

ISSN : 2543-3938 - EISSN : 2602-7771

دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمؤسسة الاعلامية

دراسة ميدانية بقناة الشروق.

*The role of public relations in improving the performance of media organizations**A Field study on Echrouk Channel.*ط.د:مالك عبد اللطيف¹، أ.د:العيفة جمال¹.عضو مخبر البحث في دراسات الاعلام والمجتمع، جامعة العربي التبسي تبسة(الجزائر)

E-mail : malek.abdelatif@univ-tebessa.dz

².أ.د:العيفة جمال ، جامعة باجي مختار عنابة(الجزائر)

E-mail : laifadjamel71@yahoo.fr

تاريخ النشر: 05 / 02 / 2022

تاريخ القبول: 30 / 12 / 2021

تاريخ الإستلام: 11 / 05 / 2021

ملخص:

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي الى تحديد الدور الذي تشكله العلاقات العامة كوظيفة في التحسين من أداء المؤسسات الإعلامية، حيث تم اختيار قناة الشروق كعينة للدراسة. كما تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، وذلك لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات وتحليلها للوصول للنتائج دقيقة، كما تم اختيار أسلوب المسح الشامل لأفراد العينة وذلك لكونهم محصورين في مكان واحد بالإضافة الى إمكانية الوصول لكافة أفراد العينة. ومن أجل جمع المعلومات من الأفراد المبحوثين تم تصميم استبيان وفق المخطط الخماسي ليكرت (likert-scale) وتحليل البيانات المتحصل عليها ببرنامج SPSS_{v20}، وبعد تفرغ وتحليل الاستبيانات وفق الأساليب الإحصائية كمعاملات الانحدار البسيط ومعامل الارتباط بيرسون (Person) ومعامل ألفا كرونباخ (ALPHACRONBACH) لقياس ثبات أداة الدراسة، توصلنا لنتائج تؤكد على الدور الذي تشكله العلاقات العامة كوظيفة استراتيجية تساعد المؤسسات الإعلامية على التحسين من أدائها. الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة؛ المؤسسات الإعلامية؛ الأداء المؤسسي.

Abstract:

The present study investigates the role of public relations improving the performance of media organizations. In order to reach conclusions, this study opted for the descriptive method of analysis by way of a comprehensive survey. A five-point likert-scale questionnaire was administered to the staff working in the Echrouk channel. The data obtained were analyzed via the use of the SPSS_{v20} program. The results confirmed the strategic role of establishing public relations on improving media organizations' performance.

Key words: Public relations; media institutions; institutional performance

1. مقدمة

لقد استخدمت العلاقات العامة بمعناها الحديث مع بداية القرن العشرين، حيث بدأ استعمالها في محيط الأعمال التجارية والصناعية، ثم استخدمت بعد ذلك في كافة المؤسسات الأخرى الاجتماعية والخدماتية. لكن الاهتمام بها في الدول العربية لازال حبيس عقليات وممارسات إدارية بيروقراطية عافها الزمن، فلطالما اعتبرت العلاقات العامة كنشاط مكمل وغير ضروري للمؤسسة وقد يشكل عبئا عليها في بعض الأحيان.

إلا أنه وبفعل التطور التكنولوجي الكبير والمتسارع الذي يشهده العالم منذ بداية الألفية الثالثة، صارت العلاقات العامة نشاطا تتزايد فعاليته في نجاح المؤسسات، وأصبحت لها أهميتها كنشاط إداري يسهم في نجاح المؤسسات والمنظمات، ولم يعد من الممكن إهمالها أو النظر إليها كنشاط ثانوي أو فردي، فقد ركزت المؤسسات الحديثة على الموارد بشكل عام وعلى العلاقات العامة بشكل خاص، واعتبرت نجاح المؤسسة مرهون بعمل جهاز أو إدارة العلاقات العامة.

إن استراتيجية العلاقات العامة لا يمكن أن تكون ناجحة عندما تبدأ بتحسين علاقتها مع جمهورها الخارجي وعلاقتها مع الجمهور الداخلي ليست على ما يرام، فيجب أولا خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة على مختلف مستوياتهم الإدارية، فالصورة التي تطبع في أذهان الجمهور الخارجي عن أية مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها وعمالها وطريقة معاملتهم مع الناس (بلخيري، 2013).

إن المؤسسات الإعلامية وكغيرها من المؤسسات الأخرى، صارت تولي اهتماما بالغا للعلاقات العامة كوسيلة تساهم في نجاح الخطط الاستراتيجية الهادفة لتحقيق الربح والإستمرارية والتوسع، في ظل عالم يشهد انفجار هائل في مجال الإعلام فتعدد القنوات وتنوع المنتجات الإعلامية وشبكات التواصل الإجتماعي والأترنت خلق منافسة شديدة بين المؤسسات الإعلامية، يكون فيها الفوز للمؤسسات التي تسخر كل الإمكانيات المادية والبشرية والتي تمتلك شبكة علاقات قوية تبني بفضل قوة جهاز العلاقات العامة.

يعد قطاع الإعلام في أي دولة من أكثر القطاعات الحساسة التي توليها الأنظمة السياسية أهمية بالغة، نظرا لقدرتها الهائلة على بناء التصورات الذهنية وتشكيل رأي عام حول القضايا العامة، وهو ما دفع بالنظام السياسي الجزائري للسيطرة المطلقة على قطاع الإعلام مكتوبا كان أو سمعيا بصريا منذ بداية الاستقلال حتى سن قانون الإعلام لسنة 1991 والذي كرس فتح التعددية الإعلامية في مجال الصحافة المكتوبة فقط، مع الإبقاء على السيطرة على مجال السمع البصري ليستمر الأمر على ما هو عليه حتى سن قانون فتح مجال السمع البصري أمام الخواص سنة 2012.

تعتبر سنة 2011 مفصلية بالنسبة لميدان الإعلام في الجزائر، بسبب ما أضحى عليه بالربيع العربي حيث اضطرت الدولة الجزائرية لفتح مجال السمع البصري أمام الخواص لتكون أول نتائجه ظهور عدة قنوات تابعة لجرائد على شكل مجمعات إعلامية.

وأحد أهم هذه المجمعات الإعلامية مجمع الشروق، حيث أطلق قناة الشروق تي في بداية من الفاتح نوفمبر 2011 في بث تجريبي من الأردن وعبر قمر النابلسات، ليكون تاريخ 16 مارس 2012 بداية البث الرسمي للقناة بعد صدور القانون رقم العضوي 05-12 المتعلق بالإعلام والذي فتح المجال أمام الخواص المتمثلين في المؤسسات التي تخضع للقانون الجزائري.

ولقد قام المجمع بإنشاء قنوات أخرى على مدار السنوات اللاحقة للتأسيس حيث أسست كل من الشروق الإخبارية والشروق بنه والشروق بلوس منذ 2014.

أما فيما يتعلق بالعلاقات العامة داخل هذه القناة فلم تول المؤسسة أهمية كبيرة لها، حيث كانت توزع مهامها بين المدير العام ورؤساء بعض الأقسام، أو يتم تكليف شخص لوجه للقيام بهذه المهام دون وجود قسم أو مصلحة مختصة في ذلك، ليتم مؤخرا إنشاء قسم خاص للاتصال والعلاقات العامة، أوكلت له مهمة التفاعل مع البيئة الداخلية والخارجية بشكل خاص.

إن المؤسسات الإعلامية في الجزائر عامة كانت أو خاصة، أصبحت تولي أهمية كبيرة لجهاز العلاقات العامة من أجل المساهمة في انجاح المؤسسة في ظل منافسة يشهدها قطاع الاعلام خاصة السمعي البصري بعد فتح هذا المجال أمام الخواص. حيث صار للعلاقات العامة دور محوري في تحقيق مستويات الأداء المطلوبة داخل المؤسسة.

ومن خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي:

- ما هو دور العلاقات العامة في تحسين الأداء في قناة الشروق؟
- وللإجابة هذا التساؤل نطرح الفرضية التالية:
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- وتتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التخطيط للعلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة البحث للعلاقات العامة وتحسن الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التنسيق في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التقييم للعلاقات العامة وتحسن الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

أولا: أهداف وأهمية الدراسة:

- أهداف الدراسة: تهدف من خلال هذه الدراسة إلى ما يلي:
- معرفة مدى تطبيق وظائف العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية الخاصة.
- وضع تصور عام عن أهمية العلاقات العامة في تحقيق أداء أعلى في المؤسسات الإعلامية الجزائرية الخاصة.
- معرفة مدى تأثير وظائف العلاقات العامة على الأداء في المؤسسات الإعلامية الخاصة.
- أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها مما يلي:
- كونها تحاول تسليط الضوء على وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية من حيث أهميتها وموقعها داخل هذه المؤسسات.

- تسعى نحو ترقية ممارسة العلاقات العامة كوظيفة حيوية تساعد على التحسين من أداء المؤسسات الإعلامية.

- تعتبر هذه الدراسة محاولة تشخيصية وعلاجية لوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات الإعلامية، تشخيصية كونها قراءة لواقع ممارسة العلاقات العامة، وعلاجية كونها محاولة لعلاج الاختلالات التي تحدث أثناء ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسات الإعلامية.

ثانياً: مفاهيم الدراسة:

1- مفهوم العلاقات العامة ووظائفها:

1-1- تعريف العلاقات العامة :

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

حيث عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها " وظيفة إدارية دائمة ومنظمة، تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها وأن تتكيف معه قدر الإمكان وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة (العدوي، 2011).

وتعرف العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية، أي أنها تقوم على أسس علمية وتقوم على مجموعة من المفاهيم والصلاحيات المحددة الواضحة، تنصهر في إطارها الجهود المبذولة لإقامة العلاقات الطيبة (بلخيري ر.، 2017).

أما مارستون فيرى أن: " العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقييم اتجاهات الجمهور أو تطابق سياسات وإجراءات المنظمة مع الصالح العام وتنفيذ برامج من شأنها أن تؤدي إلى كسب تفهم الجمهور وتأييده (برغوث، 2007)"

عرفت جمعية العلاقات العامة الفرنسية نشاط العلاقات العامة بأنه: صورة من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة (الباز، 2002)

ويقول عبد الناصر أحمد أن تعريف المعهد البريطاني ينقصه التركيز والتحديد، فهو لا يتطرق إلى طبيعة تلك الجهود، وعلى أية جهة من المؤسسة تقع مسؤوليتها، كما أنه لا يوضح المقصود بجماهير المؤسسة، لكنه بشكل عام يشتمل على مقومات العلاقات العامة، إذ أخذ بالاعتبار أن الجهود الإدارية تتضمن من دون شك السعي الى توفير سلع او خدمات جديده ترضي الجماهير، وقد أوضح التعريف ناحية هامة حينما أكد بان نشاط العلاقات العامة هو نشاط مخطط وهادف (جرادات، 2008).

كما قدم الباحثون العرب تعريفات مختلفة للعلاقات العامة، فنجد مثلا:

كرم شليبي الذي يرى أن العلاقات العامة هي: "اصطلاح يطلق على الجهود المنظمة والعمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة أو منظمة لتنظيم العلاقات العامة بينها وبين جمهور العاملين بها وجمهور المتعاملين معها بهدف تحقيق علاقات ايجابية مع هذه الجماهير، وتقوم بهذا العمل إدارة متخصصة، تعنى عناية فائقة باستخدام وسائل الاتصال المتنوعة لتحقيق مهمتها (شليبي، 1994)."

ب- وظائف العلاقات العامة: وتتجسد وظائف العلاقات العامة فيما يلي:

- التخطيط: ان التخطيط للعلاقات العامة هو عملية ديمقراطية بمعنى أن تشارك الجماعة فيها وبهذا يشعر كل فرد من الجماعة أنهم ملتزمون بالخطة ويشاركون فيها، والاشتراك في التخطيط عملية يتعلم منها الفرد كيف يتعاون وكيف يتحمل المسؤولية سواء في مرحلة التخطيط أو عند التنفيذ (غباشي ن.، 2008).
- البحث: ويقصد بالبحث كوظيفة للعلاقات العامة، تلك الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي بين جماهير المؤسسة في الداخل والخارج (العاصي، 2006)
- الاتصال: ويقصد به القيام بتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور، ومن ثمة تحديد أسلوب الاتصال بالجمهور المستهدف كاليئات والأفراد المتطوعين، وقادة الرأي، ومصادر التمويل، وكل الفئات المعنية بنشاط المنظمة، وذلك من أجل القيام بتنفيذ الخطط التي تم رسمها من قبل (الشمري، 2016).
- التنسيق: ويتعلق بإيجاد الانسجام والترابط بين أوجه النشاط المختلفة عند توجيهها لتنفيذ الأهداف الموضوعية، والتنسيق لا يعتبر وظيفة إدارية في حد ذاته، ولكنه مناخ يجب أن يتوفر عند جميع مراحل العمل الإداري (عجوة، 2004).
- التقويم: ويعرف بأنه القيام بعمليات البحث والتحري وتشخيص الأخطاء التي ترافق عملية التنفيذ الميداني والعملي تمهيدا لإصلاح مكامن الضعف وتجاوزها، ويكون منذ بداية التنفيذ الى مرحلة النتائج وتقييمها (حجاب، 2007)..

3-2- مفهوم الأداء:

الأداء مصطلحا متعدد الأبعاد يركب على ثلاث أنواع من المفاهيم:

- 1- الأداء هو النجاح، الأداء ليس موجود في حد ذاته، هو بدلالة تمثيلات النجاح، ومتغيرات حسب المؤسسات (دالة لتمثيل النجاح).
 - 2- الأداء هو نتيجة عمل بمعنى إن الأداء هو تقدير للنتائج المحصلة.
 - 3- الأداء هو العمل، في هذا المفهوم الأداء هو عملية وليس نتيجة تظهر في لحظة معينة.
- في معظم تجارب المصطلح في التسيير الأداء يتضمن في آن واحد اثنان من هذه المفاهيم الأولية، والتوليفة الأكثر استعمالا هي النتائج الايجابية للعمل، ويعبر عن الأداء من خلال مدى النجاح الذي تحققه المؤسسة في تحقيق أهدافها، ولذلك واتساقا مع وجهة النظر هذه يعبر عن الأداء بكونه "تحقيق الأهداف التنظيمية".

مهما كانت طبيعة وتنوع هذه الأخيرة، هذا التحقيق يمكن أن يفهم في اتجاهه المباشر (النتائج) أو بالمفهوم الواسع للعملية التي تؤدي للنتائج (عمل) (Fericeli & sire, 1996)

ويعرف الأداء بأنه "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها" (الحسيني، 2000)، ويركز هذا المفهوم للأداء على السبل التي توصل المؤسسة إلى غاياتها وأهدافها، متمثلة بالطرق والصيغ التي تعتمد عليها في استغلال الموارد المتاحة، ومدى نجاح المؤسسة في هذا الاستغلال.

وفي الحقيقة، الأداء يعني انجاز الأعمال كما يجب أن تنجز، فهو مفهوم واسع، يشتمل على العديد من المفاهيم المتعلقة بالنجاح والفشل، والكفاءة والفاعلية، وغيرها الكثير من العوامل المتعلقة به، لذلك فإن الأداء يمثل ذلك النشاط الشمولي المستمر والذي يعكس نجاح المؤسسة واستمراريتها وقدرتها على التكيف مع البيئة، أو فشلها وانكماشها، وفق أسس ومعايير موضوعية حسب متطلبات نشاطها.

الأداء كثيرا ما يعبر عنه أو يقرب بمصطلحين هما: الكفاءة والفعالية، لأنهما يمثلان إما قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها وإما القدرة على الحصول على أكبر قدر من المخرجات من خلال المدخلات المتاحة.

فالأداء يتجسد بمستويات الكفاءة والفعالية التي تحققها المؤسسة (الحسيني، 2000).

الكفاءة: «الاستخدام الأمثل للموارد المادية والبشرية المتاحة لتحقيق حجم أو مستوى معين من النواتج أو المخرجات أي أنها إنجاز الأعمال بالطريقة الصحيحة» (عبدالله، 1999).
وعليه فإن الكفاءة تقتصر فقط على استخدام الموارد الإنتاجية المتاحة للمؤسسة أو أنها ترتبط بعنصر التكلفة والعلاقة بين المدخلات (عناصر الإنتاج) والنواتج.

الفعالية: يركز مفهوم الفعالية على مخرجات أو نتائج الأداء، إذن الفعالية هي دالة لمدى نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها، اصطلاحا أكثر شمولاً من الكفاءة، فالفعالية هي "محصلة تفاعل مكونات الأداء الكلي للمؤسسة بما تحتويه من أنشطة إدارية وما يؤثر فيه من متغيرات داخلية وخارجية" (أبوقحف، 2001) وهذا لتحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف خلال فترة زمنية معينة" (بحيري، 2004)، وبصفة عامة فإن مفهوم الفعالية يتصف بالتراكم والتعقد، ويقاس بالعلاقة بين النتائج المحققة والأهداف المرسومة.

3-3- تعريف المؤسسة الإعلامية: هناك ارتباط قوي ومباشر بين الإدارة والمؤسسات وأنه دون هذا الأخير، يصعب مزاولة العملية الإدارية بشكل منظم، كما أنه يكاد يكون من المستحيل استمرار هذه المؤسسات في الوجود بدون إدارة ناجحة.

فالمؤسسة الإعلامية هي تنظيم يجمع أشخاص ذوي كفاءة متنوعة لها طابع قانوني واجتماعي تعمل على صيانة ثقافة المجتمع ونقلها إلى الأجيال وفق قيم أخلاقية وقواعد سلوكية مبنية على اقتناع الجمهور بها واعتناقه لها، وهي التي تخدمه تسهر على تحقيق مصالحه لأنها تتمتع بحرية انسياب المعلومات، وتستخدم استراتيجية المبادأة في تعاملها مع المستجدات البيئية المحيطة بها، كما أن لها بعدين، بعد معنوي يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية وطريقة تجسيدها، وبعد مادي يتعلق بتحويل الإعلام إلى صناعة لها متطلباتها لتحقيق الربحية المالية ويكفل لها الاستمرار في تقديم خدماتها وتحقيق رسالتها الإعلامية وهي أنواع مكتوبة ومسموعة مرتبة، كالمؤسسات الصحفية، المؤسسات الإذاعية والمؤسسات التلفزيونية، ومؤسسات وكالات الأنباء (أبوشنب، 2008).

ثالثا: منهج الدراسة: حسب الدراسة التي تم اجراؤها والمتمثلة في دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية دراسة ميدانية بمؤسسة قناة الشروق، فقد ارتأى الباحثان استخدام المنهج الوصفي التحليلي من أجل وصف الظاهرة وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوفرة، والتعبير عنها كفيها وكميا، وتحليل البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية واستخلاص النتائج.

II. الإجراءات الميدانية للدراسة:

سيتم استعراض في الطريقة المتبعة للدراسة كل من مجتمع وأداة الدراسة، وكذلك التعرف على مختلف الأساليب المستخدمة في الدراسة، وكذا صدق وثبات أداة الدراسة.

1-مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بقناة الشروق الفضائية، أما عينة الدراسة فتتمثل في الموظفين بقسم الاتصال والعلاقات العامة، بالإضافة إلى رؤساء الاقسام على مستوى قناة الشروق، حيث تم توزيع (18) استبانة بطريقة قصدية عليهم، موزعين (07) موظفين بقسم الاتصال والعلاقات العامة، و(11) رئيس قسم، وبعد عملية الجمع والفرز تم استرجاع (16) استبانة فقط، بنسبة استرجاع (88.8%)، ولم يتم استرداد البقية (02) بسبب عدم تعاون بعض الموظفين بنسبة (11.8%)، وبذلك تبين أن عدد الاستبانات الصالحة والخاضعة للتحليل (16) استبانة

- حيث تم الاتصال بقسم الاتصال والعلاقات العامة على مستوى المؤسسة بتاريخ: 2020/02/16، من أجل تحديد موعد لتوزيع الاستمارات على المبحوثين، فتم تحديد موعد بتاريخ: 2020/02/19 من أجل تسليم الاستمارات والتي تكفل قسم الاتصال والعلاقات العامة بتوزيعها على المبحوثين سواء العاملين على مستوى القسم أو رؤساء الأقسام، ليتم استرجاع الاستمارات بعد مضي أسبوع من الزمن وذلك بتاريخ: 2020/02/25، حيث تم استرجاع 16 استمارة فقط من أصل 18 استمارة التي تم توزيعها.

2- أداة الدراسة

لقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات لهذه الدراسة.

حيث تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين:

❖ القسم الأول: يبين المعلومات الشخصية أي الوصف الديمغرافي للعينة المدروسة والتعرف على خصائصهم الوظيفية، حيث تضمن 6 أسئلة والتي من الممكن أن تساهم في تفسير النتائج والمتمثلة في: الجنس، الفئة العمرية، الدرجة العلمية، التخصص العلمي، الوظيفة، الخبرة المهنية في المؤسسة.

❖ القسم الثاني: متعلق بمحاور الدراسة، بحيث احتوى على 31 سؤالاً تم تقسيمها على محورين أساسيين هما:

➤ المحور الأول: تضمن 31 سؤالاً حول وظائف العلاقات العامة بالمؤسسة مقسمة الى 05 ابعاد.

والمتمثلة في التخطيط، والبحث في العلاقات العامة، والاتصال والتنسيق وأخيراً التقويم.

➤ المحور الثاني: تضمن 11 أسئلة حول الأداء المؤسسي.

كذلك تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي (likert-scale) في إعداد إجابات الاستمارة المتعلقة بالمحورين، وذلك لقياس رأي أفراد العينة بشأن أسئلة الاستبيان، كما هي موضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم (01): درجات مقياس سلم ليكارت الخماسي

الإجابة	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
الدرجة	05	04	03	02	01

المصدر: عبد الفتاح عز، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، دار خوارزم العلمية

للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007، ص 540.

3- اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

1.3. صدق أداة الدراسة

➤ صدق الاتساق الظاهري لأداة الدراسة:

للتحقق من صدق الاستبيان قمنا بعرضه على مجموعة من المحكمين: (الأساتذة المحكمون للاستبيان: أ.د: بلخيري رضوان، د: منصرهارون، د: بوزيان عبد الغاني جامعة العربي التبسي تبسة، د: توابتية الطاهر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي).

، وذلك في إبداء رأيهم في مدى وضوح فقرات الاستبيان ومدى مناسبتها للدراسة. بعد الملاحظات المقدمة من قبل الأساتذة المحكمين والمتمثلة فيما يلي:

✓ عدم حذف أي عبارة من عبارات الاستمارة.

صدق

الاتساق البنائي لأداة الدراسة:

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد أداة الدراسة، حيث يقيس مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان مجتمعة، وعليه قمنا بحساب معامل الارتباط (بيرسون) بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): الصدق البنائي لمحاور الدراسة

الرقم	عنوان المحاور	معامل بيرسون للارتباط	مستوى الدلالة
1	وظائف العلاقات العامة	0.887**	0.000
2	الأداء المؤسسي	0.922**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات *SPSS20*

التعليق

من خلال الجدول رقم (02)، نجد أن معامل الارتباط بين درجات المحور الأول والثاني والاستبيان ككل بلغت (0.887) و (0.922) على التوالي، وهذا ما يفسر وجود ارتباط قوي بين المحور الأول (وظائف العلاقات العامة) والثاني (الأداء المؤسسي) والاستبيان ككل عند مستوى دلالة $(0.01=\alpha)$ ، وهذا يؤكد أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الصدق البنائي لمحاوره، وبالتالي محاوره صادقة لما وضعت لقياسه وصالحة للتطبيق على عينة الدراسة.

2.3. ثبات أداة الدراسة:

تم قياس ثبات الاستبيان وذلك باستخدام المعامل ألفا كرونباخ (ALPHA CRONBACH)، والذي يشير إلى الصدق التكويني، أو ما يسمى بالتجانس الداخلي لكل فقرة من فقرات الاستبيان، ويأخذ هذا المعامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، وقد يكون مقبولا ابتداء من (0.6)، كما أن زيادة قيمة ألفا تعني زيادة مصداقية وثبات البيانات.

وعند تطبيق اختبار المعامل ألفا كرونباخ كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (03): نتائج معامل ألفا كرونباخ ALPHA CRONBACH

العنوان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
جميع فقرات الاستبيان	42	0.886

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات *SPSS20*

التعليق

يتضح من خلال الجدول رقم (03) أن معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة مقبولة، حيث قد بلغ معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبيان بشكل عام (88%). وبما أنها أكبر من 60%، فهذا ما يعني بأنها قيمة جيدة لثبات الاستبيان، ونسبة مقبولة لأغراض التحليل والقيام بالدراسة واختبار فرضياتها.

خامسا: اختبار وتحليل فرضيات الدراسة

سيتم التطرق اختبار الفرضيات، وذلك لإيجاد العلاقة بين العلاقات العامة كمتغير مستقل وأداء المؤسسات الإعلامية كمتغير تابع، حيث سيتم اختبار معامل الارتباط ومعامل التحديد، وكذلك العلاقة التأثيرية بين متغيرات الدراسة بالاعتماد على طريقة الانحدار الخطي البسيط، وسوف يتم تأكيد أو نفي الفرضيات اعتمادا على نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط وذلك كما يلي:

H_1 : الفرضية البديلة وتشير إلى وجود تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع.

H_0 : الفرضية الصفرية أو فرضية العدم وتشير إلى عدم وجود تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع.

X: هو المتغير المستقل (العلاقات العامة).

Y: هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي).

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على أنه "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التخطيط للعلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، حيث يتم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليلات جداول الانحدار البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد التخطيط في العلاقات العامة على محور أداء قناة الشروق، وذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (04): نتائج الانحدار البسيط لوظيفة التخطيط في العلاقات العامة على أداء المؤسسة.

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التصحيح المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.494	0.351	0.394	0.628 ^a	1

التحليل:

من خلال الجدول رقم (04) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.628)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة بين وظيفة التخطيط في العلاقات العامة (البعد الأول للمتغير المستقل) الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.394) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (39.4%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (39.4%) من التغيرات في وجود تحسن في الأداء المؤسسي تعزى إلى التخطيط للعلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (60.6%) تعزى إلى عوامل أخرى تؤثر على تحسين الأداء في المؤسسة المبحوثة، وهذا يعود حسب رأينا إلى تأثير الأداء على مستوى مؤسسة قناة الشروق بعوامل كثير منها ما هو متمثل في أبعاد الدراسة، بالإضافة إلى عوامل أخرى خارجة عن أبعاد الدراسة مثل الموارد البشرية وأساليب التسيير المعتمدة في المؤسسة... الخ.

* أن تأثير التخطيط على العلاقات العامة على تحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى 39.4% يعد نسبة متوسطة، ويرجع ذلك لاعتماد المؤسسة المبحوثة لتقنيات التخطيط التي تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها بأكثر سلاسة، كما قد يرجع ذلك إلى استخدام وسائل الاتصال والإعلام والمناسبة والالتزام بالإمكانيات المتاحة، واعتماد مبدأ الدراسة العلمية في عملية التخطيط (بلحميتي، 2019)، وكذا توفر الدعم الإداري من خلال الموافقة على تصورات ومشروعات رجال العلاقات العامة

جدول رقم (05): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحيّة نموذج الفرضية الأولى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	2.221	1	2.221	9.112	0.009 ^b
الخطأ	3.413	14	0.244		
المجموع الكلي	5.634	15			

مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحية النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج صالح لاختبار الفرضية الأولى، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F= 9.112) ومستوى الدلالة (Sig= 0.009) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على معنوية جودة صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الأولى. جدول رقم (06): نتائج الانحدار البسيط لبعدها وظيفة التخطيط للعلاقات العامة على محور تحسين الأداء

المؤسسي

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج Model
		المعاملات المعيارية	Std. Error	B	
		Beta	الخطأ المعياري	معاملات المتغيرات	
0.115	1.682		0.777	1.308	الثابت
0.009	3.019	0.628	0.202	0.611	التخطيط للعلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي البسيط والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من

خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{B_0 = 1.308\}$ و $\{B_1 = 0.611\}$ وهذه النتائج تدل على أنه بالنسبة للأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع) تكون قيمته $(B_0 = 1.308)$ في حالة عدم تطبيق المؤسسة لوظيفة التخطيط للعلاقات العامة، أما بالنسبة لنتيجة المَعْلَمَة $(B_1 = 0.611)$ وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام بوجود تخطيط للعلاقات العامة في المؤسسة عينة الدراسة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين الأداء في المؤسسة المبحوثة بقيمة (0.611).

وبالنسبة

ب: لمعنوية كل من مَعْلَمَات معادلة الانحدار البسيط $(B_0$ و $B_1)$ تعتمدان على قيم (Sig) و اختبار (T).

{بالنسبة

ب: للمَعْلَمَة B_0 في حالة كون ($sig < 0.05$) تكون معنوية) و (بالنسبة للمَعْلَمَة B_0 في حالة كون ($sig > 0.05$) تكون غير معنوية).

}}بالنسبة

بالمعلّمة B_1 في حالة كون ($\text{sig} < 0.05$) تكون معنوية) و (بالنسبة للمعلّمة B_1 في حالة كون ($\text{sig} > 0.05$) تكون غير معنوية).

ومن

خلال نتائج الجدول رقم (06) نلاحظ أن قيمة اختبار ($T=1.682$) وقيمة ($\text{Sig}= 0.115$) بالنسبة للمعلّمة B_0 (وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)). أما قيمة اختبار ($T=3.019$) وقيمة ($\text{Sig}=0.009$) بالنسبة للمعلّمة B_1 (وهي معنوية لأنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)).

ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدر لهذا النموذج كالتالي:

$$Y = 1.308 + 0.611X_1$$

حيث أن:

X_1 : هو البعد الأول من المتغير المستقل (التخطيط للعلاقات العامة)

Y : هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي)

- وفي الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على صحة الفرضية (الأولى) (H_1) التي تنص على أنه " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية للتخطيط للعلاقات العامة في تحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

- ورفض الفرضية الصفرية البديلة (الأولى) (H_0) التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للتخطيط للعلاقات العامة في تحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

ب. اختبار الفرضية الفرعية الثانية

يتم اختبار هذه الفرضية الثانية من خلال تحليلات جداول الانحدار البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد البحث في العلاقات العامة (البعد الثاني للمتغير المستقل) وتحسين الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، وذلك من خلال الجداول التالية:

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.539	0.226	0.277	0.527 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات $SPSS_{20}$

التحليل

من خلال الجدول رقم (07) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.527)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة بين وظيفة البحث للعلاقات العامة (البعد الثاني للمتغير المستقل) وتحسين الأداء (المتغير التابع)، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.277) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (27.7%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (27.7%) من التغيرات في وجود تحسن في الأداء المؤسسي تعزى إلى البحث في العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (72.3%) تعزى إلى عوامل أخرى

تؤثر على تحسين الأداء في قناة الشروق على غرار توفر أنظمة معلومات فعالة تعزز من نجاعة وظيفة البحث في العلاقات العامة.

* أن تأثير وظيفة البحث في العلاقات العامة على تحسين الأداء في قناة الشروق عند مستوى 27.7% قد يرجع حسب رأينا إلى اهمال هذه الوظيفة الحيوية من طرف القائمين بالعلاقات العامة على مستوى المؤسسة لا سيما عمليات البحث حول الأجواء الداخلية للمؤسسة خاصة العلاقات الإنسانية والاجتماعية بين العاملين، ضف إلى ذلك غياب البحوث حول البيئة المنافسة للمؤسسة والتي تساعد في بشكل كبير في تحديد سياسة المؤسسة الإعلامية والاتصالية، وقد يرجع ضعف التأثير الى عدم وجود مخصصات مالية كافية للممارسة نشاط بحوث العلاقات العامة وعدم وجود وحدة تنظيمية متخصصة لنشاط البحوث في العلاقات العامة قسم-إدارة-مكتب-وحدة داخل المؤسسة، حتى يمكن تحقيق التنسيق المطلوب بين الجهود المبذولة لممارسة هذا النشاط على نحو فعال (بلقي، 2004).

جدول رقم (08): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحيّة نموذج الفرضية الثانية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	1.562	1	1.562	5.370	0.036 ^b
الخطأ	4.072	14	0.291		
المجموع الكلي	5.634	15			

التحليل

من خلال الجدول رقم (08) الذي يبين لنا عدم صلاحية النموذج للدراسة، حيث تم حساب قيمة (F) وقيمة مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحية النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج غير صالح لاختبار الفرضية الثانية، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F=5.370) ومستوى الدلالة (Sig=0.036) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على بعدم معنوية جودة صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثانية. جدول رقم (09): نتائج الانحدار البسيط لبعث البحث في العلاقات العامة على محور الأداء المؤسسي

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج Model
		المعاملات المعيارية	Std. Error	B	
		Beta	الخطأ المعياري	معاملات المتغيرات	
0.007	3.170		0.666	2.113	الثابت
0.036	2.317	0.527	0.260	0.602	البحث في العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS₂₀

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي البسيط والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من

خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{B_0 = 2.113\}$ و $\{B_1 = 0.602\}$ وهذه النتائج تدل على أنه بالنسبة الأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع) تكون قيمته $(B_0 = 2.113)$ في حالة عدم

تطبيق المؤسسة للوظيفة البحث في العلاقات العامة (البعد الثاني للمتغير المستقل)، أما بالنسبة لنتيجة المَعْلَمَة ($B_1 = 0.602$) وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام بالبحث في العلاقات العامة في المؤسسة عينه الدراسة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين الأداء في المؤسسة المبحوثة بقيمة (0.602).

وبالنسبة

ب: لمعنوية كل من مَعْلَمَات معادلة الانحدار البسيط (B_1 و B_0) تعتمدان على قيم (Sig) واختبار (T). ومن خلال نتائج الجدول رقم (09) نلاحظ أن قيمة اختبار (T=3.170) وقيمة (Sig=0.007) بالنسبة للمَعْلَمَة (B_0) وهي معنوية لأنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$). أما قيمة اختبار (T=3.170) وقيمة (Sig=0.036) بالنسبة للمَعْلَمَة (B_1) وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$).

ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدره لهذا النموذج كالتالي:

$$Y = 2.113 + 0.602 X_2$$

حيث أن:

X_2 : هو البعد الثاني من المتغير المستقل (البحث في العلاقات العامة)

Y : هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي)

- وفي الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على رفض الفرضية (الثانية) (H_1) التي تنص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة البحث في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق ($\alpha \leq 0.05$)".

- وصحة الفرضية الصفرية البديلة (الثانية) (H_0). التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة البحث في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

ج. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

يتم اختبار هذه الفرضية الثالثة من خلال تحليلات جداول الانحدار البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد وظيفة الاتصال في العلاقات العامة (البعد الثالث للمتغير المستقل) وتحسين الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، وذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (10): نتائج الانحدار البسيط لبعده وظيفية الاتصال في العلاقات العامة على محور تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة:

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.434	0.498	0.531	0.729 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

من خلال الجدول رقم (10) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.729)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباط طردية جيدة بين وظيفة الاتصال (البعد الثالث للمتغير المستقل) والأداء المؤسسي (

المتغير التابع)، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.531) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (53.1%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (53.1%) من التغيرات في الأداء المؤسسي، تعزى إلى الاتصال في العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (46.9%) تعزى إلى عوامل أخرى تؤثر على تحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق وتمثل في ابعاد الدراسة الأخرى وعوامل أخرى ليست ضمن الأبعاد المدروسة.

* إن تأثير وظيفة الاتصال في العلاقات العامة على تحسين أداء قناة الشروق عند مستوى (53.1%) قد يرجع إلى التنوع في أنشطة الاتصال المبرمجة على مستوى المؤسسة والموجهة للجمهور الخارجي والداخلي، والى استخدام وسائل الاتصال المناسبة كالاجتماعات والمقابلات والتقارير والأشرطة فضلاً عن جملة من الوسائل الأخرى (بضياف، 2010)، بما يساعد على الزيادة من كفاءة وفعالية الاتصال المستخدم في المؤسسة المبحوثة، كما أنه يتم تصميم برامج اتصال خاصة بكل موقف أو حالة على حدى مع الأخذ بعين الاعتبار عناصر التوقيت، المكان نوع الجمهور المستهدف وخصائصه، ووسائل الاتصال المستخدمة والأسلوب الاتصالي الذي يجب أن يستخدم (غباشي ن، 2008).

جدول رقم (11): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحيّة نموذج الفرضية الثالثة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	2.994	1	2.994	15.873	0.001 ^b
الخطأ	2.640	14	0.189		
لمجموع الكلي	5.634	15			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

من خلال الجدول رقم (11) الذي يبين لنا صلاحيّة النموذج للدراسة، حيث تم حساب قيمة (F) وقيمة مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحيّة النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج صالح لاختبار الفرضية الثالثة، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F=15.873) ومستوى الدلالة (Sig=0.01) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على معنوية جودة صلاحيّة النموذج لاختبار الفرضية الثالثة.

جدول رقم (12): نتائج الانحدار البسيط لبعده وظيفة الاتصال على محور الأداء المؤسسي

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج Model
		المعاملات المعيارية	Std. Error	B	
		Beta	الخطأ المعياري	معاملات المتغيرات	
0.645	0.471		0.820	0.386	الثابت (constant)
0.001	3.984	0.729	0.205	0.818	الاتصال في العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي البسيط والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{B_1=0.818\}$ و $\{B_0 = 0.386\}$ وهذه النتائج تدل على أنه بالنسبة لأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع)، تكون قيمته $(B_0 = 0.386)$ في حالة عدم تطبيق المؤسسة لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة، أما بالنسبة لنتيجة المتعلمة $(B_1 = 0.818)$ وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام في المؤسسة عينة الدراسة بالاتصال في العلاقات العامة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة بقيمة (0.818) .

أما بالنسبة: لمعنوية كل من معلّقات معادلة الانحدار البسيط $(B_1$ و $B_0)$ تعتمدان على قيم (Sig) واختبار (T). ومن خلال نتائج الجدول رقم (12) نلاحظ أن قيمة اختبار $(T=0.471)$ وقيمة (Sig) (0.645) بالنسبة للمعلّمة B_0 وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما قيمة اختبار $(T=3.984)$ وقيمة (Sig) (0.001) بالنسبة للمعلّمة (B_1) وهي معنوية لأنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$. ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدر لهذا النموذج كالتالي:

$$Y = 0.386 + 0.818 X_3$$

حيث أن:

X_3 : هو البعد الثالث من المتغير المستقل (الاتصال في العلاقات العامة)

Y : هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي)

وفي الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على صحة الفرضية (الثالثة) (H_1) التي تنص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ". ورفض الفرضية الصفرية البديلة (الثالثة) (H_0) التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة الاتصال في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ".

د. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

يتم اختبار هذه الفرضية الرابعة من خلال تحليلات جداول الانحدار البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد وظيفة التنسيق في العلاقات العامة (البعد الرابع للمتغير المستقل) وتحسين الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، وذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (13): نتائج الانحدار البسيط لبعد وظيفة التنسيق في العلاقات العامة على محور الأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.584	0.092	0.153	0.391 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات $SPSS_{20}$

التحليل

من خلال الجدول رقم (13) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.391)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباطية طردية منخفضة بين وظيفة التنسيق في العلاقات العامة (البعد الرابع للمتغير المستقل) والأداء المؤسسي (المتغير التابع)، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.153) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (15.3%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (15.3%) من التغيرات في تحسن الأداء المؤسسي تعزى إلى التنسيق في العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (84.7%) تعزى إلى عوامل أخرى قد تؤثر في تحسين أداء قناة الشروق.

* إن تأثير بعد التنسيق في العلاقات العامة على تحسين أداء قناة الشروق عند مستوى (15.3%) فقط، قد يرجع إلى عدم وضوح سياسة التنسيق خاصة في البيئة الداخلية، بالإضافة إلى حداثة قسم الاتصال والعلاقات العامة على مستوى قناة الشروق وهو ما صعب من عملية التنسيق مع المصالح الأخرى وذات العلاقة المباشر بتنظيم وتنفيذ أنشطة العلاقات العامة.

جدول رقم (14): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحيّة نموذج الفرضية الرابعة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	0.859	1	0.859	2.520	0.135 ^b
الخطأ	4.775	14	0.341		
المجموع الكلي	5.634	15			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات $SPSS_{20}$

التحليل

من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين لنا صلاحيّة النموذج للدراسة، حيث تم حساب قيمة (F) وقيمة مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحيّة النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج غير صالح لاختبار الفرضية الرابعة، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F=2.520) ومستوى الدلالة (Sig=0.135) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على عدم معنوية جودة صلاحيّة النموذج لاختبار الفرضية الرابعة. جدول رقم (15): نتائج الانحدار البسيط لبعء التنسيق في العلاقات العامة على محور الأداء المؤسسي:

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج Model
		المعاملات المعيارية	Std. Error	B	
Beta	الخطأ المعياري	معاملات المتغيرات			
0.382	0.902		1.461	1.318	الثابت (constant)
0.135	1.587	0.391	0.359	0.569	التنسيق في العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات $SPSS_{20}$

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي البسيط والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من

خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{B_0 = 1.318\}$ و $\{B_1 = 0.569\}$ وهذه النتائج تدل على أهميتها النسبية لأداء المؤسسي المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع) تكون قيمته $(B_0 = 1.318)$ في حالة عدم تطبيق المؤسسة لوظيفة التنسيق في العلاقات العامة، أما بالنسبة لنتيجة المَعْلَمَة $(B_1 = 0.569)$ وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام بالتنسيق في العلاقات العامة في المؤسسة عينة الدراسة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين أداء قناة الشروق بقيمة (0.559).

أما

بالنسبة: لمعنوية كل من مَعْلَمَاتٍ معادلة الانحدار البسيط $(B_1$ و $B_0)$ تعتمدان على قيم (Sig) واختبار (T). ومن خلال نتائج الجدول رقم (15) نلاحظ أن قيمة اختبار (T=0.902) وقيمة (Sig=0.382) بالنسبة للمَعْلَمَة B_0 (وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما قيمة اختبار (T=1.587) وقيمة (Sig=0.135) بالنسبة للمَعْلَمَة (B_1) وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$.

ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدره لهذا النموذج كالتالي:

$$1.318 + 0.569 X_4 Y =$$

X_4 : هو البعد الرابع من المتغير المستقل (التنسيق في العلاقات العامة)

Y : هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي)

وفي

الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على رفض الفرضية (الرابعة) (H_1) التي تنص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التنسيق في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وصحة

الفرضية الصفرية البديلة (الرابعة) (H_0) التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التنسيق في العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$."

هـ. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

يتم اختبار هذه الفرضية الخامسة من خلال تحليلات جداول الانحدار البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد وظيفة التقويم في العلاقات العامة (البعد الخامس للمتغير المستقل) وتحسين الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، وذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (16): نتائج الانحدار البسيط لبعد وظيفة التقويم في العلاقات العامة على محور الأداء المؤسسي في

المؤسسة

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.451	0.457	0.494	0.703 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

من خلال الجدول رقم (16) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.703)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباطية قوية بين وظيفة التقييم في العلاقات العامة (البعد الخامس للمتغير المستقل) والأداء المؤسسي (المتغير التابع)، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.494) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (49.4%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (49.4%) من التغيرات في الأداء المؤسسي تعزى إلى التقييم في العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (50.6%) تعزى إلى عوامل أخرى تؤثر على الأداء المؤسسي في المؤسسة الدراسة، ويرجع هذا حسب رأينا إلى أن المؤسسة المبحوثة تولي أهمية وظيفية التقييم في العلاقات العامة، وتعتبرها نشاط أساسي ومؤثر في تحسين أداء قناة الشروق.

* إن تأثير وظيفة التقييم في العلاقات العامة على تحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى 49.4% يعد متوسطا، نظرا للالتزام الجاد بالقيام بعمليات التقييم لأنشطة العلاقات العامة لا سيما التقييم المرحلي الذي يرافق تطبيق الأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة.

كما نلاحظ غياب للتقييم القبلي الذي يسبق تنفيذ البرامج المسطرة لمعرفة مدى ملاءمتها وتقدير نسبة النجاح الممكنة، كما يمكن أن يرجع مستوى تأثير التقييم في العلاقات العامة على أداء المؤسسة إلى الالتزام بالتقييم النهائي الذي يساهم في التعرف على (غياشي ن. 2008):

الأخطاء

التي وقع فيها مصمم البرنامج لتلافيا عند تخطيط برامج مستقبلية.

النتائج

التي تحققت في ضوء الأهداف الموضوعية.

مدى

التغيير الحادث في سلوك الأفراد كاستجابة للدعوة المتضمنة في الرسائل التي شملها برنامج العلاقات العامة. جدول رقم (17): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحية نموذج الفرضية الخامسة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	2.781	1	2.781	13.641	0.002 ^b
الخطأ	2.854	14	0.204		
المجموع الكلي	5.634	15			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

من خلال الجدول رقم (17) الذي يبين لنا صلاحية النموذج للدراسة، حيث تم حساب قيمة (F) وقيمة مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحية النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج صالح لاختبار الفرضية الخامسة، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F=13.641) ومستوى الدلالة (Sig=0.002) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على معنوية وجودة صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الخامسة.

جدول رقم (18): نتائج الانحدار البسيط لبعد وظيفية التقييم على محور الأداء المؤسسي

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients المعاملات المعيارية	Unstandardized Coefficients المعاملات غير المعيارية		النموذج Model
		Beta	Std. Error الخطأ المعياري	B معاملات المتغيرات	
0.100	1.761		0.671	1.182	الثابت (constant)
0.002	3.693	0.703	0.198	0.724	التقويم في العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₀

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي البسيط والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من

خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{ (B_0 = 1.182) \text{ و } (B_1 = 0.724) \}$ وهذه النتائج تدل على أنه بالنسبة للأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع) تكون قيمته $(B_0 = 1.182)$ في حالة عدم تطبيق المؤسسة لوظيفة التقويم في العلاقات العامة، أما بالنسبة لنتيجة المَعْلَمَة $(B_1 = 0.724)$ وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام بوظيفة التقويم في العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة بقيمة (0.724).

أما

بالنسبة؛ لمعنوية كل من مَعْلَمَاتٍ معادلة الانحدار البسيط $(B_1 \text{ و } B_0)$ تعتمدان على قيم (Sig) واختبار (T) ومن خلال نتائج الجدول رقم (18) نلاحظ أن قيمة اختبار $(T=1.761)$ وقيمة (Sig=0.100) بالنسبة للمَعْلَمَة B_0 وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما قيمة اختبار $(T=3.693)$ وقيمة (Sig=0.002) بالنسبة للمَعْلَمَة (B_1) وهي معنوية لأنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$.

ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدرة لهذا النموذج كالتالي:

$$Y = 1.182 + 0.724 X_5$$

حيث أن:

X_5 : هو البعد الخامس من المتغير المستقل (التقويم في العلاقات العامة)

Y : هو المتغير التابع (الأداء المؤسسي)

وفي

الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على صحة الفرضية (الخامسة) (H_1) التي تنص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التقويم للعلاقات العامة وتحسن الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ".

ورفض الفرضية الصفرية البديلة (الخامسة) (H_0) التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة التقويم للعلاقات العامة وتحسن الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ".

و. اختبار الفرضية الرئيسية:

والتي تنص على أنه " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة وتحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث يتم اختبار هذه الفرضية الرئيسية من خلال تحليلات جداول الانحدار المتعدد لمعرفة العلاقة بين العلاقات العامة (المتغير المستقل) وتحسين الأداء المؤسسي (المتغير التابع)، وذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (19): نتائج الانحدار المتعدد لأبعاد العلاقات العامة على محور تحسين الأداء في قناة الشروق.

الخطأ المعياري المقدر Std. Error of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0.365	0.645	0.669	0.818 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات *SPSS*₂₀

التحليل

من خلال الجدول رقم (19) تشير النتائج أن معامل الارتباط (R) قد بلغت قيمته (0.818)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ارتباطية قوية بين العلاقات العامة (المتغير المستقل) وتحسين أداء قناة الشروق (المتغير التابع). كما أن معامل التحديد (R^2) بلغت قيمته (0.669) وهذه النتيجة تشير إلى أن النموذج يفسر (66.9%) من التباين، وبعبارة أخرى أن (66.9%) من التغيرات في أداء قناة الشروق تعزى إلى العلاقات العامة في المؤسسة المبحوثة، والباقي (33.1%) تعزى إلى عوامل أخرى غير تلك التي تناولتها الدراسة. *إن تأثير العلاقات العامة على تحسين أداء مؤسسة قناة الشروق عند مستوى 66.9%، يعتبر جيدا وهذا راجع الى حسب رأينا بالدرجة الأولى الى المكانة التي تولي قناة الشروق لوظيفة العلاقات العامة بالمؤسسة، حيث تعتبرها وظيفة أساسية تساعد بشكل مباشر من خلال وظائفها في تحسين أداء المؤسسة ككل، كما يمكن أن يفسر هذا التأثير بالعوامل التالية:

- اتباع سياسة فعالة فيما يتعلق بالتخطيط واحترام كافة المراحل.
- وضع الخطط مع احترام الإمكانيات المادية والبشرية المسخرة لقسم الاتصال والعلاقات العامة على مستوى القناة.
- التحديد الدقيق لأهداف البرامج المسطرة ومتابعة مدى تحقيقها اثناء التنفيذ.
- نظرة الإدارة العليا للمؤسسة للعلاقات العامة واعتبارها جزءا مهما يساهم في التحسين من أداء المؤسسة ككل.
- استخدا م كافة وسائل الاتصال المتاحة والممكنة في تنفيذ البرامج المسطرة.
- تخصيص ص برامج لكل جماهير المؤسسة سواء الداخلية او الخارجية.
- نمط القيادة السائد داخل قناة الشروق والذي يتميز بالسلاسة والتفتح على الأفكار الجديدة ساعد العلاقات العامة على احتلال مكانة جيدة رغم حداثة القسم.

كان يمكن أن يكون التأثير أكثر قوة لو تم الاعتماد على وظيفة البحث في العلاقات العامة والتي تساعد في بناء قاعدة معلومات قوية يمكن استغلالها مستقبلاً.

اعتماد

قسم الاتصال والعلاقات العامة بقناة الشروق على عمليات التقويم ساهم في الرفع من نسبة التأثير.

كما

ساهم كون القائمين بالعلاقات العامة على مستوى قسم الاتصال والعلاقات العامة متخصصين في مجال الإعلام والاتصال في نجاح العلاقات العامة على مستوى القناة.

يتميز

العمل في العلاقات العامة بكونه عمل ديناميكي وخلق يتطلب قدرات ذهنية وبدنية عالية، ولذلك فإن فئة الشباب المشكلة لقسم الاتصال والعلاقات العامة في قناة الشروق تقوم بذلك الدور على أكمل وجه.

اسناد

كل ما له علاقة بالسياسة الاتصالية للمؤسسة للقائمين بالعلاقات العامة بالتنسيق مع القيادات الإدارية.

جدول رقم (20): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار جودة وصلاحيّة نموذج الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	3.770	1	3.770	28.313	0.000 ^b
الخطأ	1.664	14	0.133		
المجموع الكلي	5.634	15			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 20

التحليل

من خلال الجدول رقم (20) الذي يبين لنا صلاحية النموذج للدراسة، حيث تم حساب قيمة (F) وقيمة مستوى الدلالة (Sig) اللذان نحدد بهما دلالة صلاحية النموذج للدراسة، حيث نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن النموذج صالح لاختبار الفرضية الرئيسية، حيث يلاحظ من نتائج جدول تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة (F=28.313) ومستوى الدلالة (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) المعتمد في الدراسة، ومنه نحكم على معنوية جودة صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية.

جدول رقم (21): نتائج الانحدار البسيط لأبعاد العلاقات العامة على محور الأداء المؤسسي

مستوى الدلالة (Sig)	T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج Model
		المعاملات المعيارية	Std. Error	B	
		Beta	الخطأ المعياري	معاملات المتغيرات	
0.379	-0.908		0.827	-0.751	الثابت (constant)
0.000	5.321	0.818	0.232	1.237	العلاقات العامة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 20

التحليل

يمثل الجدول السابق نتائج الانحدار الخطي المتعدد والذي يختبر معنوية معالم نموذج الانحدار بصورة منفصلة عن بعضها البعض، ويمكن تحليل نتائج الجدول حسب ما يلي:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن $\{ (B_0 = -0.751) \text{ و } (B_1 = 1.237) \}$ وهذه النتائج تدل على أنه بالنسبة للأداء المؤسسي في المؤسسة المبحوثة (المتغير التابع) تكون قيمته $(B_0 = -0.751)$ في حالة عدم تطبيق العلاقات العامة (المتغير المستقل)، أما بالنسبة لنتيجة المعلّمة $(B_1 = 1.237)$ وتشير هذه القيمة إلى نتيجة ميل خط الانحدار الموجب، أي أنه كلما زاد مستوى الالتزام بالعلاقات العامة في المؤسسة عينة الدراسة بدرجة واحدة (1) يؤدي ذلك إلى تحسين في أداء المؤسسة المبحوثة بقيمة (1.237).

أما بالنسبة: لمعنوية كل من معلّمات معادلة الانحدار البسيط $(B_0 \text{ و } B_1)$ تعتمدان على قيم (Sig) واختبار (T) ومن خلال نتائج الجدول رقم (21) نلاحظ أن قيمة اختبار $(T=-0.908)$ وقيمة (Sig=0.379) بالنسبة للمعلّمة B_0 وهي غير معنوية لأنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما قيمة اختبار $(T=5.321)$ وقيمة (Sig=0.000) بالنسبة للمعلّمة B_1 وهي معنوية لأنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة $(\alpha \leq 0.05)$.

ومن خلال نتائج الجدول السابق تكون معادلة الانحدار المقدره لهذا النموذج كالتالي:

$$Y = -0.751 + 1.237 X$$

حيث أن:

X: هو المتغير المستقل (العلاقات العامة في قناة الشروق)

Y: هو المتغير التابع (والأداء في قناة الشروق)

- وفي الأخير ومن خلال تحليل نتائج الجداول الثلاثة السابقة يمكن الحكم على صحة الفرضية (الرئيسية) (H_1) التي تنص على أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$."

- ورفض الفرضية الصفرية البديلة (الرئيسية) (H_0) التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة وتحسين الأداء في مؤسسة قناة الشروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$."

..iii

نتائج

الدارسة: بعد تفرغ الاستمارات وتحليلها ومناقشة الفرضيات توصلنا للنتائج التالية:

بالنسبة

أ.

لوظيفة التخطيط للعلاقات العامة:

يؤكد

أفراد عينة الدراسة أن هناك عقبات تواجه تنفيذ برامج العلاقات العامة على مستوى قناة الشروق وقد يرجع ذلك لحدثة قسم الاتصال والعلاقات العامة على مستوى المؤسسة.

- يساهم قسم الاتصال والعلاقات العامة في تصميم السياسة الاتصالية للمؤسسة.
- يتم تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة بصفة دورية.
- البرامج المخططة من طرف قسم الاتصال والعلاقات العامة بقناة الشروق موجهة للجمهورين الداخلي والخارجي.
- كما يؤكد المبحوثون أن كافة الأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة على مستوى المؤسسة مخطط لها مسبقا.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة أن البرامج التي يخططها وينفذها قسم الاتصال والعلاقات العامة بالقناة هي برامج فعالة وتحقق النتائج المرجوة.
- أما نسبة تأثير وظيفة التخطيط في العلاقات العامة على تحسين أداء قناة الشروق فكان عند مستوى 39.4% ويعد تأثير متوسط.
- ب- بالنسبة لوظيفة البحث في العلاقات العامة:
 - أكد المبحوثون على أهمية إجراء بحوث العلاقات العامة على مستوى قناة الشروق، بالنظر لضعفها على مستوى المؤسسة.
 - التزم أفراد عينة الدراسة الحياد حول إذا ما كان قسم الاتصال والعلاقات العامة يقوم بإجراء بحوث حول البيئة المنافسة.
 - لا يتم إجراء بحوث من قبل قسم الاتصال والعلاقات العامة حول نظرة الجمهور الخارجي للمؤسسة، وبالتالي عدم القدرة على معرفة الصورة الذهنية.
 - كما لا يتم إجراء أي بحوث أو استقصاء حول الرضا الوظيفي للعاملين بقناة الشروق من طرف قسم الاتصال والعلاقات العامة.
 - لا يتم تقصي طبيعة العلاقات الإنسانية والاجتماعية بين العاملين بقناة الشروق من طرف قسم الاتصال والعلاقات العامة.
 - لا يتم استشارة العاملين بالقناة حول طبيعة ومكونات برامج العلاقات العامة الموجهة لهم.
 - أما فيما يتعلق بنسبة تأثير وظيفة البحث في العلاقات العامة على تحسين أداء قناة الشروق فقدرت بـ 27.7%، ويعد هذا المستوى من التأثير ضعيفا.
 - ج- بالنسبة لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة:

- يؤكد أفراد عينة الدراسة أن من الضروري تصميم برامج اتصالية أكثر نجاعة من قبل قسم الاتصال والعلاقات العامة.
- يقوم قسم الاتصال والعلاقات العامة بتصميم وتنفيذ الحملات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة.
- يتم تنظيم أنشطة اتصالية من قبل قسم الاتصال والعلاقات العامة موجهة للجمهورين الداخلي والخارجي للمؤسسة.
- يتم استخدام كافة الوسائل الاتصالية المتاحة لقسم الاتصال والعلاقات العامة اثناء تنفيذ الأنشطة الاتصالية الخاصة بالعلاقات العامة.
- يعتبر المبحوثون أن الاتصال التي يتبعه قسم الاتصال والعلاقات العامة هو اتصال فعال ويحقق أهدافه.
- فيما يتعلق بنسبة تأثير وظيفة الاتصال في العلاقات العامة على تحسين الأداء في قناة الشروق فقد قدرت بـ 53.1%، ويعد مستوى التأثير متوسطا.
- د- بالنسبة لوظيفة التنسيق في العلاقات العامة:
الخطط الخاصة بالعلاقات العامة على مستوى القناة متناسقة مع الخطة الشاملة على مستوى قناة الشروق.
هناك تنسيق لأنشطة العلاقات العامة مع البيئة الخارجية للمؤسسة.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة أن قسم العلاقات العامة يقوم بتنظيم نشاطات مشتركة مع مؤسسات إعلامية أخرى.
- يقوم قسم الاتصال والعلاقات العامة على مستوى قناة الشروق بتنظيم أنشطة مشتركة مع الأقسام ذات العلاقة التنظيمية المباشرة بالقناة.
- لا يوجد تداخل بين الأنشطة التي ينظمها قسم الاتصال والعلاقات العامة والأنشطة التي تنظمها باقي الأقسام.
- أما فيما يتعلق بنسبة تأثير وظيفة التنسيق في العلاقات العامة على أداء قناة الشروق فقد قدرت بـ 15.3% وهي نسبة ضعيفة جدا.
- ه- بالنسبة لوظيفة التقييم في العلاقات العامة:
يتم اجراء تقييم لأنشطة وبرامج العلاقات العامة بصفة دورية.

- يتم
اجراء تقييم مرحلي ونهائي لأنشطة العلاقات العامة التي ينظمها قسم الاتصال والعلاقات العامة، مع اغفال للتقويم القبلي.
- لا توجد
أي صعوبات في اجراء عمليات التقويم على مستوى المؤسسة.
- فيما
يخص نسبة تأثير وظيفة التقويم في العلاقات العامة على تحسين الأداء في قناة الشروق فتقدر بـ 49.4%، وهي نسبة متوسطة.
و- بالنسبة لمحور الأداء المؤسسي:
- حسب
أفراد العينة فان هناك استغلالا أمثلا للموارد المالية والبشرية والمادية المسخرة لقسم الاتصال والعلاقات العامة.
- يقوم
قسم الاتصال والعلاقات العامة بتخفيض تكاليف انجاز الحملات الإعلامية لتحقيق أكبر قدر ممكن من المداخيل للمؤسسة.
- يساهم
قسم الاتصال والعلاقات العامة بتحقيق أرباح وزيادة المداخيل المالية لقناة الشروق.
- تحقيق
قسم الاتصال والعلاقات العامة لأهدافه الخاصة يساهم في نجاح المؤسسة وتحقيق أهدافها.
- يساهم
قسم الاتصال والعلاقات العامة في تحسين من جودة المنتجات الإعلامية التي تقدمها المؤسسة.
- يساهم
قسم الاتصال والعلاقات العامة في بناء صورة ذهنية لدى الجمهور الخارجي بأن قناة الشروق تعتبر أفضل منتج للمنتجات الإعلامية، وبأنها مؤسسة رائدة في مجال الإعلام.
- يساعد
قسم الاتصال والعلاقات العامة قناة الشروق على امتلاك مكانة في ظل المنافسة الموجودة.
- إعتبر
المبحوثون أن قسم الاتصال والعلاقات العامة يساهم في الرفع من فعالية المؤسسة.
- لا
يساهم قسم الاتصال والعلاقات العامة في قناة الشروق في التحسين كمن الرضا الوظيفي للعاملين بالقناة.
- لم
يفصل المبحوثون بكون السياسة الاشهارية تساعد في تحقيق أرباح.
- ز- بعد تحليل وتفريغ الاستثمارات ومناقشة فرضيات الدراسة توصلنا الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظيفة العلاقات العامة وتحسن الأداء في مؤسسة قناة الشروق، حي كانت نسبة التأثير عند مستوى 66.9% ويعد مستوى هذا مرتفعا.
- .IV خاتمة

لقد قمنا من خلال بحثنا هذا إلى دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمؤسسات الإعلامية، حيث تم التنقل إلى مؤسسة قناة الشروق، إذ قمنا بدراسة الاستبيان، حيث تم إعداد وتصميم استمارة استبيان وتحكيمها، وكذا قمنا بتوزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في العاملين بقسم الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة ومديري الأقسام بذات المؤسسة، وقد استهدفت هذه الدراسة معرفة الدور الذي تشكله وظائف العلاقات العامة (التخطيط، البحث، الاتصال، التنسيق، التقويم) وتأثيرها على تحسين أداء قناة الشروق.

حيث تم استخدام برنامج *SPSS20* لعملية المعالجة الإحصائية للبيانات المجمعة من الاستبيان لمعرفة مدى صدق وثبات أداة الدراسة، وكذا تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة، كما تم أيضا استخدام أساليب إحصائية وصفية واستدلالية.

وبعد عملية التحليل الإحصائي تبين لنا صحة الفرضية الرئيسية للدراسة، على أنه يوجد دور ذو دلالة إحصائية للعلاقات العامة (المتغير المستقل) في تحسين الأداء (المتغير التابع) بمؤسسة قناة الشروق.

الإحالات والمراجع:

- 1- رضوان بلخيري، سارة جابري مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1 (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2013).
- 2- فهمي محمد العدوي مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011).
- 3- رضوان بلخيري، العلاقات العامة وصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة، ط1، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2017).
- 4- علي برغوث، العلاقات العامة أسس نظرية و مفاهيم عصرية (القاهرة: معهد البحوث و الدراسات العربية، 2007).
- 5- علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، (القاهرة: مكتبة الإشعاع، 2002).
- 6- عبد الناصر احمد جرادات، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق (عمان: دار اليازوري العلمية، 2008).
- 7- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، (بيروت: دار الجليل، 1994).
- 8- نيقين أحمد غياشي، ديناميكية العلاقات العامة الداخلية، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2008).
- 9- شريف أحمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2006).
- 10- محمد مرضي الشمري، المدخل لدراسة العلاقات العامة والإعلام، ط1، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2016).
- 11- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتاب للطباعة والنشر، 2004).
- 12- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال في المؤسسات الحديثة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007).
- 13- ANNE MARIE FERICELI, BRUNO SIRE, *Performance et Ressources Humaines* (paris, Edition Economica, 1996).
- 14- فلاح حسن عداي الحسيني، الإدارة الإستراتيجية، (عمان: دار وائل للنشر، 2000).
- 16- علي عبد الله، أثر البيئة على أداء المؤسسة العمومية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة الجزائر، 1999).
- 17- عبد السلام أبو قحف، أساسيات التنظيم والإدارة، ط3، ج1 (عمان: دار المعرفة، 2001).
- 18- سعد صادق بحيري، إدارة توازن الأداء، (الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر، 2004).
- 19- جمال محمد أبو شنب: السياسات الإعلامية، (القاهرة دار المعرفة، 2008).
- 20- بلحميتي محمد، واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإدارات العمومية بولاية مستغانم، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع (الجزائر: جامعة وهران 2، 2018-2019).
- 21- بلقي فطوم، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية الخدمائية: دراسة ميدانية ببلدية المسيلة، رسالة ماجستير قسم علم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2003-2004).
- 22- بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبترول وكمياء سكيكدة، مذكرة ماجستير اتصال وعلاقات عامة، (الجزائر: جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010).