

الوظيفة الاتصاليّة لإدارات العلاقات العامة

دراسة تطبيقية للأنشطة والبرامج الاتصاليّة بمؤسسات الإعاقة في المملكة العربية السعودية

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في العلاقات العامة

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال-قسم العلاقات العامة

إعداد الطالبة

فردوسه بنت جبريل أبو القاسم فلاته

المشرف العلمي

د. محمد بن سليمان الصبيحي

وكيل كلية العلام والاتصال للدراسات العليا والبحث العلمي

*الباحثة:

باحثة دكتوراه صحافة ونشر الكتروني بجامعة الإمام - ماجستير إعلام تخصص علاقات عامة بتقدير ممتاز مع

مرتبة الشرف الأولى - كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٤٣٦ هـ بكالوريوس تربية

خاصة مسار صعوبات تعلم جامعة الملك سعود

□ مساعدة الأمين العام للجنة الوطنية للطفولة بوزارة التعليم -. المديرية التنفيذية للقسم النسائي للجمعية الخيرية

لصعوبات التعلم -إعلامية

جوال : ٠٠٩٦٦٥٠٤٢٠٠٩٥٤

بريد إلكتروني: f.falata@gmail.com تويتر [@Fardos.jQ](https://twitter.com/Fardos.jQ)

ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة التطبيقية في إطارها (التطبيقي والميداني) واقع الوظيفة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة بالمملكة العربية السعودية. وقد هدفت الباحثة إلى صياغة رؤية ومنهجية علمية تنعكس على واقع العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة، وفي ظل سعيها لدراسة الظاهرة وصياغتها في تساؤلات وفقاً للمنهج العلمي الأنسب؛ للتعبير عنها كمياً وكيفياً من خلال المعلومات المتعمقة للواقع. تطلب موضوع الدراسة تحديد ثلاثة مجتمعات، فتناولت الدراسة الكيفية مجتمع ممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة التي بها إدارة أو قسم للعلاقات العامة، يعمل فيها ثلاثة موظفين فأكثر باستخدام أسلوب الحصر الشامل، قدمت نتائجها الكيفية مجموعة من المعلومات التي تشير إلى واقع الممارسة، فيما كان التعبير بمنهج كمي من خلال مجتمعي الدراسة (الجمهور الداخلي للعاملين في مؤسسات الإعاقة باستخدام الحصر الشامل. وسعت الدراسة إلى التعرف على واقع الممارسة المهنية بنسق علمي يتوافق بين المنهجين ومجتمعات الدراسة؛ من خلال تساؤلات تستكشف مفهوم الوظيفة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة والتنظيم الإداري للعلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة، والمؤهلات التخصصية والمهارية لممارسي العلاقات العامة، والتخطيط للبرامج والأنشطة الاتصالية التي تنفذها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة، ومحتوى الرسائل الاتصالية، ومدى تفاعل الجمهور مع الأنشطة والبرامج الاتصالية وقياسه، والمعوقات والصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في عملية الاتصال في مؤسسات الإعاقة بالمملكة العربية السعودية، وفي جانبها الميداني تكشف عن وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة مع الجمهور (الداخلي والخارجي)، ودرجة رضا الجمهور (الداخلي والخارجي). وقد توصلت لعدد من النتائج، ومنها أن (٨٧,٨٪) يرون أن مفهوم الوظيفة الاتصالية وضع برامج وأنشطة اتصالية تحسن الصورة الذهنية للمؤسسة، وتقع الجمهور بها لكسب رضاهم عن خدماتها. وتبين أن التنظيم الإداري للعلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة بالمملكة العربية السعودية (٤٠٪) في مستوى قسم مستقل، وتبين أن (٥٥,١٪) لديها خطة لكن غير مفعلة ولا تقوم على تخطيط استراتيجي، أما البرامج والأنشطة الاتصالية كأدوات لبناء علاقات اتصالية مع الآخر، تبين أن (٧١,٤٪) من البرامج والأنشطة (الأكثر استخداماً هي الأنشطة والفعاليات الاجتماعية في الأيام والمناسبات العالمية والعربية الخاصة بالإعاقة، وبمحتوى للرسائل الاتصالية يركز على تغطية الفعاليات والأنشطة المقامة، وبينت النتائج أن المعوقات التي تواجهها الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة تبدأ بغياب التخطيط العلمي السليم للبرامج والأنشطة الاتصالية بنسبة (٧١,٤٪)، وشكل ضعف التنسيق بين مؤسسات خدمات ذوي الإعاقة وتشنت جهودها في البرامج الاتصالية (٥٧,١٪)، واتضح تواضع دعم وتفاعل وسائل الإعلام مع برامج وأنشطة العلاقات العامة الاتصالية. وفي ضوء النتائج قدمت الباحثة عدد من التوصيات منها التنسيق لتوحيد الجهود بين مؤسسات الإعاقة في المملكة لعدم تشتت الجهود كون الإعاقة قضية بينية تتداخل فيها عدة جهات، كما تمت التوصية بتقديم مواد دراسية عن الإعاقات ومهارات التعامل مع ذوي الإعاقة ضمن الخطط الدراسية لأقسام مسار العلاقات العامة في الكليات والجامعات .

Abstract

This Applied study deals in which (Applied and field) and the reality of the communicative function of the public relations departments of disability organizations in the Kingdom of Saudi Arabia. The researcher aimed to formulate a vision and scientific methodology reflected the reality of public relations in disability institutions, and in the quest to study the phenomenon and the questions formulated in accordance with the scientific method most appropriate; to express them quantitatively and qualitatively through in-depth information of reality. The subject of the study required to identify three communities, grabbed a study of how practitioners of public relations community in disability institutions by the administration or the Department of Public Relations, where three employees or more works by using comprehensive inventory method, and response (49) (123) single tool personal interview, presented their findings how the collection of information that indicate the practice, While the expression through a quantitative approach through community-based study (internal audience for workers in disability institutions using the comprehensive inventory and response (98) from (100) single, and external random sample stratified responded to them (153) from (200) Single surveyed by tool study (questionnaires). The study aimed to identify the reality of professional practice through questions explore the concept of function communication practitioners of public relations in disability management and organization of public relations in disability institutions, and professional qualifications and skill of the practitioners of public relations, and planning of programs and activities of communication carried out by the Public Relations in disability institutions institutions, and content of the communication messages that focus on them, and the extent of the public's interaction with the activities and programs of communication and measured, and the obstacles and difficulties faced by practitioners of public relations in the communication process in disability, Saudi Arabia, institutions, and in the field for its part reveal the means and methods of communication used with the public (internal and external), and the degree of public satisfaction (internal and external). The study concluded that many of the results, including:

In the context of public relations practitioners results of the study showed that the concept of function and connectivity by (87.8%) see it as the development of programs and activities of communication improved mental image of the institution, and convince the public to gain their satisfaction with communication services. In the context of the conceptual framework shown (63.3%) said they contact and understanding between the institution and the community; to achieve a common interest through programs and activities of communication planned using appropriate means and turns in the administrative organization of public relations in disability institutions in the Kingdom of Saudi Arabia that the majority in the level of a separate section (40%), The results of the study provide budgets by (55.1%), but it is not sufficient for the programs and activities and delayed disbursement, also revealed that senior management has delegated public relations officials in disability institutions powers to do the activity communication by (46.9%) without administrative obstacles, the results indicate the administrative support good, On the personal skills and qualifications for public relations practitioners in disability institutions in the Kingdom results showed low percentage of specialization in the field (24.5%) compared to other specialties, and also showed the percentage (66.57%). In light of the results of the study represented (55.1%) proportion of a plan but it is disabled and strategic planning based on scientific planning he lost despite the presence of the plan, and this refers to a defect in the contact activity loses its identity, The programs and activities of communication tools to build communication links with the other, show that (71.4%) of the programs and activities (the most commonly used are the activities and social events in the days of global, Arab and special events disability,

Mass communication in the framework of the means used by the public relations to communicate with internal and external public showing that the use of (internal circulars) beats in the internal affairs advanced as a result of (b 79%)he means of social communication are progressing List communication means used with external audiences by (77.75%), and this technical movement to make printed materials (Enterprise publications like magazine , brochures and pamphlets periodic internal) occupies a late mattresses internal to the public, come (documentaries for the institution) of the institution means of communication at least response from the external audience.

The results showed that the public disability organizations (internal and external) expresses its response to the most commonly used methods of communication by the superiority of public relations for the personal touch (meetings - personal interviews) (78.75%), The results also show high public interaction (internal and external) with social activities for days and special occasions disability rate (75.5%), and this refers to raise awareness of community participation, to achieve part of the objectives of the disability organizations good interaction; for the development of mutual understanding with the public, And summed up all those professional practices interaction of the public with communication activities that meet the needs and pleases him, and satisfaction as a variable varies between public (internal and external) turned out results that satisfaction moderately (39.8%) internal to the public and (34.4%) satisfaction outside the public about the programs of communication and activities carried out by public Relations in disability institutions in the Kingdom.

الفصل الأول

مدخل لموضوع الدراسة وأهميته.

لقد شهد الاتصال بكافة أشكاله ومجالاته تطورات متسارعة، فهو أساس العلاقات العامة وأحد أهم وظائفها، حيث جاء تطور العلاقات العامة مهنيًا ووظيفيًا؛ نتيجة لتزايد الاهتمام العلمي والأكاديمي بهذا المجال، إضافة إلى الحاجة لتطبيقاتها العملية في المنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة في ظل تعقد هياكلها التنظيمية، وابتعادها تبعًا لذلك عن الاتصال المباشر بجماهيرها، لقد أدى الاهتمام بها إلى تزايد العناية بوظائفها الاتصالية والإعلامية والإدارية مع ظهور وظائف جديدة استدعتها مهامها الجديدة⁽¹⁾ وتعد الوظيفة الاتصالية إحدى أهم هذه الوظائف، فقد جاء ظهورها لحاجة المؤسسات إلى كسب ثقة الجمهور وتأسيس علاقة تبادلية متوازنة بينهما باستخدام الأساليب العلمية والبحثية بما يهيئ الفهم المشترك بين المنظمة وهذه الجماهير (داخلية - خارجية)، ويكفل قيامها بأدوارها المختلفة، ويتنامى الاهتمام بالعلاقات العامة على وجه العموم ووظيفتها الاتصالية بشكل خاص للمؤسسات التي تقدم خدمات اجتماعية كمؤسسات الإعاقة على اعتبار أن الاتصال بكافة أشكاله هو محور عملها وبرامجها وأنشطتها ورسالتها المجتمعية، بالإضافة لكونه أداة لبناء سمعة جيدة عن المؤسسة عند جماهيرها.

(1) الشبل، محمد بن يوسف. (٢٠٠٧) تطبيقات الوظيفة الاستشارية للعلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير، كلية الدعوة والاعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض. ص.٣.

يشير الإحصاء العالمي إلى أن (١٥٪) من سكان الأرض يعانون من إحدى الإعاقات المختلفة، وترتفع النسبة لتصل إلى (٢٠٪) لدى البلدان النامية، والمملكة بوصفها إحدى هذه الدول فهي تقدّم الخدمات والرعاية لذوي الإعاقة ضمن منظومة خدمات عدة: جهات طبية، اجتماعية، وتعليمية، وتأهيلية حتى أصبحت المملكة العربية السعودية من الدول العربية الرائدة في تطبيق الأساليب التربوية والتقنيات الحديثة لذوي الإعاقة^(١)، وهذا التوسع انعكس على تنامي تقديم الخدمات المقدمة لهم من قبل المؤسسات بتخطيط براعي جميع خصائصهم من خلال تنفيذ الأساليب والوسائل عند تقديم البرامج والأنشطة، وفي هذا السياق التنظيمي الاجتماعي رأَت الباحثة أن تركز الدراسة على الخدمات الاتصاليّة لبرامج وأنشطة مؤسسات الإعاقة الحكومية؛ كون هذه المؤسسات تعمل بنظام اتصالي تبادلي يتطلب إدارة علاقات عامة تكفل لها الاستمرارية والنجاح بربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي، ولما يمثله الاتصال من أهمية كبرى بالنسبة للمؤسسات، فجاحه مرهون بقدره التمكن في استخدام عناصره وبلورتها في نسيج اتصالي يعكس التفاعل المطلوب بين المؤسسة وجمهورها المختلفة، لهذا فإن جزءاً كبيراً من نجاحه يتوقف على مهارة العلاقات العامة في توثيق هذا النسيج من خلال الوظيفة الاتصاليّة.

والعلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة تحمل نفس الأهداف، وتتميز بأن لها علاقات أيضاً مع جماهير خاصة، لذا تطبيقها كعملية اتصالية مخططة وهادفة أمر يستدعي تحقيق رغبات واحتياجات هذا الجمهور الخاص بإيجاد البرامج العلمية والعملية الاتصاليّة المناسبة له، ويأتي دور مؤسسات الرعاية الخاصة للمعوقين في نقل الصورة الحقيقية لتوضيح مدى حاجتهم للاندماج في المجتمع من خلال التوظيف الأمثل لأنشطة العلاقات العامة بنشر المعلومات والحقائق في مجال الإعاقة بمختلف أشكالها وأنواعها، بالإضافة إلى جهود المؤسسة التي تقوم بها لخدمتهم^(٢).

إن جهاز العلاقات العامة من أهم الأقسام في المؤسسات الحكومية؛ وذلك لأنه يتعامل مع الجمهور بطريقة مباشرة، فهو أحد الداعم والمقومات الأساسية التي تساعد المؤسسة على نجاح مهمتها وتحقيق أهدافها، وإن كانت هذا العمليات تمارس في جميع المؤسسات بتنظيم مخطط له؛ لتقديم خدمات متكاملة، فإنها في مؤسسات الإعاقة أكثر تنوعاً وأهمية، ومناطق بها الكثير؛ لأنها تختص بفئة تحتاج لخدمات وجهود خاصة مناسبة، لتغيير المفاهيم حول الأشخاص ذوي الإعاقة؛ بوصفهم فئة ذات حقوق وواجبات اعتبارية في المجتمع. فمعرفة الاتجاهات نحو الإعاقة في المجتمع من أهم الأساسيات في عملية الاتصال مع الجمهور الداخلي أو الخارجي، بل تساعد مسؤولي العلاقات العامة في إنجاح البرامج والأنشطة الخاصة بالتوعية والإرشاد الأسري لذوي الأفراد المعاقين، كما تعرف بنوعية الخدمات والتشريعات التي يمكن أن يصدرها المجتمع لصالح فئات الإعاقة المختلفة وتعديل اتجاهات الأفراد السلبية نحو الإعاقة. كما تعمل عبر وسائل الاتصال الجماهيرية على تشكيل اتجاهات الأفراد^(٣).

(١) الخشرمي، سحر بنت أحمد. (٢٠٠٣م). تطور التربية الخاصة في المملكة العربية السعودية - برامج التوحد نموذجاً - ورقة عمل مقدمة إلى الأسبوع الثقافي السعودي في الأردن - عمان. ص.٤.

(٢) تركستاني، عبد العزيز بن عبد الستار. (شوال ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٨ ديسمبر). دور العلاقات العامة والإعلان في خدمة الجهود التطوعية لرعاية المعوقين ورقة مقدمة إلى المهرجان الأول لرعاية المعوقين وتأهيلهم، جدة. ص.٩.

(٣) الخطيب، عاكف. (٢٠٠٩). اتجاهات أفراد المجتمع نحو الأشخاص ذوي الحاجات الخاصة قضايا معاصرة في التربية الخاصة، مقال علمي، منتدى الخليج أطفال ذوي الاحتياجات الخاصة الإلكتروني. ص.٥.

وفي ظل هذه المتغيرات تصبح الحاجة ضرورية لتحليل الأنشطة والبرامج الاتصالية في هذه المؤسسات، ومعرفة واقع الممارسة الاتصالية لها على افتراض أن عملية الاتصال تتفاعل مع متغيرات البيئة التي تتواجد فيها إدارة العلاقات العامة من حيث حجم المؤسسة والجمهور ونوعيته، وطبيعة النشاط، وملاءمتها للجمهور، واهتمام الإدارة العليا، ومعوقات الاتصال وأساليب وتقنيات الاتصال، وبذل جهود اتصالية وطنية مكثفة ومخطط لها جيداً من شأنه أن يخفض نسبة حدوث وانتشار الإعاقة بشكل ملحوظ، فالاهتمام في المجتمعات الإنسانية بوجه عام ينصب على الوقاية، وإذا لم يهئ صاحب القرار مناخاً خصباً لممارسة مهنية تسعى لدعم الإعاقة كقضية ومسؤولية ودفعها للنجاح والإبداع والتطوير المستمر فلن تتحقق الوظيفة الاتصالية ولن تتحقق أهداف المؤسسة.

وسعيًا لذلك التطوير بأبعاده وعناصره، ترى الباحثة أهمية دراسة واقع الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة. ويعود ذلك لمعايشتها للواقع حيث طبيعة عملها وتخصصها في المجال لأكثر من ١٥ سنة جعلها مطلعة على مكامن القوة والضعف في العملية الاتصالية في مؤسسات الإعاقة، فقد رأت أن هناك الكثير من الجهود والدعم المادي واللوجستي من الدولة لخدمة ذوي الإعاقة، إلا أن هذه الجهود قد تكون قاصرة في الوصول بالشكل المناسب للجمهور الخارجي والداخلي؛ لضعف الجانب الاتصالي. وتأمل أن تقدّم نتائج هذه الدراسة إضافات علمية وعملية تسهم في رفع الوعي بأهمية الدور الاتصالي للعلاقات العامة بمؤسسات الإعاقة. وتبني القيادة العليا في مؤسسات الإعاقة والمجتمع عامة الفكر الداعم لأهمية العلاقات العامة في صناعة القرار الاتصالي مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة للحصول على ثقة ومكاسب مشتركة. والتأكيد على أن البرامج والأنشطة الاتصالية من أهم الخدمات المساهمة في بناء سمعة وصورة ذهنية عن المؤسسة وخدماتها.

مصطلحات الدراسة:

- **الوظيفة:** تعني: "مجموعة المهام التي يقوم بها شاغل الوظيفة لأداء دوره المطلوب"، والوظيفة هي الوحدة الأساسية التي يتكون منها كل تنظيم، وهي عبارة عن منصب يشتمل على واجبات ومسؤوليات خاصة ومعينة من قبل سلطات تقتضي من شاغلها تخصيص وقت عمله الكامل لها.
- **العلاقات العامة:** عرفها إبراهيم إمام بأنها: نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة لجمهور المؤسسة؛ وذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجمهور.^(١)
- **الاتصال: Communication:** كلمة الاتصال مشتقة من لفظها الإنجليزي من أصل لاتيني (Communis) أي: (Common) بمعنى مشارك، والاتصال هو العملية التي ينتقل بمقتضاها معنى بين الأفراد. بمعنى آخر: عملية يقوم بها شخص أو مؤسسة بنقل رسالة تحمل المعلومات والآراء والاتجاهات والمشاعر إلى الآخرين لهدف ما عن طريق الرموز بغض النظر عما يعترضها من تشويش.^(٢)

(١) إمام، إبراهيم. (١٩٩٨). العلاقات العامة والمجتمع ط٣. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ص٩.

(٢) C.H wright، MASS Communication، A sociological perspectine (New York: Rondum house، 1959)، P. 11.

• **مؤسسات الإعاقة:** هي المؤسسات والجهات المختصة بتقديم خدمات ورعاية خاصة لذوي الإعاقة المصابين بوحدة أو أكثر من الإعاقات التي تتطلب رعاية خاصة، مثل: (الإعاقة البصرية، الإعاقة السمعية، الإعاقة العقلية، الإعاقة الجسمية والحركية، صعوبات التعلم، اضطرابات النطق والكلام، الاضطرابات السلوكية والانفعالية، الإعاقات المزدوجة والمتعددة، التوحد وغيرها...).

• **الأنشطة الاتصالية:** هي كل ما تقوم به العلاقات العامة من وظائف وفعاليات، مستخدمة وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الجمهور عن المؤسسة.⁽¹⁾

• **التعريف الإجرائي للوظيفة الاتصالية الذي تتبناه الباحثة في هذه الدراسة:**

هي كل ما تنفذه العلاقات العامة من برامج وأنشطة اتصالية مخططة ومنظمة باستخدام أنسب الوسائل والأساليب الاتصالية (حسب نوع ودرجة الإعاقة)؛ للوصول إلى الجماهير الداخلية والخارجية وكسب ثقتها لمصلحة مشتركة.

ممارس العلاقات العامة إجرائياً كما تراه الباحثة: من يتمكّن من الأداء الوظيفي للاتصال، ببناء سمعة وصورة ذهنية جيدة وإيجابية عن جهود المؤسسة، من خلال الاتصال المتبادل الإقناعي بالوسائل الاتصالية، عبر البرامج والأنشطة الاتصالية؛ لدمج مصالح الجمهور مع مصالح المؤسسة.

الحدود المكانية والمكانية:

إدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في جميع مناطق ومحافظات المملكة العربية السعودية. والحدود الزمانية خلال العام الدراسي ١٤٣٥-١٤٣٦ هـ الموافق ٢٠١٤/٢٠١٥ م بين الدراسة النظرية، والدراسة الميدانية، وجمع البيانات وتحليلها.

الدراسات السابقة:

أشار التراكم العلمي إلى ندرة الدراسات التي بحثت الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في مجال الإعاقة على وجه الخصوص، تناولت بعض الدراسات العربية الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة لجهات ومؤسسات أخرى غير الإعاقة، كما أن هناك دراسات عنيت بالاتصال وأشكاله في بيئات متعددة، ودراسات عنيت بالأشخاص ذوي الإعاقة، ولكن الواقع العملي بين الحاجة لمعرفة واقع ممارسة الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة من خلال الأنشطة والبرامج، وأنماط ووسائل الاتصال ومحتواه، لذا فإن الباحثة تهدف من عرض الدراسات السابقة لوصف طبيعة ممارسة الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في مجالات غير الإعاقة، والأساليب الاتصالية لها، وأنشطتها، والعوامل المؤثرة فيها مع الجمهور الداخلي والخارجي، ومدى اتفاق أو اختلاف نتائجها حول الدراسة الحالية والاستفادة منها. وباستعراض الدراسات السابقة وربطها بالدراسة الحالية، تم التوصل إلى عدد من النتائج ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة الحالية.

(١) عتوم، أحمد أمين. (٢٠١٠م)، أهمية أنشطة الاتصال في عمل العلاقات العامة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان. ص ١٥.

مشكلة الدراسة:

تتخصر مشكلة الدراسة في معرفة واقع الوظيفة الاتصاليّة في مؤسسات الإعاقة وأساليبها ووسائل اتصالها، ومدى تحقيقها لأهدافها من خلال الأنشطة والبرامج الاتصاليّة للجماهير بالوسائل المختلفة والمناسبة لكل إعاقة.

أهداف الدراسة:

١. معرفة مفهوم الوظيفة الاتصاليّة لممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة
٢. معرفة التنظيم الإداري لإدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة.
٣. معرفة المؤهلات التخصصية والمهارية لممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة
٤. معرفة التخطيط للبرامج والأنشطة الاتصاليّة في مؤسسات الإعاقة.
٥. معرفة البرامج والأنشطة الاتصاليّة التي تنفّذها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة
٦. معرفة محتوى الرسائل الاتصاليّة التي تركّز عليها العلاقات العامة
٧. معرفة وسائل الاتصال المستخدمة مع الجمهور (الداخلي والخارجي) في مؤسسات الإعاقة
٨. معرفة أساليب الاتصال المستخدمة مع الجمهور (الداخلي والخارجي) في مؤسسات الإعاقة
٩. معرفة مدى تفاعل الجمهور مع الأنشطة والبرامج الاتصاليّة، وقياسه في مؤسسات الإعاقة
١٠. معرفة درجة رضا الجمهور (الداخلي والخارجي) عن الأنشطة والبرامج في مؤسسات الإعاقة
١١. معرفة المعوقات والصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في عملية الاتصال في مؤسسات الإعاقة.

تساؤلات الدراسة: في ضوء المشكلة البحثية وأهداف الدراسة سعت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. تساؤلات لممارسي العلاقات العامة
٢. تساؤلات للجمهور الداخلي
٣. تساؤلات للجمهور الخارجي

منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهجية (التطبيقية والميدانية) لدراسة الواقع أو وصف الظاهرة وشرحها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً من خلال المعلومات المتعمقة من خلال العينة المبحوثة عن طريق الاستبيانات ذات الأسئلة المفتوحة أو المقابلة الشخصية، وحيث تطلبت هذه الدراسة أن تستخدم الباحثة الطريقة المختلطة: منهج كيفي (المقابلة لممارسي العلاقات العامة)

ومنهج كمي (الاستبانة للجمهور الداخلي والخارجي)؛ إذ إن التعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضّح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها بالظواهر الأخرى.⁽¹⁾

مجتمع الدراسة. يمثل مجتمع هذه الدراسة ثلاثة مجتمعات:

1. **المجتمع الأول:** ممارسو العلاقات العامة في إدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة الحكومية.
2. **المجتمع الثاني:** الجمهور الداخلي في مؤسسات الإعاقة.
3. **المجتمع الثالث:** الجمهور الخارجي وهو كافة شرائح المجتمع الذين يتعاملون مع مؤسسات الإعاقة من ذوي الإعاقة أو أولياء الأمور، أسر ذوي الإعاقة والمختصين والمهتمين، والميدان التربوي التعليمي، والإعلاميين والداعمين، والقطاع الخاص.

أدوات جمع البيانات:

- صممت الباحثة ثلاث أدوات لقياس أبعاد التعرف على واقع الوظيفة الاتصاليّة في مؤسسات الإعاقة من خلال:
1. دليل المقابلة الشخصية لممارسي العلاقات العامة.
 2. استبانة للجمهور الداخلي لمؤسسات الإعاقة.
 3. استبانة للجمهور الخارجي الذي يستفيد من خدمات مؤسسات الإعاقة

(1) عبيدات، ذوقان؛ وعدس، عبدالرحمن؛ وعبدالحق، كايد. (١٩٨٨م) البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، الأردن: دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، ص ١٨٧-١٨٨.

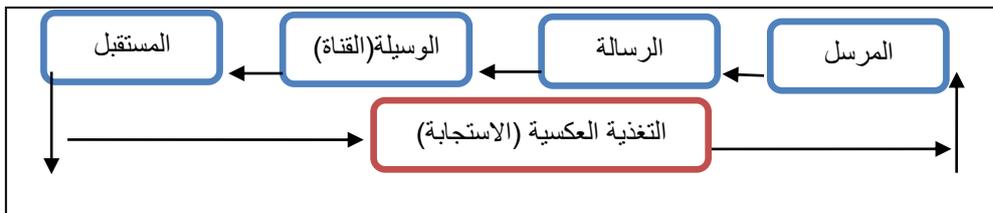
الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

يتناول هذا الفصل أدبيات البحث التي ترتبط بموضوع الدراسة (الوظيفة الاتصالية في العلاقات العامة) عن الاتصال في العلاقات العامة. -اتجاهات الاتصال في العلاقات العامة. -النماذج الاتصالية في العلاقات العامة-التنظيم الاتصالي للعلاقات العامة في المؤسسة. -أدوار الاتصال في العلاقات العامة. - الفرق بين الوظيفة الاتصالية والوظيفة الإعلامية. - وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة.

فالالاتصال هو عصب الحياة وجوهر أي علاقة تتحقق من خلاله الحاجات الإنسانية والاجتماعية، وهو عملية تتضمن الكثير من المشاركات في الأفكار والمعاني والمعلومات بتبادل الكلمات والكتابة أو الرسائل⁽¹⁾. وقد وُجِدَ الاتصال قبل العلاقات العامة أو بمعنى آخر أن العلاقات العامة قامت على الاتصال وأصبحت تشكل وظيفة أساسية ومهمة فيه. أي: أنها نشاط اتصالي يقوم على إبراز الحقيقية وبناء الصورة الذهنية للمؤسسة، وتوثيق العلاقة بين المنظمة والجمهور بمهارة فائقة ومتخصصة وفق منهجية علمية لتحقيق المصلحة المشتركة للطرفين، ومكوناته هي:

- المرسل (SOURCE): يقصد به منشأ الرسالة، وفي هذه الدراسة القائم بالاتصال هو ممارس العلاقات العامة والإدارة العليا في مؤسسات الإعاقة.
- الرسالة (MESSAGE): وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزياً سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة.
- المستقبل أو المتلقي (Receiver): الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية ويتأثر بها ويتفاعل معها.
- الوسيلة أو القناة (CHANNEL): الأداة التي بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال و في مبحثنا فإن الوسيلة تتعدد وتتنوع حسب نوع الإعاقة التي توجه لها سواء للمكفوفين أو للصم.
- الاستجابة التغذية الراجعة (Feedback): رد فعل المستقبل تصدر في عدة صور لفظية أو حركية نتيجة فهمه للرسالة.

شكل (١) مكونات العملية الاتصالية



(١) الصبيحي، محمد سليمان. (١٤٣٢). الاتصال الثقافي أطر معرفية ونماذج تطبيقية، ط١، الرياض. ص١٧.

الاتصال في وظائف العلاقات العامة:

يقصد بوظائف العلاقات العامة: عملية تحويل (الأهداف) إلى مجموعة من الأنشطة العملية التي تمارسها العلاقات العامة خلال العام^(١). وقد اجتهد الباحثون في تصنيفات ووظائف العلاقات العامة فنصفت إلى أربع وظائف أساسية، وهي: البحث، والتخطيط، والاتصال، والتقييم^(٢).

النماذج الاتصالية في العلاقات العامة تستفيد العلاقات العامة في المنظمات الحديثة من النماذج Model التي هي عبارة عن تركيب نظري يمثل عملية فيزيائية أو حيوية أو اجتماعية، مع مجموعة متغيرات ومجموعة علاقات منطقية أو كمية بين المتغيرات، حيث تساعد على الاستنتاج المنطقي فيما يتعلق بالقضايا والعمليات التي تبحثها، وتشكل مكوناً مهماً جداً من النظريات العلمية^(٣). وفي دراستنا هذه تساعدنا النماذج لمعرفة كيف تمارس عملية الاتصال في العلاقات العامة، فقد حدد "جيمس جرونج" G. Gronig، 1997 " أربعة نماذج توضح طبيعة ممارسة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة، ركزت على طبيعة الاتصال في المنظمات^(٤)، فقد درس الوظيفة الاتصالية وممارستها في العلاقات العامة من خلال النماذج التالية:

١- الوكالة الصحفية: Press Agency

٢- الإعلام العام: Public information

٣- غير المتوازن: Two –Way Asymmetrical

٤- المتوازن: Two –Way Symmetrical

٥- نموذج النفوذ الشخصي: personal Influence

٦- نموذج المترجم الثقافي: Cultural Interpreter

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية السعودية :

مرت العلاقات العامة في السعودية بعدة مراحل تطويرية، وكما هو الحال في معظم دول العالم والدول العربية، فقد كانت عملية الاتصال بين الحكومة والمواطنين في السعودية تعتمد على الاتصال الشخصي، ومع تعقد المجتمع وتحوله من مجتمع بسيط إلى كبير، وانتشار وسائل الاتصال وتناميها، انعكس ذلك على الاتصال بين أفراد المجتمع، وأصبحت الحاجة ملحة لوجود علاقات عامة تسهل عملية الاتصال في الدولة ومؤسساتها المختلفة، وبالتالي الأفراد.

(١) شعبان، حمدي. (٢٠٠٨م). وظيفة العلاقات العامة، الأسس ومهارات، القاهرة: مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر، ص٣٥.

(٢) حسين، سمير محمد. (٢٠١٤). العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقية، مصر: عالم الكتب، ص٥٦.

(٣) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة wiki/wikipedia.org موقع إلكتروني.

(٤) الجمال، راسم محمد، وعياد. خبير معوض. (٢٠٠٤). إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص٥١.

تطبيقات الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة

الإعاقة قضية عالمية ملازمة للإنسان عبر التاريخ البشري، فالأمراض الوراثية أو أمراض الطفولة أو الحوادث والإصابات والحروب كلها أسباب مدعاة لزيادة عدد الإعاقات ونسبتها في العالم، فهناك أكثر من (٦٠٠) مليون معاق حول العالم^(١) (٨٠٪) من جميع ذوي الإعاقة يعيشون في البلدان النامية. وقد شكلت رعاية وتأهيل المعاقين تاريخياً للاتجاهات الاجتماعية نحوهم عبر العصور والحضارات المختلفة. كما تعددت أساليب التعامل والتواصل معهم في كل المراحل.

المؤسسات الحكومية التي تقدم خدمات لذوي الإعاقة في المملكة

فئات الإعاقة هي أحد شرائح المجتمع التي جندت لها كافة الرعاية والاهتمام، وهذه الرعاية تنفذ وتدار من قبل مؤسسات وجهات تختص بها ولديها خطط وإستراتيجيات منظمة تعتمد عليها في التعامل مع هذه الفئة وفق الاحتياجات المطلوبة والمسؤوليات المناطة بها. ففي المملكة العربية السعودية تقدم الخدمات لذوي الإعاقة من قبل عدة جهات وتستند على الأنظمة واللوائح المحلية والدولية في تقديم الخدمات، وهي:^(٢) خدمات صحية-خدمات تعليمية وتربوية - التدريب والتأهيل-الخدمات الاجتماعية-الخدمات الثقافية والرياضية-الخدمات الإعلامية-خدمات تكميلية تساند الخدمات الأخرى.

العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة

إن الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لها أهمية في تحسين العلاقات بين الحكومة والجمهور، وتنمية الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين، ورفع سقف الإيجابية والتعاون معها، تنبع أهمية العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة؛ كونها نشاطاً اتصالياً رئيسياً تستند عليها الإدارة العليا، فمؤسسات الإعاقة تُعنى بشريحة مختلفة غير متجانس، لذا تأتي أهميتها في أنها تعمل على توعية وتنقيف المجتمع بأنواع الإعاقات ودرجاتها وكيفية التعامل معها وهذا أهم الأهداف التي تصوغها في شكل برامج وأنشطة اتصالية لتنمية العلاقات الاجتماعية والثقافية لكسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة لأهداف المؤسسة وسياساتها وإنجازاتها وخلق الألفة والتعاون من خلال خطط وبرامج وإعلام صادق. لقد ارتبط في أذهان الكثير بأن الإعاقة ترتبط بالعجز الكامل عن التعلم والنمو والحركة والضعف وعدم القدرة على الإنجاز والإبداع مهما كانت قدراتهم ومهاراتهم، وهذا المفهوم من المؤكد تعمل إدارة العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة على تغييره؛ كونها الأكثر تعاملًا مع هذه الفئات، من خلال البرامج الاتصالية التي تبين الصورة الحقيقية لهذه الفئة وحجم جهود المؤسسات والدولة لتنمية الاتجاه الإيجابي السليم نحوها^(٣).

(١) منظمة الصحة العالمية. (٢٠٠٦م) تقرير، بيانات وإحصاءات.

(٢) نظام رعاية المعاقين في المملكة، مرجع سابق. (٣٧/م) ١٤٢١هـ.

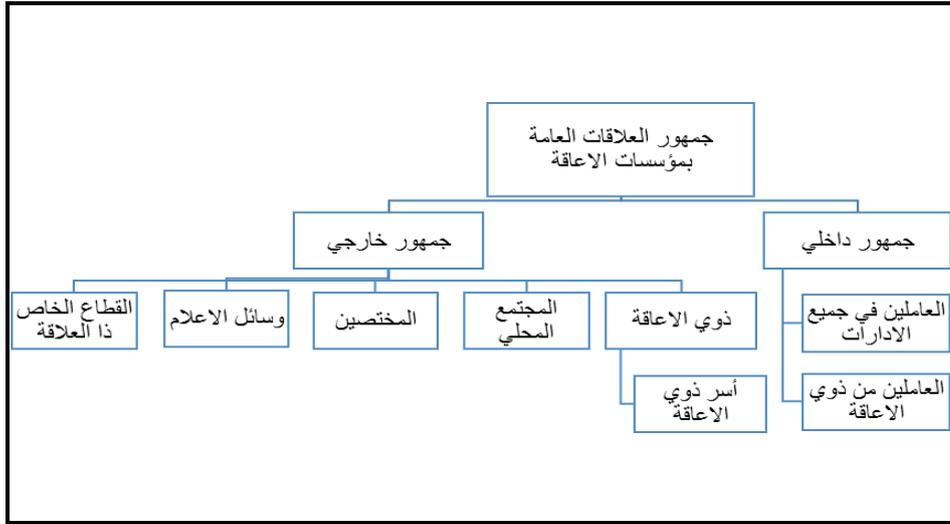
(٣) الهيتي، هادي. (٢٠٠٢). الاتصال الجماهيري وظاهرة الإعاقة بين الأطفال، مجلة الطفولة والتنمية العدد الخامس.

البرامج والأنشطة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة.

تنطلق جميعها كمهام من الوظيفة الاتصالية، وحيث إن الباحثة عرّفت إجرائياً الوظيفة الاتصالية بأنها: كل ما تنفذه العلاقات العامة من برامج وأنشطة اتصالية مخططة ومنظمة باستخدام أنسب الوسائل الاتصالية للوصول إلى الجماهير الداخلية والخارجية (حسب نوع ودرجة الإعاقة). فجميع هذه الأنشطة باختلاف مهامها وأشكالها تتكامل لتحقيق أهداف العلاقات العامة من خلال الوظيفة الاتصالية. وانطلاقاً من الحقوق الدولية والأهداف، وقسمت الباحثة البرامج ضمن الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بمؤسسات الإعاقة كالتالي: برامج اتصالية إعلامية-برامج اتصالية إدارية- اتصالية توعوية تثقيفية - برامج اتصالية اجتماعية ثقافية- برامج اتصالية أكاديمية تربوية- برامج اتصالية ترفيهية.

جمهور مؤسسات الإعاقة.

لا يمكن أن تنجح المؤسسات ما لم يكن هناك علاقة تفاهم وثقة بينها وبين الجمهور بنوعيه، وهذا الدور تقوم عليه الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة، ولأن عملية الاتصال تحدث بين مرسل ومستقبل بينهما رسالة، والجماهير المستهدفة لتقديم خدمات اتصالية فاعلة، تقسم إلى نوعين، هما:



الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

تناول هذا الفصل الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية ونتائجها. ومناقشة النتائج وتفسيرها والتوصيات وقد سعت الباحثة إلى تحقيق الأهداف من خلال طرح تساؤلات أجاب عنها المبحوثين خلال الدراسة الميدانية، وهي:

منهج الدراسة

تستخدم الدراسة المنهجية (الكيفية والميدانية) لدراسة الواقع، أو وصف الظاهرة وشرحها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً من خلال المعلومات المتعمقة من خلال العينة المبحوثة، عن طريق الاستبيانات ذات الأسئلة المفتوحة أو المقابلة الشخصية، وحيث تطلبت هذه الدراسة أن تستخدم الباحثة الطريقة المختلطة منهج كفي (المقابلة لممارسي العلاقات العامة) ومنهج كمي (الاستبانة للجمهور الداخلي والخارجي)؛ إذ إن التعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها بالظواهر الأخرى.⁽¹⁾

صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة: بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قامت الباحثة بتطبيقها ميدانياً على بيانات العينة، وحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة كما توضح ذلك الجداول التالية:

معاملات ارتباط بيرسون لمحور (التفاعل مع الأنشطة والبرامج الاتصالية) بالدرجة الكلية للمحور

الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
١	**٠,٨١٤	٤	**٠,٨١٥
٢	**٠,٧٨٩	٥	**٠,٧١٤
٣	**٠,٨١٢	٦	**٠,٧٤٢

** دال عند مستوى ٠,٠١

معاملات ارتباط بيرسون لُبعد (أساليب ووسائل العلاقات العامة في التواصل

مع الجمهور الداخلي) بالدرجة الكلية للمحور

أساليب تواصل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي		وسائل تواصل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي	
الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط

(١) عبيدات، ذوقان؛ وعديس، عبدالرحمن؛ وعبدالحق، كايد. (١٩٨٨م). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. الأردن: دار الفكر للنشر والتوزيع، ص ١٨٧-١٨٨.

وسائل تواصل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي		أساليب تواصل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي	
معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
**٠,٧٢١	١	**٠,٧٦٠	١
**٠,٧٣٠	٢	**٠,٧١١	٢
**٠,٧٤٢	٣	**٠,٧٠٩	٣
**٠,٧٧٥	٤	**٠,٧٦٠	٤
**٠,٧٥٧	٥	**٠,٦٧٠	٥
**٠,٧٢٧	٦	**٠,٧٦٠	٦
**٠,٨١٨	٧	**٠,٧٨٣	٧
**٠,٧٥٨	٨	**٠,٨٠٧	٨
**٠,٧٧٥	٩	**٠,٧٥٩	٩
**٠,٧٨٩	١٠	**٠,٧٩٩	١٠
**٠,٦٩٧	١١	**٠,٧١٨	١١
**٠,٦٧٦	١٢	**٠,٧٢٣	١٢
**٠,٦٧٦	١٣	-	-
**٠,٥٧٢	١٤	-	-

** دال عند مستوى ٠,٠١

يتضح من خلال الجدولين السابقين أن جميع العبارات دالة عند مستوى (٠,٠١)، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع معاملات الاتساق الداخلي، كما يشير إلى مؤشرات صدق مرتفعة وكافية يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية.

ثبات أداة الدراسة:

قامت الباحثة بقياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ، والجدول التالي يوضح معامل الثبات لمحاور أداة الدراسة، وهي:

معامل ألفاكرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

الرقم	المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
١	التفاعل مع الأنشطة والبرامج الاتصالية.	٦	٠,٨٤٣
٢	أساليب العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي.	١٢	٠,٧٤١
٣	وسائل العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي.	١٤	٠,٧٩٨
	الثبات الكلي	٣٢	٠,٨٥٣

يتضح من خلال الجدول السابق أن مقياس الدراسة يتمتع بثبات مقبول إحصائياً، حيث بلغت قيمة معامل الثبات الكلية (ألفا) (٠,٨٥٣)، وهي درجة ثبات عالية، كما تراوحت معاملات ثبات أداة الدراسة ما بين (٠,٧٤١)، وهي معاملات ثبات مرتفعة يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية.

- **صدق أداة الدراسة:** صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه (العساف، ١٩٩٥: ٤٢٩)، كما يُقصد "شمول أداة الدراسة لكل العناصر التي يجب أن تحتويها الدراسة من ناحية، وكذلك وضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومه لمن يستخدمها" (عبيدات وآخرون، ٢٠٠١: ١٧٩)، وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال ما يأتي:

أولاً: الصدق الظاهري لأداة الدراسة (صدق المحكمين):

بعد الانتهاء من بناء أداة الدراسة والتي تتناول "الوظيفة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة" الجمهور الخارجي"، تم عرضها على عدد من المحكمين؛ وذلك للاسترشاد بأرائهم. وقد طُلب من المحكمين مشكورين إبداء الرأي حول مدى وضوح العبارات ومدى ملاءمتها لما وضعت لأجله، ومدى مناسبة العبارات للمحور الذي تنتمي إليه، مع وضع التعديلات والاقتراحات التي يمكن من خلالها تطوير الاستبانة. وبناء على التعديلات والاقتراحات التي أبدتها المحكمون، قامت الباحثة بإجراء التعديلات اللازمة التي اتفق عليها غالبية المحكمين، من تعديل بعض العبارات وحذف عبارات أخرى، حتى أصبح الاستبيان في صورته النهائية.

صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قامت الباحثة بتطبيقها ميدانياً، وعلى بيانات العينة قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بيرسون؛ لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة كما توضح ذلك الجداول التالية:

معاملات ارتباط بيرسون لمحور (التفاعل مع الأنشطة والبرامج الاتصالية) بالدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
**٠,٥٩٦	٦	**٠,٧٢١	١
**٠,٦٦٢	٧	**٠,٧٠٧	٢
**٠,٧٢٦	٨	**٠,٧٠٧	٣
**٠,٧٢٧	٩	**٠,٧٦٩	٤
**٠,٦٦٧	١٠	**٠,٧٢٤	٥

** دال عند مستوى ٠,٠١

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

ملخص النتائج:

بينت نتائج الدراسة حول واقع الوظيفة الاتصالية في إدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في المملكة أن:

أولاً: مفهوم الوظيفة الاتصالية لدى ممارسي العلاقات العامة:

○ يرى (٨٧,٨٪) من الممارسين أنها وضع برامج وأنشطة اتصالية تحسن الصورة الذهنية للمؤسسة وتقنع الجمهور بها؛ لكسب رضاهم عن خدماتها الاتصالية. و (٦٥,٣٪) يرون أنها تقدم برامج وأنشطة اتصالية للتوعية بأهداف المؤسسة وبرامجها وخدماتها وللتعريف بأنشطتها فقط. فيما يرى (٥٣,١٪) أنها اتصال لإقامة علاقات شخصية مع الأشخاص والجهات ذات العلاقة لمصلحة المؤسسة.

ثانياً: التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في المملكة:

○ يغلب على العلاقات العامة مستوى قسم مستقل بنسبة (٤٠٪) وتتوفر لها ميزانيات لكنها غير كافية لتنفيذ الأنشطة والبرامج بنسبة (٥٥,١٪) كما تجد العلاقات العامة الدعم بدرجة متوسطة بتوفير الموظفين (٦١,٢٪) -التجهيزات المناسبة بنسبة (٥٣,١٪).

○ تمنح الإدارة العليا صلاحيات لمسؤولي العلاقات العامة بالقيام بالنشاط الاتصالي دون معوقات إدارية. ويتفوق عدد الذكور (٥٩,٢٪) من ممارسي العلاقات العامة عن الإناث (٤٠,٨٪).

■ **ثالثاً: المؤهلات التخصصية والمهارية لممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة:**

- تتدنى نسبة المختصين في مجال العلاقات العامة (٢٤,٥٪)، وترتفع بنسبة (٥٣,١٪) لتخصصات مختلفة. و(٤٩٪) لديهم تأهيل علمي يتضمن التأهيل المهني بالدورات التدريبية والبرامج التأهيلية في هذا المجال.
- تتوفر مهارات العلاقات العامة لدى الممارسين بنسبة (٤٥,٩٪)، ومهارات الاتصال مع الآخرين (٥٧,١٪) للتأثير في الرأي وكسب ثقتهم، ومعرفة بالتعامل مع ذوي الإعاقة (٦١,٢٪). وهناك عدم كفاية للدورات التدريبية التي يحصل عليها الممارسون. (٢٦,٦٪) يحصلون على دورة واحدة خلال العام الواحد.

■ **رابعاً: التخطيط للبرامج والأنشطة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة في المملكة:**

١. غياب التخطيط العلمي للبرامج والأنشطة الاتصالية، وحضور لخطة استراتيجية غير مؤثرة بنسبة (٥٥,١٪).
٢. تركيز عند التخطيط للبرامج على البعد الوقائي (٥٥,١٪) مقارنة بالبعد العلاجي (٣٠,٦٪).

■ **خامساً: البرامج والأنشطة الاتصالية التي تنفذها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة:**

- الأنشطة والفعاليات الاجتماعية في الأيام والمناسبات العالمية والعربية الخاصة بالإعاقة (٧١,٤٪). والأنشطة الإعلامية كالحملات الإعلامية لنشر أخبارها وشرح التقارير الخاصة بذوي الإعاقة تستخدمها بنسبة (٥٩,٢٥٪).
- تساوي بنسبة (٤٦,٩٪) للبرامج التوعوية التثقيفية عن الإعاقة والوقاية منها والتعامل معها في جميع مستوياتها، مع الأنشطة الاتصالية التطوعية المشتركة مع الجهات ذات العلاقة، ومع استخدام أنشطة المعارض تبين قدرات وإبداعات ذوي الإعاقة ومنتجاتهم والبرامج التدريبية للتعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة (٣٤,٧٪).

■ **سادساً: محتوى الرسائل الاتصالية للبرامج والأنشطة في مؤسسات الإعاقة في المملكة:**

- تركيز في محتوى الرسائل الاتصالية (٦٩,٤٪) تغطية الفعاليات والأنشطة للمناسبات المقامة. و(٦٧,٣٪) لمحتوى الرسائل للتعريف بالفعاليات التي ستقيمها، والخدمات الجديدة التي ستطلقها عبر وسائلها الاتصالية. و(٦٥,٣٪) للتعريف بالمؤسسة وخدماتها لتكون صورة ذهنية طيبة للمؤسسة عند الجماهير. (٥٩,٢٪) توعية الجمهور بالإعاقة، وحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، والوقاية منها والتعامل معها.

■ **سابعاً: تفاعل الجمهور مع الأنشطة والبرامج الاتصالية وقياسه من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة**

- يتفاعل الجمهور مع الأنشطة والبرامج الاتصالية في الأنشطة الاجتماعية للأيام والمناسبات الخاصة بالإعاقة بنسبة (٧٥,٥٪) كبيرة، والبرامج والأنشطة الاتصالية كالحملات الإعلامية والإعلانية بنسبة مرتفعة نوعاً ما تساوي هذه النسبة (٥١٪). والبرامج الاتصالية التي تطلق عبر وسائل التواصل الاجتماعية كالمقاطع التوعوية والتعريفية والإعلانية للبرامج التوعوية عن الإعاقة والوقاية منها والتعامل معها.

○ يتفاعل الجمهور مع البرامج التي ينفذها ممارسو العلاقات العامة عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون والإذاعة بنسبة (٤٩٪) وأنشطة المعارض والمشاركات التي تعرض منتجات، وتبين قدرات وإبداعات ذوي الإعاقة بنسبة (٤٩٪).

○ تقيس العلاقات العامة التفاعل مع فعاليات الأنشطة والبرامج الاتصالية (٤٩٪) بتقارير لمتابعة سير خطة العمل للبرامج والأنشطة؛ لإمداد الإدارة بصورة حقيقية لآراء الجماهير حول الأنشطة ويتدني دائماً قياس العلاقات العامة لرضا المستفيدين منها: (استطلاعات-مقابلات شخصية-استبيانات ورقية أو إلكترونية) (٤٠,٨٪).

■ **ثامناً: المعوقات والصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في عملية الاتصال:**

- غياب التخطيط السليم للبرامج والأنشطة الاتصالية للوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة.
- ضعف التنسيق بين مؤسسات خدمات ذوي الإعاقة وتشتت جهودها في البرامج الاتصالية.
- ضعف دعم وتفاعل وسائل الإعلام مع برامج وأنشطة العلاقات العامة الاتصالية لمؤسسات الإعاقة، مما يفقد مؤسسات الإعاقة بعضاً من تحقيق أهدافها.
- عدم تكييف البيئة المكانية لتناسب ذوي الإعاقة من الجمهور الداخلي يؤثر في العملية الاتصالية.
- ضعف مهارات ممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة؛ لعدم التخصص في المجال لأداء مهمتهم الاتصالية.
- تركيز الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة على الجمهور الخارجي.
- عدم توفر ميزات بشكل يتناسب مع احتياجات الوظيفة الاتصالية لتغطية فعاليات البرامج والأنشطة الاتصالية من حيث درجة رضا الجمهور الداخلي والخارجي.

- تاسعاً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة المستخدمة مع الجمهور (الداخلي والخارجي) في مؤسسات الإعاقة:
- استجابات عينة الدراسة نحو الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي مرتبة تنازلياً

م	الفقرات	درجة الاستجابة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		لا يحدث		أحياناً		غالباً		دائماً				
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
٤	التعاميم الداخلية.	٨	٣٨,٨	٤	٤٦,٩	٦	٦,١	٨	٨,٢	٣,١٦	٠,٨٧	١
١	الكتيبات والأدلة الإجرائية الموضحة سياسة العمل.	٣	٣٣,٧	٤	٤٤,٩	١	١٣,٣	٨	٨,٢	٣,٠٤	٠,٩٠	٢
٩	وسائل التواصل الاجتماعي (واتس-فيس بوك-تويتر).	٣	٣٨,٨	٣	٣٦,٧	١	١٤,٣	١	١٠,٢	٣,٠٤	٠,٩٧	٣
١١	الهاتف والفاكس.	٤	٤٠,٨	٣	٣٠,٦	١	١٨,٤	١	١٠,٢	٣,٠٢	١,٠٠	٤
٧	الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة.	٣	٣٢,٧	٤	٤١,٨	١	١٤,٣	١	١١,٢	٢,٩٦	٠,٩٦	٥
٨	تطبيقات الهاتف المحمول المخصصة حسب نوع الإعاقات.	٢	٢٧,٦	٣	٣٣,٧	٢	٢٤,٤	١	١٤,٣	٢,٧٤	١,٠٢	٦
١٤	مطبوعات المؤسسة كالمجلة والنشرات والمطويات الدورية الداخلية.	٢	٢٠,٤	٣	٣٩,٨	٢	٢٧,٦	١	١٢,٢	٢,٦٨	٠,٩٤	٧
١٢	الأجهزة التقنية المخصصة للتواصل مع ذوي الإعاقة.	٢	٢٣,٥	٣	٣٤,٧	٢	٢٢,٤	١	١٩,٤	٢,٦٢	١,٠٥	٨
١٣	البريد والاستبيانات الإلكترونية.	١	١٥,٣	٤	٤٣,٩	٢	٢٣,٥	١	١٧,٣	٢,٥٧	٠,٩٥	٩
-	المتوسط الحسابي العام									٢,٨٧	٠,٩٥	-

تشير قراءة الجدول إلى أن هناك تعدداً وتقارباً للوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي، كنتيجة عامة يبلغ المتوسط الحسابي العام لها (٢,٨٧)، وهي النتيجة التي تُوَظَر أهم الوسائل التي غالباً تستخدم للاتصال في العلاقات العامة مثل: (التعاميم الداخلية، والكتيبات والأدلة الإجرائية الموضحة لسياسة العمل، ووسائل التواصل الاجتماعي (واتس-فيس بوك-تويتر)، والهاتف والفاكس،

الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة)، حيث تبين أن (التعاميم الداخلية) تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,١٦) للجمهور الداخلي، وهي بذلك تتقدم المراتب الخمس الأولية، ثم تأتي (الكتيبات والأدلة الإجرائية الموضحة لسياسة العمل) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٠٤)، وحيث إن هذه الوسائل الاتصالية تمثل القواعد المنظمة للعمل لمعرفة تبادلية بين المؤسسة وجمهورها الداخلي فإن (وسائل التواصل الاجتماعي (واتس-فيس بوك-تويتر)) في ذات السياق تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٣,٠٤) كمفهوم اتصالي اجتماعي، يرى الجمهور الداخلي أهمية تقدمه عن الوسائل القديمة مثل (الهاتف والفاكس) التي احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٠٢)، وهذا يدل على أن هناك حراكاً اتصالياً تقنياً للوسائل الاتصالية وهو (الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة) احتل المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٩٦)، وتتبعه في التسلسل (تطبيقات الهاتف المحمول المخصصة حسب نوع الإعاقات) بالمرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢,٧٤)، وهذا الحراك والاعتماد الأولي على التقنية الاتصالية جعل الوسائل المطبوعة مثل: (مطبوعات المؤسسة كالمجلة والنشرات والمطويات الدورية الداخلية) تحتل مراتب متأخرة بالمرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٢,٦٨)، من الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة أحياناً في التواصل مع الجمهور الداخلي داخل المؤسسة. كما تبين أن خصوصية الوسائل الاتصالية التي تستخدم للاتصال بذوي الإعاقة وهي: (الأجهزة التقنية المخصصة للتواصل مع ذوي الإعاقة) بالمرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (٢,٦٢) كانت في مراتب متدنية، وتشير إلى قلة الجمهور الداخلي من ذوي الإعاقة في المؤسسات، والحاجة إلى استخدامها للتواصل معه، وجاء في آخر الوسائل الاتصالية من حيث الاستخدام (البريد والاستبانات الإلكترونية) بالمرتبة الثانية عشرة بمتوسط حسابي (٢,٥٧)، وهذا يدل على أن هناك ندرة في الاستخدام من قبل العلاقات العامة أو الاستعاضة عنها بالوسائل الاتصالية في المراتب المتقدمة التي تستخدمها العلاقات العامة أحياناً في التواصل مع الجمهور الداخلي داخل المؤسسة.

استجابات عينة الجمهور الخارجي للوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة مرتبة تنازلياً

الترتيب	المعيار	النسبة المئوية	درجة الاستجابة								الفقرات	م
			لا يحدث		أحياناً		غالباً		دائماً			
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
١	٠,٩٦	٣,١	١	١٣,	٢	٣٥,	٥	٤٢,	٦	وسائل التواصل الاجتماعي (واتس-فيس بوك-تويتر-....).	٧	
٢	٠,٩٠	٣,٠	١	١٥,	٢	٤١,	٦	٣٦,	٥	وسائل الاتصال الجماهيرية (الإذاعة. التلفزيون. الصحف والمجلات الورقية والإلكترونية).	١	
٣	٠,٨٨	٣,٠	١	١١,	١	٤٥,	٧	٣٤,	٥	الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة.	٥	

م	الفقرات	درجة الاستجابة										
		١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	
٨	الهاتف والفاكس.	٠	٧	١	٦	٣٩	٢	١٧	١	٩,٨	٢,٩	٠,٩٥
٣	المطويات والنشرات والكتيبات والأدلة الإجرائية الموضحة لسياسة المؤسسة.	٢	٥	٥	٥	٤٢	٣	٢٢	١	٧,٢	٢,٩	٠,٨٩
٤	التقارير والدوريات العلمية المتخصصة عن الإعاقة.	٦	٥	٣	٧	٤٧	٣	٢٢	١	٦,٥	٢,٨	٠,٨٤
٦	تطبيقات الهاتف المحمول المخصصة حسب نوع الإعاقات.	٨	٤	٥	٢	٣٤	٣	٢٢	١	١١	٢,٨	١,٠٠
٢	مجلة المؤسسة الورقية والإلكترونية.	٨	٨	٧	٨	٤٣	٣	٢٠	١	١٠	٢,٨	٠,٩٢
٩	الأجهزة التقنية المخصصة للتواصل مع ذوي الإعاقة.	٦	٥	٣	٢	٤١	٣	٢٥	١	٩,٨	٢,٧	٠,٩٢
١٠	المواقع الإعلانية والعلمية على شبكة الانترنت ذات العلاقة بالإعاقة.	٥	٣	٢	١	٤٧	٤	٢٦	١	١٠	٢,٦	٠,٨٧
١٣	صناديق الشكاوى والمقترحات.	٠	٦	٢	٠	٣٩	٣	٢١	٣	١٩	٢,٥	١,٠٢
١١	البريد والاستبيانات الإلكترونية.	٥	٣	٣	٢	٤١	٤	٢٦	٢	١٦	٢,٥	٠,٩٥
١٢	الأفلام الوثائقية عن المؤسسة.	٤	٧	٥	٥	٤٢	٣	٢١	٣	٢٠	٢,٥	٠,٩٩
-	المتوسط الحسابي العام	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٢,٨	٠,٩٢

يبين الجدول السابق تفاوت الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الخارجي، وبدرجة استجابات متقاربة يبلغ متوسطها الحسابي العام (٢,٨٣). فقد بينت النتائج تفوق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في قائمة الوسائل الاتصالية المستخدمة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,١١) وانحراف معياري (٠,٩٦)،

وفي السياق الإلكتروني يأتي (الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,07)، دلالة على تنامي استخدام الوسائل الاتصالية التقنية لتتقدم عن وسائل الاتصال الجماهيرية (الإذاعة. التلفزيون. الصحف والمجلات الورقية والإلكترونية) التي احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,07)، وتليها وسيلة (الهاتف والفاكس) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2,95)، وهذا يدل على أن هناك اتفاقاً بين الجمهور الخارجي على تمسكها بالأساليب الاتصالية الشائعة، فيما جاءت الوسائل المطبوعة (كالمطويات والنشرات والكتيبات والأدلة الإجرائية الموضحة لسياسة المؤسسة) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2,90) بتسلسل يقترب قليلاً من المرتبة السادسة (التقارير والدوريات العلمية المتخصصة عن الإعاقة) بمتوسط حسابي (2,88)، وحيث بينت النتائج بأن (تطبيقات الهاتف المحمول المخصصة حسب نوع الإعاقات) تأتي في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2,85). جاءت بالمرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (2,83) (مجلة المؤسسة الورقية والإلكترونية)، في إشارة إلى استخدام اتصالي مقبول، تليه بالمرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (2,78) (الأجهزة التقنية المخصصة للتواصل مع ذوي الإعاقة). جاءت في سياق التقنية (المواقع الإعلانية والعلمية على شبكة الانترنت ذات العلاقة بالإعاقة) بالمرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (2,69)، وفي آخر القائمة جاءت الوسائل الاتصالية (صناديق الشكاوى والمقترحات) بالمرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (2,59)، و(البريد والاستبيانات الإلكترونية) بالمرتبة الثانية عشرة بمتوسط حسابي (2,58) وانحراف معياري (0,95)، وجاءت (الأفلام الوثائقية عن المؤسسة) بالمرتبة الثالثة عشرة بمتوسط حسابي (2,54)، وهذا يدل على أن الأفلام الوثائقية عن المؤسسة من أقل الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة.

عاشراً: أساليب الاتصال في العلاقات العامة المستخدمة مع الجمهور (الداخلي والخارجي) في مؤسسات الإعاقة:

مع الجمهور الداخلي:

1. الاتصال الشخصي (الاجتماعات - المقابلات الشخصية).
2. الخطابات الرسمية، إضافة إلى المكالمات والاتصالات الهاتفية.
3. الرسائل الشخصية.
4. الرسائل الهاتفية القصيرة.
5. لوحة الإعلانات الثابتة واللافتات والملصقات الداخلية.

مع الجمهور الخارجي:

1. الاتصال الشخصي (الاجتماعات - المقابلات الشخصية).
2. نشر الأخبار والإعلانات عبر وسائل الاتصال الجماهيرية (التلفزيون - الإذاعة - الصحف والمجلات).
3. الحفلات والمناسبات الوطنية والاجتماعية والترفيهية والخاصة بالأيام العالمية للإعاقة.

٤. الإعلان ونشر الأخبار عبر الرسائل الشخصية.

٥. الرسائل الهاتفية القصيرة.

حادي عشر: تفاعل الجمهور مع الأنشطة والبرامج الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في المملكة:

استجابات عينة الدراسة نحو مدى تفاعل الجمهور الداخلي مع الأنشطة والبرامج الاتصالية التي تقدمها

العلاقات العامة مرتبة تنازلياً

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة التفاعل								الفقرات	م		
			لا يحدث		درجة قليلة		درجة متوسطة		درجة كبيرة					
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
١	٠,٧٤	٣,٤١	٢,٠	٢	٩,٢	٩	٣٤,٧	٣	٤	٥٤,١	٥	٣	البرامج والأنشطة الاجتماعية في الأيام والمناسبات الخاصة بالإعاقة.	٤
٢	٠,٨٠	٣,٣٥	٣,١	٣	١١,٢	١	٣٣,٧	٣	٣	٥٢,٠	٥	١	البرامج التوعوية عن الإعاقة والوقاية منها والتعامل معها في جميع مستوياتها.	٣
٣	٠,٧٣	٣,٣٣	١,٠	١	١٢,٢	١	٣٩,٨	٣	٩	٤٦,٩	٤	٦	البرامج التدريبية التي تعرف بالأشخاص ذوي الإعاقة وحقوقهم.	٢
٤	٠,٨٢	٣,٢٠	٤,١	٤	١٣,٣	١	٤٠,٨	٤	٠	٤١,٨	٤	١	البرامج التي توضح سياسة المؤسسة وأساليبها الإدارية الاتصالية.	١
٤ مكرر	٠,٨٢	٣,٢٠	٣,١	٣	١٦,٣	١	٣٧,٨	٣	٧	٤٢,٩	٤	٢	الحفلات والمناسبات الداخلية للاحتفاء بمناسبات خاصة للزملاء في المؤسسة.	٦
٦	٠,٨٧	٣,١١	٥,١	٥	١٧,٣	١	٣٨,٨	٣	٧	٣٨,٨	٣	٨	البرامج والأنشطة الثقافية والرياضية الترفيهية كالمسابقات والرحلات والعروض الفنية والمسرحيات.	٥
-	٠,٨٠	٣,٢٧											المتوسط الحسابي العام	

جدول

استجابات عينة الدراسة نحو مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع الأنشطة والبرامج الاتصالية مرتبة تنازلياً

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة التفاعل									الفقرات	م
			لا يحدث		بدرجة قليلة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة				
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	٠,٨٥	٣,١٨	٤,٦	٧	١٥,٠	٢,٣	٣٧,٩	٥,٨	٤٢,٥	٦,٥	البرامج والأنشطة الاجتماعية للمؤسسة في الأيام والمناسبات الخاصة بالإعاقة كاليوم العالمي للإعاقة.	٧	
٢	٠,٩٨	٣,٠٣	٨,٥	١,٣	٢٠,٩	٣,٢	٣٠,١	٤,٦	٤٠,٥	٦,٢	البرامج والأنشطة الاتصالية كالحملات الإعلامية والإعلانية التي تنفذها المؤسسة.	١	
٣	٠,٨٨	٣,٠١	٥,٩	٩	٢٠,٩	٣,٢	٣٩,٩	٦,١	٣٣,٣	٥,١	البرامج والأنشطة التي تشرح التقارير الخاصة بالمؤسسة ومستجدات خدماتها.	٣	
٤	٠,٩٦	٣,٠١	٨,٥	١,٣	١٩,٦	٣,٠	٣٤,٦	٥,٦	٣٧,٣	٥,٧	البرامج الإرشادية والتوعوية عن الإعاقة والوقاية منها وحقوق ذوي الإعاقة.	٦	
٥	٠,٩٤	٢,٩٩	٧,٨	١,٢	٢٠,٩	٣,٢	٣٥,٩	٥,٥	٣٥,٣	٥,٤	البرامج التدريبية التي تعرف طرق التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة في جميع مراحلها.	٥	
٦	٠,٩١	٢,٩٨	٧,٨	١,٢	١٨,٣	٢,٨	٤١,٨	٦,٤	٣٢,٠	٤,٩	البرامج الإعلامية للمؤسسة عبر (التلفزيون- الإذاعة- الصحف...).	٤	
٧	٠,٨٩	٢,٩٢	٧,٨	١,٢	١٩,٦	٣,٠	٤٥,١	٦,٩	٢٧,٥	٤,٢	البرامج التي تطلق عبر وسائل التواصل الاجتماعية كالمقاطع التوعوية والتعريفية والإعلانية.	٢	
٨	٠,٩٣	٢,٩١	٨,٥	١,٣	٢٢,٢	٣,٤	٣٩,٢	٦,٠	٣٠,١	٤,٦	أنشطة المعارض والمشاركات التي تبين قدرات وإبداعات ذوي الإعاقة ومنتجاتهم.	١٠	
٩	٠,٨٩	٢,٨٩	٦,٥	١,٠	٢٦,١	٤,٠	٣٩,٢	٦,٠	٢٨,١	٤,٣	البرامج والأنشطة الثقافية والرياضية الترفيهية للمؤسسة كالمسابقات والرحلات والعروض الفنية والمسرحيات.	٨	
١٠	٠,٩٤	٢,٨٨	٩,٢	١,٤	٢٣,٥	٣,٦	٣٧,٩	٥,٨	٢٩,٤	٤,٥	البرامج التي توضح طرق التواصل مع المؤسسة للاستفادة من خدماتها.	٩	
-	٠,٩٢	٢,٩٨	المتوسط الحسابي العام										

يظهر الجدول السابق استجابة تفاعل الجمهور الخارجي مع البرامج والأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة في المؤسسة، وفيما تفاوتت استجاباتهم وتفاعلهم بدرجة متوسطة يبلغ فيها المتوسط الحسابي العام (٢,٩٨)، فغلبت (البرامج والأنشطة الاجتماعية للمؤسسة في الأيام والمناسبات الخاصة بالإعاقة كاليوم العالمي للإعاقة) قائمة البرامج الاتصالية التي يتفاعلون معها، فتمثلت بالمرتبة الأولى بين الفقرات الخاصة بمتوسط حسابي (٣,١٨)، ثم جاءت (البرامج والأنشطة الاتصالية كالحملات الإعلامية والإعلانية التي تنفذها المؤسسة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٠٢)، تليها (البرامج والأنشطة التي تشرح التقارير الخاصة بالمؤسسة ومستجدات خدماتها) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٣,٠١)، وتضمنت قائمة المراتب المتقدمة (البرامج الإرشادية والتوعوية عن الإعاقة والوقاية منها وحقوق ذوي الإعاقة) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٠١)؛ لتشير إلى ارتباطها تسلسلياً بالمرتبة الخامسة (البرامج التدريبية التي تعرف طرق التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة في جميع مراحلها) بمتوسط حسابي (٢,٩٩)، وتوسطت القائمة (البرامج الإعلامية للمؤسسة عبر التلفزيون- الإذاعة- الصحف...) ليتفاعل معها الجمهور في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢,٩٨)، وهي درجة تتقارب مع درجة (البرامج التي تطلق عبر وسائل التواصل الاجتماعية كالمقاطع التوعوية والتعريفية والإعلانية) بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢,٩٢). أما البرامج الاتصالية (أنشطة المعارض والمشاركات التي تبين قدرات وإبداعات ذوي الإعاقة ومنتجاتهم)، فقد جاءت بالمرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢,٩١).

ثاني عشر: درجة رضا الجمهور الداخلي والخارجي عن البرامج والأنشطة الاتصالية التي تنظمها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في المملكة:

١. رضا الجمهور الداخلي: (٣٩,٨٪) راضون بدرجة متوسطة، ونسبة (٢٣,٥٪) راضون بدرجة كبيرة.

٢. رضا الجمهور الخارجي: (٣٤,٤٪) راضون بدرجة متوسطة، و(٩,٧٪) راضون بدرجة كبيرة جداً

درجة رضا الجمهور الداخلي عن البرامج والأنشطة الاتصالية التي تنظمها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة

العنصر	التكرارات	النسبة المئوية
غير راض	٥	٥,١
راض بدرجة قليلة	٢١	٢١,٤
راض بدرجة متوسطة	٣٩	٣٩,٨
راض بدرجة كبيرة	٢٣	٢٣,٥
راض بدرجة كبيرة جداً	١٠	١٠,٢
الإجمالي	٩٨	١٠٠

درجة رضا الجمهور الخارجي عن البرامج والأنشطة الاتصالية التي تنظمها العلاقات العامة في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرارات	
١٤,٣	٢٢	غير راض
١٣,٦	٢١	راض بدرجة قليلة
٣٤,٤	٥٣	راض بدرجة متوسطة
٢٧,٩	٤٣	راض بدرجة كبيرة
٩,٧	١٥	راض بدرجة كبيرة جداً
١٠٠,٠	١٥٤	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن هناك رضا عاماً بدرجة متوسطة بنسبة (٣٤,٤٪) عن تلك البرامج والأنشطة، في حين تفاوتت درجات الرضا للجمهور الخارجي، حيث مثلت النسبة (٢٧,٩٪) رضا بدرجة كبيرة، بينما بنسبة (١٤,٣٪) غير راضين عن البرامج والأنشطة الاتصالية التي تنظمها العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة في المملكة، إضافة إلى ما سبق فإن هناك (٢١) مستفيداً بنسبة (١٣,٦٪) راضين بدرجة قليلة عن البرامج والأنشطة الاتصالية، وقد بين عدد (١٥) مستفيداً بنسبة (٩,٧٪) رضاهم بدرجة كبيرة جداً عن تلك البرامج والأنشطة.

في ضوء نتائج الدراسة الكيفية لواقع الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة في المملكة التي توصلت إليها الدراسة من خلال المقابلة المعمقة مع ممارسي العلاقات العامة بيّنت النتائج ما يلي:

أ- سمات ممارسي العلاقات العامة وخصائصهم:

سمات ممارسي العلاقات العامة وخصائصهم

المتغير	المجموعات	العدد	النسبة
الجنس	ذكور	٢٩	٥٩,٢٪
	إناث	٢٠	٤٠,٨٪
العمر	٢٥ إلى أقل من ٣٠	٩	١٨,٤٪
	٣٠ إلى أقل من ٣٥	١٠	٢٠,٤٪
	٣٥ إلى أقل من ٤٠	١٨	٣٦,٧٪
	٤٠ فأكثر	١٢	٣٤,٥٪
المستوى	أقل من ثانوي	١	٢٪

المتغير		المجموعات		العدد		النسبة	
التعليمي	ثانوي	٥		١٠,٢%		٤٩	١٠٠%
	جامعي	٢٤		٤٩%			
	ماجستير	١٠		٢٠,٤%			
	دكتوراه	٠		٠%			
التخصص	علاقات عامة وإعلام	١٢		٢٤,٥%		٤٩	١٠٠%
	تربية خاصة	١١		٢٢,٤%			
	تخصصات أخرى	٢٦		٥٣,١%			
سنوات العمل	٥ سنوات وأقل	١١		٢٢,٤%		٤٩	١٠٠%
	٥ وأقل من ١٠ سنوات	١٠		٢٠,٤%			
	١٠ وأقل من ١٥	١٦		٣٢,٧%			
	١٥ فأكثر	١٢		٢٤,٥%			
	المجموع	٤٩		المجموع		٤٩	١٠٠%

ب- سمات الجمهور الداخلي وخصائصه:

بلغ عدد الجمهور الداخلي الذي استجاب لهذه الدراسة (٩٨) مفردة من واقع (١٠٠)، وهم مجموعة من الموظفين العاملين في مؤسسات الإعاقة في أقسامها وإداراتها المتعددة التي تشكل الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وبالتالي فهم جزء مهم جداً في كسب ثقته بالاتصال الفاعل داخل المؤسسة ككيان تمثله ويمثلها، وقد تنوعت سمات الجمهور الداخلي لمؤسسات الإعاقة وخصائصه لتضم الجنسين (الإناث والذكور) بارتفاع عدد الإناث (٣٩,٨%)، فيما تفاوتت سنوات العمل داخل المؤسسة لتشكّل النسبة الأكبر وهي (أكثر من ١٥ سنة)، وبمستوى تعليمي مرتفع (٣٥,٧%) للجامعي، كما تباينت أعمارهم بارتفاع العمر بين (٣٥ إلى أقل من ٤٠ سنة)، وهم من يشكلون (٤٦,٩%)، وقد تم حصر بياناتهم الأولية في الجدول التالي:

سمات الجمهور الداخلي وخصائصه

النسبة		العدد		المجموعات	المتغير
%100	39,8	98	39	ذكر	الجنس
	60,2		59	أنثى	
%93,8	6,1	98	6	25 سنة فأقل	العمر
	9,2		9	26 إلى أقل من 30 سنة	
	25,5		25	30 إلى أقل من 35 سنة	
	46,9		46	35 إلى أقل من 40 سنة	
%100	12,2	98	12	40 سنة فأكثر	المستوى التعليمي
	10,2		10	ثانوي فأقل	
	65,3		64	جامعي	
%99,9	24,5	98	24	دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)	سنوات العمل
	17,3		17	5 سنوات وأقل	
	16,3		16	6 وأقل من 10 سنوات	
	30,6		30	10 وأقل من 15 سنة	
%100		98		المجموع	

سمات الجمهور الخارجي وخصائصه

النسبة		العدد		المجموعات	المتغير
%١٠٠	٤٦,٤	١٥٣	٧١	ذكر	الجنس
	٥٣,٦		٨٢	أنثى	
%٩٩,٩	١٥,٠	١٥٣	٢٣	٢٥ سنة فأقل	العمر
	١٧,٦		٢٧	٢٦ إلى أقل من من ٣٠ سنة	
	١٧,٠		٢٦	٣٠ إلى أقل من ٣٥ سنة	
	٢٤,٨		٣٨	٣٥ إلى أقل من ٤٠ سنة	
	٢٥,٥		٣٩	٤٠ سنة فأكثر	
%١٠٠	٦,٥	١٥٣	١٠	أقل من ثانوي	المستوى التعليمي
	١٧,٠		٢٦	ثانوي	
	٥٩,٥		٩١	جامعي	
	١٤,٤		٢٢	ماجستير	
	٢,٦		٤	دكتوراه	
%١٠٠	٩٦,٧	١٥٣	١٤٨	سعودي	الجنسية
	٣,٣		٥	غير سعودي	
%١٠٠	٧٩,٧	١٣٥	١٢٢	موظف	الوظيفة
	٢٠,٣		٣١	غير موظف	
%١٠٠	٣٢,٧	١٥٣	٥٠	٥ سنوات وأقل	سنوات العمل
	١٩,٠		٢٩	٦ سنوات وأقل من ١٠ سنوات	
	٢٤,٢		٣٧	١٠ وأقل من ١٥ سنة	
	٢٤,٢		٣٧	١٥ سنة فأكثر	
%١٠٠	٣٠,١	١٥٣	٤٦	مستفيد أولي (ذوي إعاقة)	طبيعة علاقتك بالمؤسسة
	١٧,٦		٢٧	ولي أمر المستفيد	
	٥٢,٣		٨٠	أخرى	
%١٠٠		١٥٣		المجموع	

توصيات الدراسة

• لتحسين (التخطيط) للبرامج والأنشطة الاتصالية في إدارات العلاقات العامة:

توصي الباحثة بضرورة العناية بالتخطيط الإستراتيجي السليم في مؤسسات الإعاقة، الذي يحقق تكاملية نجاح تنفيذ الأنشطة والبرامج الاتصالية، والقائم على أسس علمية باستشارة الخبراء، والاستفادة من المختصين في العلاقات العامة والتخطيط لتطوير أنشطتها وفق منهج علمي يتضمن:

- تجويد تحديد أهداف البرامج الاتصالية وبمحتوى للرسائل الاتصالية يلبي حاجة الجمهور والمؤسسة، حيث تبين أن أغلب محتوى رسائلها تغطية للفعاليات وتعريف بالمؤسسة وخدماتها، وتدني المحتوى التوعوي.
- قياس الرأي العام حول البرامج الاتصالية لتحقيق أهدافها ورضا المستفيد من خلال: (استطلاعات-مقابلات شخصية-استبيانات ورقية أو إلكترونية)، حيث تبين تدني قياس لرضا المستفيدين من الجمهور وشيوع تقارير سير العمل (٤٩٪).

تمكين الوظيفة الاتصالية في مؤسسات الإعاقة توصي الباحثة بالتالي:

- زيادة المخصصات المالية بميزانيات تناسب تنفيذ البرامج والأنشطة الاتصالية.
- زيادة عدد وتمكين الإناث في العلاقات العامة بالأقسام النسائية لمؤسسات الإعاقة؛ للمساهمة في تفعيل الوظيفة الاتصالية لخدمة المرأة ذات الإعاقة في المجتمع، حيث تبين تدني نسبة الإناث العاملات في العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة.
- العناية بالمعايير العلمية لاختيار ممارسي العلاقات العامة من المختصين في المجال، والتأكد من توفر المهارات اللازمة لممارسة مهنية ناجحة، حيث تبين عدم وجود معايير باختيار الموظفين في العلاقات العامة، وتدني نسبة المتخصصين إلى (٢٤،٥٪) للعاملين في مؤسسات الإعاقة.
- تمكين ممارسي العلاقات العامة من بناء سمعة وصورة ذهنية جيدة وإيجابية عن المؤسسة بالتزود بمهارات العلاقات العامة، والاتصال لإقامة حوار أخلاقي إقناعي فعال، وتأهيلهم بدورات تدريبية حديثة موجهة في مجال العلاقات العامة وبخطة منظمة تستهدف جميع العاملين وتلزمهم بها.
- زيادة التنسيق لتوحيد الجهود بين مؤسسات الإعاقة في المملكة للتصدي لتشتت جهودها في خدمة الإعاقة كون الإعاقة قضية بينية تتداخل فيها عدة جهات.
- تنمية الوعي لدى العاملين في العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة بزيادة توجيه الاهتمام بالجمهور الداخلي؛ لكسب ثقتهم وولائهم وإشعارهم بالتطورات المهمة، والتي تؤثر على المؤسسة وعلى جمهورها الداخلي.
- العمل على التأكيد على الاتصال الثنائي المتبادل لدمج حاجات واهتمامات مؤسسات الإعاقة مع جمهورها الداخلي والخارجي بتكثيف البيئة المكانية لتناسب الجمهور من ذوي الإعاقة، وتوفير الأجهزة المناسبة لهم وفقاً لإعاقتهم.

- زيادة العمل على التفاعل الإعلامي مع برامج وأنشطة العلاقات العامة الاتصالية لمؤسسات الإعاقة.
- التنوع في تنفيذ البرامج والأنشطة للجمهور وفقاً لاستجابته وتفاعله معها والانطلاق منها لإبصال رسائل اتصالية هادفة، حيث تبين أن البرامج والأنشطة الاجتماعية في الأيام والمناسبات الخاصة بالإعاقة بنسبة (٧٥,٥٪) كبيرة هي الأكثر استجابة لدى الجمهور.
- تعزيز الوعي لدى ممارسي العلاقات العامة وتعميق الفهم حول الوظيفة الاتصالية ومفاهيمها الساعية لكسب ثقة الجماهير لمصلحة مشتركة، حيث تبين وضوح المفهوم والإشكالية في آليات التطبيق القائم على تخطيط غير سليم.

• توصيات علمية:

- نظراً لندرة الدراسات التي تناولت وظائف وإدارات العلاقات العامة في مؤسسات الإعاقة، توصي الباحثة بتكثيف الاهتمام بالدراسات والبحث العلمي لموضوعات الإعاقة وتفعيل توصياتها؛ لتطوير وتحسين أداء إدارات العلاقات العامة لممارسة مهنية ناجحة وفق منهجية علمية.
- لزيادة قدرة ممارسي العلاقات العامة المختصين في مجال العلاقات العامة بالعمل بتمكن وشمولية، توصي الباحثة لأقسام مسار العلاقات العامة في الكليات والجامعات بتقديم مواد دراسية عن الإعاقات ومهارات التعامل مع ذوي الإعاقة ضمن خططها الدراسية لدارسي العلاقات العامة

المصادر والمراجع العربية

١. أبو إصبع، صالح خليل. (٢٠٠٩). العلاقات العامة والاتصال الإنساني. ط٢. عمان: دار الشروق.
٢. أبو الخير، مختار محمد فؤاد. (١٩٨٠). دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٣. اتقائية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، (٢٠٠٦)، الأمم المتحدة في نيويورك،
٤. أحمد، يحيى حسن. (١٩٩٤). دراسة الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في الجهاز المصرفي. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٥. آل سعود، نايف بن ثنيان. (٢٠٠٩). تقنيات الاتصال والتغيرات الاجتماعية في ظل العولمة الإعلامية. الرياض: مطبعة سفير.
٦. إمام، إبراهيم. (١٩٨٦). فن العلاقات العامة والإعلام. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
٧. زهرة، إيمان محمد. (٢٠٠٢). العلاقات العامة في الشركات المتعددة الجنسية العاملة في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٨. السليمي، نهلة بنت محمد. (٢٠٠٨). خدمات المستفيدين من ذوي الاحتياجات الخاصة. رسالة ماجستير، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
٩. الشافعي، علاء الدين. (٢٠١٠-٣ فبراير). برامج الوقاية من الإعاقة بين الطب والمجتمع. مقال علمي. مجلة الوقف الإسلامي، الكويت، العدد ٥٣٢.

١٠. الشبل، محمد بن يوسف. (٢٠٠٧). تطبيقات الوظيفة الاستشارية للعلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص، المملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
١١. شعبان، حمدي. (٢٠٠٨م). وظيفة العلاقات العامة الأسس ومهارات. القاهرة: مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر.
١٢. شكري، عبد المجيد. (١٩٩٦). تكنولوجيا الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي.
١٣. الشمالي، ناجح أحمد. (٢٠١٣). دور العلاقات العامة في تفعيل العلاقة بين المؤسسة وجمهورها. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة، جامعة اليرموك، الأردن.
١٤. الشمري، فراس إسماعيل خميس. (٢٠٠٨م). الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في الجهاز المصرفي الحكومي للعلاقات العامة في البنك المركزي العراقي ومصرفي الرافدين والرشد أنموذجاً. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
١٥. الصبيحي، محمد سليمان. (٢٠٠٧-٢٠٠٨). العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور. رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
١٦. الصقبي، أنور محمد. (٢٠١١م). دور القطاع الخاص في توظيف ذوي الاحتياجات الخاصة. رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
١٧. عادل، ريم أحمد. (٢٠٠٣). تأثير بيئة المنظمة على السلوك الاتصالي لجهاز العلاقات العامة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٨. العالم، محمد صفوت. (٢٠٠٩). فنون العلاقات العامة. القاهرة: الدار العربية للنشر.
١٩. عباس، كمال الدين جعفر. (٢٠٠٤). الاتصال السياسي. ط١. بيروت: الدار العربية للعلوم، الإسلامي للطباعة والنشر.
٢٠. عبيدات، ذوقان؛ وعدس، عبدالرحمن؛ وعبدالحق، كايد. (١٩٨٨م). البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه. الأردن: دار الفكر للنشر والتوزيع.
٢١. عنوم، أحمد أمين. (٢٠١٠م). أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
٢٢. عوجة، علي. (٢٠٠٨). الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة: عالم الكتب.
٢٣. العقابي، جاسم طارش. (٢٠٠٤م). الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية في العراق. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد.
٢٤. الفرد، جبران بن خيف. (٢٠٠٠). تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها على وزارة الداخلية وأجهزتها بالمملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

المراجع الأجنبية:

25. C.H wright، MASS Communication، A sociological perspectine (New York: Rondum house، 1959)، P. 11.
26. H.koontz.and C.O'Donnell،Principles of Management ،Me Graw Uill Book.co. ، 1980/1979
<http://www.moh.gov.sa/depts/Rehabilitation/Pages/achievements.aspx>
27. Huang-Yi-Hui، "Public Relations Relational Outcomes And Conflict Management Strategies: Taiwan and China "، (PHD: College Park، University Of Maryland، 1997)
28. Raghavendra، Parimala، & Virgo، Rachael، & Olsson، Catherine، & Connell، Timothy، & Lane، Alison E. (2011). Activity participation of children with complex communication needs، physical disabilities and typically developing peers، Developmental Neurorehabilitation، 14 (3)، 145-15