وتوظيف المعلومات، وكذلك المصادر المالية بصورة عملية وصولاً إلى ضمان تحقق أهداف الخطة الإعلامية وتنفيذ برامجها المتعددة، أي تحقيق الأهداف الرئيسية والأهداف الجزئية. (الدليمي، حميد، 1998، ص 132)

ويعرف أيضاً بأنه "التوظيف الأمثل للإمكانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانات" (ليبب، 1984)

3- الاتصال: (Communication)

والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة وحتى إشارة معبرة، والاتصالات ليست ذات اتجاه واحد، بل هي تسير في اتجاهين. (زويلف، 2010، 66) الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بال جماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وعقد المؤتمرات، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور والشرائح، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات، وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.

ويقسم الاتصال من حيث مجاله إلى نوعين: الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي، أما الاتصال الداخلي فهو ذلك الاتصال المعني بالاتصال داخل نطاق المؤسسة الواحدة سواء بين الإدارات العليا وما دونها من إدارات وأقسام وعاملين وهو ما يسمى الاتصال العامودي، أو بين العاملين أنفسهم وهو الاتصال الأفقي.

أما أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة فيقسم إلى: (شاكرا، 79، 2011)

1- الاتصال المؤسسي: وهو كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها أو عن نشاطاتها، أو تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي.

2- الاتصال التجاري: وهذا النوع من الاتصال الخارجي هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن على اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج، ويهدف الاتصال الخارجي إلى: ترويج منتجات المؤسسة، جلب الزبائن إلى المؤسسة، فتح أسواق جديدة، المنافسة.

ج- الاتصال الاجتماعي: يرى ميشال لوني أن الاتصال الاجتماعي هو أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشكلاته (شاكر، 79، 2011)، فهو ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس. ويعني الاتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين، الجماعات العامة، المحلية والوطنية، والإداريين الذي تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم.

4- التنسيق: (Coordination)

تعمل العلاقات العامة على التنسيق في الاتجاهات المختلفة عامودياً وأفقياً في كل الاتجاهات، فهي تنسق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال بين المستويات الدنيا والمستويات العليا في الإدارة، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وغير ذلك من الاتجاهات التي تحتاجها المؤسسة أو الشركة. ويتعين على المدير أن يستخدم الموارد المالية، والأفراد العاملين داخل المنظمة، وتشمل الموارد المتاحة أيضاً الفرص المتاحة للاشتراك والتنسيق مع المنظمات الأخرى التي يمكن أن تساعد في بلوغ نتائج ذات منفعة متبادلة، والهدف من ذلك هو التطبيق الفعال لإستراتيجيات الاتصال التي وضعت في مرحلة التخطيط". (الجمال وعباد، 2005)

5- التقييم: (Evaluation)

يقصد بالتقييم في العلاقات العامة والمؤسسات تقدير مدى تحقق الأهداف التي سعت لتحقيقها المؤسسة أو إحدى إداراتها أو أقسامها. ويعني ذلك أن لدى المقيمين مقياساً لتحديد درجة الإنجاز في الأهداف أو التقدم في الأعمال، وهذا لا بد أن يعيدنا إلى التأكيد على أهمية البحث العلمي الذي من شأنه وضع المعايير والمقاييس والمناهج والإجراءات الصحيحة لهذه العملية، أي لعلمية التقييم لا أن يظل التقييم عرضة لوجهات النظر والأمزجة والأهواء المختلفة.

ويمثل التقييم المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، كما أن هنالك علاقة عضوية بين هذه المرحلة وكافة المراحل الأخرى. إذ سيدلنا التقييم على جدوى المعلومات التي أفرزتها عملية البحث عن الحقائق. (زويلف، 2010)

وهناك ثلاثة أنواع من عمليات التقييم: 1- التقييم (السابق) على التنفيذ. 2- التقييم (المتزامن) مع التنفيذ. 3- التقييم (اللاحق) للتنفيذ. (الدليمي، 2005، ص44)

أخيراً، فإن هناك من يضيف إلى هذه المهمات أو ينقص منها أو يدمجها في بعضها بعضاً، ومن تلك المهمات المدمجة "مهمة التدريب"، إذ تختلف المراجع بشأن تصنيف مهمة التدريب في شبكة مهمات العلاقات العامة، إذ تعد هذه المهمة من المهمات المتنقلة بين الأجهزة المختلفة في الإدارة تبعاً لرؤيا الإدارة العليا، فمنهم من يجعلها ضمن التنسيق، باعتبار التنسيق يشمل التنسيق بين الخبراء والمدرّبين من جهة وبين القوى البشرية العاملة في المؤسسات أو الشركات من جهة أخرى، ومنهم من يعد مهمة التدريب من ضمن التخطيط باعتبار التخطيط "التوظيف الأمثل للإمكانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة" كما تشير الكثير من التعريفات. (الدليمي، جاعد، 1998)

المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة من وجهة نظر دائرة العلاقات العامة والدولية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون: (نشرة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، 2011)

جاء في النشرة التي أعدتها دائرة العلاقات العامة والدولية أن ممارسي العلاقات العامة في الدائرة يواجهون مجموعة من العقبات كما يلي:

1- عدم فهم المعنى الحقيقي للعلاقات العامة والدولية سواء من الإدارة العليا أو من مديري الدوائر الأخرى في المؤسسة وتجاهل دورها المهم في دعم المؤسسة وعدم تقدير موظف العلاقات أصلاً.

2- التغيير الدائم للإدارات في المؤسسة الأمر الذي يؤدي إلى عدم اتباع نهج مؤسسي دائم وقابل للاستمرار فتتغير الأدوار والمهام والخطط حسب أهواء ومزاجية الإدارة العليا.

3- عدم تخصيص ميزانية كافية تدعم خطط وبرامج العلاقات العامة والدولية التي تطمح إليها.

4- عدم التدريب: إدارة العليا بأهمية التواصل الإلكتروني في دعم خطة العلاقات وبالتالي دعم المؤسسة.

5- عدم احترام دورها كناطق إعلامي للمؤسسة وأهمية التواصل مع وسائل الإعلام المحيطة.

6- عدم اهتمام الإدارة العليا في دعم وتعزيز دائرة العلاقات لتتمكن من تقديم صورة ايجابية عنها الأمر الذي يؤدي إلى افتقاد ثقة الجمهور الذي يتعامل معها.

7- عدم الاهتمام بالتدريب والتأهيل لموظفي العلاقات.

المبحث الرابع: نشأة وتطور مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية:

كانت البداية في أيلول 1948 من القدس الشريف، و في 1950 أصبحت الإذاعة تحمل الاسم الذي تحمله الآن "إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية".

في عام 1956 تم إنشاء محطة ثانية افتتحها جلالة المغفور له الملك الحسين بن طلال في جبل الحسين بعمان، وفي 11 تموز 1966 تم إرساء حجر الأساس لمبنى التلفزيون، وتحول التلفزيون الأردني إلى نظام الألوان كأول محطة عربية عام 1974. وقد تحقق الاندماج بين الإذاعة والتلفزيون عام 1985 بصدور قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.. (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون) (<http://jrtv.gov.jo/arabic/Pages/default.aspx>).

وكانت الإذاعة قد نشأت في القدس تحت حكم الانتداب البريطاني، وبتاريخ الرابع عشر من أيار/مايو 1948، قام الموظفون العرب في هيئة الإذاعة بالاستيلاء على تلك المحطة وبمساعدة الجيش العربي تم نقل قسم كبير من معداتها من القدس إلى رام الله، وبتحاد الضفتين في 24 نيسان/أبريل 1950 أصبحت الإذاعة في رام الله تحمل اسم "إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية" وكانت تبث آنذاك 13 ساعة يومياً، وفي عام 1956 تم افتتاح محطة إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية الجديدة في جبل الحسين، وفي الأول من آذار/مارس عام 1959 جرى افتتاح مبنى الإذاعة الحالي في أم الحيران، ومنذ الأول من كانون ثاني/يناير 1994 قامت الإذاعة الأردنية بإدامة البث لمدة 24 ساعة وأصبح لدى الإذاعة سبعة برامج للبث منها البرنامج الإنجليزي والبرنامج الفرنسي وإذاعات ال F.M المحلية وإذاعة القرآن الكريم. (الكايد، 2008)

وفي الأول من أيلول/سبتمبر 1985 كان مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تضم سبع إدارات فقط. (الكايد، 2008، 295) وبعد عام 2008 جرى إضافة إدارات ودوائر أخرى للمؤسسة بحيث

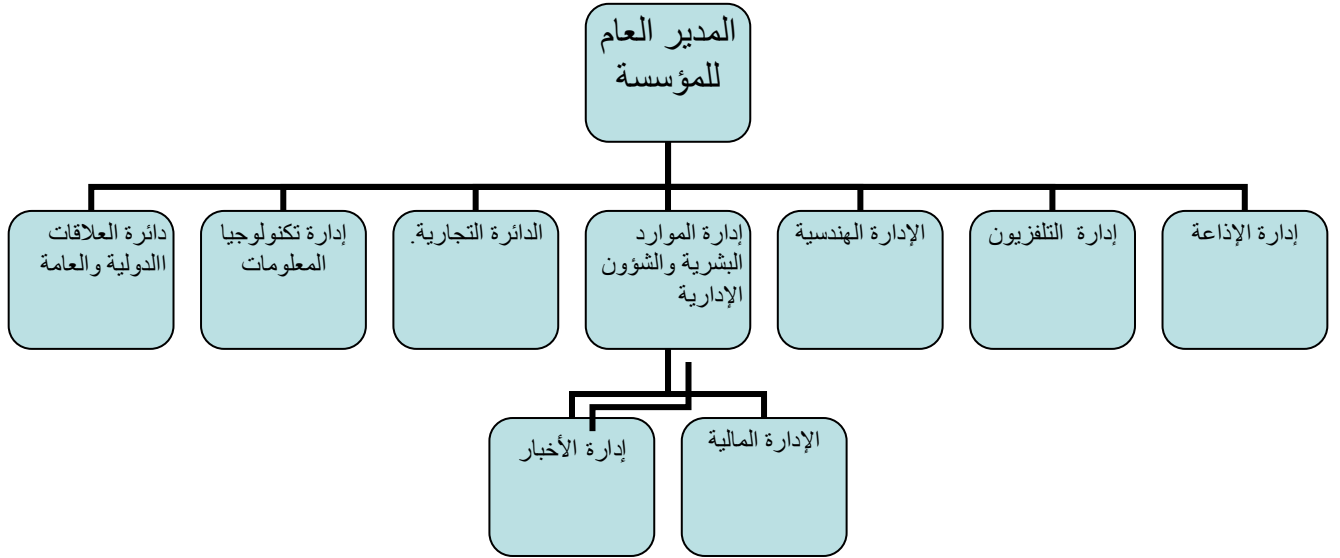
أصبح عددها تسع إدارات كما يلي:

- 1- إدارة التلفزيون.
- 2- إدارة الإذاعة.
- 3- الإدارة الهندسية.
- 4- الشؤون الإدارية والمالية.
- 5- الدائرة التجارية.
- 6- دائرة العلاقات العامة والدولية.
- 7- إدارة الأخبار.
- 8- الإدارة المالية.
- 9- تكنولوجيا المعلومات.

وفيما يخص دائرة التدريب، فقد جرى بعدها من ضمن إدارة الموارد البشرية، إلا أن ذلك لا يعني عدم صلتها بدائرة العلاقات العامة والدولية، إذ إن عملها يرتبط دائما بعمل إدارة العلاقات العامة والدولية من حيث الاتصال الخارجي والداخلي لأجل التحضير للدورات التدريبية والتنسيق لها.

ويقوم "مجلس ادارة مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية" بوظائف الإدارة العليا للمؤسسة، وهو يتكون من أعضاء من خارج المؤسسة يمثلون شرائح مختلفة من المجتمع بالإضافة إلى مدير عام مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بحكم وظيفته ويتم تعيينهم بقرار من مجلس الوزراء.(نظام المؤسسة).

والشكل التالي يبين الهيكل الإداري الحالي للمؤسسة:



شكل (6) يمثل التنظيم الإداري لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية (تصميم: الباحثة)

دائرة العلاقات العامة والدولية: (مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، 2011)

تعد دائرة العلاقات العامة والدولية من الإدارات والدوائر الرئيسية التسع في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون، ومدير الدائرة هو عضو مجلس المؤسسة المسؤول عن إدارتها بموجب النظام الإداري الصادر عن مجلس الوزراء، وتتكون الدائرة من ثلاثة أقسام هي:

أ- قسم العلاقات الدولية.

ب- قسم العلاقات العامة.

ج- قسم العلاقات الإعلامية.

وفيما يلي: الوظائف الأساسية لكل من هذه الأقسام:

أ- **قسم العلاقات الدولية:** تقوم العلاقات الدولية بالاتصال الخارجي مع المؤسسات التي لها علاقة بالعمل الإذاعي والتلفزيوني بشكل خاص والإعلامي بشكل عام مثل: الاتحادات الإذاعية العربية والأوروبية والآسيوية والإسلامية خاصة الاتحادات التي تتمتع المؤسسة بعضويتها، وتهدف الدائرة من تلك العلاقات التعريف بسياسة العمل بالمؤسسة وبرامج العمل فيها وآليات التنفيذ اللازمة لتحقيق أهدافها، وكذلك العمل على تنفيذ بنود الاتفاقيات المبرمة مع المؤسسات الرسمية الخارجية وعلى سبيل المثال هيئة الإذاعة البريطانية ال BBC فإن المؤسسة لها مع هذه الهيئة اتفاقية لإعادة البث على قناة الـ ١٠٠٠ ام تجدد سنويا تعود بالنفع على موظفي المؤسسة وبخاصة دائرتي الاخبار والبرامج من عقد دورات تدريبية متخصصة مثلا دورة الصحفي المصور سواء في داخل المؤسسة أو خارجها في بريطانيا.

ب- قسم العلاقات العامة.

تتولى الإدارة الإشراف الكامل على الاتصال والتخطيط والبحث والتدريب وعلى كل نشاطات العلاقات العامة، ونظرا لأن الدراسة تتصل بهذا القسم وأهم أنشطته تحديدا، نورد فيما يلي المهام التفصيلية لهذا القسم:

- العمل على إبراز الدور الرائد لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون والجهود التي تبذلها خدمة لتحقيق أهداف الدولة.

- تزويد الإدارة بآراء وتعليقات الجمهور حول ما يبث على شاشة التلفزيون وعبر أثير الإذاعة لاتخاذ القرارات المناسبة.

- العمل على تعميق قنوات الاتصال مع الجمهور ومؤسسات المجتمع المدني وفتح جسور تواصل وآفاق جديدة للتعاون.

- العمل على توقيع اتفاقيات تبادل المنفعة بين المؤسسة ومؤسسات المجتمع المحلي.
- إحاطة الإدارة بالتطورات والأنشطة والقضايا العامة التي تهم المؤسسة.
- توفير العناية بضيوف المؤسسة منذ وصولهم المطار وحتى مغادرتهم بما في ذلك تنظيم زياراتهم وجولاتهم السياحية وحجز الإقامة لهم في الفنادق.
- تنظيم مؤتمرات المؤسسة الداخلية والخارجية.
- تأمين التصاريح اللازمة لكافة زوار المؤسسة ومتابعتها، واستحداث آلية جديدة لاستقبالهم.
- تنظيم المناسبات الخاصة بالمؤسسة.
- عقد اتفاقيات مع فنادق ومطاعم بهدف الحصول على أسعار تفضيلية لضيوف المؤسسة.
- تنظيم صناديق الزمالة والمساعدات الاجتماعية داخل المؤسسة.
- خلق جو من الصداقة والمودة وتنمية روح الفريق الواحد بينا لإدارة والموظفين.
- الإشراف والتنظيم لإقامة الأنشطة الاجتماعية والمعارض التي تقام داخل المؤسسة.
- عقد ندوات تعنى بالموظفين (اجتماعيا، صحيا، ثقافيا.... الخ)
- تنظيم برامج اجتماعية ترفيهية للموظفين.

ج- قسم العلاقات الإعلامية:

- تتوزع وظائف قسم العلاقات الاجتماعية على المهام التالية:
- رصد كل ما ينشر في وسائل الإعلام عن المؤسسة وإصدار تقرير صحفي يوزع على المديرين في المؤسسة.
- توثيق العلاقات مع وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية.
- صياغة أخبار نشاطات المؤسسة وتوزيعها على وسائل الإعلام وكذلك ترويج برامج الإذاعة والتلفزيون.

- إعداد الردود الموضوعية على ما ينشر في وسائل الإعلام بالتنسيق مع الدوائر المعنية.
 - تنظيم المقابلات والمؤتمرات الصحفية للمسؤولين في المؤسسة.
 - تنظيم الزيارات الإعلامية والجولات الاستطلاعية لوسائل الإعلام الوطنية والخارجية بما يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة.
 - تزويد الصحفيين بالمعلومات المطلوبة.
 - العمل على استمرار تدفق المعلومات لوسائل الإعلام.
 - المساهمة في تنظيم عملية الاشتراكات للصحف المحلية.
 - إعداد قاعدة بيانات إعلامية شاملة تحدث بشكل دوري.
 - إصدار البيانات الصحفية.
 - إجراء البحوث لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة.
- ومن المهمات المستجدة لدائرة العلاقات العامة والدولية منذ أواخر العام 2011 وحتى اليوم قيامها بعقد الدورات التدريبية الخاصة بمركز دمشق التابع لاتحاد الإذاعات العربية، إذ جرى تفويض الدائرة بهذه المهمات نظرا للأوضاع السياسية والأمنية غير المستقرة في دمشق، وقد عقدت الدائرة حتى الآن أربع دورات تدريبية كانت مقررة لإجرائها في مركز تدريب دمشق.(الهايك، مقابلة،2012) وتضطلع الدائرة في هذا المجال بأدوار التنسيق والاتصالات مع المدربين والمتدربين العرب وتحضير القاعات الملائمة لبرامجهم وتوفير مستلزمات الإقامة والتنقل وغير ذلك من متطلبات الدورات التدريبية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

- مجتمع الدراسة وعينتها
- أداة الدراسة
- صدق الأداة
- ثبات الأداة
- المعالجة الإحصائية في الدراسة

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على أسلوب الدراسات المسحية عن طريق المسح بالعينة. والمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، في مكان وزمان معين (عمر، 2008) ويرتبط مفهوم البحوث الوصفية بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل. (النعيمي، وآخرون، 2009).

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، ويبلغ عدد هؤلاء العاملين حوالي 500 موظف وموظفة يعملون في الدوائر والإدارات المختلفة للمؤسسة.

ونظراً لكبر حجم المجتمع فقد لجأت الباحثة إلى اختيار عينة عشوائية بسيطة من هؤلاء العاملين بنسبة 52% ، وبذلك يبلغ عدد أفراد العينة 263 موظفاً وموظفةً والجدول رقم (1) يبين خصائص أفراد العينة.

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات	
63.1	166	التلفزيون	مكان العمل
36.9	97	الإذاعة	
51.0	134	إدارة الأخبار	الإدارة
49.0	129	إدارة البرامج	
59.7	157	ذكر	الجنس
40.3	106	انثى	
25.1	66	من 20-30 سنة	العمر
43.7	115	من 31-40 سنة	
16.3	43	من 41-50 سنة	
14.8	39	أكثر من 50	
20.5	54	من سنة - خمس سنوات	الخبرة
17.1	45	من 6-10 سنوات	
26.2	69	من 11-15 عام	
36.1	95	من 16 عاما فأكثر	
14.1	37	ثانوية عامة+ دبلوم متوسط	المستوى التعليمي
73.0	192	بكالوريوس+ دبلوم عالي	
12.9	34	ماجستير+ دكتوراه	
47.5	125	قطاع التحرير	الوظيفة
14.4	38	قطاع الإخراج	
12.2	32	قطاع الإعداد	
9.5	25	قطاع المذيعين	
3.8	10	قطاع الأعمال الإبداعية	
11.0	29	قطاع التنسيق والربث والتخطيط ووحدة المؤثرات الرقمية	
1.5	4	قطاع الحسابات البرمجية	
100.0	263	المجموع	

أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تم تصميم استبانة توزعت على عدة محاور وكانت كما يلي:-

1- محور البيانات الشخصية والتي تضمنت: الخصائص الديمغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة كالجنس، والعمر، والخبرة، والمؤهل العلمي والوظيفة.

2- محور أنواع الدورات التي تعقدها دائرة العلاقات الدولية والعامّة لموظفي إدارتي الأخبار والبرامج.

3- الاحتياجات التدريبية لموظفي العلاقات الدولية والعامّة وتكونت من سبع فقرات على مقياس ليكرت الثلاثي.

4- محور تقييم الدورات التدريبية من وجهة نظر عينة الدراسة وتكون من 12 فقرة وضعت على مقياس ليكرت الثلاثي.

5- محور رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عن الدورات التدريبية وتكون من 7 فقرات وضعت على مقياس ليكرت الثلاثي.

صدق الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) للأداة، والصدق المنطقي للأداة (Logical Validity) ومحتواها قامت الباحثة بما يلي:-

1- صياغة فقرات الاستبانة مع مراعاة البساطة والوضوح والاطلاع على استبيانات أخرى متشابهة من دراسات أخرى.

2- عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص وذلك لإبداء الرأي بخصوص وضوح الفقرات ودقة الصياغة، وأجرت الباحثة التعديلات اللازمة على الفقرات بناءً على ملاحظاتهم وتوصياتهم. * (انظر ملحق رقم 2)

وفي ضوء ملاحظات المحكمين ومقترحاتهم وتوصياتهم تم إجراء التعديلات المطلوبة لبعض الفقرات، وتم اعتماد الفقرات التي حصلت على تأييد المحكمين مما جعل أداة الدراسة ذات صلاحية للتطبيق على عينة الدراسة.

ثبات الأداة:

لغرض التحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة استخدمت الباحثة معامل (كرونباخ ألفا) (Cronbach Alpha) الذي بلغ (0.88) وهو معامل مرتفع ومقبول لإغراض الدراسة والجدول رقم (2) يوضح نتائج الاختبار.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة، تم حساب الاتساق الداخلي على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة عددها (20) موظفا حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول أدناه يبين هذه المعاملات، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة.

جدول رقم (2) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

المجالات	الاتساق الداخلي
الاحتياجات التدريبية	0.83
تقييم الدورات والبرامج التدريبية	0.87
رضا المشاركين عن الدورات	0.91
الأداة ككل	0.88

المعالجة الإحصائية في الدراسة:

لغرض معالجة البيانات، وتحليلها إحصائياً تم استخدام الأساليب الإحصائية اللازمة في الجانب

العملي من الدراسة هي:-

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية المختلفة،

• اختبار تحليل التباين (ف).

• اختبار LSD للمقارنات البعدية أقل فروق ممكنة.

• اختبار (ت).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

في هذا الفصل سيتم عرض نتائج أسئلة الدراسة وبالترتيب على النحو التالي:

السؤال الأول: ما الدورات التدريبية التي تعقدها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة

الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة للعاملين في دائرتي الأخبار والبرامج؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات و النسب المئوية لكل دورة على حدة والجدول رقم (3) يبين ذلك.

الجدول (3)

الدورات التدريبية التي تعقدها دائرة العلاقات العامة بالمؤسسة

الرتبة	الرقم	المجال	التكرار	النسبة
1	6	دورات تدريبية حول موضوعات إعلامية متخصصة	113	43.0
2	8	دورات تدريبية في كتابة الأخبار	83	31.6
3	7	دورات تدريبية حول الحاسوب	81	30.8
4	9	دورات تدريبية حول فن إعداد التقارير	74	28.1
5	3	دورات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال	60	22.8
6	13	دورات تدريبية في إعداد البرامج الحوارية	50	19.0
7	12	دورات تدريبية في مهارات الاتصال	44	16.7
8	14	دورات تدريبية في إعداد البرامج الإخبارية	39	14.8
9	2	موضوعات نظرية	26	9.9
9	1	موضوعات إدارية	26	9.9
11	11	دورات تدريبية حول المصور الصحفي	25	9.5
12	10	دورات تدريبية في التصوير التلفزيوني	23	8.7
13	5	دورات تدريبية حول موضوعات ثقافية عامة	20	7.6
14	15	دورات تدريبية في الجرافيك والرسم الإلكتروني	19	7.2
15	4	دورات تدريبية في العلاقات العامة	16	6.1

يبين الجدول (3) إن أهم ست دورات انعقادا من وجهة نظر أفراد العينة هي:

1- دورات تدريبية حول موضوعات إعلامية متخصصة. إذ حظيت بتكرار بلغ (113)

و نسبة (43.0)%

2- دورات تدريبية في كتابة الأخبار. إذ حظيت بتكرار بلغ (83) و نسبة (31.6)%

3- دورات تدريبية حول الحاسوب. إذ حظيت بتكرار بلغ (81) و نسبة (30.8)%

4- دورات تدريبية حول فن إعداد التقارير. إذ حظيت بتكرار بلغ (74) و نسبة

(28.1)%

5- دورات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال. إذ حظيت بتكرار بلغ (60) و نسبة

(22.8)%

6- دورات تدريبية في إعداد البرامج الحوارية. إذ حظيت بتكرار بلغ (50) و نسبة

(19.0)%

ويبين الجدول أيضا (3) إن أقل الدورات التي حظيت بنسب مئوية متدنية انعقادا من وجهة نظر

أفراد العينة هي:

1- موضوعات نظرية و موضوعات إدارية. إذ حظيت بتكرار بلغ (26) و نسبة

(9.9)%

2- دورات تدريبية حول المصور الصحفي. إذ حظيت بتكرار بلغ (25) و نسبة

(9.5)%

3- دورات تدريبية في التصوير التلفزيوني. إذ حظيت بتكرار بلغ (23) و نسبة

(8.7)%

4- دورات تدريبية حول موضوعات ثقافية عامة. إذ حظيت بتكرار بلغ (20) و نسبة (7.6)%

5- دورات تدريبية في الجرافيك والرسم الالكتروني. إذ حظيت بتكرار بلغ (19) و نسبة (7.2)%

6- دورات تدريبية في العلاقات العامة. إذ حظيت بتكرار بلغ (16) و نسبة (6.1)%

تبدو هذه النتائج منطقية في مجالات كتابة الأخبار واستخدام الحاسوب وإعداد التقارير الإخبارية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والبرامج الحوارية وذلك لأن التدريب يعد ركناً أساسياً في تطوير الإعلام وتطوير مهارات العاملين فيه من خلال إطلاعهم على ما هو جديد وحديث في هذه المجالات.

وتتفق هذه الدورات التي عقدها دائرة العلاقات الدولية والعامة كما رأت العينة مع الدورات التي عقدها معهد الإعلام من حيث هويتها ومجالاتها المختلفة.

www.jmi.edu./node/200c.k/0/v.

السؤال الثاني: ما الاحتياجات التدريبية التي تظن بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة من وجهة نظر العاملين في إدارتي الأخبار والبرامج في المؤسسة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على هذا المجال، وبما أن المقياس المستخدم يتكون من ثلاث درجات ترجيح فقد تم تحويلها إلى متوسطات حسابية وفقاً لما يلي:

$$\text{أعلى قيمة} - \text{أدنى قيمة} = 3 - 1 = 2$$

$$0.66 = 3 \div 2 \text{ (المدى range)}$$

$$1.66 = (0.66) + 1 \text{ وهذا يعني مستوى منخفضاً}$$

$$2.33 = (0.66) + 1.66 \text{ وهذا يعني مستوى متوسطاً}$$

$$3 = (0.66) + 2.33 \text{ وهذا يعني مستوى مرتفعاً}$$

إن هذه الاحتياجات التي جاءت متوسطاتها الحسابية مرتفعة من وجهة نظر أفراد العينة، وتشير إلى الحاجة البارزة لعقدتها، تتفق مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام حول الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي، إذ تركزت أولويات الدورات المطلوبة في تحرير الأخبار واللغات ومهارات الحاسوب والصحافة المتخصصة والانترنت كاحتياجات مشتركة في المجالات الإعلامية المختلفة. www.ayamm.org/arabic/marsad/A02-2htm.

والجدول رقم (4) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الحاجة إلى دورات مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الحاجة إلى دورات

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	18	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات تكنولوجيا الإعلام والاتصال	2.91	.344	مرتفع
2	21	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إعلامية متخصصة	2.89	.374	مرتفع
3	19	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات مهارات العلاقات العامة	2.66	.628	مرتفع
3	22	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات أخرى غير ما ذكر	2.66	.582	مرتفع
5	16	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إدارية	2.59	.653	مرتفع
6	20	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات ثقافية عامة	2.56	.690	مرتفع
7	17	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات نظرية	2.52	.725	مرتفع
		الحاجة للدورات	2.68	.418	مرتفع

يتبين من الجدول رقم (4) أن المتوسط الحسابي العام لتقدير أفراد عينة الدراسة حول الحاجة للدورات في جميع الفقرات قد بلغ (2.68) وانحراف معياري (0.418). وهو حاجة لدورات مرتفعة في هذا المجال مقارنة مع معايير أداة الدراسة.

وعلى مستوى الفقرات نلاحظ إن الفقرة رقم (18) التي تنص على "أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات تكنولوجيا الإعلام والاتصال" جاءت في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.91) و بانحراف معياري (0.344)، وجاء في الرتبة الثانية الفقرات (21) التي

تتص على " أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إعلامية متخصصة " " بمتوسط حسابي بلغ (2.89) و انحراف معياري (374).

وجاءت في الرتبة الثالثة الفقرة رقم (19) التي تتص "أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات مهارات العلاقات العامة " و الفقرة رقم (22) التي تتص " أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات أخرى غير ما ذكر" بمتوسط حسابي (2.66) و انحراف معياري (628) و (582). على التوالي. و حظيت الفقرة رقم (16) أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إدارية " بالرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.59) و انحراف معياري (653).

وفي الرتبة السادسة كانت الفقرة رقم (20) التي تتص أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات ثقافية عامة" بمتوسط حسابي (2.56) وانحراف معياري (690). تليها في الرتبة الأخيرة الفقرة رقم (17) التي تتص أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات نظرية " بمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (725).

تستنتج الباحثة مما سبق أن جميع فقرات هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.52-2.91) وهي متوسطات مرتفعة و تشير إلى الحاجة البارزة للدورات من وجهة نظر

أفراد العينة.

السؤال الثالث: ما تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على هذا المجال، والجدول رقم (5) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال تقييم الدورات مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال تقييم الدورات

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	29	أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً أثناء فترات الدوام الرسمي	1.91	.845	متوسط
2	34	أرى أن المدة الزمنية للدورات التدريبية غير كاف	1.86	.807	متوسط
3	31	أرى أن منهج التدريب كان مواكباً للتطورات التكنولوجية والإعلامية	1.83	.835	متوسط
3	32	أرى أن التعميم على الدورات التدريبية على لوحات الإعلانات الداخلية في المؤسسة يعطي للمتدرب فرصة الاختيار المناسب	1.83	.890	متوسط
5	25	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين الأردنيين	1.70	.809	متوسط
6	28	أرى أن الدائرة وفرت خبرات تدريبية متنوعة	1.68	.740	متوسط
7	30	أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً خارج فترات الدوام الرسمي	1.63	.745	منخفض
8	23	أرى أن عدد الدورات التدريبية المحلية المتاحة سنوياً كاف لاحتياجاتنا	1.54	.775	منخفض
9	33	أرى أن اختيار المتدرب من قبل المديرين للمشاركة في الدورات التدريبية أفضل	1.53	.750	منخفض
10	26	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة كافية لاحتياجات العاملين من المدربين العرب	1.51	.693	منخفض
11	27	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين الأجانب	1.48	.635	منخفض
12	24	أرى أن عدد الدورات التدريبية الخارجية المتاحة سنوياً كاف لاحتياجاتنا	1.33	.626	منخفض
		تقييم الدورات	1.65	.501	منخفض

يتبين من الجدول رقم (5) إن المتوسط الحسابي العام لتقدير عينة الدراسة حول تقييم الدورات في جميع الفقرات قد بلغ (1.65) وانحراف معياري (0.501). وهو تقييم منخفض للدورات مقارنة مع معايير أداة الدراسة.

وعلى مستوى الفقرات نلاحظ أن الفقرة رقم (29) التي تنص على " أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً أثناء فترات الدوام الرسمي " جاءت في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (1.91) و بانحراف معياري (0.845)، وجاء في الرتبة الثانية الفقرة (34) والتي تنص على "أرى أن المدة الزمنية للدورات التدريبية غير كاف " بمتوسط حسابي بلغ (1.86) و انحراف معياري (0.807).

حظيت بالرتبة الثالثة الفقرة رقم (31) التي تنص " أرى أن منهج التدريب كان مواكباً للتطورات التكنولوجية والإعلامية " و الفقرة رقم (32) التي تنص " أرى أن التعميم على الدورات التدريبية على لوحات الإعلانات الداخلية في المؤسسة يعطي للمتدرب فرصة الاختيار المناسب " بمتوسط حسابي (1.83) و انحراف معياري (0.835) و (0.890) على التوالي، واستحقت الرتبة الخامسة الفقرة رقم (25) التي تنص "أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين الأردنيين " بمتوسط حسابي (1.70) و انحراف معياري (0.809).

وجاءت الفقرة (28) في الرتبة السادسة التي تنص " أرى أن الدائرة وفرت خبرات تدريبية متنوعة " بمتوسط حسابي (1.68) وانحراف معياري (0.740)، وفي الرتبة السابعة الفقرة رقم (30) التي تنص أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً خارج فترات الدوام الرسمي " بمتوسط حسابي (1.63) و انحراف معياري (0.745). وفي الرتبة الثامنة جاءت الفقرة رقم

(23) التي تنص " أرى أن عدد الدورات التدريبية المحلية المتاحة سنويا كاف لاحتياجاتنا " بمتوسط حسابي (1.54) و انحراف معياري (0.775).

الفقرة رقم (33) التي تنص على أرى أن اختيار المتدرب من قبل المديرين للمشاركة في الدورات التدريبية أفضل " جاءت في الرتبة التاسعة بمتوسط حسابي بلغ (1.53) و بانحراف معياري (0.750)، وجاء في الرتبة العاشرة الفقرة (26) والتي تنص على أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة كافية لاحتياجات العاملين من المدربين العرب " بمتوسط حسابي بلغ (1.51) و انحراف معياري (0.693).

حظيت بالرتبة الحادية عشر الفقرة رقم (27) التي تنص " أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين الأجانب " بمتوسط حسابي (1.48) و انحراف معياري (0.635)، واستحقت الرتبة الثانية عشر والاخيرة الفقرة رقم (24) التي تنص " أرى أن عدد الدورات التدريبية الخارجية المتاحة سنويا كاف لاحتياجاتنا " بمتوسط حسابي (1.33) و انحراف معياري (0.626).

تستنتج الباحثة مما سبق أن جميع فقرات هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (1.33-1.91) وهي متوسطات منخفضة ومتوسطة و تشير إلى تقييم منخفض للدورات من وجهة نظر أفراد العينة.

السؤال الرابع: ما مستوى رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عن الدورات التدريبية التي

تعقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد

عينة الدراسة على هذا المجال، والجدول رقم (6) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لمجال الرضا عن الدورات التدريبية حسب المتوسطات الحسابية

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الرضا عن الدورات

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	36	مستوى الرضا عن أوقات عقد الدورات التدريبية	1.63	.663	منخفض
2	37	مستوى الرضا عن المدد الزمنية التي تستغرقها الدورات التدريبية	1.60	.652	منخفض
3	38	مستوى الرضا عن اختصاصات المدربين والمحاضرين	1.60	.696	منخفض
4	35	مستوى الرضا عن موضوعات ومناهج الدورات التدريبية	1.59	.676	منخفض
5	39	مستوى الرضا من حيث تنوع جنسيات المدربين	1.54	.686	منخفض
6	41	مستوى الرضا عن برامج وأنشطة دائرة العلاقات العامة والدولية عموماً	1.51	.629	منخفض
7	40	مستوى الرضا من حيث الحوافز المقدمة للمدربين	1.37	.569	منخفض
		الرضا عن الدورات	1.55	.534	منخفض

يتبين من الجدول رقم (6) إن المتوسط الحسابي العام لتقدير عينة الدراسة حول الرضا عن

الدورات في جميع الفقرات قد بلغ (1.55) وانحراف معياري (.534) وهو رضا منخفض عن

الدورات مقارنة مع معايير أداة الدراسة.

وعلى مستوى الفقرات نلاحظ إن الفقرة رقم (36) التي تنص على مستوى الرضا عن أوقات عقد الدورات التدريبية " جاءت في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (1.63) و بانحراف معياري (0.663)، وجاء في الرتبة الثانية الفقرة (37) والتي تنص على " مستوى الرضا عن المدد الزمنية التي تستغرقها الدورات التدريبية " بمتوسط حسابي بلغ (1.60) و انحراف معياري (0.652).

حظيت بالرتبة الثالثة الفقرة رقم (38) التي تنص مستوى الرضا عن اختصاصات المدربين والمحاضرين " بمتوسط حسابي (1.60) و انحراف معياري (0.696)، واستحقت الرتبة الرابعة الفقرة رقم (35) التي تنص " مستوى الرضا عن موضوعات ومناهج الدورات التدريبية " بمتوسط حسابي (1.59) و انحراف معياري (0.676).

وجاءت الفقرة (39) في الرتبة الخامسة التي تنص " مستوى الرضا من حيث تنوع جنسيات المدربين " بمتوسط حسابي (1.54) وانحراف معياري (0.686)، وفي الرتبة السادسة الفقرة رقم (41) التي تنص " مستوى الرضا عن برامج وأنشطة دائرة العلاقات العامة والدولية عموما " بمتوسط حسابي (1.51) و انحراف معياري (0.629). وفي الرتبة السابعة والاخيرة جاءت الفقرة رقم (40) التي تنص " مستوى الرضا من حيث الحوافز المقدمة للمدربين " بمتوسط حسابي (1.37) و انحراف معياري (0.569). تستنتج الباحثة مما سبق أن جميع فقرات هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (1.63-1.37) وهي متوسطات منخفضة و تشير إلى رضا منخفض عن الدورات من وجهة نظر أفراد العينة.

السؤال الخامس: هل توجد فروق في مجالات التدريب (الحاجة للدورات وتقييم الدورات والرضا عن الدورات) من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج تعزى لمتغيرات مكان العمل،

النوع الاجتماعي، الدوائر، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي والوظيفة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقدير

المبحوثين، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"

لمكان العمل، الإدارة، الجنس. و تم استخدام التباين الأحادي لكل من متغيرات العمر، الخبرة

المؤهل العلمي، الوظيفة. وفي حال وجود فروق تم استخدام الاختبار البعدي "LSD" أقل فروقاً

ممكناً، والجدول أدناه يوضح ذلك.

1. مكان العمل

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر مكان العمل

على المجالات الثلاث

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مكان العمل	
.839	261	-203	.418	2.68	166	التلفزيون	الحاجة للدورات
			.420	2.69	97	الإذاعة	
.066	261	1.845	.500	1.70	166	التلفزيون	تقييم الدورات
			.496	1.58	97	الإذاعة	
.144	261	1.465	.551	1.58	166	التلفزيون	الرضا عن الدورات
			.501	1.48	97	الإذاعة	

يتبين من الجدول (7) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) تعزى لأثر مكان العمل

في جميع المجالات. حيث كانت قيمة (ت) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-203) ومستوى دلالة (.839).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ت) المحسوبة (1.845) ومستوى دلالة (.066).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (1.465) ومستوى دلالة (.144).

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل من العاملين في التلفزيون و

الإذاعة في كل مجال.

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر الإدارة على المجالات الثلاث

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الإدارة	
.660	261	-.440	.419	2.67	134	إدارة الأخبار	الحاجة للدورات
			.418	2.70	129	إدارة البرامج	
.124	261	1.541	.490	1.70	134	إدارة الأخبار	تقييم الدورات
			.510	1.60	129	إدارة البرامج	
.039	261	2.072	.537	1.61	134	إدارة الأخبار	الرضا عن الدورات
			.524	1.48	129	إدارة البرامج	

يتبين من الجدول (8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) تعزى لأثر الإدارة في

المجال الأول و الثاني. إذ كانت قيمة (ت) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-.440) ومستوى دلالة (.660).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ت) المحسوبة (1.541) ومستوى دلالة (.124).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (1.465) ومستوى دلالة (.144).

بينما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في المجال الثالث، إذ بلغت قيمة (ت) المحسوبة

(2.072) بمستوى دلالة (.039). ولمعرفة لصالح من كانت الفروق نرجع للمتوسطات الحسابية

و يتضح أن الفروق كانت لصالح "إدارة الأخبار" إذ بلغ متوسطها الحسابي (1.61) على " إدارة البرامج " التي بلغ متوسطها الحسابي (1.48)

3. الجنس

جدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر الجنس على المجالات الثلاث

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	
.917	261	.104	.388	2.69	157	ذكر	الحاجة للدورات
			.461	2.68	106	أنثى	
.998	261	-.003	.477	1.65	157	ذكر	تقييم الدورات
			.537	1.65	106	أنثى	
.476	261	.714	.513	1.57	157	ذكر	الرضا عن الدورات
			.565	1.52	106	أنثى	

يتبين من الجدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) تعزى لأثر الجنس في

جميع المجالات. حيث كانت قيمة (ت) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ت) المحسوبة (.104) ومستوى دلالة (.917).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-.003) ومستوى دلالة (.998).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (.714) ومستوى دلالة (.476).

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل من الذكور والإناث في كل مجال.

جدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات	
.399	2.69	66	من 20-30 سنة	الحاجة للدورات
.403	2.69	115	من 31-40 سنة	
.339	2.72	43	من 41-50 سنة	
.561	2.63	39	أكثر من 50	
.418	2.68	263	المجموع	
.487	1.59	66	من 20-30 سنة	تقييم الدورات
.492	1.67	115	من 31-40 سنة	
.477	1.80	43	من 41-50 سنة	
.550	1.53	39	أكثر من 50	
.501	1.65	263	المجموع	
.499	1.47	66	من 20-30 سنة	الرضا عن الدورات
.531	1.57	115	من 31-40 سنة	
.497	1.67	43	من 41-50 سنة	
.626	1.48	39	أكثر من 50	
.534	1.55	263	المجموع	

جدول (11)

تحليل التباين الأحادي

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
.791	.348	.061	3	.184	بين المجموعات	الحاجة للدورات
		.176	259	45.614	داخل المجموعات	
			262	45.797	المجموع	
.074	2.342	.579	3	1.737	بين المجموعات	تقييم الدورات
		.247	259	64.022	داخل المجموعات	
			262	65.759	المجموع	
.231	1.443	.410	3	1.230	بين المجموعات	الرضا عن الدورات
		.284	259	73.559	داخل المجموعات	
			262	74.789	المجموع	

يتبين من الجدول (11) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) تعزى لأثر العمر في

جميع المجالات. إذ كانت قيمة (ف) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ف) المحسوبة (.348) ومستوى دلالة (.791).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ف) المحسوبة (2.342) ومستوى دلالة (.074).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.443) ومستوى دلالة (.231).

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل الفئات العمرية في كل مجال.

جدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات	
.378	2.69	54	من سنة - خمس سنوات	الحاجة للدورات
.416	2.56	45	من 6-10 سنوات	
.392	2.72	69	من 11-15 عام	
.454	2.71	95	من 16 عاما فأكثر	
.418	2.68	263	المجموع	
.500	1.62	54	من سنة - خمس سنوات	تقييم الدورات
.512	1.69	45	من 6-10 سنوات	
.480	1.66	69	من 11-15 عام	
.517	1.65	95	من 16 عاما فأكثر	
.501	1.65	263	المجموع	
.500	1.51	54	من سنة - خمس سنوات	الرضا عن الدورات
.522	1.66	45	من 6-10 سنوات	
.531	1.50	69	من 11-15 عام	
.560	1.55	95	من 16 عاما فأكثر	
.534	1.55	263	المجموع	

جدول (13)

تحليل التباين الأحادي

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
.189	1.605	.279	3	.836	بين المجموعات	الحاجة للدورات
		.174	259	44.962	داخل المجموعات	
			262	45.797	المجموع	
.912	.177	.045	3	.135	بين المجموعات	تقييم الدورات
		.253	259	65.624	داخل المجموعات	
			262	65.759	المجموع	
.413	.959	.274	3	.822	بين المجموعات	الرضا عن الدورات
		.286	259	73.967	داخل المجموعات	
			262	74.789	المجموع	

يتبين من الجدول (13) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) تعزى لأثر الخبرة في

جميع المجالات. إذ كانت قيمة (ف) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.605) ومستوى دلالة (.189).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ف) المحسوبة (.177) ومستوى دلالة (.912).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (.959) ومستوى دلالة (.413).

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل فئات الخبرة في كل مجال.

جدول (14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات	
.429	2.66	37	ثانوية عامة + دبلوم متوسط	الحاجة للدورات
.423	2.68	192	بكالوريوس + دبلوم عالي	
.387	2.71	34	ماجستير + دكتوراه	
.418	2.68	263	المجموع	
.491	1.74	37	ثانوية عامة + دبلوم متوسط	تقييم الدورات
.500	1.61	192	بكالوريوس + دبلوم عالٍ	
.480	1.83	34	ماجستير + دكتوراه	
.501	1.65	263	المجموع	
.511	1.72	37	ثانوية عامة + دبلوم متوسط	الرضا عن الدورات
.522	1.48	192	بكالوريوس + دبلوم عالٍ	
.567	1.72	34	ماجستير + دكتوراه	
.534	1.55	263	المجموع	

جدول (15)

تحليل التباين الأحادي

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
.845	.169	.030	2	.059	بين المجموعات	الحاجة للدورات
		.176	260	45.738	داخل المجموعات	
			262	45.797	المجموع	
.033	3.469	.854	2	1.709	بين المجموعات	تقييم الدورات
		.246	260	64.050	داخل المجموعات	
			262	65.759	المجموع	
.007	5.125	1.418	2	2.837	بين المجموعات	الرضا عن الدورات
		.277	260	71.952	داخل المجموعات	
			262	74.789	المجموع	

يتبين من الجدول (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر المؤهل العلمي في المجال الأول إذ بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.605) ومستوى دلالة (.189) وهي غير دالة إحصائياً.

بينما ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية في المجالين الثاني و الثالث. إذ كانت قيمة (ف) غير إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الثاني بلغت قيمة (ف) المحسوبة (3.469) ومستوى دلالة (.033)
- المجال الثالث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (5.125) ومستوى دلالة (.007)

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شفوية كما هو مبين في الجدول (16).

جدول (16)

المقارنات البعدية بطريقة شفوية للمؤهل العلمي

ماجستير+ دكتوراه	بكالوريوس + دبلوم عال	ثانوية عامة+ دبلوم متوسط	المتوسط الحسابي		
			1.74	ثانوية عامة+ دبلوم متوسط	تقييم الدورات
		.13	1.61	بكالوريوس+ دبلوم عال	
	*-.22	-.09	1.83	ماجستير+ دكتوراه	
			1.72	ثانوية عامة+ دبلوم متوسط	الرضا عن الدورات
		.23(*)	1.48	بكالوريوس+ دبلوم عال	
	-.23	.00	1.72	ماجستير+ دكتوراه	

*دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يتبين من الجدول (16) الآتي:

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين "بكالوريوس+ دبلوم عالٍ" و"ماجستير+ دكتوراه" وجاءت الفروق لصالح و"ماجستير+ دكتوراه" في تقييم الدورات.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) بين "ثانوية عامة+ دبلوم متوسط" و"بكالوريوس+ دبلوم عالٍ" وجاءت الفروق لصالح "ثانوية عامة+ دبلوم متوسط" في الرضا عن الدورات.

جدول (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات	
.423	2.66	125	قطاع التحرير	الحاجة للدورات
.427	2.69	38	قطاع الإخراج	
.335	2.75	32	قطاع الإعداد	
.349	2.76	25	قطاع المذيعين	
.288	2.79	10	قطاع الأعمال الإبداعية	
.547	2.62	29	قطاع التنسيق والبت والتخطيط ووحدة المؤثرات الرقمية	
.474	2.50	4	قطاع الحسابات البرمجية	
.418	2.68	263	المجموع	
.492	1.68	125	قطاع التحرير	تقييم الدورات
.449	1.58	38	قطاع الإخراج	
.498	1.64	32	قطاع الإعداد	
.478	1.84	25	قطاع المذيعين	
.517	1.56	10	قطاع الأعمال الإبداعية	
.570	1.50	29	قطاع التنسيق والبت والتخطيط ووحدة المؤثرات الرقمية	
.726	1.58	4	قطاع الحسابات البرمجية	
.501	1.65	263	المجموع	
.537	1.61	125	قطاع التحرير	الرضا عن الدورات
.504	1.47	38	قطاع الإخراج	
.541	1.50	32	قطاع الإعداد	
.544	1.63	25	قطاع المذيعين	
.501	1.44	10	قطاع الأعمال الإبداعية	
.562	1.42	29	قطاع التنسيق والبت والتخطيط ووحدة المؤثرات الرقمية	
.539	1.46	4	قطاع الحسابات البرمجية	
.534	1.55	263	Total	

جدول (18)

تحليل التباين الأحادي

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
.678	.665	.117	6	.703	بين المجموعات	الحاجة للدورات
		.176	256	45.094	داخل المجموعات	
			262	45.797	المجموع	
.231	1.361	.339	6	2.032	بين المجموعات	تقييم الدورات
		.249	256	63.727	داخل المجموعات	
			262	65.759	المجموع	
.510	.880	.252	6	1.511	بين المجموعات	الرضا عن الدورات
		.286	256	73.278	داخل المجموعات	
			262	74.789	المجموع	

يتبين من الجدول (18) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الوظيفة

في جميع المجالات. إذ كانت قيمة (ف) غير دالة إحصائياً على النحو التالي:

- المجال الأول بلغت قيمة (ف) المحسوبة (.665) ومستوى دلالة (.678).
- المجال الثاني بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.361) ومستوى دلالة (.231).
- المجال الثالث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (.880) ومستوى دلالة (.510).

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل الوظائف في كل مجال.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

- النتائج

- التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمناقشة النتائج التي أسفرت عنها الدراسة كما يتضمن عرضاً لأهم التوصيات في ضوء النتائج، وستتم مناقشة النتائج المتعلقة بكل سؤال وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة.

أولاً: مناقشة النتائج

1. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول "ما الدورات التدريبية التي تعقدها دائرة العلاقات

الدولية والعامة للعاملين في إدارتي الأخبار والبرامج؟"

تبين من النتائج أن دائرة العلاقات الدولية العامة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون تعقد برامج كانت مهمة من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج. وقد تركزت هذه البرامج في مجالات كتابة الأخبار واستخدام الحاسوب وإعداد التقارير الإخبارية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والبرامج الحوارية، بدليل متوسطاتها الحسابية المرتفعة.

تبدو هذه النتائج منطقية وذلك لأن التدريب يعد ركناً أساسياً في تطوير الإعلام وتطوير مهارات العاملين فيه من خلال استطلاعهم على كل ما هو جديد وحديث في هذه المجالات، ويتفق عقد هذه الدورات كما رأت العينة مع الدورات التي عقدها معهد الإعلام الأردني من حيث هويتها ومجالاتها المختلفة (www.jmi.edu.jo/node/200).

2. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني " ما الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظر العاملين في إدارتي الأخبار والبرامج في المؤسسة؟"

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع فقرات مجال الحاجة للدورات قد جاءت ايجابية وبدرجة كبيرة جداً، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.91-2.52) على مقياس ليكارت الثلاثي. وهذا يعني أن جميع فقرات هذا المجال تؤكد مدى الحاجة للدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الارتفاع يعزى إلى مستوى إدراك العينة لتأثير وأهمية هذه الدورات.

إن هذه الاحتياجات التي حققت متوسطات حسابية مرتفعة من وجهة نظر أفراد العينة تشير إلى الحاجة البارزة إلى عقد دورات في المجال الإعلامي. وتتفق مع دراسة المجلس الأعلى للإعلام حول الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي إذ تركزت أولويات الدورات المطلوبة في تحرير الأخبار واللغات ومهارات الحاسوب والصحافة المتخصصة والانترنت كاحتياجات مشتركة في المجالات الإعلامية المختلفة.

وتتفق هذه النتائج أيضاً مع نتائج دراسة أعدها مركز القدس للإعلام والاتصال في حزيران عام 1999، واستطلعت آراء 228 إعلامية وإعلامي فلسطيني (17% نساء، 83% رجال)، أن ما نسبته 80% من المستطلعين يؤمنون أنهم بحاجة إلى تدريب إضافي، و17% منهم لم يتلقوا يوماً أي نوع من التدريب، و32% حظوا بفرصة التدريب لمرة واحدة ولأقل من ثلاثة أشهر. كما أشارت الدراسة إلى أن 42% تعرضوا للتدريبات لأكثر من ستة أشهر وأكثر من عام، و11% يعتقدون أن لديهم من الخبرة ما يغنيهم عن التدريب، و7% غير متأكدين من حاجتهم للتدريب" (الخطيب، 2001).

كما تتفق مع دراسة بعنوان واقع المرأة في العمل التلفزيوني والإذاعي في فلسطين يتضح من الدراسة أن 80% من الإعلاميات والإعلاميين بحاجة إلى تدريب إضافي، وهذا ما دفع عدد من المؤسسات الفلسطينية الإعلامية منها وغير الإعلامية توفير فرص تدريب للإعلاميات والإعلاميين الفلسطينيين. ومن بين هذه المراكز معهد الإعلام العصري في جامعة القدس، معهد الإعلام ومركز الموارد الإعلامية في جامعة بيرزيت، الجمعية الأكاديمية الفلسطينية للبحوث والدراسات الدولية، المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية، الجامعة الإسلامية في غزة، وغيرها من المؤسسات (http://www.ayamm.org/arabic/Marsad/A02-2.htm).

3. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤالين الثالث والرابع " ما تقييم أفراد عينة الدراسة للدورات التدريبية التي عقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟ ما مستويات رضا العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عن الدورات التدريبية التي تعقدتها دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع فقرات مجال تقييم الدورات قد جاءت سلبية وبدرجة كبيرة جداً، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (1.33-1.91) على مقياس ليكارت الثلاثي. وهذا يعني أن جميع فقرات هذا المجال تؤكد سوء تقييم الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الانخفاض يعزى إلى مستوى إدراك العينة أهمية هذه الدورات وأن الدورات المعطاة لم تكن مشبعة لاحتياجات العينة. كما أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع فقرات مجال الرضا عن الدورات قد جاءت سلبية وبدرجة كبيرة جداً، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (1.63-1.37) على مقياس ليكارت الثلاثي. وهذا يعني أن جميع فقرات

هذا المجال تؤكد عدم الرضا عن الدورات من وجهة نظر أفراد العينة، وهذا الانخفاض يعزى إلى مستوى إدراك العينة أهمية هذه الدورات وأن الدورات المعطاة غير مرضية للعينة.

ونظرا لارتباط التقييم مع الرضا فقد أوضحت بعض الدراسات المتعلقة بهذا المجال أهمية التدريب للعاملين في مجال الإعلام والأخبار مما يتطلب ضرورة زيادة الاهتمام به وتوزيع أنشطته وأهدافه وأيضا تنويع أماكن التدريب. من جانب آخر تختلف هذه الدراسة مع نتائج دراسة (ثروت، 2012)، التي أشارت إلى استفادة المشاركين بقسم الإعلام للتدريب العملي إلى حد ما وبنسبة بلغت 71.1%

كما تختلف نتائج الدراسة من نتائج دراسة محمد إبراهيم إذ أشار ما يمثل 31% من المبحوثين المتدربين أن البرامج مناسبة جدا لهم، وأشار أغلبية المبحوثين ويمثلون 59.5% من المتدربين إلى أن البرامج مناسبة لهم. كذلك أشار أغلبية المبحوثين إلى أن مدة البرامج مناسبة وبنسبة بلغت 54.8%. (إبراهيم، 1997)

4. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس " هل توجد فروق في مجالات التدريب (الحاجة للدورات وتقييم الدورات والرضا عن الدورات) من وجهة نظر العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج تعزى لمتغيرات مكان العمل , الدوائر, النوع الاجتماعي, العمر, الخبرة, المؤهل العلمي والوظيفة؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس، ما يلي:

أ- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ تعزى إلى متغير (مكان العمل) في كل من المجالات، إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة للأداة لجميع المجالات غير دالة إحصائياً. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل من العاملين في الإذاعة والتلفزيون في كل مجال.

ب- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين تعزى إلى متغير (الإدارة).

إذ أظهرت النتائج أن الفروق الدالة جاءت في المجال الثالث " الرضا عن الدورات"، وتبين من المتوسطات الحسابية أن الفروق كانت بين إدارة الأخبار وإدارة البرامج لصالح إدارة الأخبار. وهذا يعني أن الرضا عن الدورات يختلف باختلاف الإدارة. وأن موظفي إدارة الأخبار كانوا أكثر رضا عن الدورات عن موظفي إدارة البرامج.

أما في المجالات الأول والثاني فلم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل الإدارات في هذه المجالات

ج- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى إلى متغير (الجنس) في كل من المجالات، إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة للأداة لجميع المجالات غير دالة إحصائياً. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل من الذكور والإناث في كل مجال.

د- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى إلى متغير (العمر) في كل من المجالات، إذ كانت قيمة (ف) المحسوبة للأداة لجميع المجالات غير دالة إحصائياً. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل من الفئات العمرية في كل مجال.

هـ- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى إلى متغير (الخبرة) في كل من المجالات، إذ كانت قيمة (ف) المحسوبة للأداة لجميع المجالات غير دالة إحصائياً.

ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل من فئات الخبرة في كل مجال.

و- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في تقدير المبحوثين تعزى إلى متغير (المؤهل العلمي).

إذ أظهرت النتائج أن الفروق الدالة جاءت في المجال الثاني "تقييم الدورات"، وتبين من المتوسطات الحسابية أن الفروق كانت بين "بكالوريوس+ دبلوم عالٍ" و"ماجستير+ دكتوراه" وجاءت الفروق لصالح و"ماجستير+ دكتوراه". وجاءت فروق دالة إحصائية في المجال الثالث "الرضا عن الدورات" تبين من المتوسطات الحسابية أن الفروق كانت بين "ثانوية عامة+ دبلوم متوسط" و"بكالوريوس+ دبلوم عالٍ" وجاءت الفروق لصالح "ثانوية عامة+ دبلوم متوسط". وهذا يعني أن تقييم الدورات ومدى الرضا عنها يختلف باختلاف المؤهل العلمي. وأن حملة مؤهلات ماجستير+دكتوراه كانوا أفضل تقييم للدورات وأن حملة مؤهلات "ثانوية عامة+دبلوم متوسط" كانوا أكثر رضا عن الدورات.

أما في المجال الأول فلم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر لكل المؤهلات العلمية في هذا المجال - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ تعزى إلى متغير (الوظيفة) في كل من المجالات، إذ كانت قيمة (ف) المحسوبة للأداة لجميع المجالات غير دالة إحصائية. ويعزى سبب عدم وجود فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة إلى تقارب وجهات النظر باختلاف الوظائف في كل مجال.

ثانياً: التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

- 1- زيادة أعداد الدورات التدريبية وتحسين ظروف هذه الدورات من حيث أهدافها وبرامجها وتنوع مدربيها.
- 2- عقد برامج تدريبية في مجالات كتابة الأخبار واستخدام الحاسوب وإعداد التقارير الإخبارية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والبرامج الحوارية.
- 3- تنويع أماكن التدريب والتركيز على الدورات التدريبية الخارجية لما تعود بالفائدة على العاملين بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وخاصة العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عينة الدراسة.
- 4- العمل على تخصيص ميزانية للتدريب وخاصة فيما يتعلق بالدورات التدريبية الخارجية.
- 5- يتوجب على دائرة العلاقات الدولية والعامة العمل على جلب الخبراء الأردنيين والعرب لعقد دورات تدريبية متخصصة للعاملين بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وخاصة العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عينة الدراسة.
- 6- يتوجب على دائرة العلاقات الدولية والعامة العمل على جلب الخبراء الأجانب لعقد دورات تدريبية متخصصة للعاملين بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وخاصة العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج عينة الدراسة.
- 7- إجراء دراسات أخرى مماثلة لهذه الدراسة بحيث تصنف تحت ما يسمى بالدراسات التتبعية وذلك لمعرفة المستجدات في دور العلاقات العامة في التدريب.

8- تحديد الاحتياجات التدريبية للموظفين من خلال إعطائهم فرصة لتحديد ما هو مناسب لقدراتهم، فالموظف يكون على دراية بمواطن الضعف والقوة لديه.

9- إدارة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية مكلفة بالعمل على تنمية مواطن الضعف لدى الموظف على تطوير مهاراته بما يتناسب مع قدراته من خلال خلق تفاهات مشتركة بين الموظف و الإدارة التي ينتمي إليها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

- أفندي، عطية حسين (2003) مدخل للتحسين والتطوير المستمر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.
- إمام، إبراهيم (1969) الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- إمام، إبراهيم (1980) قضية التخطيط الإعلامي في الوطن العربي، القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- إبراهيم، محمد معوض (1997) البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة في الكويت، دراسة تطبيقية.. المؤتمر الثاني للعلاقات العامة، مطبعة جامعة الكويت.
- بدر المديرس (1997) العلاقات العامة والأعلام في خدمة التنمية، جامعة الكويت.
- ثروت، وفاء عبد الخالق (2012) "التدريب الإذاعي والتلفزيوني لطلاب قسم الإعلام"-دراسة حالة تقويمية لقسم الإعلام جامعة المنيا.
- www.masscomm.cu.edu.eg
- حسين، ناصر، والمعاني احمد إسماعيل، والصالح، أسماء (2011) إدارة المعرفة، عمان، دار إثراء للنشر والتوزيع، (الشارقة) مكتبة الجامعة.
- الجمال، راسم وعياد، خيرت (2005) إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

- الجوهرى، محمد (1984) المدخل إلى علم الاجتماع، ط1، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- شاكروسمير محمد (2005) العلاقات العامة، ط4، القاهرة، لا دار نشر.
- شلبي، كرم (1994) معجم المصطلحات الإعلامية، انجليزي عربي، بيروت.
- الدرة، عبد البارى، والمجالى، نبيل خليف (2010) العلاقات العامة في القرن الحادى والعشرين: النظرية والممارسة التطبيق، منحى نظامى واستراتيجى، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- الدليمى، حميد جاعد (1998) التخطيط الإعلامى: المفاهيم والإطار العام، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- الدليمى، سمير، والعبدى، قحطان، (1998) الترويج والإعلان، ط4، القاهرة، مكتبة زهران للنشر والتوزيع.
- الدليمى، عبد الرزاق (2011) الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- الدليمى، عبد الرزاق (2005) العلاقات العامة فى التطبيق، طبعة أولى، عمان، دار جرير.
- زويلف، مهدي حسن (2003) العلاقات العامة: نظريات وأساليب، طبعة 2، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.

- السلمي، علي (1970) تحليل النظم السلوكية، القاهرة، مكتبة غريب.
- السلمي، علي (2001) إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، القاهرة، مكتبة غريب.
- شاكر، عطا، أحمد، أحمد (2011) إدارة المؤسسات الإعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صالح، سليمان (2007) ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عوجة، علي (2000) الأسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة. عالم الكتب.
- عليان، ربحي مصطفى والطوباسي، عدنان (2005) الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- عليان، ربحي مصطفى، وعثمان، محمد غنيم (2000) مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- الكايد، هاني محمود (2008) إدارة وهيكله الهيئات والمؤسسات الإعلامية، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع.
- لبيب، سعد (1984) محاضرات في التخطيط الإعلامي، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- لبيب، سعد (1999) التخطيط الإذاعي، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- لبيب، سعد (1973) دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، مطبعة الأديب.

- مكاوي، عماد حسن (2009) الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- نصر، حسني محمد (2008) مقدمة في الاتصال الجماهيري، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عوجة، علي (2000) الأسس العلمية للعلاقات العامة، طبعة رابعة، القاهرة، عالم الكتب.
- م، دوج، وكاريل (2003)، ترجمة: رباح، فايد، والخاجة، مي. الكتابة للعلاقات العامة الشكل والأسلوب، طبعة أولى، غزة، فلسطين، دار الكتاب الجامعي، 2003.
- مراد، كامل خورشيد (2011) الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، عمان، دار المسيرة.
- المصري، أحمد (2000)، العلاقات العامة، الإسكندرية، مؤسسة، نصار الجامعة.
- المعاني، أحمد، وعريقات، أحمد، والصالح، أسالعام، ادات، نصار (2011) قضايا إدارية معاصرة، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، نشرة دائرة العلاقات العامة والدولية (2011) دور العلاقات العامة والدولية وأقسامها ومهامها، نشرة غير منشورة، أرشيف الإذاعة والتلفزيون.

- عبد الله، احمد محمد (1991) **العلاقات العامة والرأي العام، المفاهيم والتطبيقات الإدارية، القاهرة، مطبعة زهران.**

- يوسف، محمد (2003) **محاضرات في فن العلاقات العامة، القاهرة. بلا دار نشر.**

الدراسات والبحوث:

- أبو زيد، مريم سليمان (2006) **الخصائص المهنية لممارسي العلاقات العامة وعلاقتها بالتأهيل والتدريب في مؤسسات حكومية وأهلية في مصر (دراسة ماجستير. غير منشور، قسم الإعلام كلية الآداب جامعة قنا).**

- بيلي، ممدوح بسيوني (1991) **أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية في مصر. (رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1991).**

- جريسات، آمال جريس، (2006)، **دور الإعلام في التخطيط والتنمية في الأردن، (رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن).**

- الخطيب، نبيل (2001)، **"خارطة الإعلام الفلسطيني، ملخص موجز". ورقة مقدمة إلى اليوم الدراسي الإعلامي الأول (فلسطين وتحديات الإعلام)، جامعة بيرزيت 28 ابريل 2001.**

- رشيد، تحسين منصور (1993) **"تنظيم وإدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني واتجاهات الإدارة العليا نحوها: دراسة ميدانية" (أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).**

- الزعبي، قاسم،(1996). " دور مركز التدريب الإذاعي والتلفزيوني في تنمية القوى البشرية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون"، دراسة توثيقية عن التدريب، ارشيف مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الاردنية.
- حسين، سمير محمد (1996) إدارة العلاقات العامة بدولة الكويت: دراسة ميدانية. في المديرس، بدر عبد الله (إعداد) (1997) المؤتمر الثاني للعلاقات العامة والإعلام، الكويت، جامعة الكويت.
- الشماخي، خميس بن عبد الله بن علي (2001) تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى.(رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم الإدارة العامة).
- الصعوب، هناء، (2010) مستوى التخطيط الإعلامي للتلفزيون الأردني وعلاقته بجودة الإنتاج البرامجي من وجهة نظر العاملين (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان)
- العبد الله، احمد محمد (1992) تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.
- قيراط، محمد (2004) "ممارسو العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة، الخصائص الديموغرافية والتوجهات المهنية والقيم الأخلاقية". في مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد 4، العدد 3، أكتوبر 2007. ص ص 205 - 263.
- المجلس الأعلى للإعلام، (2004). دراسة حول " نظرة في الاحتياجات التدريبية لقطاع الإعلام في الأردن"، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية.

- المجلس الأعلى للإعلام (2007). دراسة حول "الاحتياجات التدريبية في القطاع الإعلامي الأردني، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية.

- المحادين، عيسى(1998) دراسة حول "الاحتياجات التدريبية لمعدي ومقدمي البرامج العربية في إذاعة المملكة الاردنية الهاشمية"، أرشيف مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الاردنية.

- وافي، أمين (2009) التدريب والتأهيل في العلاقات العامة: دراسة حالة، ورقة علمية مقدمة في اليوم الدراسي "العلاقات العامة في فلسطين...واقع وطموحات"، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، غزة، فلسطين، مايو 200م. على الرابط:

<http://site.iugaza.edu.ps/awafi>

الصحف والمجلات:

- مجلة الإذاعات العربية (ملف التدريب الإذاعي والتلفزيوني العربي:حتمية إستراتيجية) اتحاد الإذاعات العربية، العدد 1، 2011.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Aibers, Henry, **Organized Executive Action**. (N. Y. John Wiley and Sons, Inc, 1991)p, 304.
- Danny, Moss & DeSanto, and Barbara (2002) **Public Relations: International Perspectives**, 1st ed.,(New York: Routledge.
- Daft, R. (2011) **Organizational Theory & Design**. South-Western College Publishing.
- Heath ,Robert l. (2001), **Handbook of Public Relations**, (London: Sage Publications , Inc).
- Ken, Blancherd, et al(1996) **Empowerment Takes More Than a Minute** "San Francisco:Berret-Koehler Publisher, p212.
- Rowold, jens. (2007) **"Individual Influences on Knowledge Acquisition in a Call Center Training Context in Germany"**, International Journal of Training and Development, Vol.11 (1).21-34 doi: 10.1111/j.
- -Senge, M., Art K.,Charlotte R., And Others (1999).**The Dance of Change: The Challenges to Sustaining Momentum in Learning Organizations**, New York, Current Doubledy.
- Robin, Evenden and Gorden, Anderson, "**Management Skills: Making Skills**" (Wokingham: Addison, Wesley,1992)

مراجع الإنترنت:

– (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون) [.http://jrtv.gov.jo/arabic/Pages/default.aspx](http://jrtv.gov.jo/arabic/Pages/default.aspx)

– <http://www.ayamm.org/arabic/Marsad/A02-2.htm>

– مقابلات:

– الحايك، جيهان، مديرة دائرة العلاقات العامة والدولية السابقة، أجريت المقابلة في

مقر الدائرة بتاريخ 2012/1/15.

قائمة الملاحق

أولاً: قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

ثانياً: استبانة الدراسة

الملحق (1)

قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

التخصص	الجامعة	أسماء المحكمين للاستبيان
كلية الاعلام	جامعة البتراء	1. ا.د.عبد الرزاق الدليمي
كلية الاعلام	جامعة البتراء	2- د. إبراهيم خصاونة
كلية الاعلام	جامعة البتراء	3- د. تيسير أبو عرجة
كلية الاعلام	جامعة الشرق الأوسط	4- د. رائد البياتي
كلية الاعلام	جامعة الشرق الأوسط	5- د. صباح ياسين
لغة انجليزية	مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية	6 د. إبراهيم العتوم
كلية الاعلام	جامعة الشرق الأوسط	7- د. كامل خورشيد
كلية الاعلام	جامعة البتراء	8- د. منال مزاهرة
كلية الاعلام	جامعة البتراء	9- د. محمد صاحب سلطان

الملحق (2)

استبانة الدراسة

الأستاذ الدكتور الفاضل.....حفظه الله

برجاء تحكيم الاستبيان المرفق مع جزيل الشكر والعرفان.

استبيان للتحكيم: مرفق مشكلة الدراسة وأسئلتها.



دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة

في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج.

إعداد: جيهان حمد طعمه الفقهاء

إشراف: الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

استبيان دراسة ماجستير في الإعلام

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

الفصل الثاني 2011

الزميلات وزملاء المحترمين

موظفي (إدارتي الأخبار والبرامج). مؤسسة الإذاعة والتلفزيون:

يشكل هذا الاستبيان جزء من دراسة ماجستير في الإعلام بهدف التعرف إلى دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج. وترجو الباحثة الإجابة عن أسئلة الاستبيان دون تسجيل أي معلومات شخصية، علماً أن المعلومات ستعامل بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض الدراسة العلمية.

مع جزيل الشكر والامتنان لتعاونكم

إعداد الطالبة: جيهان حمد الفقهاء

إشراف: الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

بيانات المستجيبين: (رجاء وضع إشارة في الخانة المناسبة)

- مكان العمل: التلفزيون. الإذاعة.
 - الإدارة: إدارة الأخبار. إدارة البرامج.
 - الجنس: أنثى. ذكر.
 - العمر: أقل من عشرين سنة. من 21-30 سنة. من 31-40 سنة.
 - من 41- فأكثر.
 - سنوات العمل والخبرة في المؤسسة:
 - أقل من ثلاثة أعوام. من ثلاثة أعوام إلى ستة. من سبعة أعوام إلى عشرة.
 - من إحدى عشر عاما إلى أربعة عشر. من خمسة عشر عاما فأكثر.
- المستوى التعليمي:**

- ثانوية عامة فأقل. دبلوم متوسط. بكالوريوس. دراسات عليا.

1- ما مكانة دائرة العلاقات الدولية والعامّة في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة

والتلفزيون؟ وما العقبات التي تواجهها الدائرة في سبيل تنفيذ برامجها وتحقيق

أهدافها؟ (سؤال المقابلة مع المسؤولين في المؤسسة)

أسئلة الاستبيان:

1- ما الموضوعات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات العامة والدولية في مؤسسة

الإذاعة والتلفزيون من خلال برامجها التدريبية للعاملين في المؤسسة؟ (إدارية، نظرية،

تكنولوجيا الإعلام، مهارات العلاقات العامة، الثقافة العامة، المهارات الإعلامية).

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	موافق بشدة
1	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات إدارية:				
2	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات نظرية:				
3	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات تكنولوجيا الإعلام والاتصال:				
4	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات مهارات العلاقات العامة.				
5	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات ثقافية عامة:				
6	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات إعلامية متخصصة.				
7	دورات تدريبية تمحورت حول موضوعات أخرى غير ما ذكر.				

2- ما الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات العامة والدولية في مؤسسة

الإذاعة والتلفزيون من خلال برامجها التدريبية للعاملين في المؤسسة؟

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	موافق بشدة
8	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إدارية:				
9	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات نظرية:				
10	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات تكنولوجيا الإعلام والاتصال:				
11	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات مهارات العلاقات العامة.				
12	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات ثقافية عامة:				
13	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات إعلامية متخصصة.				
14	أرى أن الحاجة ضرورية لدورات تدريبية في موضوعات أخرى غير ما ذكر.				

3- ما مدى الخيارات والفرص التدريبية التي توفرها الدائرة للمتدربين على كل من هذه

الأنواع التدريبية من حيث العناصر الواردة في الفقرات؟

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	موافق بشدة
15	أرى أن عدد الدورات التدريبية المحلية المتاحة سنويا كان جيدا وكاف لاحتياجاتنا:				
16	أرى أن عدد الدورات التدريبية الخارجية المتاحة سنويا كان جيدا وكاف لاحتياجاتنا:				
17	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين المحليين:				
18	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين العرب:				
19	أرى أن الدائرة وفرت خبرات مناسبة وكافية لاحتياجات العاملين من المدربين الأجانب:				
20	أرى أن الدائرة وفرت خبرات تدريبية متنوعة.				
21	أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً أثناء فترات الدوام الرسمي:				
22	أرى أن أوقات عقد الدورات التدريبية كان مناسباً خارج فترات الدوام الرسمي:				

4- ما أولويات الاحتياجات التدريبية الواجب على الدائرة توفيرها للعاملين في المؤسسة

من وجهة نظر العاملين فيها؟

برجاء رتب بالأرقام على (يمين الجدول) الاحتياجات التدريبية للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من وجهة نظرك:

الرقم الترتيب الذي تقترحه	أولويات الاحتياجات التدريبية
23	دورات تدريبية في موضوعات سياسية محلية.
24	دورات تدريبية في موضوعات مهنية متنوعة.
25	دورات تدريبية متنوعة في تكنولوجيا الإعلام .
26	دورات تدريبية في موضوعات ثقافية عامة.
27	دورات تدريبية في مهارات العلاقات العامة.
28	دورات تدريبية في موضوعات نظرية تعمق المعرفة.
29	دورات تدريبية في موضوعات إدارية تحسن الأداء الإداري.
30	دورات تدريبية في موضوعات إعلامية متخصصة.
31	غير ما ذكر أعلاه: أذكره في الصفوف اللاحقة:

5- ما مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون عن برامج وأنشطة دائرة

العلاقات العامة والدولية؟

الرقم	الفقرة	غير راض	راض	محايد	راض	راض
	مستويات الرضا عن:	راض	راض	محايد	راض	راض
	تماما	تماما	نوعا ما			
32	مستوى الرضا عن موضوعات ومناهج الدورات التدريبية:					
33	مستوى الرضا عن أوقات عقد الدورات التدريبية:					
34	مستوى الرضا عن المدد الزمنية التي تستغرقها الدورات التدريبية:					
35	مستوى الرضا عن اختصاصات المدربين والمحاضرين:					
36	مستوى الرضا من حيث تنوع جنسيات المدربين:					
37	مستوى الرضا من حيث الحوافز المقدمة للمدربين:					
38	مستوى الرضا عن برامج وأنشطة دائرة العلاقات العامة والدولية عموما:					

شكرا ، انتهت الأسئلة

الباحثة

مرفقات استبيان التحكيم: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف إلى دور "دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة" في التدريب المستمر للقوى البشرية في هذه المؤسسة في المستويات المختلفة: النظرية والعملية في مجال الإعلام والعلاقات العامة، وكذلك التعرف إلى المكانة الإدارية في هيكل المؤسسة لهذه الدائرة التي تضطلع بدور حيوي في المؤسسة. وتهدف الدراسة أيضا التعرف إلى مدى الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون عن عمليات التدريب من حيث المناهج والتنظيم والأهداف والحوافز.

- أسئلة الدراسة:

يمكن صياغة أسئلة الدراسة في سؤال رئيس وهو:

ما مدى إسهام دائرة العلاقات الدولية والعامّة في تدريب العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة مهنيًا وإداريًا وإعلاميًا؟ وما مكانة الدائرة في الهيكل التنظيمي لمؤسسة؟

ويتفرع عن سؤال الدراسة الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

2- ما مكانة دائرة العلاقات الدولية والعامّة في الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون؟

3- ما الموضوعات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات الدولية والعامّة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من خلال برامجها التدريبية للعاملين في المؤسسة؟ (إدارية، نظرية، تكنولوجيا الإعلام، مهارات العلاقات العامة، الثقافة العامة، المهارات الإعلامية).

4- ما الاحتياجات التدريبية التي تضطلع بها دائرة العلاقات العامة والدولية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من خلال برامجها التدريبية للعاملين في المؤسسة؟ (إدارية، نظرية، تكنولوجيا الإعلام، مهارات العلاقات العامة، الثقافة العامة، موضوعات متخصصة، المهارات الإعلامية)؟

5- ما مدى الخيارات والفرص التدريبية التي توفرها الدائرة للمتدربين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون؟ (من حيث المكان: داخلية وخارجية، ومن حيث المدربين: محليين، عرب، أجنب، ومن حيث التوقيت: أثناء الدوام الرسمي، أو بعد الدوام الرسمي)

6- ما أولويات الاحتياجات التدريبية الواجب على الدائرة توفيرها للعاملين في المؤسسة من وجهة نظر العاملين فيها؟

7- ما مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون عن برامج وأنشطة دائرة العلاقات العامة والدولية؟

- فرضيات الدراسة:

1- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في خيارات أفراد عينة الدراسة من العاملين تجاه خيارات التدريب التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للنوع الاجتماعي.

2- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في خيارات أفراد عينة الدراسة من العاملين تجاه خيارات التدريب التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للسنوات الخدمة في المؤسسة.

3- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في خيارات أفراد عينة الدراسة من العاملين تجاه خيارات التدريب التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للعمر العاملين.

4- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في خيارات أفراد عينة الدراسة من العاملين تجاه خيارات التدريب التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للمستوى التعليمي.

5- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للنوع الاجتماعي.

6- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للسنوات الخدمة في المؤسسة.

7- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للعمر العاملين.

8- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى للمستوى التعليمي.

9- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى لمكان العمل (تلفزيون، إذاعة).

10- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الرضا للعاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية تجاه البرامج والأنشطة التدريبية التي توفرها دائرة العلاقات العامة والدولية تعزى لمكان العمل من حيث الإدارة (إدارة البرامج، إدارة الأخبار).