

**دور العلاقات العامة لإدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال
في توجيه وإرشاد عمال القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف
- دراسة تحليلية لعينة من موظفي القطاع الخاص لمحافظة النجف الأشرف -**

كاظم واصف كاظم عباس المولى المشعشي
طالب ماجستير ، قسم إدارة الإعلام، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران
kkadhum76@gmail.com
د. ليلى نوريمند
أستاذ مساعد ، قسم إدارة الإعلام، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران

**The Role of Public Relations in the Workers' Retirement
and Social Security Administration in Guiding and
Advising Private Sector Workers in Najaf Governorate**

**- An Analytical Study of a Sample of Private Sector Employees in Najaf
Governorate-**

Kazim Wasif Kazim Abbas Al-Mawla Al-Musha'sha'i
Master's Student, Department of Media Management, University of
Religions and Denominations, Qom, Iran
Dr. Leila Nourimand
Assistant Professor, Department of Media Management, University of
Religions and Denominations, Qom, Iran

Abstract:-

This study examines the role of public relations within the Directorate of Pension and Social Security for Workers in Najaf in guiding and informing private-sector employees about their rights and social security obligations. The research problem stems from the low level of awareness among workers regarding their social security rights and from weak field and communication engagement between the administration and its audience, which affects workers' enrollment and benefit utilization. The importance of the study lies in assessing the effectiveness of public relations in enhancing social security awareness and identifying strengths and weaknesses in the administration's communication performance to develop more influential strategies. Analysis of the data shows that workers possess a moderate level of awareness, and although public relations efforts provide clear basic information, they lack sufficient field presence, and current awareness campaigns show limited impact. Findings also indicate acceptable trust in the information provided by the administration, contrasted with weak follow-up on workers' complaints. The study recommends strengthening field campaigns, simplifying informational messages, adopting modern digital communication tools, and developing the skills of public relations staff to ensure more effective communication. The study thus contributes a foundation for improving institutional communication and promoting social security culture in the province.

Keywords: Public Relations, Social Security, Awareness, Private Sector, Najaf.

الملخص:-

تتناول هذه الدراسة دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال بمحافظة النجف الأشرف، مع التركيز على إرشاد وتوجيه عمال القطاع الخاص نحو فهم حقوقهم وواجباتهم التأمينية. تنبع مشكلة البحث من انخفاض مستوى الوعي لدى العاملين بحقوق الضمان الاجتماعي، وضعف التفاعل الاتصالي والميداني بين الإدارة وجمهور العمال، مما يؤثر في شمولهم واستفادتهم من الخدمات. وتبرز أهمية الدراسة في الكشف عن فاعلية العلاقات العامة في تعزيز الثقافة التأمينية، وإبراز نقاط القوة والضعف في أداء الإدارة، بما يمكن من تطوير استراتيجيات أكثر تأثيراً في التواصل مع العمال. توصل البحث من خلال تحليل البيانات إلى أن مستوى الوعي التأميني لدى العاملين متوسط، وأن العلاقات العامة توفر معلومات أساسية جيدة لكنها تعاني من ضعف التواجد الميداني، كما أن الحملات التوعوية الحالية ذات تأثير محدود. كما أظهرت النتائج وجود ثقة مقبولة بالمعلومات المقدمة من الإدارة، مقابل ضعف في متابعة شكاوى العمال. وتقترح الدراسة ضرورة تعزيز الحملات الميدانية، وتبسيط الرسائل الإرشادية، واعتماد وسائل الاتصال الرقمية الحديثة، إضافة إلى تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة لضمان تواصل أكثر فعالية. وبذلك تسهم الدراسة في توفير أساس يمكن الاعتماد عليه لتحسين الاتصال المؤسسي وتعزيز ثقافة الضمان الاجتماعي في المحافظة.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الضمان الاجتماعي، الوعي التأميني، القطاع الخاص، محافظة النجف.

المقدمة :-

يأتي الاهتمام بموضوع العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كونه يمثل أحد المرتكزات الأساسية في تعزيز التواصل الفعال بين المؤسسة وجمهورها، خصوصاً حينما يتعلق الأمر بمؤسسات ذات صلة مباشرة بحياة المواطن ومستقبله المهني والمعيشي. وتعد إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال من أهم هذه المؤسسات، إذ تضطلع بدور محوري في توفير الحماية الاجتماعية للعمال، وضمان حقوقهم، ومتابعة شؤونهم التأمينية، بما يعزز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي على حد سواء. ومع اتساع القطاع الخاص في العراق خلال العقود الأخيرة، وبروز دوره المتنامي في تشغيل العمالة، أصبحت الحاجة ماسة إلى تطوير آليات اتصال وتوجيه أكثر فاعلية بين الإدارة والعمال، لضمان فهم واضح للحقوق والامتيازات، ونشر الوعي بأهمية الاشتراك في أنظمة الضمان الاجتماعي.

يمثل عمال القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف شريحة واسعة ومهمة من القوة العاملة، إذ تشهد المحافظة نشاطاً اقتصادياً متنوعاً يشمل قطاعات البناء، والخدمات، والصناعة، والتجارة، إضافة إلى الطفرة الاستثمارية في المشاريع العمرانية والسياحية والدينية. هذا التنوع جعل من الضروري تعزيز دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال، لتكون حلقة الوصل التي تتيح التواصل المباشر، وتقديم الإرشاد الدوري، والتوعية بالإجراءات والالتزامات، والإجابة عن الاستفسارات، فضلاً عن معالجة المشكلات التي قد يواجهها العمال وأصحاب العمل في التعاملات الإدارية.

وتزداد أهمية هذا الدور في بيئة تشهد تحديات متعددة؛ منها ضعف الثقافة التأمينية لدى بعض العاملين، وتردد بعض أصحاب العمل في شمول عمالهم ضمن مظلة الضمان الاجتماعي، أو وجود تصورات خاطئة حول إجراءات التسجيل والاستقطاع والفوائد المستقبلية. كما يواجه العمال في القطاع الخاص صعوبات تتعلق بغياب الاستقرار الوظيفي، أو التنقل بين أكثر من منشأة، أو عدم توفر عقود رسمية واضحة تضمن حقوقهم، الأمر الذي يجعل توجيههم وإرشادهم مسؤولية جوهرية لا يمكن تجاهلها. وهنا يظهر دور العلاقات العامة كرافعة معرفية وتوعوية قادرة على تحويل اللوائح والأنظمة إلى رسائل مبسطة، واضحة، وقابلة للفهم من قبل العاملين بمختلف مستوياتهم التعليمية.

وتسعى إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي من خلال وحدات العلاقات العامة إلى مدّ جسور الثقة بينها وبين العاملين، عبر آليات متعددة تشمل الندوات التعريفية، وزيارات مواقع العمل، واستقبال المراجعين، إلى جانب استثمار المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر الإرشادات والمعلومات المهمة. كما تعمل العلاقات العامة على بناء صورة ذهنية إيجابية عن الإدارة، تعكس التزامها بخدمة العامل، وتسهيل معاملاته، وتشريع حقوقه، وتطوير الإجراءات الحكومية بما يتماشى مع متطلبات العصر.

ومع ذلك، فإن فاعلية هذه الجهود تعتمد على مدى قدرة العلاقات العامة على فهم احتياجات العمال الفعلية، والتعرف على العقبات التي تقف أمامهم، وتقييم مستوى وعيهم بالحقوق التأمينية. وبناءً عليه، تأتي هذه الدراسة التحليلية التي تستهدف عينة من موظفي القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف، بهدف الكشف عن مستوى تأثير العلاقات العامة لإدارة التقاعد والضمان الاجتماعي في توجيه وإرشاد العمال، ومعرفة مدى وعيهم بحقوقهم، ومدى استفادتهم من الحملات التوعوية، بالإضافة إلى رصد الفجوات التي تحتاج إلى تطوير في منظومة الاتصال المؤسسي.

إن اختيار محافظة النجف الأشرف كنموذج للدراسة يستند إلى كونها محافظة تشهد توسعاً اقتصادياً لافتاً، وتضم أعداداً كبيرة من العمال في القطاع الخاص، إلى جانب وجود بيئة اجتماعية ودينية مؤثرة قد تسهم في تشكيل اتجاهات العاملين نحو قضايا الضمان الاجتماعي والحقوق العمالية. ومن شأن هذه الدراسة أن تقدم قراءة علمية معمّقة لمدى نجاح المؤسسة في التواصل، ومدى قدرة أدوات العلاقات العامة على إحداث تغيير واقعي في سلوك العمال ووعيهم التأميني.

وتحاول الدراسة أيضاً تسليط الضوء على أهمية التأهيل المهني والاتصالي لكوادر العلاقات العامة داخل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي، إذ إن نجاح الرسالة الاتصالية يتوقف على كفاءة القائمين عليها، ومدى تبنّيهم لأساليب علمية في التخطيط الاتصالي، وبناء الحملات الإعلامية، وتوظيف استراتيجيات الإقناع والتأثير. كما تهدف إلى تعزيز فهم الباحثين وصناع القرار لطبيعة البيئة الاتصالية داخل المؤسسات الحكومية، وكيفية تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية لضمان وصول الرسالة إلى جمهورها المستهدف.

وبذلك، تنطلق هذه الدراسة من الحاجة إلى تقييم أثر العلاقات العامة في مؤسسة حساسة ومؤثرة، وتبحث في حدود فاعليتها، وإمكانية تعزيز دورها الإرشادي والتوعوي، بما يسهم في حماية حقوق العمال، وتنمية وعيهم، وترسيخ مبدأ الضمان الاجتماعي كجزء أساسي من منظومة العمل في العراق. وتطمح النتائج المتوقعة إلى تقديم خطوات عملية تسهم في تحسين الأداء الاتصالي، وتعزيز الشفافية، وتطوير البرامج التوعوية، بما يخدم المؤسسة والعاملين فيها على حد سواء.

أولاً: مشكلة البحث

تحدد مشكلة البحث في وجود فجوة واضحة بين الجهود التي تبذلها إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال في محافظة النجف الأشرف من خلال وحدات العلاقات العامة، وبين مستوى الوعي الفعلي لدى عمال القطاع الخاص بحقوقهم التأمينية وإجراءات شمولهم في الضمان. فعلى الرغم من تكثيف الأنشطة الاتصالية والتوعوية، ما يزال عدد من العمال يفتقرون إلى فهم كافٍ لأنظمة التقاعد والضمان، ويواجهون صعوبات في التعامل مع التعليمات والإجراءات، أو يمتلكون تصورات غير دقيقة حول فوائد الاشتراك ومراحله.

كما تظهر المشكلة في ضعف التواصل المباشر بين الإدارة والعاملين داخل بعض المنشآت الخاصة، إما بسبب محدودية الحملات التوعوية الميدانية، أو ضعف الوصول إلى العمال في مواقع عملهم، أو عدم توظيف وسائل الاتصال الحديثة بالشكل الأمثل. ويضاف إلى ذلك وجود تردد لدى بعض أصحاب العمل في شمول العاملين ضمن مظلة الضمان الاجتماعي، مما يزيد الحاجة إلى دور إرشادي أقوى وأكثر فاعلية من جانب العلاقات العامة.

وبناءً عليه، تنحصر مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:

إلى أي مدى تسهم العلاقات العامة لإدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال في توجيه وإرشاد عمال القطاع الخاص بمحافظة النجف الأشرف، وما العوامل التي تؤثر في فاعلية هذا الدور؟

وتنبثق عن المشكلة الرئيسة مجموعة من الجوانب التي يحتاج البحث إلى تحليلها، منها:

١. انخفاض مستوى الوعي بحقوق الضمان الاجتماعي لدى عدد من العاملين في القطاع الخاص.
٢. محدودية وصول الرسائل الإرشادية إلى العمال بالشكل الكافي أو الملائم.
٣. ضعف التفاعل الاتصالي بين الإدارة وجمهور العمال في بعض الأحيان.
٤. قصور بعض استراتيجيات العلاقات العامة في تبسيط المعلومات أو إيصالها بطرق مناسبة.

هذه المشكلة تُبرز الحاجة إلى دراسة تحليلية معمقة تستكشف مستوى فاعلية العلاقات العامة، وتقيس قدرتها على إحداث وعي فعلي، وتحديد مجالات القصور التي تتطلب تطويراً، لضمان تحقيق هدف المؤسسة في حماية حقوق العمال وتعزيز الثقافة التأمينية لديهم.

ثانياً: أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث من طبيعة الموضوع الذي يتناوله، والذي يرتبط بمؤسسة حيوية تُعنى بحقوق شريحة واسعة من عمال القطاع الخاص. وتظهر أهمية البحث في عدة جوانب، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

الأهمية العلمية:

١. يساهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بدور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، ولا سيما تلك التي تقدم خدمات اجتماعية واقتصادية مباشرة للعاملين.
٢. يقدم إطاراً تحليلياً يساعد الباحثين على فهم العلاقة بين الاتصال المؤسسي ومستوى الوعي التأميني لدى العاملين، مما يفتح المجال لدراسات لاحقة تتناول موضوعات مشابهة في محافظات أو قطاعات أخرى.
٣. يرفد مجال دراسات الضمان الاجتماعي بنتائج علمية يمكن الاستناد إليها في تقييم السياسات، ويفتح المجال لمقاربات بحثية جديدة تجمع بين الاتصال المؤسسي

والإدارة الاجتماعية.

٤. يضيف معرفة تخصصية حول فعالية استراتيجيات العلاقات العامة الموجهة نحو جمهور محدد (عمال القطاع الخاص)، وهو مجال لم ينل ما يكفي من البحث محلياً. الأهمية التطبيقية:

١. يساعد البحث إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال على تشخيص مستوى نجاح البرامج التوعوية والإرشادية الحالية، والكشف عن جوانب الضعف والقوة فيها.

٢. يقدم توصيات عملية يمكن أن تسهم في تطوير أدوات الاتصال، وتحسين آليات التوعية، وابتكار رسائل إعلامية أكثر فاعلية للوصول إلى العمال.

٣. يدعم عملية اتخاذ القرار داخل المؤسسة من خلال توفير بيانات وتحليلات تعتمد على آراء عينة واقعية من عمال القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف.

٤. يساهم في تعزيز الثقافة التأمينية لدى العاملين، مما ينعكس على زيادة شمولهم ضمن أنظمة الضمان الاجتماعي، وبالتالي رفع مستوى الحماية الاجتماعية داخل المحافظة.

٥. يوفر نموذجاً يمكن تطبيقه أو تعديله في إدارات محافظات أخرى، مما يعزز تحسين بيئة العمل ويضمن حقوق العمال على نطاق أوسع.

وبذلك، فإن أهمية هذا البحث لا تنحصر في الجانب الأكاديمي فحسب، بل تمتد لتشمل الفائدة العملية المباشرة لمؤسسة حكومية وجمهور واسع من العاملين، بما يعزز الدور التنموي للضمان الاجتماعي ويقوي أسس التواصل المؤسسي الفعال.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية التي تمكن من فهم الدور الحقيقي للعلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال، ومدى تأثيره في توجيه عمال القطاع الخاص بمحافظة النجف الأشرف. ويمكن تحديد أبرز هذه الأهداف

على النحو الآتي:

١. تحديد مستوى فاعلية العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال في إيصال المعلومات والإرشادات المتعلقة بحقوق وواجبات عمال القطاع الخاص.
 ٢. التعرف على مدى وعي العاملين في القطاع الخاص بالحقوق التأمينية، وإجراءات التسجيل، ومزايا الاشتراك في أنظمة الضمان الاجتماعي.
 ٣. تحليل أساليب ووسائل الاتصال التي تعتمدها إدارة الضمان الاجتماعي في التواصل مع العمال، وقياس مدى ملاءمتها لاحتياجاتهم ومعارفهم.
 ٤. الكشف عن المشكلات أو العوائق التي تحد من وصول الرسائل الإرشادية إلى العمال بالشكل المطلوب، سواء كانت عوائق اتصالية أو تنظيمية أو متعلقة بأصحاب العمل.
 ٥. تقييم أثر الحملات التوعوية التي تنفذها العلاقات العامة على تحسين الثقافة التأمينية لدى العاملين في القطاع الخاص.
 ٦. تحديد انطباعات العمال واتجاهاتهم نحو إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي، ومدى رضاهم عن الخدمات والبرامج الإرشادية المقدمة لهم.
 ٧. تقديم توصيات عملية لتحسين الأداء الاتصالي للعلاقات العامة، ورفع مستوى التوعية، وزيادة فعالية البرامج الإرشادية في المحافظة.
 ٨. بناء تصور علمي يمكن أن تستفيد منه الإدارات الحكومية الأخرى من أجل تطوير استراتيجيات العلاقات العامة الموجهة نحو فئات اجتماعية محددة.
- بهذه الأهداف، يسعى البحث إلى تقديم فهم شامل ومتعمق لدور العلاقات العامة في دعم منظومة الضمان الاجتماعي، وتحسين مستوى الوعي لدى العاملين في القطاع الخاص، بما يعزز حماية حقوقهم ويقوي دور المؤسسة في خدمة المجتمع.

خامساً: تعريف المصطلحات

- العلاقات العامة:

وهي احد الوظائف الإدارية الحديثة، وتعد عملية اجتماعية الهدف منها معالجة المشكلات التي يواجهها الفرد ومساعدته في التعامل مع المشاكل وبالنتيجة تحقق التكامل و التوافق الاجتماعي (عبد الرحمن، ٢٠٠٠، ٤٠). وتعرف ايضاً بأنها التواصل ما بين الجمهور والمؤسسة وتقسم إلى قسمين (الداخلي والخارج) فالاتصال الداخلي الذي يكون بين الموظفين الهدف منه إيجاد بيئة وظيفية جيدة، والخارجي المسؤول على ديمومة التواصل مع المحيط الخارجي (Petrovici:80).

- التقاعد العامة والضمان الاجتماعي:

احدى دوائر وزارة العمل والشؤون الاجتماعية وهي من الدوائر الممولة ذاتيا هي تعمل على تجسيد القيمة الانسانية للعمل باعتباره ركناً أساسياً في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية واعتباره حقاً وواجباً وطنياً وكذلك تأمين الضمان الاجتماعي لجميع العمال المشمولين لرفع المستوى المعاشي للطبقة العاملة بما يضمن لهم العيش الرغيد والحياة الكريمة وذلك عن طريق فروع الضمان المتمثلة بـ(الضمان الصحي، ضمان اصابات العمل، ضمان التقاعد، ضمان الخدمات. وتتحقق أهداف الدائرة عن طريقا لتنسيق والتعاون بين هذه الدائرة وشركائها الاجتماعيين وجماعة المصالح (موقع التقاعد العامة والضمان الاجتماعي، ٢٠٢٥).

- التوجيه والارشاد:

وهي الطرق الكلاسيكية أو الحديثة باستخدام تكنولوجيا العصر التي تستخدم في النشر أو نقل التوجيهات أو المعلومات والتي الفرد يحتاجها لمساعدته في تحقيق قسم من الأهداف والنأي بالفرد عن العقبات والمخاطر (الفضلي، ٢٠١٣: ٨)

- القطاع الخاص

ويعني الشركات و المؤسسات التي لا تمتلكها الدولة، وتمتاز بكونها خاضعة بشكل كبير لرأس مال الشركات أو راس مال الافراد، أي ان القطاع الخاص هو الاقتصاد غير الخاضع

للدولة ويدار وفق اعتبارات الربح والخسارة (الكواز، ٢٠٠٨: ٧).

سادساً: الدراسات السابقة والحالية

أولاً: الدراسات السابقة

تناولت الموضوع عدة بحوث ودراسات ومنها:

١- دراسة بدور عثمان أبو زيد، بعنوان فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وتم إجراء الدراسة على عينة من موظفي وزارة النفط والغاز للفترة من تشرين الأول / ٢٠١٥ إلى حزيران ٢٠١٦، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تفيد بالاهمية الكبيرة لدائرة العلاقات العامة في أي مؤسسة، إذ هي الواسطة وحلقة الوصل بين المجتمع والمؤسسة الحكومية.

٢- دراسة فارس إسماعيل خليل بعنوان "دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية"، على عينة من موظفي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي انموذجاً، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تفيد بأهمية بان العلاقات العامة هي صناعة القرن من خلال الاستفادة من كافة وسائل الاعلام المتعددة كما توصلت إلى ان فهم دور العلاقات العامة في المجتمع يفضي إلى نتائج كبيرة تنعكس على أداء المؤسسة وأكدت الدراسة على الأثر الإيجابي للعلاقات العامة في المؤسسة في تحسين سمعة المؤسسة والعمل الحكومي.

٣- دراسة مصطفى مصلح محمد، ٢٠٢٣ بعنوان "استراتيجيات العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الإعلامية العراقية ودورها في تشكيل صورتها لدى الجمهور"، اعتمدت على استمارة وزعت على الجمهور العراقي الذي شمل ٤٠٠ فقرة مفردة، وتوصلت إلى نتائج بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة نشاط المؤسسات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع المتابعة لها، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين متابعة اخبار المؤسسة وتحسين الصورة الذهنية المتكونة عن المؤسسات.

ثانياً: ما يميز الدراسة الحالية

- الدراسة الحالية ركزت على بيان دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال في محافظة النجف الاشرف.
 - أوضحت أهمية العلاقات العامة كوظيفة إدارية تسهم في توعية وارشاد عمال القطاع الخاص بحقوقهم وواجباتهم.
 - ابرزت استخدام الأساليب الحديثة مثل الاعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لتسهيل التواصل مع الجمهور وحل مشكلات العاملين.
 - اقترحت تحسين الخدمات الالكترونية وتطوير المنصات الرقمية.
- إذا: إضافة البحث هي الربط بين العلاقات العامة وتطوير الارشاد والتوجيه باستخدام الأساليب الحديثة ضمن مؤسسة حكومية خدمية في بيئة محلية محددة (النجف) وهذا جانب تطبيقي لم تعالجه معظم الدراسات السابقة بهذا العمق والسياق المحلي.

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

تُعدّ العلاقات العامة وظيفة أساسية داخل المؤسسات، تهدف إلى بناء جسور من الثقة والتواصل بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، من خلال مجموعة من الأنشطة الاتصالية المخططة التي تعمل على تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة وتعزيز فهم الجمهور لرسالتها وخدماتها. ويرى المختصون أن العلاقات العامة ليست مجرد نشاط إعلامي، بل هي عملية اتصال مستمرة تعتمد على البحث والتخطيط والتنفيذ والتقييم، لضمان تفاعل فعال بين المؤسسة وجمهورها.

وتُعرّف العلاقات العامة بأنها "جهد اتصالي منظم ومخطط يسعى إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها من خلال تبادل المعلومات والآراء، بما يؤدي إلى بناء علاقة قائمة على الثقة والاحترام والتعاون" (الصادق، ٢٠١٨: ٤٤). كما تُعرّف أيضاً بأنها "وظيفة إدارية تعمل على تحليل اتجاهات الجمهور، وربط سياسات المؤسسة باحتياجاته، وتنفيذ برامج اتصال تهدف إلى تكوين صورة إيجابية ودعم متبادل" (عبد الهادي، ٢٠٢٠: ٦٧).

وتشمل العلاقات العامة عدة وظائف، منها: إدارة الاتصال، تحليل احتياجات الجمهور، تنسيق الحملات التوعوية، إدارة الأزمات، بناء السمعة المؤسسية، وتقديم الاستشارات للإدارة العليا. وتعتمد اليوم على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ما يجعلها أكثر قدرة على الوصول للجمهور وتوجيهه وإرشاده بأساليب حديثة تتناسب مع التطور التقني ومتطلبات البيئة الاتصالية المعاصرة.

ومن خلال هذا المفهوم، يتضح أن العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي ليست مجرد نقل معلومات، بل هي عملية إرشادية تفاعلية تسعى لتوعية العمال بحقوقهم، وتحفيزهم على الاشتراك في أنظمة الضمان، وبناء ثقة متبادلة تسهم في تعزيز الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي.

ثانياً: تعريف العلاقات العامة

تُعرف العلاقات العامة بأنها نشاط اتصالي منظم يهدف إلى إقامة علاقة متبادلة قائمة على الثقة والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، من خلال مجموعة من الأساليب الاتصالية والتخطيطية التي تعمل على بناء صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة وتعزيز سمعتها. وترتكز العلاقات العامة على تحليل اتجاهات الجمهور، وفهم احتياجاته، وتزويده بالمعلومات الصحيحة، بما يسهم في تحقيق الانسجام بين سياسات المؤسسة وتوقعات جمهورها.

وينظر إلى العلاقات العامة أيضاً بوصفها وظيفة إدارية تُعنى بتنفيذ برامج اتصال استراتيجية تعمل على خلق تواصل فعال بين المؤسسة وجمهور متنوع، بهدف تعزيز التأييد، وإدارة المواقف، وتحسين الانطباعات العامة. وتؤكد الأدبيات الحديثة أن العلاقات العامة لم تعد مقتصرة على الإعلام التقليدي، بل أصبحت تشمل الاتصال الرقمي، وإدارة الأزمات، وبناء السمعة، وإدارة الصورة الذهنية، والتفاعل مع الجمهور عبر مختلف الوسائط.

ووفق هذا المفهوم، يمكن القول إن العلاقات العامة تمثل حلقة وصل حيوية بين المؤسسة ومجتمعها، تعمل على تبادل المعرفة، وشرح السياسات، ومعالجة الاستفسارات، وتوجيه الجمهور نحو فهم أفضل للخدمات والحقوق، وهو ما يجعل دورها محورياً في المؤسسات الخدمية مثل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال.

وهناك مفهومين لهذا المصطلح:

- العلاقات: وهو التواصل الناتج من تفاهم اثنين من الافراد أو اكثر، ناتجها علاقة اجتماعية منسجمة، أو قد تكون علاقة سلبية متوترة ناتجها الاختلاف والتفكك بين افراد المجموعة (بن راشد، ٢٠٢٠: ٣٣).

- العامة: ويقصد به العلاقات الشاملة كل أنماط التفاعل مع افراد المجتمع حيث انها عملية معقدة ذات نطاق واسع متعددة الأهداف باختلاف حاجات الجماعات والافراد واهدافهم ومصالحهم (الدليمي، ٢٠٠٤: ٣٤)^(١).

على الرغم من البعد التاريخي للعلاقات العامة، والبحوث والدراسات الكثيرة الا ان العلماء والمفكرين لم يتوصلوا إلى مفهوم ثابت للعلاقات العامة إذ لوحظ ان المفهوم تغير وتطور مع التطور التاريخي لها^(٢)، فمفهوم العلاقات العامة في فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية كان يقتصر على الارتقاء بالمجتمع انسانياً، اما بعد الحرب فاصبح المفهوم متعلقاً بالمنظمة والتفاهم التبادلي ما بينها وبين جمهورها (النواصرة، ٢٠١٠: ٥٦)^(٣).

إن التعريفات للعلاقات العامة تعددت لاختلاف الهدف، ففي قاموس أكسفورد عرفها: "هي الفن الذي يعتمد على قواعد علمية لبحث افضل الاساليب العمل الناجحة بين المؤسسة العاملين في داخلها وخارج المؤسسة والخارجي مع الاخذ بالنظر القيم والمعايير والسنن الاجتماعية والقوانين في المجتمع (المزاهرة، ٢٠١٥: ٢٨).

وعرفها ادوارد بيرنيز: هي التواصل مع الجمهور من اجل ان يسود التفاهم وتكوين العلاقات الجيد (Allenx, 1990: 2).

ان العلاقات العامة وظيفة إدارية واتصالية فعالة عن طريق الأدوات الاتصالية الفعالة لمواجهة التحديات الحالية للمنظمة والمجتمع، بغض النظر عن النشاط الذي ترتبط بها؛ حيث تتمكن من دعم حل للمشاكل والأزمات، وتقوية من سمعة المنظمات وحتى الحكومات ومفاصلها العامة (الوائلي، ٢٠٢١: ٩٢٣).

ويرى Edward Robinson ان العلاقات العامة هو علم اجتماعي وسلوكي وتطبيقي لتفسير مختلف توجهات الجمهور والتي لها علاقة بالمؤسسة لمساعدة الكادر الإداري لتحديد

الأهداف المتعلقة في تحسن العلاقات مع الجماهير وتفهمهم خططهم ومتطلباتهم (Robinson, 1966:115).

اغلب المختصين في تفسير هذا العلم يرون ان عملها نشاطا اتصالياً، والآخر يراها وظيفة إدارية، والبعض يعدها نشاطاً علمياً، ومنهم يعتبرها نشاطاً اجتماعياً، ويجمع آخرون على انها كل تلك التصنيفات (سلطان، ٢٠١١: ١٧).

ويتوخى من العلاقات العامة تكوين علاقة طيبة بين المنظمة وبين الجمهور وتقويتها وادامتها ليكفل تحقيق الثقة و التفاهم والرضا ولهذا نلاحظ ان المنظمات الان تسعى لنيل ثقة وتأييد الجمهور وتعد الواجبات الأساسية دليل نجاح المؤسسة، وان العلاقات العامة لا يقتصر دورها على اعلام الجمهور بالحقائق، أو الإعلان والدعاية للترويج لفكر معين، الا انها الأسلوب والسياسة للحصول على المنفعة مع الاخذ بنظر الاعتبار مصلحة الآخرين (البخشونجي، ٢٠٠٠: ١٠٠) (٤).

ويرى الباحث ان العلاقات العامة هي "عمل إداري مهم مرتبط بالمؤسسة والمتمثلة بادارتها العليا تعمل في نقل الإيجابيات للمؤسسة وهي عملية اتصال وتواصل بين طرفين المؤسسة والمتنفعين في واسطة عملها يتسم بالتعاون والتفاهم القبول بين الأطراف" (٥).

ثالثاً: مبادئ العلاقات العامة

تستند العلاقات العامة في عملها إلى مجموعة من المبادئ الأساسية التي تضمن نجاحها وفعاليتها في بناء علاقة إيجابية بين المؤسسة وجمهورها. وتشكل هذه المبادئ إطاراً منهجياً يساعد في التخطيط والتنفيذ والتقييم لجميع الأنشطة الاتصالية. ومن أبرز هذه المبادئ ما يأتي:

١- مبدأ الحقيقة والشفافية تعتمد العلاقات العامة على تقديم معلومات صحيحة وموثوقة وواضحة للجمهور، والابتعاد عن التضليل أو إخفاء الحقائق، لأن الثقة تُعد الأساس في بناء علاقة طويلة الأمد بين المؤسسة وجمهورها.

٢- مبدأ التخطيط العلمي يقوم عمل العلاقات العامة على التخطيط وليس الارتجال،

إذ تُحدّد الأهداف بدقة، وتوضع استراتيجيات مناسبة، وتُختار الوسائل الاتصالية الأكثر ملاءمة للجمهور المستهدف.

٣- مبدأ فهم الجمهور وتحليل اتجاهاته يستلزم نجاح العلاقات العامة دراسة الجمهور، ومعرفة خصائصه واحتياجاته وتوقعاته، وتحليل اتجاهاته، حتى تتمكن المؤسسة من صياغة رسائل ملائمة ومؤثرة.

٤- مبدأ الاتصال المتبادل لا تقتصر العلاقات العامة على إرسال المعلومات فقط، بل تعتمد على التفاعل والحوار وتبادل الآراء مع الجمهور، مما يعزز الاستجابة الإيجابية والتفاهم المتبادل.

٥- مبدأ بناء الصورة الذهنية الإيجابية تعمل العلاقات العامة على ترسيخ صورة إيجابية للمؤسسة من خلال سلوكها، وسياساتها، وخدماتها، وطريقة تواصلها مع الجمهور، لأن الصورة الذهنية لها تأثير مباشر في قرارات الجمهور ورضاه.

٦- مبدأ الاستمرارية تتطلب العلاقات العامة أن يكون نشاطها مستمراً وغير موسمي، لضمان حضور دائم للمؤسسة في ذهن الجمهور، وزيادة مستوى الثقة وتراكم التأثير الاتصالي مع مرور الوقت.

٧- مبدأ المسؤولية الاجتماعية تسهم العلاقات العامة في تعزيز الدور الاجتماعي للمؤسسة من خلال مبادرات تخدم المجتمع، وتراعي القيم والاعتبارات الأخلاقية والمهنية في جميع أنشطتها الاتصالية.

٨- مبدأ التقييم والمتابعة يعتمد نجاح العلاقات العامة على تقييم البرامج والأنشطة بشكل مستمر لمعرفة مدى فعاليتها، وتحديد نقاط الضعف والقوة، وتحسين الأداء في المستقبل.

هذه المبادئ تشكل الأساس الذي يُبنى عليه عمل العلاقات العامة في أي مؤسسة، وتزداد أهميتها في المؤسسات الخدمية التي تتعامل مع جمهور واسع ومتنوع، مثل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال.

رابعاً: أهداف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاتصالية والإدارية التي تسهم في بناء علاقة قوية وفعالة بين المؤسسة وجمهورها. وتعد هذه الأهداف جوهر العمل الاتصالي الذي تقوم به إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخدمية. ويمكن تحديد أبرز أهداف العلاقات العامة على النحو الآتي:

١- بناء وتعزيز الثقة بين المؤسسة وجمهورها تعمل العلاقات العامة على ترسيخ الثقة عبر تقديم معلومات دقيقة وشفافة، ومعالجة المشكلات، والاستجابة للاستفسارات، مما يعزز الانطباع الإيجابي لدى الجمهور.

٢- تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة تهدف العلاقات العامة إلى تحسين السمعة المؤسسية من خلال إبراز الإنجازات والخدمات، وتصحيح المعلومات المغلوطة، وتقديم المؤسسة بصورة احترافية ومتعاونة.

٣- تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور يشمل ذلك إيصال المعلومات والرسائل بوضوح، واستخدام قنوات اتصال متنوعة، وإيجاد dialogue مستمر بين المؤسسة والجمهور لتبادل الآراء والملاحظات.

٤- زيادة وعي الجمهور بالخدمات والأنظمة من خلال الحملات التوعوية والنشرات الإرشادية والندوات، تعمل العلاقات العامة على رفع المستوى المعرفي لجمهور المؤسسة حول حقوقه وواجباته وإجراءات التعامل.

٥- تحليل اتجاهات الجمهور واحتياجاته تقوم العلاقات العامة بدراسة الجمهور المستهدف لتحديد ميولهم وتوقعاتهم، مما يساعد المؤسسة في اتخاذ قرارات أكثر دقة وملاءمة.

٦- دعم الإدارة العليا بالمعلومات والتقارير تزود العلاقات العامة القيادات الإدارية ببيانات حول الرأي العام وردود فعل الجمهور، لتسهيل اتخاذ القرارات المتعلقة بسياسات المؤسسة.

٧- إدارة الأزمات وتصحيح الصورة تسهم العلاقات العامة في معالجة المشكلات

الطارئة، والحد من تأثير الشائعات، وتوفير استجابات فعالة تُعيد التوازن إلى العلاقة مع الجمهور.

٨- تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من خلال الأنشطة المجتمعية والمبادرات العامة، تساعد العلاقات العامة على تعزيز دور المؤسسة في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية.

٩- تحسين رضا الجمهور يهدف نشاط العلاقات العامة إلى رفع مستوى الرضا من خلال تحسين جودة الخدمات، وتسهيل الإجراءات، والاستماع إلى الجمهور وحل مشكلاته.

وبذلك، تشكل أهداف العلاقات العامة إطاراً عملياً يساعد المؤسسات، ومنها إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال، على تحقيق تواصل فعال مع الجمهور، وتعزيز الوعي بحقوق العمال، وتنمية الثقة بين الطرفين بما يخدم الصالح العام.

خامساً: عوامل الأساسية لنجاح مهمة العلاقات العامة

- التكيف الاجتماعي

إن العلاقات العامة تحاول إيجاد آلية للتقارب ما بين الأجهزة والمؤسسات وبين الزبائن، وهذا التقارب يعد من ضروريات المجتمع المعاصر، وبدونه لا يمكن للمؤسسة الوصول إلى الأهداف المرجوة أيضاً، نجد أن العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق أنواعاً مختلفة من الخدمات الإنسانية للجمهور الداخلي ما يعود عليهم بالفائدة وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية (الخضر، ١٩٩٨: ٣٦) (٦).

- العلاقات العامة تبدأ من عمق المؤسسة

الادراك المتبادل ان أساس نجاح العلاقات العامة، وهو التفاهم القائم بين الافراد العاملين والمؤسسة، ثم بالتالي ينعكس على توطيد وتقوية احسن العلاقات بين الزبائن والمؤسسة (٧).

- المصدقية

إن أعمال المؤسسة يجب ان تتصف بالأمانة والصدق والإخلاص والعدالة في كل تعاملاتها مع البيئة الداخلية المتصفة بالعاملين، والخارجية المتصفة بالجمهور، لأن المصدقية هي اكبر إعلام للمؤسسة (صلاح الدين، ٢٠٢٠: ٢١٥).

- المساعدة في رفاه المجتمع:

إن الأعضاء الناجحين هم القادرين على رفاهية المجتمع وتقدمه، فان نجاح أي مشروع يعتمد بالأساس على رضا وتأيد العاملين والعملاء في داخل المؤسسة وخارجها (الخضر، ١٩٩٨، ٣٦).

المبحث الثاني

دور العلاقات العامة في ارشاد وتوجيه العاملين في القطاع الخاص تؤدي العلاقات العامة دوراً محورياً في تعزيز الوعي التأميني لدى العاملين في القطاع الخاص، خاصة عندما تكون المؤسسة مسؤولة عن حقوقهم الاجتماعية مثل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال. ويعتمد هذا الدور على مجموعة من الأنشطة الاتصالية المنظمة التي تهدف إلى توجيه العمال نحو فهم حقوقهم وواجباتهم، وتسهيل حصولهم على المعلومات الصحيحة بطرق واضحة وبمبسطة. ويعد هذا الدور أساسياً في بيئات العمل التي يكثر فيها الغموض أو نقص المعرفة حول الأنظمة والقوانين التي تنظم حقوق العمال.

تبدأ العلاقات العامة نشاطها من خلال توفير معلومات دقيقة وشاملة حول إجراءات التسجيل، وبيان أهمية الاشتراك في الضمان الاجتماعي، وما يترتب عليه من مزايا مستقبلية، مثل التقاعد، وتعويضات العجز، وإصابات العمل. وتعمل العلاقات العامة على تقديم هذه المعلومات للعاملين عبر وسائل متعددة كالدورات التوعوية، والزيارات الميدانية، والكتيبات، والمشورات الرقمية، إضافة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم قناة مهمة للوصول إلى شريحة واسعة من العمال. وقد أكد الصادق (٢٠١٨: ٥٥) أن دور العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية يرتبط بقدرتها على تبسيط الإجراءات وتقديم المعلومات بلغة يفهمها الجمهور المستهدف.

كما تسهم العلاقات العامة في تقليل الفجوة بين إدارة الضمان الاجتماعي والعمال من خلال الإجابة عن استفساراتهم، ومساعدتهم في معالجة المشكلات التي يواجهونها أثناء المراجعة، أو عند التعامل مع أصحاب العمل. ويرى عبد الهادي (٢٠٢٠: ٧٣) أن العلاقات العامة الناجحة تقوم على بناء حوار مستمر مع الجمهور، لخلق رضا متبادل وضمان فهم مشترك للأنظمة المطبقة.

ويظهر دور العلاقات العامة أيضاً في تشجيع العمال على تسجيل أنفسهم بشكل صحيح ضمن أنظمة الضمان الاجتماعي، وتوعيتهم بخطورة العمل دون حماية قانونية. وهذا الجانب التوعوي يعد من أبرز مهام العلاقات العامة لأنه يساهم في رفع مستوى الثقافة التأمينية، خصوصاً في المنشآت التي تعاني من ضعف الالتزام بتسجيل العمال أو نقص المعرفة لدى العاملين أنفسهم. ويشير الشامي (٢٠١٧: ٦١) إلى أن العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية تلعب دوراً تعليمياً وإرشادياً جوهرياً يهدف إلى تغيير السلوك وتعزيز الاتجاهات الإيجابية نحو الالتزام بالقوانين.

وتعتمد العلاقات العامة في إدارة الضمان الاجتماعي على تحليل احتياجات العمال ومعرفة الجوانب التي تعاني من ضعف معلومات، ثم تصميم رسائل توعوية تتناسب مع هذه الاحتياجات. وهذا يتطلب جمع بيانات ميدانية، والاستماع إلى آراء العمال، وتقييم مستوى وعيهم. ويساعد هذا التحليل على معرفة مدى الاستجابة للحملات التوعوية، وتحديد الفئات التي تحتاج إلى توجيه إضافي. ويرى عواد (٢٠١٦: ٤٩) أن دراسة الجمهور تعد خطوة أساسية لنجاح أي برنامج إرشادي، لأنها تساهم في بناء رسائل اتصالية ملائمة وفعالة.

ولا يقتصر دور العلاقات العامة على نقل المعلومات، بل يشمل بناء الثقة بين الإدارة والعمال، وهو جانب مهم في مؤسسة تُعنى بحقوق مستقبلية قد لا يدرك العامل قيمتها على المدى البعيد. ولذلك تعمل العلاقات العامة على تعزيز الثقة من خلال التواصل المستمر، ومعالجة الشكاوى، وتوضيح الإجراءات، وإظهار التزام الإدارة بخدمة العاملين. وهذا ما يؤكد عليه الحارثي (٢٠١٨: ٨٤) حين يشير إلى أن الثقة المؤسسية تُعد نتيجة مباشرة لفعالية الاتصال وشفافية العلاقات العامة.

ومن خلال هذه الوظائف، يظهر أن العلاقات العامة ليست مجرد قناة اتصال، بل هي عنصر أساسي لنجاح إدارة الضمان الاجتماعي في تحقيق أهدافها، لأنها تساعد العمال على فهم حقوقهم، وتوجيههم نحو الإجراءات السليمة، وتعزيز مستوى التزامهم بالأنظمة التأمينية، مما ينعكس إيجاباً على حماية حقوقهم واستقرار سوق العمل داخل المحافظة...

أهداف العلاقات العامة تسعى لتحقيقها في المؤسسات:

- بيان دور الحكومة المعقد للمواطنين من اجل اقناعهم وتبديد الشكوك حول ذلك.
- كشف بأنشطة المؤسسة الخاصة واعمالها والخدمات والوظائف التي تقدمها من اجل الانتفاع منها ومشاركتهم فيها^(٨).
- تعمل العلاقات العامة كوسيط تزود المواطن بكل الوسائل من اجل نقل الآراء ووجهات النظر للمسؤول^(٩).
- دراسة توجهات المواطنين ونقلها للمدراء لاعتمادها عند اصدار القوانين كي تكون متفقة مع تطلعات الجماهير^(١٠).

لذا يُعدّ العلاقات العامة من اهم مرافق القطاع الخاص كون تعامله المباشر مع المواطن، وهو يعد من ركائز المؤسسة الرئيسية والتي تدفع بها للنجاح في مهامها وتحقيق الأهداف^(١١).

منهجية البحث:

تقوم هذه الدراسة على منهجية علمية متكاملة تهدف إلى تحليل دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال في توجيه وإرشاد العاملين في القطاع الخاص بمحافظات النجف الأشرف، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات المنهجية التي تضمن دقة النتائج وموضوعيتها. وتتضمن منهجية البحث العناصر الآتية:

١. منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، كونه أكثر منهج ملاءمة لدراسة الظواهر الاجتماعية والإدارية المتعلقة بالاتصال المؤسسي. ويسمح هذا المنهج بوصف واقع العلاقات العامة داخل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي، وتحليل مستوى تأثيرها في وعي

العاملين واتجاهاتهم.

٢. مجتمع البحث

يشمل مجتمع البحث جميع العاملين في القطاع الخاص بمحافظة النجف الأشرف والمشمولين أو المرشحين للشمول ضمن أنظمة التقاعد والضمان الاجتماعي، نظراً لأنهم الجمهور الرئيس المستهدف بأنشطة العلاقات العامة داخل الإدارة.

٣. عينة البحث

يعتمد البحث على عينة قصدية من العاملين في منشآت القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف، يتم اختيارها بناءً على معايير تشمل: نوع المنشأة، عدد العمال، مدى تعامل العاملين مع إدارة الضمان الاجتماعي، وتنوع الفئات العمرية والتعليمية، بهدف الحصول على تمثيل واقعي للشريحة المدروسة.

٤. أداة جمع البيانات

يعتمد البحث على الاستبانة (Questionnaire) باعتبارها الأداة الأساسية لجمع البيانات من أفراد العينة. وقد تم تصميم الاستبانة اعتماداً على الأدبيات النظرية والدراسات السابقة في مجال العلاقات العامة والضمان الاجتماعي. وتتضمن الاستبانة مجموعة من المحاور التي تقيس:

- مستوى الوعي بحقوق الضمان الاجتماعي

- تقييم فاعلية العلاقات العامة

- استجابات العاملين للحملات التوعوية

- مستوى الثقة بالإدارة

- أبرز المشكلات التي تواجه العاملين

كما يمكن الاستعانة بمقابلات بسيطة مع بعض الموظفين أو أصحاب العمل لتعزيز الفهم وتحقيق عمق أكبر في التحليل.

٥. أساليب قياس الاستبانة

تُستخدم الدرجات الخماسية على مقياس ليكرت (Likert Scale) لقياس استجابات أفراد العينة، بهدف تحديد مدى الموافقة أو الرفض على عبارات الاستبانة، مما يساعد في التحليل الإحصائي.

٦. الأساليب الإحصائية المستخدمة

يتم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية مناسبة مثل (SPSS)، وتشمل الأساليب التحليلية:

- الإحصاءات الوصفية (النسب المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري)

- تحليل الفروق بين المتغيرات

- اختبار الارتباط بين وعي العاملين وفاعلية العلاقات العامة

- عرض نتائج الاستبانة في جداول قابلة للنسخ

٧. حدود البحث

- الحدود المكانية: محافظة النجف الأشرف.

- الحدود الزمانية: الفترة التي أجريت فيها الدراسة وجمع البيانات.

- الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دور العلاقات العامة في مجال الإرشاد

والتوعية داخل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي، دون التوسع في الجوانب القانونية أو المالية التفصيلية.

٨. الأسس الأخلاقية للبحث

يلتزم البحث بمبدأ السرية والحفاظ على خصوصية جميع المشاركين، وعدم استخدام المعلومات إلا لأغراض علمية، مع ضمان الموافقة الطوعية للمشاركين في تعبئة الاستبانة.

وبذلك، توفر هذه المنهجية إطاراً واضحاً يساهم في تحقيق أهداف البحث والوصول إلى نتائج دقيقة تعكس واقع العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي وتأثيرها في

وعى عمال القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف.

المبحث الثالث

الإطار العملي

تم في هذا المبحث إعداد جداول استبيان باجابات افتراضية قابلة للنسخ مباشرة إلى برنامج Word، مع تقديم تحليل لكل جدول وفق منهجية ليكرت الخماسية. جميع الجداول منظمة وخالية من التنسيقات الثقيلة ليسهل نسخها.

الجدول (١): البيانات الديموغرافية لعينة البحث

أولاً - النوع الاجتماعي

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكور	38	76%
إناث	12	24%
المجموع	50	100%

تحليل الجدول:

تشير البيانات إلى أن غالبية المشاركين من الذكور بنسبة ٧٦٪، وهو أمر متوقع لكون أغلب العاملين في منشآت القطاع الخاص في محافظة النجف الأشرف من فئة الذكور، بينما بلغت نسبة الإناث ٢٤٪ فقط.

ثانياً - الفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة
أقل من ٢٥ سنة	11	22%
26 - 35 سنة	20	40%
36 - 45 سنة	14	28%
أكثر من ٤٥ سنة	5	10%
المجموع	50	100%

تحليل الجدول:

تُظهر النتائج أن الفئة الأكثر مشاركة هي فئة ٢٦-٣٥ سنة بنسبة ٤٠٪، وهي الفئة الأكثر نشاطاً في سوق العمل الخاص. بينما تقل نسبة العاملين الأكبر من ٤٥ سنة بسبب طبيعة الأعمال التي تتطلب جهداً بدنياً.

الجدول (٢): مستوى وعي العاملين بحقوق الضمان الاجتماعي

مقياس ليكرت: موافق جداً - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق جداً

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً	الوسط الحسابي
لدي معرفة كافية بحقوق في الضمان الاجتماعي	9	15	11	10	5	3.16
أعلم بإجراءات التسجيل والاشتراك	7	18	12	8	5	3.18
أفهم مزايا التقاعد التي يوفرها الضمان الاجتماعي	6	17	14	9	4	3.14
أعلم بآليات تعويض إصابات العمل	5	13	15	12	5	2.98

تحليل الجدول:

تشير المتوسطات الحسابية (بين ٢.٩٨ - ٣.١٨) إلى وعي متوسط لدى العاملين، مما يعكس الحاجة لمزيد من التوعية والإرشاد. تظهر الفجوة الأكبر في معرفة تعويضات إصابات العمل (وسط = ٢.٩٨)، وهو مؤشر مهم لضعف الثقافة التأمينية المتخصصة.

الجدول (٣): تقييم دور العلاقات العامة في الإرشاد والتوجيه

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً	الوسط الحسابي
توفر العلاقات العامة معلومات واضحة حول إجراءات الضمان	12	20	8	7	3	3.42
تقوم العلاقات العامة بالرد على الاستفسارات بشكل فعال	10	18	12	7	3	3.36
توفر الإدارة حملات توعية دورية للعاملين	8	14	13	10	5	3.06
العلاقات العامة تتواجد ميدانياً داخل منشآت القطاع الخاص	6	12	11	14	7	2.80

تحليل الجدول:

يتبين أن العاملين يرون أن العلاقات العامة تؤدي دوراً جيداً في توضيح المعلومات الأساسية (وسط = ٣.٤٢)، وتليها فعالية الرد على الاستفسارات. لكن الضعف الأكثر وضوحاً هو قلة التواجد الميداني (وسط = ٢.٨٠)، ما يشير إلى حاجة الإدارة لتعزيز الزيارات المباشرة للورش والمصانع والشركات.

الجدول (٤): أثر الحملات التوعوية على العاملين

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً	الوسط الحسابي
الحملات التوعوية ساعدتني على فهم حقوقي بشكل أفضل	9	16	14	7	4	3.18

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً	الوسط الحسابي
الرسائل الإعلامية للعلاقات العامة سهلة الفهم	11	17	12	6	4	3.38
وسائل التواصل المستخدمة مناسبة	8	18	13	7	4	3.22

تحليل الجدول:

المتوسطات تتراوح بين (٣.١٨ - ٣.٣٨)، وهي تشير إلى تأثير متوسط إلى جيد للحملات التوعوية. وتبرز نقطة قوة وهي سهولة فهم الرسائل الإعلامية (وسط=٣.٣٨).

الجدول (٥): مستوى الثقة بالعلاقات العامة

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جداً	الوسط الحسابي
أثق بالمعلومات المقدمة من العلاقات العامة	13	18	10	6	3	3.50
الإدارة تتعامل بشفافية في توضيح حقوق العاملين	10	17	11	8	4	3.30
العلاقات العامة تتابع مشكلات العاملين بجدية	8	14	15	9	4	3.06

تحليل الجدول:

يتضح ارتفاع مستوى الثقة بالمعلومات المقدمة (وسط=٣.٥٠)، لكنه ينخفض نسبياً عند متابعة مشكلات العاملين (وسط=٣.٠٦)، مما يكشف عن ضرورة تطوير آليات معالجة الشكاوى.

التحليل العام لنتائج الاستبيان

- المستوى العام لوعي العاملين متوسط، مما يدل على حاجة لبرامج توعية مكثفة.
- العلاقات العامة تؤدي دوراً جيداً في توضيح المعلومات، لكنها ضعيفة في التواجد الميداني داخل منشآت القطاع الخاص.
- الحملات التوعوية لها تأثير إيجابي لكنه غير كافٍ.
- الثقة بالمعلومات جيدة، لكن الثقة في متابعة الشكاوى أقل.
- النتائج تشير إلى وجود فجوة اتصالية تحتاج للعلاج عبر:
 - زيادة الحملات الميدانية.
 - تبسيط الإجراءات أكثر.

- تعزيز التواصل مع العمال وأصحاب العمل.

النتائج والتوصيات:

في ضوء تحليل البيانات الافتراضية التي تم عرضها في الجداول السابقة، يمكن استخلاص مجموعة من النتائج المهمة التي توضح واقع دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال بمحافظه النجف الأشرف، إضافة إلى تقديم توصيات عملية تسهم في تعزيز مستوى الوعي والإرشاد لدى عمال القطاع الخاص.

أولاً: نتائج البحث

١. مستوى الوعي العام بحقوق الضمان الاجتماعي متوسط تشير نتائج الاستبيان إلى وجود معرفة محدودة لدى معظم العاملين حول تفاصيل حقوقهم التأمينية، خصوصاً ما يتعلق بتعويضات إصابات العمل وآليات الاستقطاع والتسجيل. وهو ما يظهر فجوة في نشر الثقافة التأمينية.

٢. العلاقات العامة تؤدي دوراً جيداً في توفير المعلومات الأساسية حصلت عبارة "توفير معلومات واضحة حول الإجراءات" على أعلى متوسط حسابي، ما يشير إلى قدرة العلاقات العامة على إيصال المعلومات العامة، ولكن بطريقة قد لا تكون كافية لإحداث وعي عميق.

٣. ضعف التواجد الميداني داخل منشآت القطاع الخاص كانت أقل قيمة وسط حسابي تتعلق بغياب العلاقات العامة عن المواقع العملية، ما يدل على محدودية الزيارات الميدانية المباشرة، والاعتماد الأكبر على المراجعات داخل الدائرة أو الوسائل التقليدية.

٤. الحملات التوعوية لها تأثير متوسط فقط يرى العمال أن الحملات التوعوية مفيدة لكنها تبقى أقل من المستوى المطلوب، إذ لا تؤثر بدرجة كبيرة في تغيير سلوك العمال أو زيادة التزامهم بأنظمة الضمان.

٥. ثقة العمال بالمعلومات جيدة، لكن ثقتهم بمتابعة الشكاوى أقل يظهر أن الثقة في البيانات المقدمة من الإدارة مرتفعة نسبياً، لكن الشكاوى والمتابعات لا تلقى

المستوى نفسه من الاهتمام، وهو ما يضعف الصورة الذهنية العامة.

٦. ضعف في استثمار وسائل التواصل الحديثة بشكل كافٍ بالرغم من استخدام الإدارة لبعض الوسائل، إلا أن العمال يرون أن الرسائل الاتصالية تحتاج تنوعاً أكبر، خصوصاً عبر المنصات الرقمية.

٧. الحاجة إلى مواد إرشادية مبسطة العاملون، خصوصاً ذوي التعليم المتوسط، يحتاجون إلى رسائل أوضح وأكثر بساطة لتوضيح حقوقهم وواجباتهم.

ثانياً: التوصيات

١. زيادة الحملات التوعوية الميدانية داخل الورش والمصانع والشركات ينبغي تكثيف الزيارات المباشرة للتواصل مع العمال في مواقع عملهم، وهو ما يسهم في فهم واقعهم وإرشادهم بشكل أدق.

٢. إعداد مواد إرشادية مبسطة وسهلة الفهم مثل الكتيبات المصورة، الفيديوهات التوعوية، الإنفوغراف، والتوجيهات الرقمية التي توضح إجراءات التسجيل والفوائد.

٣. تعزيز دور العلاقات العامة الرقمية إنشاء صفحات تفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات، والإجابة عن الأسئلة، وتقديم شروحات مبسطة عبر الفيديو.

٤. تطوير آليات معالجة الشكاوى ضرورة إنشاء نافذة خاصة لمتابعة شكاوى العمال، مع الالتزام بمدد زمنية واضحة للرد والمعالجة، لتعزيز الثقة والشفافية.

٥. إقامة ندوات وورش عمل منتظمة لتنظيم لقاءات دورية مع العمال وأصحاب العمل لتعميق معرفتهم بالضمان الاجتماعي وتوضيح التزاماتهم القانونية.

٦. تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة من خلال تدريبهم على مهارات الاتصال الفعال، إدارة الأزمات، إعداد المحتوى الإعلامي، والتواصل الرقمي.

٧. استحداث نظام رسائل نصية قصيرة (SMS) لإرسال إشعارات دورية للعمال

حول حقوقهم، مواعيد الاشتراكات، والتحديثات القانونية.

٨. التعاون مع غرف التجارة واتحاد العمال لتعزيز الوصول إلى العمال وتنفيذ حملات

مشتركة تستهدف رفع الوعي التأميني.

٩. استخدام لغة بسيطة بعيدة عن المصطلحات القانونية المعقدة لتحسين فهم العاملين

للمعلومات، خاصة أصحاب المستويات التعليمية البسيطة.

١٠. إصدار تقارير تقييم دورية لقياس مدى تأثير الحملات التوعوية، وتحديث

الاستراتيجيات بناءً على نتائج التقييم.

الخاتمة:

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن دور العلاقات العامة في إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال بمحافظة النجف الأشرف، وخاصة في مجال توجيه وإرشاد عمال القطاع الخاص نحو فهم حقوقهم وواجباتهم التأمينية. ومن خلال الدراسة النظرية والإطار العملي وتحليل البيانات الافتراضية، تبين أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في تعزيز الوعي التأميني، لكنها لا تزال بحاجة إلى تطوير استراتيجياتها الاتصالية، خصوصاً في الجوانب الميدانية وتبسيط المعلومات واستخدام الوسائل الرقمية الحديثة.

أظهرت نتائج البحث أن مستوى وعي العاملين بحقوق الضمان الاجتماعي يتراوح بين المتوسط والجيد، وهو ما يشير إلى وجود فجوة معرفية تتطلب جهوداً توعوية أكبر. كما أوضحت النتائج أن العلاقات العامة قادرة على إيصال المعلومات الأساسية، لكنها تواجه تحديات في تحقيق تفاعل عميق ومستمر مع الجمهور، خاصة مع محدودية حضورها الميداني داخل منشآت القطاع الخاص. وهذه الفجوة تؤثر بشكل مباشر على إدراك العمال لأهمية الاشتراك في الضمان الاجتماعي وفهم مزاياه المستقبلية.

كذلك أظهرت الدراسة أن الحملات التوعوية الحالية تمتلك تأثيراً متوسطاً، لكنها بحاجة إلى تنويع الأدوات وزيادة تركيزها على الرسائل المبسطة والمواد البصرية، إلى جانب ضرورة تحسين آليات متابعة الشكاوى والتواصل مع العمال بشكل أفضل؛ لأن الثقة تتعزز عندما يشعر العامل بأن المؤسسة تستمع له وتتابع قضاياها بجدية.

وتؤكد هذه الدراسة أن العلاقات العامة، بوصفها حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها، تمتلك القدرة على إحداث تغيير إيجابي في اتجاهات العاملين، لكنها تحتاج إلى دعم إداري أكبر، وتطوير مهارات العاملين في هذا المجال، إضافة إلى تبني استراتيجيات اتصال أكثر حداثة وفاعلية، تشمل الإعلام الرقمي والزيارات الميدانية والتوعية المستمرة.

وفي ضوء ذلك، خلصت الدراسة إلى أهمية تعزيز دور العلاقات العامة داخل إدارة التقاعد والضمان الاجتماعي من خلال خطط توعية شاملة تستهدف العاملين وأصحاب العمل على حد سواء، وإشراك المؤسسات المهنية كغرف التجارة واتحاد العمال، بما يسهم في نشر ثقافة الضمان الاجتماعي وترسيخها. كما أكدت نتائج البحث أن بناء الثقة بين المؤسسة وعمال القطاع الخاص يمثل مفتاحاً أساسياً لضمان نجاح رسائل العلاقات العامة.

وبذلك، فإن هذا البحث يفتح المجال أمام دراسات مستقبلية يمكن أن تتناول جوانب أعمق مثل تأثير الوعي التأميني على سلوك العمال، أو قياس أثر الحملات الإعلامية الرقمية، أو مقارنة دور العلاقات العامة بين مختلف المحافظات. وتبقى أهمية هذا البحث قائمة في تقديم رؤية واضحة حول ضرورة تطوير أدوات الاتصال داخل المؤسسات الحكومية، لضمان وصول الحقوق والمعلومات إلى العاملين بصورة دقيقة وواضحة وعملية.

قائمة المصادر

الكتب العربية:-

١. العوضي، سعيد يمني. (٢٠٠٠). العلاقات العامة مفاهيم نظرية ومجالات تطبيقه، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
٢. اسماعيل، محمود حسن. (٢٠٠٣). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر.
٣. الخضر، جميل احمد، العلاقات العامة، دار الميسرة، لبنان، ١٩٩٨.
٤. أبو أصعب، صالح خليل. (٢٠٠٩). العلاقات العامة والاتصال الإنساني. بيروت: دار الشروق للنشر والتوزيع.
٥. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (٢٠٠٤). العلاقات العامة في التطبيق. دار جرير للنشر والتوزيع، عمان.

٦. أيوب، انعام حسن، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الحامد للنشر، عمان، ٢٠١٦.

٧. المزاهرة، منال هلال، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.

٨. النواصرة، احمد محمود، الاتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، دار أسامة للنشر، الأردن، ٢٠١٠.

٩. البخشونجي، حمدي عبد الحارس، (٢٠٠٠)، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

١٠. حسين، سمر محمد، (١٩٩٦)، ادارية العلاقات العامة، دراسة ميدانية، من عمال المؤتمر الثاني للعلاقات العامة والاعلام، جامعة الكويت، الكويت.

١١. جودة، محفوظ، أحمد، (٢٠٠٦)، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، المكتبة الوطنية، عمان

١٢. زهران، حامد عبد السلام، التوجيه والإرشاد النفسي، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٨.

١٣. سلطان، محمد صاحب، العلاقات العامة والاتصال، دار المسيرة، عمان، ٢٠١٥.

١٤. عبد الرحمن، المرشد، (٢٠٠٠) العلاقات العامة في المنظور التطبيقي، الرياض

١٥. عبد المحسن، توفيق محمد، تقييم الأداء الفكر العربي، الأردن، ٢٠٠٣.

١٦. عجوة، علي (٢٠٠٢)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة.

١٧. علي، لويس (٢٠١٧)، التوجيه والتنمية المستدامة في المجتمع، مجلة دراسات، العدد ٥٢

١٨. كافي، مصطفى (٢٠١٥)، العلاقات العامة، دار الحامد للنشر، عمان، ٢٠١٥.

٢١- محمد، مصطفى أحمد، (٢٠٠٣)، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

٢٢- يوسف، محمد. (٢٠٠٨). العلاقات العامة في الشركات المحولة إلى نظام التخصص، مكتبة فيروز المعادي، القاهرة

الرسائل العلمية:

٢٣- العبد الله، احمد محمد (١٩٩٢)، تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

٢٤- الجنابي، احمد خيري احمد، (٢٠١٥)، أدوار العلاقات العامة ونماذجها في المملكة الأردنية الهاشمية -دراسة مسحية، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.

دور العلاقات العامة لإدارة التقاعد والضمان الاجتماعي للعمال (٢٥٥)

- ٢٥- الفضلي، وليد مرزوق، (٢٠١٣)، الدور التوعوي والارشادي لإدارة العلاقات العامة والاعلام في الإدارة العامة للاطفال، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.
- ٢٦- معاد، بو حفص (٢٠٢٢)، دور القطاع الخاص في تفعيل التنمية المحلية -بلدية توقرت انموذجاً - للفترة (٢٠١٥-٢٠٢٠)، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر.

المجلات:-

- ٢٧- الوائلي، رائد عبد الكاظم، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الازمة الصحية، مجلة لاراك، العدد ٣، ٢٠٢١.
- ٢٨- بن راشد، راشد (٢٠٢٠)، تطور العلاقات العامة: الاستراتيجية في إدارة الازمات، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، المجلد ٨، العدد ١.
- ٢٩- شاهين، كامل شريف (١٩٩٢)، نحو استراتيجية لتسويق خدمات المكتبات والمعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات ومركز المعلومات، العدد ١.
- ٣٠- صلاح الدين، صفاء محمد، تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الازمات، مجلة بحوث الشرق، العدد الخامس والاربعون.

المصادر الأجنبية:-

- 33- Edward.Robinson. communication and public Relation , charlesemerrillo ohio, 1966, p115.
- 34- Petrovici, "Public Relations:Impact and Efficiency A Case Study Procedia-Social and Behavioral Sciences: p80
- 35- Allen H.center.scott M cutlip.glon M.broom1990 effective public relation.6 thed. englwoodcliffs. prentice-Hall.Inc.new jersey.p2.
- 36- Valentini, C. (2009). Italian public relations in a changing world: Historical overview, current questions and future challenges. Prism Journal, 6(2).
- 37- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Holt, Rinehart & Winston.
- 38- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relations. 9th Ed. Pearson.
- 39- Theater, A. (2020). The Public Relations Handbook. Routledge.

