



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف  
بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية  
تخصص: إعلام آلي  
التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة  
1983/08/28 بالمدية - الجزائر -

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم  
**للتواصل وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل  
هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريد الإلكتروني: benaissa.inf@gmail.com  
benaissa.inf@hotmail.com : MSN

[فيس بوك:](http://www.facebook.com/benaissa.inf) http://www.facebook.com/benaissa.inf  
سكايب: benaissa20082

دعوة صالحة بظهور الغيب فربما يصالك ملفي وأنا في التراب .....  
أن يعفو عننا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

**ملاحظة:** أي طالب أو باحث يضئ نسخة لصيق لكتاب المذكورة ثم يزعم أن المذكورة له  
فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيمة وما هدفنا إلا النفع حيث كاه لا أنه تبني أعمال  
الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلي الله عليه وسلم  
صل على النبي - سبحانه الله وبحمدك سبحان الله العظيم-

**بن عيسى قرمزي 2012**

**أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة:**

**دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية**

**The Importance of Communication Activities in  
the work of Public Relations:  
A Field Study in Jordanian Ministries**

**إعداد الطالب:**

**أحمد أمين محمد عتوم**

**إشراف الأستاذ الدكتور:**

**تيسير أبو عرجه**

**قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام**

**جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا**

**كلية الإعلام**

**عمان 2010**

ب

## التفويض

أنا الطالب أحمد أمين محمد عتوم أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد

نسخ من رسالتي المعونة:

أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة:

دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية

للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها

الاسم: أحمد أمين محمد عتوم

التاريخ: 2010/7/3

التوقيع:

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة(دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية)"، وأجيزت بتاريخ 21/6/2010م.

التوقيع	أعضاء لجنة المناقشة
رئيساً	الأستاذ الدكتور تحسين منصور
مشرفاً	الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجه
مناقشة خارجياً	الدكتور إبراهيم أبو عرقوب

## الشكر والتقدير

إلى من أدين لهم بالفضل ولو وقفت الدهر كله إكرااما لهم لما وفيتهم حقهم

الشكر الخاص أولاً لمشرف رسالتي الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجه

الذي ما بخل علي من جهده ووقته وعلمه وفكره والذي جمع بين أصالة المثقف، ونزاهة العالم  
والذى لفت نظري إلى كثير من نقاط البحث برحابة تميزت بشفافية الرؤية،

كما أثمن بخالص الشكر والمودة جهود الأستاذة الأفضل أعضاء لجنة مناقشة الرسالة الذين لم  
يخلوا بأرائهم وتوجيهاتهم لإثراء هذا العمل وتجويده،

وإلى من جعلهما الله سبحانه وتعالى سببا في سر وجودي في هذه الحياة الدنيا

والدي الحنونين اللذين غرسا حب العلم في نفسي،

وإلى رفيقة دربي زوجتي نسرين إكرااما لصبرها بمشاركتي مشوار هذه الدراسة

فهي الشمعة التي أضاءت لي طريقي وأثارت سبلي فاحتدى شراعي إلى بر الأمان

ليرسو على ميناء العلم والمعرفة،

وإلى فلذات كبدى أبنائي: أيسر، وإيهاب، وريماس،

وإلى أساتذتي الذين أخذت العلم عنهم في المدرسة، وجامعة اليرموك، وجامعة الشرق الأوسط،

والى كل من تلمنت على أياديهم في العمل الإعلامي والعلاقات العامة،

والى مكتبات كل من: جامعة الشرق الأوسط، وجامعة جرش، وجامعة البتراء، وجامعة جدارا، وجامعة  
اليرموك، والجامعة الأردنية، ووزارة الثقافة، ودائرة المكتبة الوطنية، وأمانة عمان الكبرى،

ودائرة المطبوعات والنشر،

ولا يفوتنى أن أتقدم بالشكر والتقدير للدكتور راضي نواصره، والأستاذ الدكتور احمد فليح

على ما أبدىاه من جهد خاص في تدقيق مادة الرسالة لغويها،

وال محلل الإحصائي الدكتور وليد الهياجنة، ولطبع مادة الرسالة السيد محمد شاهر عليان،

ولموظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية، ولمحكمي الاستبانة،

ولكل من يعترضني، والى كل من وقف بجانبي ومد لي يد العون والمساعدة

إليهم جميعا كل الشكر والتقدير

# الإهاداء

إلى مولاي

حضره صاحب الجلالة الهاشمية

## المُلَكُ عَبْدُ اللَّهِ الثَّانِي ابْنُ الْحَسِينِ الْمُعْظَمِ

الذي دعا إلى أن يكون لوسائل الاتصال في وطني الأردن المفدى حرية سقها السماء، والذي يعمل ليلاً نهاراً في سبيل رفعه هذا الوطن والأمة بعلاقاته العامة الدولية والعربية، فهو سليل ابن الهاشميين جلالة المغفور له الحسين بن طلال طيب الله ثراه، ولا أزيد عن ما كتبه الدكتور احمد إسماعيل البواب في كتابه العلاقات العامة وإدارة الأزمات، إذ يقول "يُعد جلالة الملك الحسين بن طلال ملك المملكة الأردنية الهاشمية الذي انتقل إلى جوار ربه في 7 ابريل 1999م من قادة العلاقات العامة المتميزين إذ قام بتكوين علاقات متميزة جمعته برؤساء دول وملوك وأمراء وقادة رأي عام ومتخصصين ورواد أعمال".

وكل هذه العلاقات وظفها لخدمة وطنه وشعبه وأمته حتى عند وفاته حضر جموع من رؤساء وملوك ومتخصصين وغيرهم شاركوا في مراسم تشييع جنازته وتکبدوا عناء السفر إلى العاصمة الأردنية نتيجة لتلك العلاقات العامة الطيبة معهم.

وكذلك كان جلالة الملك الحسين يقوم بتوظيف علاقاته المتميزة لحل جميع الأزمات التي تواجه بلده وأمته والبلدان الأخرى ويقوم بالاتصال لحل أي أزمة قد تطرأ أو تنشأ، مما يؤكد بصورة جلية أنه من قادة وزعماء وخبراء العلاقات العامة".

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
ه	الإهداء
و	فهرس المحتويات
ط	فهرس الأشكال
ي	فهرس الملحق
ك	ملخص الرسالة باللغة العربية
س	ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية
1	<b>الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة</b>
1	مقدمة
5	مشكلة الدراسة
7	أهداف الدراسة
8	أهمية الدراسة
9	فرضيات الدراسة
11	أسئلة الدراسة
11	نطاق الدراسة
11	محددات الدراسة
13	تعريف المصطلحات
19	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة</b>
19	أولاً: الإطار النظري
22	أهمية العلاقات العامة
24	العلاقات العامة في العصر الحديث
26	جمهور العلاقات العامة
26	العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة

الصفحة	الموضوع
27	أسس نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي
29	أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي
30	العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي
32	العلاقات العامة الحكومية
34	تنظيم عمل العلاقات العامة
34	موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنشأة
38	الاتصال الإداري
39	الشروط الواجب توافرها في القائمين بأعباء الاتصال في العلاقات العامة
39	العلاقات العامة الإلكترونية
40	دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات
40	مفهوم الأزمة
41	أسباب الأزمات
41	مبادئ وإرشادات عامة لإدارة الأزمة
42	العلاقات العامة في الأردن
47	ثانياً: الدراسات السابقة
62	<b>الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات</b>
62	منهجية البحث
63	مجتمع الدراسة وعيتها
65	أداة الدراسة
67	صدق أداة الدراسة
69	ثبات أداة الدراسة
71	طريقة التصحيح
71	متغيرات الدراسة
72	إجراءات الدراسة
74	المعيار الإحصائي
74	المعالجة الإحصائية
75	<b>الفصل الرابع: عرض النتائج</b>
75	اختبار الفرضيات

الصفحة	الموضوع
--------	---------

138	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
150	الخلاصة
153	اقتراحات الموظفين لرفع مستوى أداء عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية
156	توصيات الباحث
159	المراجع
166	الملاحق

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
28	سلم الحاجات لماسلو	1
35	الهيكل التنظيمي لوزارة الأشغال العامة والإسكان	2
36	الهيكل التنظيمي لرئاسة الوزراء	3
36	الهيكل التنظيمي لوزارة التنمية السياسية	4
37	هيكل تنظيمي الأوسع انتشارا في الدول العربية	5
38	مخطط تنظيمي داخلي عام لوحدة العلاقات العامة	6

## فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
166	كتاب الجامعة بالموافقة على رسالة الماجستير	1
167	كتاب الجامعة إلى دولة رئيس الوزراء الأكرم لتسهيل مهمة الباحث	2
168	أداة الدراسة المبدئية	3
174	الاستبانة النهائية	4
180	قائمة بأسماء محكمي الاستبانة	5
181	رسالة إلى رئيس ديوان الخدمة المدنية	6
183	كشف ديوان الخدمة المدنية بأعداد المتقدمين للتعيين من تخصص صحافة وإعلام خريجي الأعوام من 2000-2009	7
188	مدونة سلوك لعلاقة الحكومة مع الإعلام: منع الاسترضاء والمهادنة	8
190	قانون ضمان حق الحصول على المعلومات الأردني	9
195	إعلان طلب توظيف لمدير اتصال وإعلام	10

## ملخص الرسالة

تهدف هذه الدراسة "أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة" إلى التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة الاتصالية، من خلال الإجابة عن أسئلة وفرضيات الدراسة، وتهدف للتعرف على سبل التطوير المقترنة من الباحث والقائمين بعمل العلاقات العامة في مراكز الوزارات الأردنية، وتم استخدام أداة مكونة من (197) فقرة موزعة على مجالين: الأول الأنشطة الاتصالية له (5) مجالات هي: الشروط الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة من حيث: الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص المقدرة الاتصالية، والمؤهلات العلمية، والصفات التكميلية للموظفين الإداريين، والوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة. أما المجال الثاني فله (5) مجالات هي: أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، وتقدير إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأنشطتها، وسبب اختيار العاملين للعمل في إدارة العلاقات العامة في الوزارة، والانتقادات التي تواجه إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ودور إدارة العلاقات العامة والإعلام عند حدوث أزمة في الوزارة، واستخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الوظائف الاتصالية، وتم التأكد من صدق وثبات الدراسة على عينة مكونة من (104) موظفين وإداريين في مراكز الوزارات الأردنية، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. توافر الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية، إذ جاء ثلث منها

(خصائص القدرات الاتصالية، والصفات الشخصية المحبوبة، والصفات التكميلية) بدرجة

تقدير عالية، وواحدة (مواصفات المستوى العلمي) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية

الأولى.

2. تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل

الاتصالية والتي تشمل على: الاتصال الشخصي المباشر، والاتصال الشخصي غير

المباشر-الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب، إذ جاء واحد منها

(الاتصال الشخصي المباشر) بدرجة تقدير عالية، واثنان (الاتصال الشخصي غير

المباشر- الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهير) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية

الثانية.

3. توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وبدرجة توافر عالية.

نتائج الفرضية الثالثة.

4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين

متوسطات تقديرات العاملين في الوزارة على الصفات التكميلية للإداريين تعزى لمتغير

(مسمى الجهاز) ولصالح (إدارة)، وعدد سنوات الخبرة ولصالح ذوي الخبرة من 12 سنة

فأكثر ، وعدم وجود فروق على جميع مجالات الأداة تعزى لمتغير الجنس، والعمur،

ومكان السكن، والتخصص الأكاديمي، والوظيفة الحالية، ذات دلالة إحصائية.

5. وجود فرق دال إحصائيا عند مستوى الدلالة الإحصائية على الصفات الشخصية للموظفين

تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) على خصائص المقدرة الاتصالية يعزى لمتغير التحصيل الأكاديمي ولصلاح دبلوم، وعلى متغير الدخل الشهري، ولصلاح ذوي الدخل الشهري 750 دينار فأكثر.
- النقاط 6+5 نتيجة الفرضية الرابعة.
7. درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم كان بدرجة عالية. نتيجة السؤال الأول.
8. هناك سبب رئيس ومهم في اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها وهو حب التعرف إلى الآخرين وبدرجة تقدير عالية. نتيجة السؤال الثاني.
9. هناك العديد من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها أن إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، بدرجة عالية، وأن الوزارة تعين بعض خريجي الصحفة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، ولا تتوافر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام، وأن إدارة العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، وأن الدعم المالي المخصص لإدارة العلاقات العامة والإعلام غير كاف لقيام بواجباتها، وأن الإدارة لا تفهم طبيعة عمل العلاقات العامة، ولا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في العلاقات العامة، وأن الاتصال يكون باتجاه واحد من الوزارة للجمهور، وأن إدارة العلاقات العامة مسؤولة إداريا وعمليا ومكانيا عن الإعلام في الوزارة، ولا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تعنى بالتطوير وإجراء البحث والدراسات، وأن إدارة العلاقات العامة في الوزارة تخفي عيوب الوزارة وتضخم ايجابياتها، ولا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة فريق متخصص في

إدارة الأزمات، وان الوزارة تستعين بجهات خارجية للقيام بإجراء البحث والدراسات، وان عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام روتيني ومتعارف عليه ولا يحتاج لخطيط، بدرجة متوسطة. نتيجة السؤال الثالث.

10. هناك الكثير من الأدوار التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها، ومنها، المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام، والتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها، وان تخصص إدارة العلاقات العامة قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية، وان تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام بإبلاغ الإدارة العليا أولاً بأول عن تطورات الأزمة، والحد من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى، والمحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة، وان تقوم إدارة العلاقات العامة بتسمية ناطق إعلامي رسمي واحد باسم الوزارة، وتحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معني بالأزمة، بدرجة عالية. نتائج السؤال الرابع.

11. هناك استخدام لوسائل الاتصال الجماهيري من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية، وكان أولها إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات بدرجة عالية. نتيجة السؤال الخامس.

**الكلمات المفتاحية:** الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، الوزارات الأردنية.

## ABSTRACT

The present study - The Importance of Communication Activities in the Work of Public Relations: A Field Study in Jordanian Ministries- aims to identify the tasks virtually carried out by the public relations departments of the Jordanian ministries, and to show the extent to which the communication activities are carried out through answering questions raised and hypotheses formulated by the study. It also set for itself the objective of exploring the means suggested by both the researcher and the department personnel in the head-offices of the Jordanian ministries to fulfill these tasks. A tool composed of 197 items covering two aspects have been used. The two aspects are firstly the communication activities which cover 5 fields as follows: the pre-requisites that should be available for the employees working in managing the public relations and media in the ministry in terms of preferred personal characters, the communication skills, academic qualifications, complementary characters of administrative staff, and communication means used by the public relations, and secondly there are 5 more fields as follows: the objectives and tasks of the public relations and media in the ministry, self-evaluation done by the public relations and media in the ministry, the reasons behind using the incumbents to work at the public relations and media department of the ministry, the criticism directed towards the public relations and media department of the ministry, the role of the public relations and media department of the ministry at time of crisis, and the use of the mass media means by the public relations and media department of the ministry to realize the communication tasks. The study administrated a sample of 104 staff and administrative personnel working for the Jordanian ministries in order to verify the hypotheses.

The study has reached the following findings:

- 1- The characteristics, features and characters (preferred personal characters, the communication skills, academic qualification, complementary characters of administrative staff) have been found available for the staff of the public relations and media of the ministries to carry out the communication tasks. Three characters, namely, (preferred personal characters, the communication skills, and complementary characters of administrative staff scored high, one character, academic qualification, scored medium.( Findings of the first hypothesis).
- 2- The departments of the public relations and media use to carry out their communication tasks with the ministry public the following communication means: direct personal communication, indirect personal communication (electronic and mass media respectively), the direct personal communication scored high, while indirect personal communication (electronic and mass media) scored medium .(Findings of the second hypothesis)
- 3- The objectives and tasks of the public relations and media of the ministry are available and scored high. (Findings of the third hypothesis).
- 4- There are differences of statistical value at the level of ( $\alpha= 0.05$ ) in favor of the employees' assessment of the complementary characters of the administrative staff which can be attributed to the variable of (Title of Department) in favor of (Administration), to years of experience, people with 12+ years of experience, and there are no differences at all fields of the tool, a matter which can be attributed to the change in

gender, age, place of residence, academic specialty, and current position because they have statistical value.

- 5- There is a difference of statistical value for the personal characters of the employees in favor of the variable of the personal status.
- 6- There are differences of statistical value at the level of ( $a= 0.05$ ) for the communication skills, which can be attributed to the variable of academic achievement in favor of Diploma, and the variable of monthly income in favor of those who have JD 750+ monthly income.  
\*(4, 5, and 6, are the findings of the fourth hypothesis).
- 7- The score of the self evaluation of the employees for their work scored high. (Finding of question 1).
- 8- There is an important and main reason for selecting the staff of the public relations departments that is getting acquainted with others and that scored high. (Finding of question 2).
- 9- There is much criticism directed towards the departments of the public relations and media in the ministries, including these departments can not publish the media materials without a permission from the minister or undersecretary concerned (scored high), the ministry appoints the graduates of the journalism and media programs at departments other than the public relations and media, there are no sufficient qualified staff to work for the public relations and media departments, the department overweights the interests of the ministry over those of the public, the financial allocations for the public relations and media departments are not enough to carry out the tasks assigned, the management does not understand the work of the public relations and media department, there is attention paid to develop the abilities of the staff of the public relations and media department, the communication is uni-direction, the administration of the public relations is separated

from the media section, and the work of the public relations and media is but a routine and needs no planning. (Finding of question 3).

- 10- There are many roles played by the public relations and media departments of the ministries at time of crises, including maintaining strong relations with media, verifying the accurate information before making any release, allocating a room for press conferences, keeping superiors informed of any development in the crisis, taking precautionary measure to avoid reoccurrence of the crisis, keeping calm at time of crisis, naming a spokesperson for the ministry, and assigning tasks for staff concerned, scored high. (Finding of question 4).
- 11- There is a utilization by the public relations and media department for the mass media to carry out the communication tasks, chiefly among them, informing the public of the important information (scored high). (finding of question 5).

**Key words: Communication Activities, Public Relations, Jordanian Ministries.**

## الفصل الأول

### الإطار النظري والدراسات السابقة

#### مقدمة:

يرى الباحث أنَّ الحكمة المنقوشة على هيكل لديناصور في جامعة آل البيت، والتي تقول: (إن لم تتطور فستقرض)، تلخص الكثير مما تحتاجه إدارة العلاقات العامة لتطوير إدارتها وموظفيها وسبل تعاملها مع جماهيرها الداخلية والخارجية وصولاً إلى تحقيق الرأي العام المؤيد لها باستعمال النشاط الاتصالي ذي الاتجاهين بالإعلام والاستعلام والتنسيق المتبادل، وبما أن المجتمع الحديث أصبح يختلف عن المجتمع البدائي نتيجة تضخم الصناعة، وازدياد العمال وكبر المجتمع وتوسيع النشاط الاقتصادي السياسي، وارتباط الدول بعضها ببعض، وأصبح هناك عنصر المنافسة الشديدة بين المؤسسات للاستحواذ على أكبر قدر من الرأي العام تجاهها، داخل المؤسسة نفسها وبمحيطها الخارجي في الدولة التي تنتهي إليها، والمحيط الدولي والعالمي، وأنَّ العالم في العصر الحديث قد شهد تحولات عالمية كبيرة ومتسرعة كالعالمية، وانتشار التكنولوجيا المتقدمة، والانفجار المعرفي، واحتقاء الأمية في معظم أنحاء العالم، واختفت معها حدود الدولة القومية وذابت معها حدود الزمان والمكان أمام آليات العولمة واقتصاديات السوق فكان من الأجر أن يقوم بمهام العلاقات العامة متخصصون بهذا العلم والفن، والذين يتمتعون بوجود صفات وخصائص ومواصفات تعليمية وشخصية للقيام بأعمالهم، والقادرين على استعمال الوسائل الاتصالية المناسبة، من أجل الوصول للأهداف والقيام بالوظائف، باستخدام منظومة متكاملة من وظائف العلاقات العامة وهي: البحث، والتخطيط، والاتصال، والإدارة، والتقييم.

إن نشاط العلاقات العامة نشاط يمارسه الإنسان منذ القدم وفي مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله. ولم تهمل الحضارات والإمبراطوريات القديمة نشاط العلاقات العامة. الجديد فقط في الموضوع هو وسائل الاتصال التي يستعملها المشتغلون بالعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور ودرجة تخصص كل منهم والجهود المستمرة التي بينلها المتخصصون في إنشاء وتدعم علاقات سليمة منتجة بين الهيئات التي يمثلونها وبين الجمهور (حجاب، 2007: 13).

وكان أول استخدام لمفهوم العلاقات العامة مصطلحاً فنياً ولفظاً دالاً على نشاط هادف متخصص كان الفضل فيه يعود إلى الصحفي (إيفي لي) إذ يقترن اسمه بالعلاقات العامة داعياً لها وممارساً لها بوصفها وظيفة متخصصة ومؤسسًا للجمعية العالمية للعلاقات العامة في نيويورك عام 1906 (حسن ، وحسين، والبياتي، 1991: 25).

ويختلط على بعض العاملين في العلاقات العامة، وعلى غيرهم، فهم المقصود بالعلاقات العامة، فيعتقدون بأنها مجرد إعداد نشرات وإصدار كتب وبيانات وإلقاء خطب واستعمال كلمات منقة وعبارات معسولة، والواقع غير ذلك، فهي ليست دعاية أو تزييف، وأن النشر الذي تستعمله العلاقات العامة لا يعدو أن يكون جانباً من جوانبها يعتمد على النقل الصادق والتعبير الدقيق والإبلاغ الأمين، في حين أنَّ الجانب الآخر من العلاقات العامة يتمثل في دراسة الجماهير والتعرف إلى آرائها وأفكارها واتجاهاتها نحو المؤسسة ثم نقل هذه الاتجاهات إلى إدارة المؤسسة حتى تستعين بها في تعديل سياستها وبرامجها بما يتاسب مع اتجاهات هذه الجماهير (كشك، د.ت) : (3).

إن العلاقات العامة عملية إدارية مستمرة ومخططة تتميز بأربعة وظائف رئيسة هي:

البحث وجمع المعلومات، والتخطيط، والاتصال، والتقييم. هذه هي العلاقات العامة كما ينبغي أن تكون من الناحية العلمية (عجوة، 1983 : 24).

وعرف إدوار بيرنرز العلاقات العامة بأنها: "التوصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملاءمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها" (جرادات، والشامي، 2009 : 18).

كان "بيرنرز" Bernays أول من نادى بضرورة إعداد خبراء العلاقات العامة على مستوى جامعي، وفي عام 1945 تحقق هذا الأمل في الولايات المتحدة الأمريكية لأول مرة وقد كانت جامعة بوسطن في مقدمة الجامعات التي أنشأت معهداً خاصاً لدراسة العلاقات العامة وذلك في سبتمبر سنة 1947 (الزهري، 2004: 75).

وتشير التجارب إلى المسوغات المنطقية وراء حاجة الحكومات إلى أجهزة متخصصة في مجال العلاقات العامة، وتؤكد أن الحكومات ملزمة بإعلام مواطنيها بالأنشطة والسياسات التي تتبعها، وتفسيرها لهم، وإقناعهم بها، نظراً لأن الإدارة الحكومية النشطة والناجحة تتطلب مشاركة جماهيرية واسعة، ودعاً شعبياً عريضاً، وهذا لا يتحقق إلا بالتأسيس لأجهزةعلاقات عامة نشطة وقادرة على القيام بهذه الأدوار الجوهرية التي تحدد علاقة الحكومة بمجتمعها الداخلي والخارجي على حد سواء (الصرابير، 2001: 168).

والعلاقات العامة تعتمد على الصدق والأمانة وكشف الحقائق كاملة إلى الجمهور، وذلك هو الطريق الأفضل والأسلم للحصول على ثقة الجماهير. ويجب توخي الصدق دائماً حتى في ظروف الأزمات كما يجب كشف الحقائق وعدم إخفائها أمام الجمهور أو الصحافة أو وسائل

الاتصال الأخرى، فإنفاس الحقائق يؤدي إلى انتشار الشائعات والتي كثيراً ما تكون أكثر تشويهاً لسمعة الشركة من أي شيء آخر (جودة، 2006 : 35).

تُعدّ وسائل الإعلام والاتصال الركيزة الأساسية في نشاط العلاقات العامة ووظيفتها، فمن دون هذه الوسائل لا يمكن أن يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، لأن هذا النشاط هو أصلاً عبارة عن عملية اتصال مع الجماهير وتبادل المعلومات والأراء معه، بهدف توثيق العلاقات الطيبة وخلق سمعة جيدة للمؤسسة في أذهان تلك الجماهير من خلال الوسائل الإعلامية المتاحة (الشامي، وجرادات، 2001 : 86).

ويُعدُّ تبادل الرأي بين الحكومة والشعب من مستلزمات الحكم الديمقراطي ومظاهره، ولذلك أنشأت الحكومات التي تؤمن بمبادئ الديمقراطية مصالح بل وزارات للعناية بهذه الناحية (حسن، 1984 : 162).

ويرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالرأي العام، ذلك أنه من دون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته، فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال (جرادات، والشامي، 2009 : 26).

وأخيراً فإن العلاقات العامة السليمة، التي تؤمن بالمسؤولية الاجتماعية، تستطيع أن تفعل الكثير من أجل تخفيف حدة التوتر والأزمات العالمية، وتستطيع العمل الأبعد الحقيقة للأخبار والمعلومات وإنقاذ الجماهير من الضياع، وتحقيق مبدأ التوازن بين الأفراد والمؤسسات الاجتماعية الحديثة، وإن الجهد الذي يقدمه الباحث في رسالة الماجستير هذه حول "أهمية

الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة" يأمل منها أن تشكل إضافة علمية جديدة للعاملين في العلاقات العامة.

### **مشكلة الدراسة:**

من خلال ملاحظات الباحث ومتابعته لإعلانات عن طلب موظفي علاقات عامة في القطاع الحكومي والخاص، بأن أغلبها يركز على تخصصات أخرى غير العلاقات العامة، كالعلوم الإدارية أو الاقتصاد، أو التسويق، أو الكمبيوتر، أو الحقوق، أو اللغة الانجليزية، أو العلاقات الدولية، أو السياحة، أو السكرتاريا، أو أن يركز الإعلان المطلوب على حسن المظهر في أي تخصص كان أو من دون تخصص، مع العلم بأن هناك أعدادا كبيرة من خريجي الصحافة والإعلام في تخصص العلاقات العامة والإعلان قد مضى على تخرجهم أكثر من (20) سنة لم يتم تعينهم أو طلبهم للتعيين من ديوان الخدمة المدنية الأردنية للتعيين في أي وزارة ليكون دورهم أكبر في الأداء الوظيفي ومن هم دون مؤهل لهذا العمل، وقد لاحظ الباحث عند قيامه بمراجعة دوائر العلاقات العامة المستمرة للوزارات الأردنية - وإحساسه بالمشكلة قبل إجراء الاستبانة- بان هناك فجوة معرفية في أداء العلاقات العامة، إداريا وتنظيميا تتلخص في

### **النقطات التالية:**

1. مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي وفي بناء الوزارة بعيد عن الوزير والقيادات العليا في الوزارة، وبان هناك فصلا إداريا بين وظيفة العلاقات العامة والإعلام.
2. إن اغلب موظفي العلاقات العامة لا يحملون الدرجة الجامعية في الصحافة والإعلام/ تخصص علاقات عامة.
3. يتم تعين خريجي العلاقات العامة في بعض الوزارات خارج دائرة العلاقات العامة.

٤. هناك تخلف واضح لمفهوم العلاقات العامة، إذ فهمت بأنها تقديم خدمات بسيطة لا تتعدى الاهتمام باستقبال كبار المسؤولين للوزارة وحمل حقائبهم، وتلميع كبار شخصيات الوزارة.

5. هناك خشونة في التعامل من جانب موظفي العلاقات العامة أنفسهم لبعض المراجعين.
6. إن موظفي العلاقات العامة ليس لديهم صلاحيات نشر أي مادة إعلامية عن الوزارة إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، والاتصال يكون بأسلوب الإعلام باتجاه واحد من الوزارة للجمهور فقط.

ندرة إجراء البحوث والدراسات لرأي عام جمهور الوزارة الداخلي والخارجي.

وعند توزيع الباحث لاستبيانه على عينة الصدق والثبات، وعدها (33) استبياناً وزعت على مراكز الوزارات التالية: الصحة، والزراعة، والداخلية، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والأشغال العامة والإسكان، والطاقة والثروة المعدنية، والصناعة والتجارة، والتنمية السياسية، أجاب بعض المبحوثين بأن لا علاقة لهم بالإعلام عن الوزارة- ولهذا أضاف كلمة الإعلام لاستبيانة الدراسة النهائية المرفقة-، ونتيجة لكل تلك الملاحظات قام الباحث بإجراء هذه الدراسة، للخروج بتصور لمدى أهمية الأنشطة الاتصالية في العلاقات العامة بـمراكز الوزارات الأردنية في عمان.

إن العلاقات العامة هي علم وفن ومهنة قائمة بذاتها تتجاذبها علوم أخرى مع أنها عمل اتصالي بحث، فكل منظمة تختلف في طريقة التطبيق للعلاقات العامة بما يناسبها، ولا غنى لموظف العلاقات العامة أولاً وأخيراً من دراسة هذا التخصص دراسة علمية أكاديمية، والذي نادى به أولاً (edoard Birnzer) وغيره من رواد الكبار في علم العلاقات

العامة في بداية تطبيق عمل العلاقات العامة وتدريسها في الجامعات بوصفها علمًا متخصصاً (الزهري، 2004: 75).

### **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة "أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة" إلى التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيمتها، بالأنشطة الاتصالية من جهة، والعاملون في أجهزة العلاقات العامة وما يتمتعون به من الصفات والشروط الواجب توافرها فيهم من صفات شخصية محبوبة، وخصائص المقدرة الاتصالية، ومؤهلاتهم العلمية، والصفات التكميلية للموظفين الإداريين من جهة ثانية، ودرجة استخدام العلاقات العامة لوسائل الاتصال الشخصي غير المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر وغير الإلكتروني، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماهيري، والأهداف والوظائف التي تسعى إليها العلاقات العامة، والتقييم الذاتي لأداء وظيفة العلاقات العامة، وسبب اختيار العاملين للعمل في العلاقات العامة، ومعرفة أهم الانقادات التي تواجه العلاقات العامة، وما تقوم به إدارة العلاقات العامة عند حدوث أزمة، والوظائف التي تسعى إليها العلاقات العامة عند استخدامها لوسائل الاتصال الجماهيري في الوزارات الأردنية من جهة ثالثة.

وأهم أهداف الدراسة تتمثل في النقاط التالية:

1. التعرف إلى واقع عمل العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية في الوزارات الأردنية من خلال الإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة.
2. سبل التطوير المقترحة من الباحث والقائمين بعمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية.

## **أهمية الدراسة:**

تعود أهمية هذه الدراسة لتناولها أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة من جانب إعلامي، إذ أن اغلب الدراسات التي تناولت العلاقات العامة في الأردن سمع ندرتها- تناول العلاقات العامة في الأردن من وجهاً إدارية، أو تربوية، أو صحية، وتتبع أهمية الدراسة من أهمية النشاط الاتصالي من وجهاً إعلامية، تناول خلالها الباحث الشروط الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة من حيث صفاتهم الشخصية، وخصائص المقدرة الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة، والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة مع جماهيرها، وأهداف ووظائف العلاقات العامة، وتقييم أداء العاملين في العلاقات العامة لإدارتهم، وسبب اختيار العاملين في العلاقات العامة لعملهم، والانتقادات التي تواجهها إداراتهم في الوزارات، ودور العلاقات العامة عند حدوث الأزمات، وأهداف العلاقات العامة من استخدامها لوسائل الاتصال الجماهيري، في تأثيرها على الرأي العام، إذ لم يجد الباحث مادة علمية تتصل بموضوع هذه الدراسة قد أعدت في السابق سواء في مجلة أو كتاب أو أية مطبوعة أو على الموقع الإلكتروني، الأمر الذي يجعلها إضافة جديدة للأنشطة الاتصالية وال العلاقات العامة من الجانب الميداني في الوزارات الأردنية، والتي لم تعط بعد الدور والأهمية الكافية لهذه المديريات وأنشطتها الاتصالية في الوزارات الأردنية.

## فرضيات الدراسة:

مشكلة الدراسة وأداتها قدمت الإجابة على الفرضيات الرئيسية والفرعية بصورتها العدمية

التالية:

1- الفرضية الرئيسية الأولى: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية ل القيام بالأنشطة الاتصالية)، والتي يتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

أ) الفرضية الصفرية الفرعية الأولى: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة

والإعلام في الوزارة الصفات الشخصية المحبوبة ل القيام بالأنشطة الاتصالية.

ب) الفرضية الصفرية الفرعية الثانية: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة

والإعلام في الوزارة خصائص المقدرة الاتصالية ل القيام بالأنشطة الاتصالية.

ج) الفرضية الصفرية الفرعية الثالثة: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة

والإعلام في الوزارة مواصفات المستوى العلمي ل القيام بالأنشطة الاتصالية.

د) الفرضية الصفرية الفرعية الرابعة: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة

والإعلام في الوزارة الصفات التكميلية للموظفين الإداريين ل القيام بالأنشطة الاتصالية.

2- الفرضية الرئيسية الثانية: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية

مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشتمل على: الاتصال الشخصي غير

المباشر-الكترونية-، والاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-، والاتصال

الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماعي، ووسائل الاتصال الجماهيري)، والتي يتفرع

منها الفرضيات الفرعية الآتية:

(أ) الفرضية الفرعية الأولى: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية -).

(ب) الفرضية الفرعية الثانية: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر - غير الكترونية -).

(ج) الفرضية الفرعية الثالثة: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر).

(د) الفرضية الفرعية الرابعة: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجمعي).

(هـ) الفرضية الفرعية الخامسة: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري).

-3- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا تتوافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

4- الفرضية الرئيسية الرابعة: لا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على أداة الدراسة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغيرات (مسمى الجهاز والجنس، والحالة الاجتماعية، والعمر، والوظيفية الحالية، وعدد سنوات الخبرة، والتحصيل الأكاديمي، والتخصص الأكاديمي، ومكان السكن، والدخل الشهري).

### **أسئلة الدراسة:**

1. ما درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم؟.
2. ما سبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها؟.
3. ما الانقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟.
4. ما دور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها؟.
5. ما وظائف الوسائل الاتصالية الجماهيرية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟.

### **نطاق الدراسة:**

تم الحصول على الموافقة الرسمية من خلال كتاب تسهيل مهمة من عمادة كلية الإعلام الملحق (2) لتطبيق أداة الدراسة، فضلاً عن الحصول على العدد الكلي للعاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في مراكز الوزارة للعام 2009/2010م.

### **محددات الدراسة:**

تقتصر الدراسة على ما يلي:

- شاغلي وظيفة العلاقات العامة في مراكز الوزارات الأردنية وتحديداً في العاصمة عمان.
- تم تصميم الأداة (الاستبانة) لهذه الدراسة لمعرفة الدور الاتصالي الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الوزارات الأردنية، وتم توزيعها على العاملين في العلاقات العامة في الوزارات الأردنية (عينة الدراسة) على الرغم من انتشارها الواسع في العاصمة عمان.

**جدول رقم (1) اسم الوزارة وعدد الاستبيانات الموزعة فيها**

الرتبة	نº الاستبيان	المصدر	نº الاستبيان	الموزعة	اسم الوزارة
-	12		12		1. رئاسة الوزراء
-	3		3		وكالة الأنباء الأردنية
-	12		12		مؤسسة الإذاعة والتلفزيون
-	5		5		دائرة المطبوعات والنشر
-	7		7		المركز الأردني للإعلام
-	3		3		2. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
-	3		3		3. وزارة التنمية الاجتماعية
-	3		3		4. وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية
-	6		6		5. وزارة الثقافة
-	9		9		6. وزارة التربية والتعليم
-	1		1		7. وزارة النقل
-	5		5		8. وزارة المالية
1	2		3		9. وزارة المياه والري
-	7		7		10. وزارة الخارجية
-	3		3		11. وزارة البيئة
1	2		3		12. وزارة السياحة والآثار
-	4		4		13. وزارة العدل
-	5		5		14. وزارة العمل
1	6		7		15. وزارة الشؤون البلدية والقروية والبيئة
-	5		5		16. وزارة التخطيط
-	1		1		17. وزارة تطوير القطاع العام
3	104		107		<b>المجموع</b>
ملاحظة: الوزارات بأدنى عينة الصدق والثبات					
-	4		4		18. وزارة الصحة
-	4		4		19. وزارة الزراعة
1	5		6		20. وزارة الداخلية
-	3		3		21. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
-	8		8		22. وزارة الأشغال العامة والإسكان
-	4		4		23. وزارة الطاقة والثروة المعدنية
-	1		1		24. وزارة الصناعة والتجارة
-	4		4		25. وزارة التنمية السياسية
1	33		34		<b>المجموع</b>
4	137		141		<b>المجموع الكلي</b>

## تعريف المصطلحات:

### العلاقات العامة

عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها: "وحدة إدارية متخصصة تقوم بتقديم خطط وبرامج لإدارة المؤسسة، تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة والرأي العام، من أفراد واتجاهات وسلوك سواء لمن هم داخلها، ومحلاه سياسة المؤسسة وإجراءاتها لتلائم حاجات جماهيرها ومنفعة المجتمع، كما تؤمن وسائل الاتصال بين الإدارة ومحطيتها لتبادل المعلومات وتوحيد الرؤية، كما تسعى لتصحيح الأفكار والمعتقدات والسلوك داخل المؤسسة أو خارجها تحقيق الصالح العام، وأخيرا لا بد أن تسعى لتجديد وإدامة علاقات المؤسسة بجماهيرها" (زويف، والقطامين، 1999: 17).

وقال هارولد ليفي إن مسؤولية العلاقات العامة في أية هيئة حكومية "هي مسؤولية الوفاء بالتزامين توأمين بما إعلام الجمهور، وتعزيز العلاقات الودية بين الجمهور وبين هذه الهيئة" (حاتم، 1973: 52).

وعرف البيان المكسيكي والذي صدر عن المجمع العالمي لمؤسسات العلاقات العامة عام 1978 العلاقات العامة بأنها: "فن وعلم اجتماعي لتحليل الاتجاهات والتنبؤ بنتائجها وإرشاد قادة المنظمات، وتطبيق برامج مخطط لها بإجراءات يستفيد منها كل من المنظمة والجمهور" (Jefkins, 1993: p8).

وعرف كريستيان B.Christian العلاقات العامة بأنها: "الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها" (حسن، 1984: 11).

والعلاقات العامة في المؤسسة نشاط اتصالي يهدف إلى "توثيق الصلة بالمجتمع، ومن أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على إبراز صورتها المشرقة، بوصفها مؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه، وتعمل المؤسسة كذلك من أجل تعزيز هذه الصورة من خلال إبراز حرصها على الصالح العام" (أبو إصبع، 1997 : 329).

وعرف Scott Cutlip, and Allen Center العلاقات العامة بأنها: "وظيفة إدارية متميزة تساعد على تكوين وبناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال، والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، للعمل على مواجهة المشكلات التي تواجه الإدارة واقتراح الحلول المناسبة لها، وإمداد الإدارة بمعلومات وبيانات مستمرة لتساعد الإدارة على مواكبة التغيير والاستفادة منه لتحقيق الكفاءة المطلوبة".(Scott and Allen, 1982: p.7)

الاتصال: "مصطلح الاتصال في اللغة العربية، يعني الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتهاء إليه. أما كلمة COMMUNICATION الانجليزية فمشتقة من الأصل اللاتيني COMMUINS، ومعناها عام أو شائع أو مألف. وتعني الكلمة: المعلومة المرسلة، الرسالة الشفوية أو الكتابية، شبكة الطرق وشبكة الاتصالات، كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الرموز" (عليان، والطوباسي، 2005: 27).

غريب: عرف الاتصال بأنه: "هو عملية يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، باستخدام وسيلة أو عدة وسائل، وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإعلان أو الإقناع أو

التأثير العقلي أو العاطفي أو الإيحاء بأفكار واتجاهات وأهداف معينة" (غريب، 1996:

.(13)

### **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 الرأي العام الجماهيري.

(الباحث).

الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها الاتصالية:

#### **1- وسائل الاتصال الشخصي الوسيطي:**

- التليفون.
- التلغراف.
- التيلكس (المبرقة) والتيلتكست.
- الفاكس.
- الإذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة.
- اتصالات الحاسوب الالكتروني: الانترنت INTERNET الشبكة الدولية للاتصال، والاكسترانت EXTRANET الانترنت الداخلي للمؤسسة، والانترانت ENTERANET الشبكة المحلية التشاركية ضمن حدود معينة.

- مكبرات الصوت والأجراس وصفارات الإنذار.

- التسجيلات (الفيديو والكاميرا).

- التقارير اليومية والدورية والسنوية.

- المذكرات الداخلية.
- الخطابات والرسائل بالإرسال المباشر أو بواسطة البريد.
- لوحة الإعلانات.
- صندوق المقترنات.
- الاستثمارات.

## 2- وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

- الاتصال بقادة الرأي في المجتمع.
- الاشتراك في المسابقات العامة.
- المشاركة في الحياة العامة.
- خدمة المجتمع المحلي.
- رعاية العاملين بالمنشأة.
- الزيارات.
- الاجتماعات.
- المقابلات.
- المناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية.

## 3- وسائل الاتصال الجماهيري:

- صحف الحائط:
- مجلة المنشأة: House Journal
- النشرات الإخبارية: News Release
- البيانات الصحفية: Press Releases

- الكتب.
- الأدلة الإرشادية.
- البوسترات.
- المطويات الموجزة المصورة.
- الخرائط.
- التخطيطات التوضيحية.
- اللافتات والملصقات والهدايا.
- الندوات.
- المحاضرات.
- الأحاديث والخطب العامة.
- برامج الأحاديث الحوارية Talk Shows.
- الإعلام بالمؤتمرات.
- المناظرات.
- المعارض والمهرجانات.
- الاحتفالات.
- الرحلات.
- المعسكرات.
- أفلام العلاقات العامة الوثائقية.
- الصور والرسوم الكاريكاتورية.
- الصحف Newspapers.

• . magazines المجلات

• . الراديو.

• . التلفزيون.

• . السينما.

• . Theatre المسرح

## الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

### أولاً: الإطار النظري:

هذه الدراسة تعتمد على نماذج جيمس جرونج (Grunig) وهنت (Hunt) بممارسة العلاقات العامة للسلوك الاتصالي للمنظمات، إذ نشر جيمس جرونج (James Gruing) وTodd Hunt (Todd Hunt) عام 1984 كتاباً بعنوان إدارة العلاقات العامة عرضاً فيه أربعة نماذج لتطور حقل العلاقات العامة والممارسة فيه، وتتناول هذه النماذج أنماط علاقات اتصالات العلاقات العامة مع الجماهير الداخلية والخارجية المتعاملة معها (درة، والمجالي، 2010: 38).

كان جرونج أكثر باحثي العلاقات العامة الذين عرفوا العلاقات العامة في ضوء سلوك المنظمة، وقدم جرونج أربعة نماذج توضح طبيعة ممارسة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة والتي ركزت على طبيعة الاتصال في المنظمات، ويرى جرونج أن النموذج الرابع يعبر عن الأداء الأفضل أو الممتاز للعلاقات العامة لكونه يحقق حالة تطبيق الاتصال المتماثل في اتجاهين Symmetrical. وفيما يلي عرض للنماذج الأربع:

#### 1. نموذج الوكالة الصحفية: Press Agentry:

هذا النموذج يمثل أشكال الاتصال المستخدمة في عمل العلاقات العامة، وهو الاتصال الهابط. ووفقاً لهذا النموذج فإن المعلومات تناسب في اتجاه واحد رأسياً من الإدارة العليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية. ويعتمد العاملون في العلاقات العامة على النشر فقط Publicity كنشاط اتصالي رئيسي وأساسي في توصيل رسائلهم إلى الجمهور، ويتجاهلون ردود فعل هذا الجمهور.

## **Public Information 2. نموذج الإعلام العام:**

هذا النموذج يعتمد على عملية تقديم المعلومات للجمهور ليس بغرض البيع أو الترويج لسلعة، وهذا ما يجعله يختلف عن النموذج السابق. والاتصال في هذا النموذج يظل في اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور. ووفقاً لهذا النموذج تكون العلاقات العامة مكتباً للاستعلامات. وهذا النموذج يكون عملياً في المؤسسات التعليمية والحكومية والمنظمات غير الهدافة إلى الربح، وأيضاً في الاتحادات النقابية. ويسعى العاملون في العلاقات العامة وفقاً لهذا النموذج إلى توفير المعلومات وتقديمها للجماهير المختلفة. ويزداد نشاط العاملين في توفير المعلومات كلما ازدادت حاجة هذه الجماهير لهذه المعلومات.

## **3. النموذج غير المتوازن: Two – Way Asymmetrical**

الاتصال في هذا النموذج يكون باتجاهين: من المنظمة إلى الجماهير، والعكس، ولكنه في المقام الأول يسعى إلى خدمة أهداف ومصالح المنظمة، ولهذا وصف بغير المتوازن. ويطبق على هذا النموذج نموذج "الاتصال الاقناعي" لأنّه يوظف نماذج العلوم الاجتماعية لزيادة القدرة الاقناعية للرسالة. ويقوم العاملون بالعلاقات العامة وفقاً لهذا النموذج بالتعرف على اتجاهات الجماهير من خلال: استطلاعات الرأي، والمقابلات، ومناقشة الجماعات المركزية، Focus Groups من أجل تصميم برامج علاقات عامة تحظى بدعم الجماهير الرئيسية. وقد يشير ذلك إلى اهتمام المنظمة باهتمامات الجماهير، ولكن الواقع أنّ هدف المنظمة من خلال هذه الأدوات والتكتيكات البحثية هو إقناع الجماهير بسياسات المنظمة وجعلها تتكيف مع هذه السياسات. ويكون هدف العلاقات العامة في هذا النموذج هو: تغيير اتجاهات الجماهير على المدى القصير، ولذلك يكثر تطبيق هذا النموذج في الشركات التجارية.

#### 4. النموذج المتوازن: Two – Way Symmetrical

هذا النموذج يعد تطوراً للنموذج السابق. فهو لا يتوقف على سعي المنظمة إلى جعل الجماهير تتكيف معها، ولكن يذهب إلى أن المنظمة نفسها يجب أن تتكيف مع البيئة الخارجية، بما فيها الجماهير الفاعلة تجاه هذه المنظمة. ووفقاً لهذا النموذج فعلى المنظمة والجماهير أن يكون لكل منها الاستعداد للتكيف مع الآخر، ومن ثم، يكون لدى المنظمة الاستعداد والقابلية للتغيير وفقاً لمتطلبات البيئة الخارجية. ولذلك يرکز هذا النموذج على بناء علاقات إستراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين بدلاً من الاعتماد على استراتيجيات الإقناع في اتجاه واحد. ويطبق هذا النموذج في المنظمات ذات المنفعة العامة. وهذا ما يوضح الدور المطلوب القيام به من قبل العلاقات العامة في أفضل صورها، وعند تطبيق هذا الأنماذج يمكن إدارة العلاقات العامة من القيام بمهمتها الأساسية Task في تحقيق التفاصيم والانسجام بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية (الجمال، وعياد، 2005: 51-53).

ويرى الباحث أنَّ هذا النموذج هو الأنسب لتقديم بتطبيقه أجهزة العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات، لأنَّه يقوم على إقامة فهم متبادل وصولاً للانسجام عن طريق دراسة وتحليل التغذية العكسية لعمليات الاتصال باتجاهين بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية.

ويوضح الجدول التالي (2) نماذج "جرونج" و "هانت" الأربعه وفقا لخصائصها:

(4) أنموذج الاتجاهين المتوازنين	(3) أنموذج الاتجاهين غير المتوازنين	(2) أنموذج المعلومات العامة	(1) أنموذج الصحافة والنشر	النموذج الخصائص
الفهم المتبادل	الإقناع العلمي	نشر المعرفة	الدعاية	الهدف
في اتجاهين: التأثير متوازن	في اتجاهين: التأثير غير متوازن	في اتجاه واحد: الالتزام بالحقيقة أمر أساسي	في اتجاه واحد: نشر الحقيقة غير أساسي	طبيعة الاتصال
مجموعة ← مجموعه ←	مصدر ← مستقبل ← تغذية راجعة	المرسل ← والمستقبل	المرسل ← والمستقبل	نموذج الاتصال
بحوث تكوينية وتقديمية للتفاهم	بحوث تكوينية وتقديمية للاتجاهات	قليله.	بحوث قليلة	طبيعة البحث
بيرنـز (Bernays) وأكاديميون، وقادة مهنيون	Edward L. Bernays	Ivy Lee	P.T Barnum	الشخصيات التاريخية المؤثرة
المنظمات الأعمال الملزمة المنضبطة.	منظمة الأعمال المتنافسة.	الحكومة، والمنظمات غير الحكومية، ودوائر الأعمال	الرياضة، والمسرح، وترويج المنتجات	مجالات ممارسة النموذج
منظمات العلاقات العامة.	منظمات العلاقات العامة.			
%15	%20	%50	%15	تقدير نسبة استخدام المنظمات للنموذج

(دره، والمجالی، 40 : 2010)

## أهمية العلاقات العامة

## **أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:**

ببيرز تشارلس ستاينبرج Charles Steinberg خمسة عوامل مهمة أسهمت في جعل

**العلاقات العامة عملية مهمة ومتخصصة، وهي:**

أولاً: الهيكل المتزايد التعقيد في الصناعة وزيادة ابعادها عن الاتصال المباشر بالجمهور.

ثانياً: ظهور مصالح المنشآت الكبيرة وما يترتب عليها من نتائج.

ثالثاً: ظهور شبكة واسعة معقدة من وسائل الاتصال بالجماهير.

رابعاً: ظهور تناقض تزايد حدته مما افترض احتراماً للرأي العام وحاجة المؤسسة إلى التأييد الجماهيري.

خامساً: اشتداد الطلب على الحقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة (حاتم، 1973: 49).

ويرى عبد المحي محمود صالح وآخرون بأن أهمية برامج العلاقات العامة تمثل في النقاط التالية:

1. تهيئة الرأي العام لنقل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات بما يقوی النشاط بين هذه الهيئات والجماهير ويوفر تعاؤناً بينهما ويساعد على تماسك المجتمع.
2. تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير.
3. توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياستها وخطط عملها بما يتمشى مع رغبات الجماهير وبما يحقق النفع لهم والهيئات معاً.
4. تتحقق العلاقات العامة لجمهور الهيئات الداخلية خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة.
5. تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير، وهذا يعاون المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها (صالح، وعبد الخالق، ورمضان، 2004: 51-52).

## العلاقات العامة في العصر الحديث:

يشير محمد بهجت كشك بأن العلاقات العامة مرت بتطورات عدّة لعل من أهمها تلك التي وقعت خلال القرن العشرين، ومن أهمها:

1. لم تعد العلاقات العامة مجرد أنشطة أو جهود يقوم بها أفراد غير متخصصين بل أصبحت مهنة حديثة لها عملياتها وخطواتها. يقوم بمارسها متخصصون في العلاقات العامة.
2. أدى ذلك إلى إنشاء عدد كبير من الكليات والمعاهد المتخصصة التي تهتم بإعداد هؤلاء المتخصصين في العلاقات العامة.
3. كونت العلاقات العامة لنفسها قاعدة معرفية استمدت أصولها من العلوم النفسية والاجتماعية والإدارية التي يتيح لها فهم الجمهور وخصائصه السيكولوجية والقيم التي تحكم تصرفه.
4. لم تعد ممارسة العلاقات العامة قاصرة على المؤسسات الصناعية والتجارية فحسب، بل أصبحت تمارس في جميع المؤسسات والهيئات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغير ذلك من المؤسسات.
5. أصبحت العلاقات العامة تعتمد على الأسلوب العلمي.
6. أصبح الجمهور الداخلي محور اهتمام العلاقات العامة بجانب اهتمامها بالجمهور الخارجي.
7. أمكن بلورة مفهوم العلاقات العامة بحيث أصبح الفرق واضحًا بينه وبين غيره من المفاهيم الأخرى التي قد يختلط على العامة الفرق بينهم مثل الدعاية والإعلان والترويج (كشك، د.ت): (37).

ويرى عبد الرزاق محمد الدليمي أنَّ العلاقات العامة "تعد من المرتكزات الحيوية في المجتمع الحديث، بصلاته المعقّدة وتطوراته على كل المستويات، وهي تحتل هذه المكانة المهمة لما تؤديه من دور فاعل في تسهيل عملية الاتصال، ولما تتحققه من الفهم المشترك بين أطراف

التعامل في المجتمع، فهي على هذا صيغة متطورة للتفاعل الاجتماعي مقترنة بالصيغ المتطورة للسلوك الاجتماعي" (الدليمي، 2005: 13).

ويرى Strenski بأن وظيفة العلاقات العامة في العصر الحديث قد "فرضت نفسها بقوة، وأن أهميتها في ازدياد مستمر بسبب حدة التناقض في السوق من ناحية وسرعة التغيير والتطور في السلع والخدمات والمنتجات، فضلاً عن تطور وسائل الاتصال والتي جعلت من العالم قرينة صغيرة، مما ساهم في زيادة وعي الجماهير والأفراد، مما يتطلب قيام وحدة متخصصة تفسر وتنشر المعلومات المتعلقة بالمنظمة وتساهم في زيادة فهم الجمهور لأي تغيير يتم داخل المنظمة" (Strenski, 1998: p.25).

ولقد أزدادت أهمية العلاقات العامة كونها "أصبحت من أساليب العلاج للمشكلات الإنسانية المترتبة على التقدم التكنولوجي الذي كان له الأثر في عدم الشعور بروح التالف بين العاملين، فأصبحت العلاقات العامة من أهم الأساليب لإزالة هذا الشعور والعمل على وصل الحلقات المفقودة، وبث روح المشاركة والقضاء على الملل والإحباط وتقليل سوء الفهم بين العاملين في المنظمة" (Sailesh, 1997: p.3).

إن وظائف العلاقات العامة هي عبارة عن عملية (Process) وهي مجموعة من الأحداث والأنشطة المتسلسلة والمترابطة التي تهدف إلى تحقيق هدف أو نتيجة، إذ تمارس العلاقات العامة الوظائف المتسلسلة والمترابطة التالية في سبيل تحقيق أهدافها وهي: البحث، والتخطيط، والاتصال، والتقييم" (Huse, 1980: p.51).

إن أهم التغيرات التي ساهمت في تنامي أهمية وظيفة العلاقات العامة هو "التطور في وسائل الاتصال، حيث ساهم هذا التطور في زيادة سرعة تبادل المعلومات ونقلها، وأصبحت المنظمة على اتصال مباشر مع جماهيرها الداخلية والخارجية" (Edward, 1999: p.15-16).

## **جمهور العلاقات العامة:**

ويخلص نيوسم وكارييل Newsom & Carell تصنيف جمهور العلاقات العامة

بالجدول الآتي(3):

الجمهور الخارجي		الاتصال الشخصي	الجمهور الداخلي	الادارة (العليا الوسطى) المستخدمون المساهمون مجالس الادارة
الجمهور غير المباشر	الاتصال التسويق			
اتصالات مؤسساتية الزبائن المحتملون مستثمرون محتملون مساهمون المجتمع المالي مجتمع المؤسسة الحكومة/ المجتمع	الاتصال التسويق الزبائن متثنو المبيعات التجار والموزعون الموردون والمنافسون			
اتصال شخصي/ اتصال جماهيري رسائل سمعية بصرية (أفلام، شراء رسائل الإعلام/الوسائل المتاحة للجمهور الخارجي). المطبوعات (الجماهيرية والمتخصصة من ضمنها: الإشهار، البريد الشخصي، والإلكتروني، والمؤسساتي). ترويج المبيعات. الإنترنت. المعارض (الجماهيرية والمتخصصة والملصقات ... الخ).	اتصال شخصي/ اتصال جمعي رسائل سمعية بصرية (أفلام، شراء رسائل الإعلام/ الوسائل المتاحة للجمهور الخارجي). المطبوعات (الجماهيرية والمتخصصة من ضمنها الإشهار). البريد الشخصي والإلكتروني والمؤسساتي. ترويج المبيعات. الإنترنت. المعارض (المتخصصة والملصقات... الخ).			

(أبو أصبع، 2006: 410)

## **العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة:**

إن الجمهور الداخلي يطلق على جميع الأفراد الذين يعملون داخل المؤسسة ومن

الملحوظ أن العاملين بالمؤسسات المختلفة يأخذ في الإزدياد يوماً بعد الآخر بالدرجة التي

أصبحت بعض المؤسسات تستخدم عاملين يتجاوز عددهم الآلاف، خاصة بعد التقدم الصناعي،

في القرنين التاسع عشر والعشرين إذ اتسعت أعمال هذه المؤسسات وقد تطلب هذا التوسيع في أنشطتها إلى استخدام هذه الأعداد الكبيرة من العاملين، لذلك فقد سعت هذه المؤسسات إلى توطيد علاقتها بالعاملين بها. وتأتي العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة في مقدمة برامج العلاقات العامة ويرجع ذلك للأسباب التالية:

1. ضخامة أعداد العاملين بهذه المؤسسات مما كان له تأثير في طبيعة العلاقات العامة داخل هذه المؤسسات.
2. إن الجمهور الداخلي يمثل جزءاً له أهميته من الجماهير الخارجية وبوصفهم أيضاً مستهلكين.
3. الجمهور الداخلي على اتصال مستمر بالجمهور الخارجي وعلاقة الجمهور الداخلي بالمؤسسة يؤثر على اتجاهاتهم نحو المؤسسة وبالتالي يمكن أن ينقلوا هذه الاتجاهات إلى الجمهور الخارجي.
4. إن الجمهور الداخلي هو الذي يقوم بالعملية الإنتاجية، أو بتقديم الخدمة للجمهور الخارجي ولذلك فإن رضاهما أو عدم رضاهما عن المؤسسة التي يعملون بها تتعكس على أدائهم لتلك العمليات الإنتاجية أو لتلك الخدمات (كشك، د.ت) : (223-224).

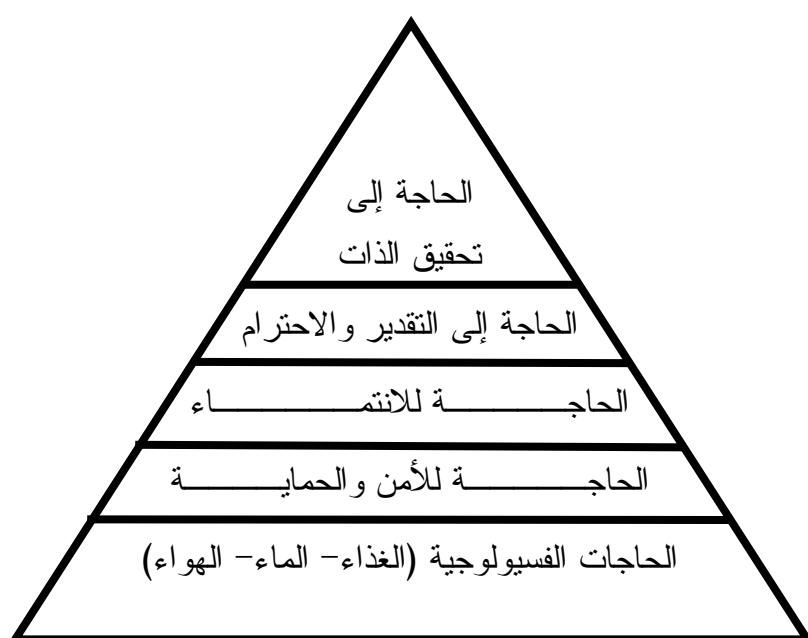
### **أسس نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:**

يشير سليم بطرس جلدة بأن نجاح برنامج العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي يتوقف على العديد من العوامل، وأهمها:

### 1. إشباع الحاجات الإنسانية:

لقد صنف عالم النفس المعروف إبراهام ماسلو A. Maslow حاجات الإنسان إلى حاجات فسيولوجية وحاجات اجتماعية وفق الهرم الآتي:

شكل رقم (1) سلم الحاجات لマスロー



### 2. العدالة مع العاملين: ويمكن أن تتحقق من خلال الأمور الآتية:

- ألا يحظى عامل معين بمعاملة أفضل من غيره.
  - ألا يحصل عامل معين على امتيازات لم تكن لسواه.
  - لكل عامل الحق في المعاملة العادلة أو المنصفة، وعدم التمييز مع مراعاة قواعد المكافآت للمتفوقين (قواعد غير متحيز).
  - تطبيق العدالة على مستوى الأفراد والجماعات منعاً لوجود وبزوج ظاهرة التمرد.
3. التزام القيادات بالقدوة الطيبة أو الحسنة في إطار:
- الحفاظ على الوقت.

- الانضباط في العمل.

- الصدق في القول.

- الحرص على مال الشركة ووقتها ومصالحها.

و عبر العديد من الباحثين أن سلبيات الإدارة وعدم التزامها بالقدوة الطيبة يؤدي إلى إشاعة مناخ من الإحباط، ويفقد العاملين الحافز لمواصلة العمل (جلدة، 2008: 120-122).

### **أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:**

1. تحقيق التفاهم بين المؤسسة والعاملين بها وذلك على أساس أنه كلما أدرك العاملون بأن زيادة إنتاجهم كماً وكيفاً سوف يؤدي إلى زيادة أرباحها، وهذا من شأنه أن ينعكس أثره على أجورهم ومكافآتهم كما أن اهتمام المؤسسة بالعاملين سوف يؤدي إلى شعورهم بالرضا عن المؤسسة مما ينعكس أثره على زيادة إنتاجيتهم كماً وكيفاً وبالتالي تزداد أرباح المؤسسة.
2. رفع الوعي بين العاملين بأهمية الدور الذي يقومون به سواءً بالنسبة للمؤسسة أو بالنسبة لمجتمعهم حتى يشعروا بمسؤوليتهم نحو المؤسسة التي يعملون فيها ونحو مجتمعهم.
3. إحاطة العاملين علمًاً بسياسة المؤسسة وبرامجها وأنشطتها وأهدافها.
4. كسب تأييد الجمهور الداخلي لمختلف القواعد التي تنظم العمل بالمؤسسة والتغيرات والتعديلات التي يجب إدخالها على سياسة المؤسسة وبرامجها.
5. الوقف على تأثير السياسات التي تضعها المؤسسات أو البرامج أو الخدمات التي تقدمها إلى العاملين، وذلك بإتاحة الفرصة أمام العاملين للتعبير عن آرائهم حول تلك الموضوعات (كشك، د.ت): (227-226).

إن أهداف العلاقات العامة يجب أن تكون واقعية ومحددة، فكلما كانت هذه الأهداف على مدى طويل أو طموحة كثيراً فإنه ليس من الممكن تحقيقها، كالأهداف القصيرة أو متوسطة المدى، ولا بد من مشاركة العاملين في المنظمة باقتراحاتهم وأفكارهم لتحسين أداء العلاقات العامة لتنقى أهداف العلاقات العامة التعاون من العاملين، وبهذا تقل المصاعب التي يمكن أن تواجه العلاقات العامة في تنفيذ أهدافها وتقصير مدة الوصول إليها (Bahl, 1997: p5).

### **العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:**

تُعدّ علاقة المؤسسة بالجمهور الخارجي على درجة كبيرة من الأهمية، إذ إن هذه المؤسسة لا يمكنها أن تستمر في أداء عملها إلا إذا حظيت بثقة وتأييد وتعاضد الجمهور الخارجي (كشك، د.ت): (231).

والجمهور الخارجي يشتمل على جميع الأفراد الذين يقيمون خارج المؤسسة ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر، وهم:

1. **الجمهور النوعي:** وهو الذي يرتبطون بالمؤسسة ويجمعهم معاً مصالح وميل مشتركة،

والمؤسسات لها الكثير من الجماهير النوعية، وهي:

▪ **جمهور المساهمين:** الإدارة العليا، وإدارة العلاقات العامة على وجه التحديد تريد أن

تحقق تفاهماً متبادلاً بين المؤسسة والمساهمين، والحفاظ على الأسهم التي في حوزتهم

دون أن تؤثر عليهم المؤسسات المنافسة فيبيعوا أسهمهم ويستثمروا أموالهم في تلك

المؤسسات المنافسة. وتريد تشجيعهم على زيادة استثمارهم. (زويلف، 2003:

.(105-104)

■ جمهور المستهلكين: يُعدّ المستهلكون من أهم جماهير أي منظمة لأنّ بقاءها مرتبط

بمدى رضا هذه الجماهير عنها وعن منتجاتها (الصحن، 2005: 228).

■ جمهور الموردين: تعتمد المنشآت على عدد كبير من الموردين للحصول على ما يلزمها

من مواد أولية ومهمات ومعدات إنتاجية، وكذلك تعتمد المنشآت التجارية التي تشتري

السلع والمنتجات بقصد إعادة بيعها، على ما يلزمها من منتجات (الصحن، 2005:

.(229)

■ جمهور الموزعين: وهم حلقة الاتصال بين المؤسسة والمستهلك، ولذا لا بد من أن

يعرف الموزعون على سياسة التوزيع التي تتبعها المؤسسة، والحفاظ على استمرارية

العمل مع المؤسسة رغم إغراء المؤسسات المنافسة، وأن يمدوا المؤسسة بآراء

المستهلك (زويلف، 2003: 105).

## 2. الجمهور العام وينقسم إلى:

■ المجتمع المحلي: وهو المجتمع الذي تقيم فيه المنظمة منشآتها، والذي تسوق فيه

منتجاتها، وتهدف خطط العلاقات العامة إلى تزويد المجتمع المحلي وأفراده بمعلومات

إضافية عن الخدمات التي تمنحها المنظمة لهذا المجتمع، والعمل على توضيح أنها

عضو نافع في المجتمع.

■ الحكومة والهيئات التشريعية: تتجه خطط العلاقات العامة إلى الحكومة ليس فقط

بوصفها تصدر التشريعات والقوانين وتضع اللوائح والنظم التي لها تأثير كبير على

نشاط المنظمات، ولكن أيضاً بوصفها من علامة المنظمة؛ نظراً لقيامتها بشراء المنتجات

لبية لاحتياجاتها تماماً كما يفعل الأفراد (الصحن، 2005: 230).

إن مسؤولية إدارة العلاقات العامة "أن تكون عاملاً مساعداً للحكومة وذلك بتقديم بعض الخدمات للمجتمع سواءً كانت خدمات جديدة أو من صنف الخدمات التي جرت العادة على تقديمها من قبل الحكومة، مما يؤدي إلى تمتين العلاقة بين المؤسسة والحكومة، وأن على إدارة العلاقات العامة أن تكون قادرة على إبراز مساهمات المؤسسة في مجال المجتمع والدولة ليتعرف عليها الناس وأعضاء الحكومة والإدارة الحكومية، وكذلك أن تعمل على توكيد وظيفتها في ترسيخ بناء الدولة ومؤسساتها ووظائفها" (عساف، وصالح، 2004: 123).

### **العلاقات العامة الحكومية:**

تتميز منظمات القطاع العام بالتنوع في هيكلها وفي طبيعة أنشطتها ووظائفها، وقد أصبحت هذه المنظمات تجمع بين الأنشطة الإنتاجية أو السلعية والأنشطة الخدمية. (عساف، وصالح، 2004: 178).

وأماماً مهام إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية فهي:

1. عمل خطط وبرامج ضمن توقيتات معينة محددة و المناسبة لإخبار المؤسسات الإعلامية ذات الصلة، وتزويدها بمختلف المعلومات الواردة من الشركة أو المؤسسة بوساطة إدارة العلاقات العامة المختصة.
2. إيجاد برامج أو آليات متابعة للمعلومات التي تنشر عن الوزارة أو المؤسسة الحكومية في وسائل الإعلام المرئية وغير المرئية.
3. إيجاد آلية لتنقی الشكاوى التي تصل من الجمهور والمتعلقة بالوزارة او المؤسسة ومتابعتها.

4. تدعيم الصلات بين الوزارة الحكومية من خلال العلاقات العامة فيها مع الجماهير المستهدفة من خلال إجراء الدراسات والبحوث لأدوات وموافق الجماهير.

5. ترويج رؤية وفلسفة ومهام ورسالة المؤسسات الحكومية إلى جماهيرها (عبيدات، 2010: 278-279).

وتصنف أنواع الجماهير في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى جمهور داخلي وجمهور خارجي:

**1. الجمهور الداخلي :Internal Public**  
وهم موظفو مختلف الدوائر الحكومية والمؤسسات العامة والشركات العامة والإدارة المحلية، والموظف العام يعتبر مرآة عاكسة للدائرة الحكومية التي يعمل بها، وإن على إدارة العلاقات العامة الاهتمام بالموظف العام وتكثيف البرامج التدريبية والإرشادية الموجهة إليه.

**2. الجمهور الخارجي External Public** ويقسم إلى:  
 أ. **الجمهور الخارجي المحلي**: ويتمثل في الجمهور الذي يكون موقعه في داخل الدولة.  
 ب. **الجمهور الخارجي الدولي**: ويتمثل في الجمهور الذي موقعه خارج الدولة مثل المنظمات الدولية التي لها علاقات مباشرة مع الدوائر الحكومية كاليونيسيف واليونسكو وجامعة الدول العربية، ويشمل الجمهور الخارجي الدولي فضلاً عن تلك الدول الأخرى التي تربطها علاقات مع الدولة المعنية (جودة، 2006: 376-378).

## تنظيم عمل العلاقات العامة

يقصد بجهاز العلاقات العامة بأنه "ذلك التنظيم الإداري لمجموعة الأفعال والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فهم متبادل ومشترك يؤدي إلى التوافق بين منظمة ما وبين جماهيرها، وينظم العمل بتوزيعه إلى وحدات بنائية أصغر تتكون كل واحدة من مجموعة من المكانات التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة ولهم مجموعة من الأدوار ويربطهم هدف مشترك واحد، ويقوم كل جزء من هذا البناء بأداء المهام التي تتطلبها مسؤوليات العلاقات العامة" (صالح، وعبد الخالق، ورمضان، 2004: 267).

### موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنشأة:

ويقول محمد بهجت كشك أن "الطبيعة أنشطة العلاقات العامة داخل كل مؤسسة، يصبح من الضروري وضع جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة داخل إطار المستويات الإدارية العليا، بحيث تتبع مباشرة أعلى سلطة إدارية في المؤسسة، حتى يسهل للإدارة العليا في المؤسسة متابعة أنشطة جهاز العلاقات العامة نظراً لخطورة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة. وحتى يسهل لهذا الجهاز أن يقوم بدوره من غير عوائق أو معوقات إدارية أو تنظيمية أخرى" (كشك، د.ت) : (192).

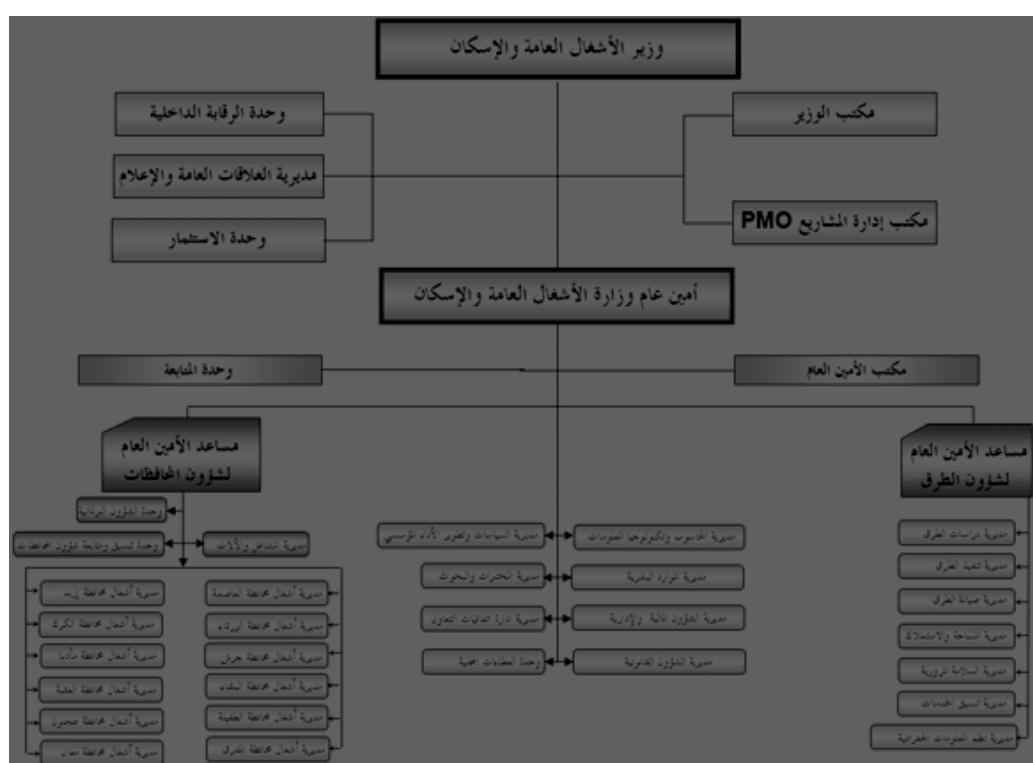
ويرى زياد رمضان بأن مسوّغات وضع الدائرة قريباً من قمة الهرم على مستوى الإدارة العليا ومسؤولة مباشرة أمام المدير العام ومجلس الإدارة هي:

1. بما أن كل عمل تقوم به الشركة وكل سياسة ترسمها تؤثر على العلاقات العامة فيها، لذا فمن المنطق أن تكون العلاقات العامة من أعمال الإدارة العليا وأن يكون المسؤول عنها مديرأً مهماً في المنشأة.
2. بما أن العلاقات العامة يجب أن تكون مبنية على سياسات سليمة، لذا فمن الضروري أن يحتل المسؤول عنها مركزاً قريباً جداً من المديرين الذين يقومون بصياغة السياسات

للمنشأة ليتمكن من إبراز النواحي التي تتأثر بها علاقات المنشأة بجماهيرها، وليتتمكن من الإيحاء للمسؤولين بالنواحي التي تترك آثاراً طيبة عند قيامهم بصياغة سياسة معينة من السياسات التشغيلية والتمويلية والتسويقية والتوظيفية للمنشأة.

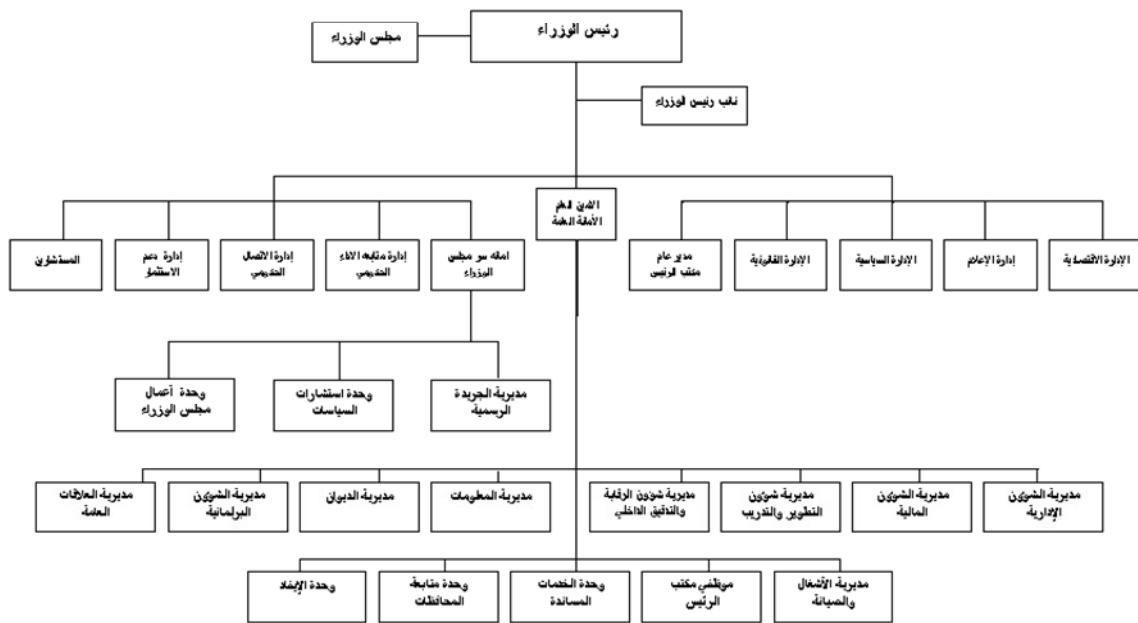
- إن وجود مسؤول العلاقات العامة في موقع قريب من القمة يمكنه من القيام بالتنسيق مع المديرين الآخرين ويمكنه من كسب دعمهم في تثقيف وتحفيز جميع العاملين في المنشأة فيما يتعلق بدورهم في مجال العلاقات العامة (رمضان، 1986: 108-109).

## شكل رقم (2): الهيكل التنظيمي لوزارة الأشغال العامة والإسكان



ومن الشكل (2) يتبيّن بأنّ موقع مديرية العلاقات العامة والإعلام هو الأنسب في الهيكل التنظيمي للوزارة بان يكون قريباً من رأس السلطة.

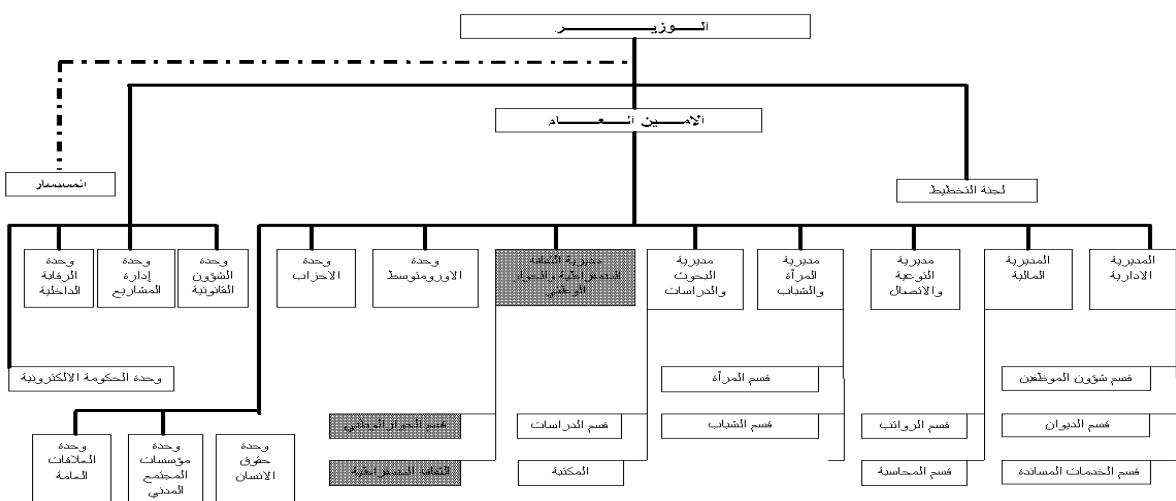
### شكل رقم (3): الهيكل التنظيمي لرئاسة الوزراء



ومن الشكل التنظيمي رقم (3) (الهيكل التنظيمي لرئاسة الوزراء) يتبين بأن هناك فصلا

تنظيمياً بين دائرة الإعلام ودائرة العلاقات العامة.

### شكل رقم (4): الهيكل التنظيمي لوزارة التنمية السياسية



يتبع من الشكل رقم (4) بأن موقع العلاقات العامة في وزارة التنمية السياسية أتى في

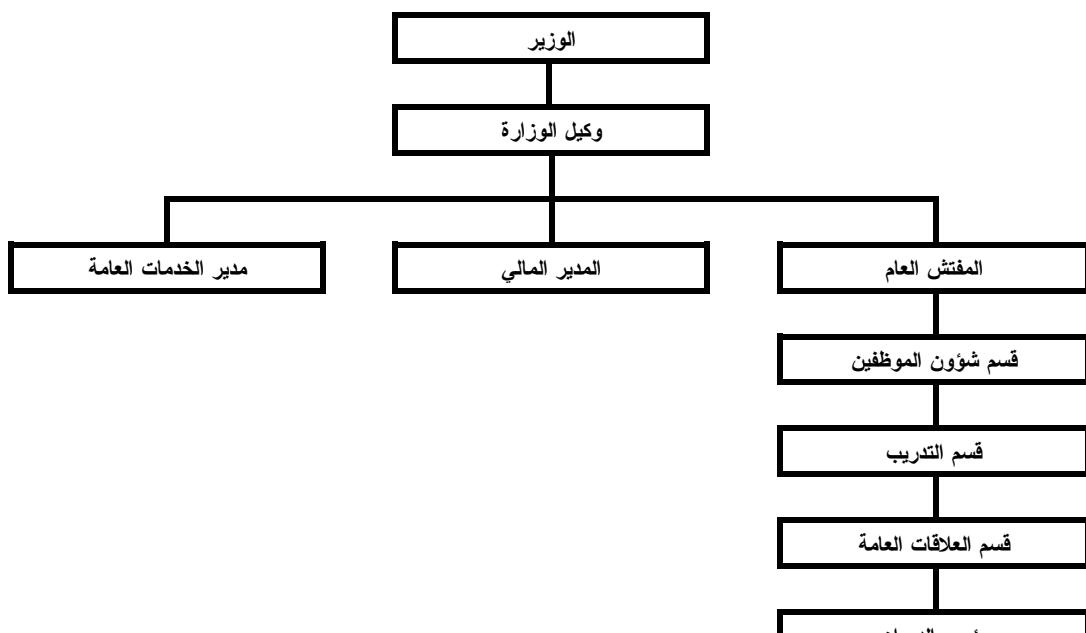
أ Lowest level of the ministry's organizational structure, and far removed from the top organizational structure.

ويرى زكي راتب غوشة أن النموذج التالي (5) للعلاقات العامة هو الأوسع انتشاراً في إدارات العلاقات العامة للأسباب التالية:

1. إن غالبية الدول النامية لا تعنيها أهمية العلاقات العامة خاصة في المراحل الأولية بعد حصولها على الاستقلال السياسي.
2. إن غالبية الجمهور في الدول النامية يهمه الحصول على نتائج عاجلة.
3. المركزية الشديدة، من خصائص الإدارة في الدول النامية أنها تتصف بمركزيتها الشديدة وذلك بحكم التقليد الإداري العام وضرورات التنمية الاقتصادية والاجتماعية الأمر الذي يطغى على واقع العلاقات العامة.

والمهم في الأمر أن حكومات الدول النامية وشعوبها بدأت فعلاً الاعتراف بوجود العلاقات العامة التي تبدأ عادة من الموضع الدنلي في التنظيم الإداري وتصعد تدريجياً إلى موقع أفضل في إطار الظروف والمتغيرات البيئية التي تعيشها (غوشة، 1984 : 28-29).

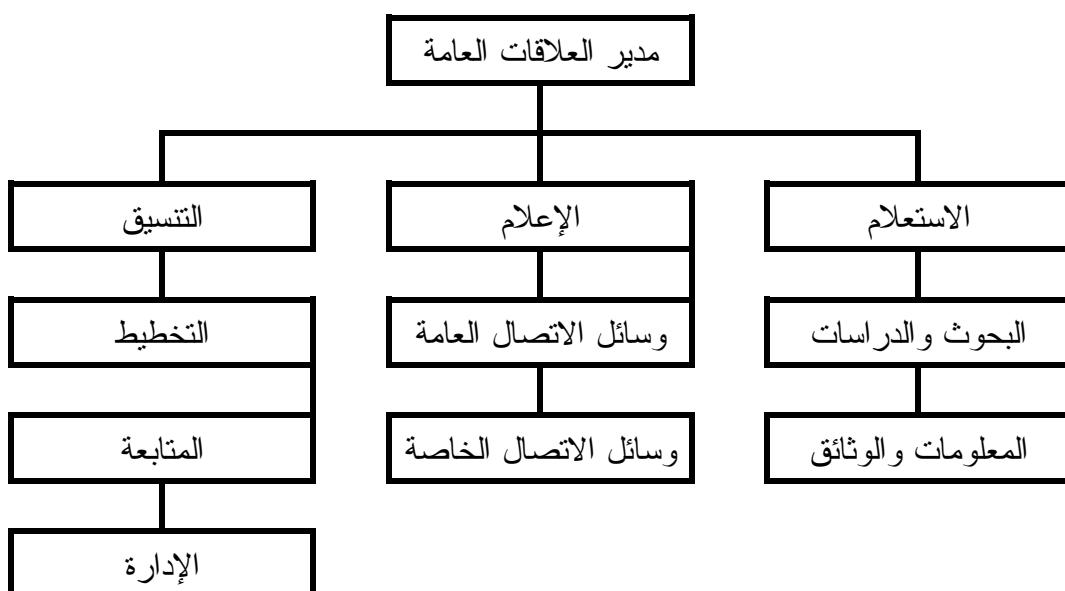
**شكل رقم (5): الهيكل التنظيمي الأوسع انتشاراً في الدول العربية**



(غوشة، 1984 : 27)

ويرى الباحث بأن الهيكل التنظيمي في الشكل رقم (6)، والذي وضعه محمد حربى حسن وأخرون، هو الأنسب ليطبق للتقسيم الداخلى لدوائر العلاقات العامة في الوزارات أو المنظمات (لاشتماله على توضيح لكل من وظائف العلاقات العامة: (الاستعلام، والإعلام، والتنسيق).

الشكل رقم (6) مخطط تنظيمي داخلي عام لوحدة العلاقات العامة



(حسن، وحسين، والبياتي، 1991: 107)

### الاتصال الإداري:

يرى لبنان هاتف الشامي، وعبد الناصر جرادات، بأن أنواع الاتصال السائدة داخل المنظمة تتضمن أنواعاً متعددة تعكس طبيعة التفاعلات الرسمية وغير الرسمية السائدة فيها وتنتمي في ما يأتي:

1. الاتصالات الرسمية: وتقسم إلى أربعة أنواع رئيسة هي:

أ. الاتصالات العمودية: وتقسم إلى اتصالات نازلة وصاعدة.

ب. الاتصالات الأفقية والجانبية.

- ج. الاتصالات المقابلة أو المحورية.
- د. الاتصالات الخارجية.
2. الاتصالات غير الرسمية: وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد والجماعات وتكون عادة بغیر قواعد محددة وواضحة، وتمتاز بسرعتها قياساً بالاتصالات الرسمية (الشامي، وجرادات، 2001 : 94).

**الشروط الواجب توافرها في القائمين بأعباء الاتصال في العلاقات العامة:**

هناك بعض الشروط والصفات الواجب توافرها في المشغلين بمهمة العلاقات العامة يضاف إلى ذلك بعض الصفات الخاصة التي تتفق مع طبيعة عمل المؤسسة أو تكيف وسائل التنفيذ وأساليب التطبيق لتنتفق مع حاجات كل مؤسسة وأهدافها، أما الصفات الأساسية التي ينبغي توافرها في خبراء العلاقات العامة أياً كان مجال عمل المؤسسة فيمكن تلخيصها في صفتين أساسيتين، هما: الشخصية المحبوبة. والقدرة على الاتصال (ربابعة، 1988: 108).

### **العلاقات العامة الالكترونية:**

تحتاج العلاقات العامة الحديثة في ممارستها لأنشطتها إلى وسيلة إلكترونية حديثة لتسليم المعلومات والتعرف على جمهورها الداخلي والخارجي والاتصال بهم، لتشتمل هذه الوسائل على "البريد الإلكتروني"، وصفحات الويب، والارتباطات، والصور الرقمية، والرموز، والبرامج، والوسائل الأخرى اللازمة لإقامة العلاقة، واستخدام مسؤولي العلاقات العامة لوسيلة الاتصال المفضلة والمناسبة تزيد من فرصتها والمؤسسة في التأثير على المحتوى، وعلى التغطية لهذا

المحتوى عندما تتصل بالشخص المناسب بالوسيلة التي يفضلها، سواءً كانت هذه الوسيلة الكترونية أو غير ذلك" (شفيق، 2006: 175).

والقائم بالعلاقات العامة وإمامه باستخدام الحاسوب الإلكتروني "أصبح ضرورة من ضرورات هذا العصر، نظراً لما تؤديه من مهام وما تحققه من مزايا يعجز العقل البشري عن تحقيقها" (الزهري، 2004: 120).

وفي الأردن هناك الكثير من المواقع الإلكترونية الحكومية التي تشتمل على كل جديد لإطلاع المتتابع على الأنشطة التي تقوم بها الوزارات وآخر مستجداتها.

### **دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات**

#### **مفهوم الأزمة**

يعرف بشير العلاق الأزمة بمفهومها العام بأنها "تهديد خطير متوقع أو غير متوقع، لأهداف وقيم ومعتقدات، وممتلكات سواءً تابعة للأفراد أو المنظمات أو الحكومات أو البلدان، والتي تحد من القدرة على اتخاذ قرارات فعالة أو سريعة" (العلاق، 2009: 57).

إن إدارة ومعالجة الأزمات هي مسؤولية الإدارة العليا بالدرجة الأولى، لكن العلاقات العامة يبقى لها الدور الرئيس في عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ والمتابعة لهذه الأزمات (جلدة، 2010: 152).

إن العلاقات العامة معنية بصورة وسمعة المنظمة في الأوقات العاديّة وفي أوقات الأزمات التي تحتاج إلى استعداد بشكل خاص، يسهم في دعم جهود المنظمة لمواجهة المنظمة

للازمة والتعامل معها في مراحلها المختلفة المعروفة (قبل وأثناء وبعد انتهاء الأزمة) (شعبان، 2008: 226-227).

### **أسباب الأزمات:**

يرى "موريس" بان هناك أربعة أسباب لحدوث الأزمة، هي:

1. أسباب خارجة عن قدرات الإنسان.
2. أسباب ترجع إلى الإنسان مثل: سوء الفهم، وسوء الإدراك، وسوء التقدير، وسوء التخطيط، والإهمال، والإدارة غير الرشيدة، والأخطاء البشرية، وضعف المراقبة والمتابعة.
3. ضعف الإمكانيات المالية والمادية والتكنولوجية.
4. تعارض المصالح والأهداف، والصراع على الموارد والسلطة (حجاب، 2007: 291).

### **مبادئ وإرشادات عامة لإدارة الأزمة:**

هناك بعض المبادئ والإرشادات العامة والتي يفضل إتباعها دائمًا سواءً قبل اندلاع

الأزمة أو أثناء حدوثها أو بعد الانتهاء منها، ومن أهمها:

1. المحافظة على علاقات متينة مع وسائل الإعلام بشكل دائم.
2. تخصيص غرفة أو قاعة مناسبة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية وغيرها أثناء الأزمة.
3. تخفيض عدد الناطقين الرسميين باسم الشركة إلى أقل حد ممكن مع أنه يفضل تسمية ناطق رسمي واحد.

4. إبلاغ الإدارة العليا أولاً بأول عن آخر تطورات الأزمة.
5. إبلاغ الصحافة ووسائل الإعلام أولاً بأول عن آخر تطورات الأزمة.
6. عدم إعطاء إجابات سريعة أو ردود فعل عفوية وغير مدرستة، والتأكد من دقة جميع المعلومات وصحتها قبل التصريح بها.
7. تحديد المسؤوليات والمهام Who does What لكل فرد معني بالأزمة.
8. التيقظ والحذر الدائم من احتمال إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى واتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك.
9. المحافظة على هدوء الأعصاب عند نشوب الأزمة، وكما يقول ميخائيل ريجستر Michael Regester "إن الجمهور غالباً ما يأخذ فكرة سيئة عن الشركة إذا وجد أنها مضطربة، غير متباينة أو غير قادرة ومعارضة لإعطاء معلومات موثوقة بها".
10. مراجعة وتحديث خطة الطوارئ وإجراءاتها والمعلومات الموجودة فيها بشكل مستمر.
11. ضرورة تفريح فريق الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة (جودة، 2006: 275-276).

## العلاقات العامة في الأردن

عقدت جامعة اليرموك/أربد أعمال ندوة بعنوان (العلاقات العامة في الأردن) خلال الفترة من 14-12/1981م، قدم خلالها حكم خير ورقة بعنوان (العلاقات العامة الرسمية والمهنية في الأردن (تصور أولي) عرض فيها المشكلات التي يعاني منها قطاع العلاقات العامة في الأردن خلال تلك الفترة، وحدد المشاكل في النقاط الآتية:

1. إن الكثير من المؤسسات العامة والخاصة في الأردن لديها "مديريات" أو "أقسام" أو "شعب" للعلاقات العامة، وهي في غالبيتها تستند إلى فلسفة أساسها أن العلاقات العامة هي عملية "ترويج" للمؤسسة المعنية، وأن مثل هذا "الترويج" يجب أن ينصب بالضرورة على نشاطات المسؤول الأول في المؤسسة.
2. إن العاملين في العلاقات العامة يصرفون جل جهدهم في تعطية أخبار المسؤول الأول وأنشطته بالشكل الذي يرضيه هو، ومن هنا يصبح معظم ما يصدر عنهم "إعلاماً" موجهاً يفقد مع الأيام مصداقيته وأثره.
3. إن معظم المسؤولين يتroxون في اختيارهم للعاملين في العلاقات العامة في مؤسساتهم، أن يكونوا من النوعية القادرة على الاتصال "الشخصي" بصرف النظر عن قدرة مثل هذه العناصر من الناحيتين الأكademية والمهنية، وهذا النوع من العاملين لا يهمهم في النهاية إلا أن يجهدوا فكرهم في برامج مدروسة لأنهم لم يتهيئوا لذلك أصلاً.
4. لا تخصص موازنة للعلاقات العامة، فهناك بنود "للضيافة" وهو دور أساسي للعلاقات العامة يلي "الإعلام الشخصي" في معظم المؤسسات، وهناك نفقات "المترفرقة" تؤخذ منها كلفة الترويج بصورة المختلفة، وليس هناك موازنة خاصة لبرامج مدروسة تحتاجها المؤسسة.
5. عدم الثقة بالكافية الأردنية في هذا المجال، والقناة لدى معظم المسؤولين في القطاعين العام والخاص بأن هذا العلم الحديث وما يستلزم من اللجوء إلى التقنيات الحديثة المعقدة، هو أفضل ما يكون بأيدي الأوروبيين والأمريكيين أصحابه الأصليين.
6. إن الكفايات الأردنية في هذا الحقل - مع فلتتها - موزعة في الكثير من المؤسسات العامة والخاصة، وتعاونها مع مؤسسات العلاقات العامة المتخصصة يسبب لها في أحياناً كثيرة حرجاً، ويوقعها أحياناً في مخالفات قانونية".

وقال "هذا بعض من المشكلات التي نواجه، وهي - وإن جاز لنا أن نسوغ وجودها - فلا يجوز أن نعمل على استمرارها. فالأردن في انطلاقه نحو التنمية الشاملة في جميع الحقول يجب أن لا يكتفي من التنمية بمردودها الاقتصادي، بل ينهض إلى العمل الأدق والأصعب في تنمية شخصية الإنسان الأردني العربي وتغيير سلوكه إلى الأمثل والأخشن، وهذا واجب للعلاقات العامة دور كبير في تحقيقه، وخاصة أننا نعيش عصرًا يمكن أن يوصف بأنه عصر الاتصالات الجماهيرية والفردية، - إذ إن البشرية، منذ بدء الخليقة، لم يتح لها وسائل للاتصالات كما وفرها النصف الثاني من القرن العشرين -، والاتصالات هي عصب العلاقات العامة النابض، والعلاقات العامة إذا أحسن فهمها واستعمالها تكون قيمتها أداة فعالة في خدمة التنمية" (العمروطي، 1984: 110-112).

ويقول فاروق أنيس جرار "أن جامعة اليرموك قد افتتحت في بداية الثمانينات - من القرن الماضي - قسماً أكاديمياً لتدريس الإعلام ما زال مستمراً في عمله، ولم يؤخذ خريجوه مأخذ الجد حتى الآن. والأمر بين الخريجين وأجهزة الإعلام يدور في حلقة مفرغة، والشد والجذب بينهما مستمر. والنتيجة أن هؤلاء الخريجين لم يصبحوا بعد جزءاً أساسياً من التكوين الإعلامي، إذ إنهم يجاهرون دائمًا من العاملين في الإعلام والمتسلمين لمقدراته، ومن لم يدرسوا دراسة علمية ولم يحصلوا على شهادة علمية فيه، بمقوله مؤداتها أن الإعلام يحتاج إلى "موهبة" في الأساس، وأن التأهيل العلمي فيه غير ذي بال. ومثل هذه الصورة عما هو موجود لا توحى بنشاط مستمر موصول، وجهدٍ هادفٍ لتهيئة الكوادر الإعلامية الالزمة، وللاعتراف بالإعلام كمهنة لها أنسابها الأكاديمية الفكرية مثل أي مهنة أخرى" (جرار، 2001: 181).

ويلخص تيسير أبو عرجة في كتابه دراسات في الصحافة والإعلام، التجربة الأردنية في التأهيل الإعلامي في النقاط الآتية:

أولاً: لقد كان هناك غياب فعلي لتقدير الأعداد الملتحقة بأقسام الصحافة والإعلام ومدى التناسب بين هذه الأعداد والفرص المتاحة فعلياً لها أو تلك التي يمكن توفيرها لهذه الأعداد الكبيرة من الخريجين.

ثانياً: لم تخضع عملية القبول في هذه الأقسام حتى الآن لغربلة حقيقة للكشف عن مدى الاستعداد لدى هؤلاء الملتحقين بالدراسات الصحفية والإعلامية مما يمكن التعرف عليه في اختبارات القبول والامتحانات التحريرية والشفوية التي تقيس القدرات اللغوية والكتابية والمعلومات العامة والتفتح الذهني، مما يعطي مؤشراً ولو تقربياً عن مدى الاستعداد لدراسات تتطلب خصوصية ثقافية معينة.

ثالثاً: كان هناك باستمرار ضعف في التنسيق بين الجهات الأكاديمية والواقع المهنية وذلك للبحث المستمر في مصير خريجي الصحافة والإعلام.

رابعاً: بالرغم من النوايا الطيبة لدى عدد من الكتاب والصحفيين والمسؤولين الذين طالما تحدثوا عن ضعف خريجي الصحافة والإعلام وعدم امتلاكهم الأدوات الضرورية التي تمكّنهم من الأداء الإعلامي المقدر، إلا أن هذه الحقيقة يمكن ملاحظتها في معظم خريجي الجامعات من مختلف الفروع والتخصصات في الوقت الحاضر، ولا تقتصر فقط على خريجي الصحافة والإعلام، الأمر الذي يفرض مسؤولية أكاديمية جماعية تناقض طبيعة هذه الظاهرة للوصول إلى نوعية أكثر جودة للخريج الجامعي الذي يتحمل عبء الحياة القادمة.

خامساً: تجب الإشارة إلى أن المؤسسات الصحفية لا يمكنها وحدها تحمل عبء توظيف خريجي الصحافة والإعلام، فهناك موقع آخر يمكن أن يجد فيها هؤلاء الخريجون ما يناسب مؤهلاتهم في حقول العلاقات العامة والإعلان والإعلام المتخصص بمختلف فروعه و مجالاته، وهي من الكثرة والاتساع بحيث تستوعب الكثيرين منهم.

وبالرغم من كل ما ورد في الملاحظات السابقة حول واقع خريجي الصحافة والإعلام، إلا أننا نرى أن أقسام الصحافة والإعلام يجب أن تبقى في جامعتنا وأن تزداد قوتها ورسوخها، مع التركيز على النوعية المنقاة من الدارسين" (أبو عرجا، 2000: 323-324).

إن جلالته المغفور له الملك الحسين بن طلال طيب الله ثراه أولى العلاقات العامة في الأردن عناية خاصة، بافتتاح مكاتب وإدارات لها في الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية، وكان جلالته يقوم بتوظيف علاقاته المميزة لحل جميع الأزمات التي تواجه بلده وأمته والبلدان الأخرى ويقوم بالاتصال لحل أي أزمة قد تطرأ أو تنشأ مما يؤكد بصورة جلية انه كان من قادة وزعماء وخبراء العلاقات العامة. وبتوجيهات من حضرة صاحب الجلاله الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم، فقد أمر بحرية صحافية سقفها السماء والمناداة بالرأي والرأي الآخر، وقد صدر عن مجلس الوزراء الأردني مدونة قواعد السلوك لعلاقة الحكومة مع وسائل الإعلام، والتي أكدت ضمان حرية الصحافة وحقها في العمل بمهنية واستقلالية عن الحكومة، ملحق رقم(8) نص المدونة. وصدر عام 2007 في الملحق المرفق رقم (9) قانون ضمان حق الحصول على المعلومات، ولأهمية الإعلام في الأردن، فقد أنشأت الجامعات الحكومية والخاصة في الأردن (اليرموك، والشرق الأوسط للدراسات العليا، والبترا، وجدارا، والمعهد الأردني للإعلام) كليات وأقساماً للإعلام تمنح درجتي البكالوريوس والماجستير في الصحافة والإعلام بتخصصاتها المختلفة.

## ثانياً: الدراسات السابقة

قام الباحث بمسح للدراسات ذات الصلة بموضوع الرسالة حول أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة (دراسة ميدانية) في الوزارات الأردنية، فكانت هناك ندرة في الدراسات التي اعتنى بالنشاط الاتصالي للعلاقات العامة، من جانب إعلامي متخصص في الأردن، وفي رأي الباحث أن ذلك يرجع إلى قلة الدراسات العلمية التي عنيت بالجوانب الميدانية والتطبيقية التي تبحث في هذه المسائل المتخصصة، وأدت هذه الرسالة لتركيز على عملية النشاط الاتصالي للعلاقات العامة من وجهة إعلامية.

- 1- دراسة د. محمد ناجي الجوهر 1981، بعنوان **أجهزة العلاقات العامة في العراق الأهداف والوظائف**، وهدفت الدراسة إلى التصدي للإجابة عن مجموعة من التساؤلات حول الوضع القائم لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الحكومة والقطاع العام بالعراق وذلك من حيث:
  1. الجوانب التنظيمية لهذه الأجهزة -تسمياتها-ارتباطها الإداري- الشعب والأقسام التابعة لها -تصنيفاتها المالية.
  - 2.قوى العاملة فيها من حيث النوع والمؤهلات والمواصفات المطلوبة للعاملين.
  3. الأهداف التي حدتها نفسها، وهل هي أهداف مكتوبة أم غير مكتوبة؟ والأنشطة التي تزاولها، والأهمية النسبية لكل نشاط من هذه الأنشطة.
  4. الوسائل المستخدمة في العمل والأهمية النسبية لكل وسيلة من هذه الوسائل.
  5. مزاولتها لأنشطة الإدارية المختلفة ، البحث العلمي- التخطيط- التنسيق- التدريب- التقييم.

وخلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

1. ترتبط العلاقات العامة بالمستوى الإداري الأعلى.

2. تخصص لها موازنات مستقلة وفقاً لخطة عمل مفصلة ومحددة معدة مسبقاً.
3. يخطط لعمل العلاقات العامة بعد إجراء سلسلة من المناقشات مع العاملين كافة في المنظمة لكي يشعر الجميع بأهمية الخطة وبمسؤوليتهم في تنفيذها.
4. تحدد أنشطة هذه الأجهزة وفقاً للأهداف الموضوعة والمحددة.
5. بما أن وسائل الاتصال تتيح مجالات واسعة لأجهزة العلاقات العامة فإنه ينبغي الخروج من الدائرة المغلقة المقصورة على استخدام الصحف إلى ما تتجه هذه الوسائل من فرص وإمكانيات كبيرة.
6. الاهتمام بالبحث العلمي وقياس الرأي العام كمنطلق أساسي يعتمد عليه التخطيط ثم التقديم بعد ذلك، لتأكيد صحة الطريق الذي يسير فيه جهاز العلاقات العامة أو لتلافي الأخطاء التي يمكن أن تحدث.
7. اختيار العناصر التي يتوافر فيها من الموصفات ما يؤهلها للعمل في أجهزة العلاقات العامة وأهمها القدرة على تحقيق الاتصال مع الجماهير.
8. ألا تقل الكفاءة العلمية لهؤلاء عن المستوى الجامعي.
9. أن يؤهل العاملون في العلاقات العامة بما يكفل قيامهم بعملهم بالشكل الصحيح وذلك بإشرافهم في دورات تدريبية طويلة أو قصيرة.

#### **نتائج الدراسة:**

ضرورة إعداد وتأهيل العنصر البشري في أجهزة العلاقات العامة، وضرورة تحديد أهداف هذه الأجهزة ورفع مستواها الإداري وتخصيص موازنات كافية ومحددة مسبقاً لها، كما بينت الدراسة أهمية توسيع استخدام وسائل الاتصال بالجمهور، وضرورة الاهتمام بالبحث العلمي وقياس الرأي العام.

2- دراسة احمد علي لمحمد العبدالله 1992 وهي بعنوان **تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن** وهدف الباحث من دراسته إلى معرفة قيام وحدات العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية بمهام البحث والتخطيط واستخدام وسائل الاتصال والتقييم، ومدى توجّه هذه الإدارات إلى الاستعانة بالخبرات الاستشارية في مجال العلاقات العامة.

وتبيّن نتائج الدراسة بأن غالبية وحدات العلاقات العامة لا تمارس وظيفة التخطيط إلا ما ندر للتخطيط القصير المدى، كما أن هذه الإدارات لا تستخدم عدداً من وسائل الاتصال، ولا تقوم بوظيفة التقييم.

وأوصى الباحث بزيادة عدد فروع وحدات العلاقات العامة، وزيادة عدد العاملين فيها، وتوفير ما يلزمهم من أمور مالية، وإعطائهم مزيداً من الأهمية الإدارية، وتوسيع نطاق عملهم في العلاقات العامة، واستخدام الأساليب العلمية في أداء الوظائف لرفع مستوى إدراي.

3 - دراسة تحسين منصور، 1995 بعنوان **الرضا الوظيفي لدى مديرى العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني**، وهدفت الدراسة إلى التعرّف على:

1. مستوى الرضا الوظيفي لدى مديرى العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني.
2. طبيعة العلاقة بين بعض المتغيرات الشخصية والوظيفية لدى مديرى العلاقات العامة والرضا الوظيفي.
3. أهم العناصر التي تحقق الرضا الوظيفي لدى مديرى العلاقات العامة.
4. محاولة الخروج بمجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تحسين أداء مديرى العلاقات العامة ووحداتهم الإدارية.

وخلص الباحث إلى النتائج والتوصيات التالية:

#### النتائج:

- إن الرضا الوظيفي لمديري العلاقات العامة كان متوسطاً.
- حققت متغيرات العلاقة مع الزملاء مكانة للوظيفة الاجتماعية ولطبيعة العمل، والشعور بالرضا عن الانجازات، والتقدير والاحترام رضا مرتفعاً عند مدير العلاقات العامة.
- توزعت مستويات الرضا الوظيفي لدى مدير العلاقات العامة في بعض العناصر إلى ثلاثة مستويات هي الرضا المرتفع، والرضا المتوسط، والرضا المنخفض.
- تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين الرضا الوظيفي وعدد العاملين بوحدة العلاقات العامة. بمعنى أنه كلما زاد عدد العاملين بوحدة العلاقات العامة زاد الرضا الوظيفي للمديرين. في حين لم يتبين وجود علاقة بين الرضا الوظيفي ومتغيرات الجنس، الراتب، سنوات الخبرة، التخصص، والمؤهل.
- جاء ترتيب المتغيرات التالية: الشعور بالتقدير والاحترام من قبل الرؤساء والشعور بالأمن والاستقرار الوظيفي ثم الشعور بالإنجاز وعدالة الطريقة التي لم يتم بها تقييم الأداء في المراكز الأربع الأولى التي تحقق الرضا الوظيفي من وجهة نظر مدير العلاقات العامة.
- دل تحليل الانحدار المتعدد على أن متغيرات المشاركة في اتخاذ القرارات والعدالة والمساواة في معاملة الموظفين ثم الراتب الشهري من أكثر التغيرات تأثيراً في تحقيق الرضا الوظيفي لمديري العلاقات العامة.

### **التوصيات:**

- العمل على تفويض مزيد من الصالحيات لمديري العلاقات العامة وإشراكهم في اتخاذ القرارات مع المستويات الإدارية العليا.
- ضرورة تطبيق مبدأ العدالة والمساواة في معاملة الموظفين وخاصة فئة المديرين.
- زيادة رواتب الموظفين بشكل عام وإعادة النظر في نظام الترقىات والمكافآت المعمول بها حالياً في الجهاز الحكومي والعمل على تطويره.
- إتاحة الفرصة أمام مديري العلاقات العامة للتقدم الوظيفي عن طريق إيفادهم في بعثات دراسية ودورات تدريبية.
- إجراء دراسة حول الرضا الوظيفي لدى مديري العلاقات العامة في القطاع الخاص ومقارنة نتائجها مع نتيجة هذه الدراسة.

4- دراسة محمد ناجي الجوهر وأمجد بدر القاضي، 1998 بعنوان **أجهزة العلاقات العامة في الأردن: التنظيم، الوظائف والأدوات** (دراسة ميدانية) وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وجود أجهزة متفرغة تمارس وظيفة العلاقات العامة في الشركات ومعرفة مختلف الجوانب التنظيمية المتعلقة بها والوظائف التي تقوم بها والأدوات والأنشطة التي تستخدمها للقيام بمهامها، هذه الأهداف عندما تأخذ الصيغ الاستفهامية تمثل التساؤلات التي تضمن التوجّه إلى لب مشكلة الدراسة بشكل مباشر وهكذا تتجه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما مدى وجود أجهزة متفرغة تمارس وظيفة العلاقات العامة، وما هي تسمياتها الوظيفية ومستوياتها الإدارية ، وما هي طبيعة الوظائف التي تمارسها؟

- ما مدى استقلالها المالي، وما حجم مخصصاتها المالية؟
  - ما إجمالي عدد العاملين، وما مدى تفرغهم للعمل في أجهزة العلاقات العامة؟
  - ما مدى التخطيط لنشاط العلاقات العامة وما طبيعة التخطيط؟
  - ما مدى مشاركة العاملين في العلاقات العامة بالدورات التدريبية وما هي موضوعات هذه الدورات والجهات التي تعقدتها؟
  - ما مدى تقويم نشاط العلاقات العامة؟
  - ما الأدوات والأنشطة التي تستخدمها أجهزة العلاقات العامة في علاقاتها بجماهيرها؟
- وأقررت الدراسة أن يقوم معهد الإدارة العامة الأردني باقتراح مخطط نموذجي عام لوظائف وأهداف العلاقات العامة وهيكل تنظيمي لها، كما يحدد مواصفات العاملين فيها.
- وأقررت الدراسة كذلك أن تقوم الجهات المسؤولة بإصدار تشريعات تشجع فيها المؤسسات العامة والخاصة كافة على استخدام أجهزة علاقات عامة بها.
- وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن 75% من تلك الشركات تستخدم مصطلح العلاقات العامة أما الباقى 25% ففضلاً له مصطلحات أخرى. كذلك 75% من تلك الأجهزة ليست لها موازنات مستقلة، كما أن 75% من الأجهزة لا تخطط لأنشطتها، ولا تستخدم وظيفة التقويم، وبناء عليه فقد أوصت الدراسة بضرورة الإسراع باستحداث الأجهزة للعلاقات العامة في الشركات التي لا يوجد بها، وضرورة تحديد موازنات مستقلة للعلاقات العامة فضلاً عن توجيه الاهتمام بالخطيط والتقويم لنشاط العلاقات العامة.

5- دراسة عبد الملك هلال احمد الفيشاني ، 2000 بعنوان تقييم أداء وحدات العلاقات العامة

**في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية " دراسة ميدانية "** وهدفت الدراسة إلى

تحقيق الأهداف الرئيسية الآتية:

1. التعرف على مدى ممارسة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية

للوظائف العلمية للعلاقات العامة.

2. التعرف على المشكلات المالية والبشرية التي تعاني منها وحدات العلاقات العامة في

الوزارات الحكومية اليمنية.

3. معرفة المكانة التنظيمية لوحدات العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للوزارات

الحكومية اليمنية، والتعرف على المراكز الوظيفية للعاملين في تلك الوحدات.

4. التعرف على مدى اهتمام قيادات الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية في

العلاقات العامة، والتعرف على أهداف تلك الوحدات.

5. التعرف على مدى استفادة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية من

الاستشارات الخارجية في مجال العلاقات العامة.

6. تقديم المقترنات التي من شأنها أن تساهم في تطوير وتفعيل وظيفة العلاقات العامة

في الوزارات الحكومية اليمنية، وتقديم الحلول للمشكلات التي تعاني منها، بما يتناسب

والتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي طرأت على المجتمع

اليمني بصورة خاصة، وعلى المجتمعات الأخرى بصورة عامة، رغم الاختلاف

والتباين النسبي بين المجتمع اليمني وتلك المجتمعات، لأسباب متعددة لا يُعد ذكرها

وتحديدها من أهداف هذه الدراسة.

**وأظهرت نتائج الدراسة النقاط التالية:**

1. تدني درجة ممارسة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية لوظيفة البحث وقياس اتجاهات الرأي العام.
  2. وحدات العلاقات العامة لا تقوم بالتخفيط الطويل والمتوسط المدى.
  3. تدني العلاقات العامة بمارسها لوظيفة الاتصال وفقاً للأسس العلمية وعدم استخدامها لأغلب وسائل الاتصال وتجاهلها الإفاده من وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والتقليدية.
  4. تجاهل العلاقات العامة وظيفة التقويم في أنشطتها.
  5. أظهرت الدراسة عدم اهتمام القيادات العليا في الوزارات الحكومية بالعلاقات العامة بدرجة كافية.
  6. أكدت الدراسة شح الموارد المالية المخصصة لوحدات العلاقات العامة.
  7. أكدت الدراسة قلة الكوادر الكافية التي يتوافر فيها التخصص في مجال العلاقات العامة.
- 6- دراسة خميس بن عبدالله بن علي الشماخي، 2000-2001 رسالة ماجستير في الإدارة العامة بعنوان تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديرى الدوائر الأخرى. وهدفت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف يمكن تلخيصها في الآتي:
1. الوقوف على أداء دوائر العلاقات العامة في وزارات الخدمة المدنية في سلطنة عمان.
  2. التعرف على الوسائل والأساليب المتتبعة في عمل العلاقات العامة في سلطنة عمان.
  3. قياس مدى سرعة واستجابة العلاقات العامة في توفير الخدمة للجمهور الداخلي.

4. التعرف على مدى تأثير العوامل المادية في أداء العلاقات العامة.
5. قياس تأثير العوامل الشخصية(العمر، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الأخلاقي) على مستوى أداء العلاقات العامة.
6. تقديم بعض التوصيات للمساهمة في رفع أداء وحدات العلاقات العامة بتأكيد نقاط القوة وإبرازها، واقتراح الحلول المناسبة لمعالجة نقاط الضعف فيها.

#### **نتائج الدراسة:**

1. إن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان متوسط على أساس مقياس ليكرت الخماسي.
2. إن متوسط أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان متوسط على أساس مقياس ثلاثي (ممتر - متوسط - ضعيف) إذ جاءت إجابات عينة البحث متوسطة بنسبة (%61).
3. إن دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء أعمالها ومن هذه الأساليب والأدوات (إصدار نشرة دورية، واستخدام شبكة الانترنت، واستخدام الحاسوب الآلي وغيره).
4. كلما زادت سنوات الخبرة لدى العاملين في العلاقات العامة كان مستوى خدمتهم المقدمة للعاملين بالوزارة أفضل.

**وأوصت الدراسة بما يلي:**

- العمل على رفع مستوى أداء العلاقات العامة وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية وتأهيل العاملين بها وتزويدهم بما هو جديد منها لرفع كفاءتهم.

- ضرورة زيادة المخصصات المالية المرصودة لدائرة العلاقات العامة ضمن موازنة الوزارة، توضع بناء على البرامج التي تضعها العلاقات العامة بداية كل سنة مالية وتزويدها بأي مصروفات إضافية عند الحاجة.
- تزويد العلاقات العامة بالأدوات الحديثة مثل الحاسب الآلي، وخطوط شبكة الانترنت، وآلات التصوير والفاكس وغيرها من الأدوات الحديثة.
- ضرورة وضع تصنيف وظيفي لعلاقات العامة يحدد وظائفها ومهامها بدلاً من اختصاصات عامة للدائرة.
- لا بد من مراعاة الخبرة العملية والمؤهل العلمي عند توظيف العاملين في العلاقات العامة.
- ربط العلاقات العامة بالإدارة العليا بالوزير (الوزير / الوكيل ) وذلك لضمان سرعة اتخاذ القرارات في العلاقات العامة وضمان قدر من السلطة يعينها على أداء مهامها.

7- دراسة صالح سليمان الزيود، 2001 بعنوان **تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها**، وهدفت الدراسة إلى ما يلي:

1. التعرف على مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية.
2. التعرف على مستوى كفاية وملاءمة العناصر المؤثرة في أداء دوائر العلاقات العامة وهي: الموارد البشرية، الموارد المادية ، دعم واهتمام الإدارة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتسيق بين الدوائر والدوائر الأخرى.
3. دراسة اثر العوامل التالية على مستوى الأداء: عدد العاملين، عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، الجنس، وطبيعة الجامعة(خاصة/ حكومية) ، توفر المخصصات المالية للوحدة.

جهة ارتباط الدائرة، عمر الدائرة، التخصص الأكاديمي للعاملين، وجود خطة عمل للدائرة.

وقد أوصى الباحث بما يلي:

- زيادة المخصصات المالية لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية بحيث تتناسب مع أهمية دور هذه الوحدات، فضلاً عن توفير العدد الكافي والملائم من العاملين لهذه الوحدات.
- تأكيد أهمية الجمهور الداخلي للجامعة، وتوجيه جهود دوائر العلاقات العامة نحو زيادة الأنشطة الموجهة للجمهور الداخلي .
- دراسة الاحتياجات التدريبية للعاملين في دوائر العلاقات العامة وتحديدتها بصورة دقيقة وتوفير البرامج التدريبية الكفيلة بتلبية هذه الاحتياجات.
- عمل دورات متخصصة في مجال العلاقات العامة والإعلام للعاملين في هذه الدوائر وذلك في الجامعات التي تدرس تخصص العلاقات العامة والإعلام.

**نتائج الدراسة:**

1. ترتبط دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية مباشرة مع رئيس الجامعة أو أحد نوابه، ويتوافر لدى اغلب هذه الدوائر خطة عمل محددة فضلاً عن وجود مخصصات مالية مستقلة لأغلب الدوائر في موازنة الجامعة.
2. إن اغلب العاملين في العلاقات العامة يحملون درجة البكالوريوس كحد أدنى وأغلب هؤلاء من ذوي التخصصات الإنسانية كالآداب والصحافة والإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع.

3. إن أداء دوائر العلاقات العامة متوسط على مستوى الجمهور الداخلي في حين كان أداء الدوائر مرتفعاً على مستوى الجمهور الخارجي، وعلى مستوى الإعلام والمطبوعات وعلى مستوى الندوات والمحاضرات والأيام العلمية.

4. إن الموارد البشرية والموارد المالية المتوفرة لدوائر العلاقات العامة كافية وملائمة بدرجة متوسطة، في حين أن ما يتوافر للدائرة من حيث دعم واهتمام الإدارة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتنسيق مع الدوائر الأخرى كافٍ وملائم وبدرجة مرتفعة.

8- دراسة عمر علي القضاة، 2004، رسالة ماجستير في الإدارة العامة بعنوان تقويم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية، تناولت الدراسة العلاقات العامة كنشاط إداري لعمل العلاقات العامة، وهدفت إلى التعرف على مدى اهتمام أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن بموضوع العلاقات العامة، ومفهومها لدى هذه الوحدات التي تقوم بهذا النشاط الإداري، وموقع هذه الوحدات في الخارطة التنظيمية والذي يبين الجهة المرجعية والأقسام التي ترتبط بها.

#### **نتائج الدراسة:**

1. هناك أهداف محددة ومكتوبة لجهاز العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المركزية في الأردن.
2. إن غالبية وحدات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المركزية في الأردن تمارس وظيفة التخطيط.
3. العلاقات العامة تقوم بصفة دورية.

- إن وحدات العلاقات العامة تستخدم وسائل الاتصال الفعال عند القيام بوظائفها ونشاطاتها بمستوى مرتفع.
- وأوصت الدراسة بما يلي :
- ضرورة أن يكون العاملون في العلاقات العامة والمسؤولون عنها مؤهلين ومتخصصين علمياً ومهنياً في مجالاتها، وان تعمل الأجهزة الحكومية على دعم الإدارة بهذه الكوادر المؤهلة المتخصصة.
  - تخصيص بنود مالية للعلاقات العامة بشكل دائم ومستمر وزيادة المخصصات المالية حتى يستطيع جهاز العلاقات العامة القيام بأعماله على أكمل وجه. وأن تكون لإدارة العلاقات العامة مخصصات مالية ضمن موازنة المنظمة.
  - عقد دورات تدريبية متخصصة في مجال العلاقات العامة والإعلام وتثبيط هذه الدورات وإطالة مدتها ودعم مناهجها وزيادة الجانب العملي والتطبيقي فيها.
- وبعد استعراض الدراسات السابقة، فإن هذه الدراسة تأتي مكملة لها من جانب إعلامي، ذلك أن الدراسات السابقة اهتمت بجوانب إدارية أو صحية أو تربوية، أما هذه الدراسة، فقد تناولت واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية، ومدى قيامها بالأنشطة الاتصالية من جهة، والعاملون في أجهزة العلاقات العامة وما يتمتعون به من الصفات والشروط الواجب توافرها فيهم من صفات شخصية محبوبة، وخصائص المقدرة الاتصالية، ومواصفاتهم العلمية، والصفات التكميلية للموظفين الإداريين من جهة ثانية، ودرجة استخدام العلاقات العامة لوسائل الاتصال الشخصي غير المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر غير الإلكتروني، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماهيري، والأهداف والوظائف التي تسعى إليها العلاقات العامة، والتقييم الذاتي لأداء وظيفة العلاقات العامة، وسبب اختيار العاملين للعمل في العلاقات العامة.

العامة، ومعرفة أهم الانتقادات التي تواجه العلاقات العامة، وما تقوم به إدارة العلاقات العامة عند حدوث أزمة، والوظائف التي تسعى إليها العلاقات العامة عند استخدامها لوسائل الاتصال الجماهيري في الوزارات الأردنية من جهة ثالثة، في مراكز الوزارات الأردنية-عمان-، وهذا يضفي مزيداً من الخصوصية على هذه الدراسة الحالية لكونها تسد جزءاً من النقص الحاصل في ميادين البحث الإعلامي في هذا المجال، ومن النقاط التي تتفق معها هذه الدراسة والدراسات

السابقة ما يلي:

1. أهمية اختيار كادر العلاقات العامة من المؤهلين أكاديمياً في العلاقات العامة بدرجة جامعية.
2. الاهتمام بالتدريب لموظفي العلاقات العامة.
3. البحث والتخطيط والاتصال والتقييم ركائز أساسية في عمل العلاقات العامة يجب الاهتمام بها.
4. ضرورة وضع العلاقات العامة في مرتبة قريبة جداً من قمة سلم الهرم الوظيفي في المنشأة، وإعطاء الموظفين صلاحيات إدارية لتنفيذ أعمالهم.

وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة و يجعلها مختلفة عن الدراسات السابقة في عدة

جوانب، منها ما يلي:

1. تناولها لشروط العاملين في إدارة العلاقات العامة من حيث صفاتهم الشخصية المحبوبة، وخصائص مقدرتهم الاتصالية، ومؤهلاتهم العلمية، والصفات التكميلية الواجب توافرها في الإداريين.
2. تناولها الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها الاتصالية.
3. تناولها لأسباب اختيار العاملين للعمل في إدارة العلاقات العامة.

- .4. تناولها للانتقادات التي تواجه إدارة العلاقات العامة.
- .5. تناولها الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة عند حدوث أزمة في الوزارة.
- .6. تناولها لوظائف وسائل الاتصال الجماهيرية، بعمل العلاقات العامة.

## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل منهجية البحث وصفاً لمجتمع الدراسة وعيتها، وطريقة اختيارها، كما يتضمن وصفاً للأدوات المستخدمة في هذه الدراسة ودلالات صدقها وثباتها، فضلاً عن الإجراءات التي تم إتباعها في تطبيق الأدوات للحصول على البيانات، انتهاءً بالمعالجات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات لاستخلاص النتائج.

#### **منهجية البحث:**

استخدم الباحث في الدراسة المنهج الوصفي Descriptive Method المسحي من خلال مسح مجتمع الدراسة لكامل العينة للعاملين في العلاقات العامة في مراكز الوزارات في العاصمة عمان: وهو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (عبيدات، وأبو نصار، ومبيضين، 2006: 46).

إن خطوات منهج البحث الوصفي تتم خلال مرحلتين هما: مرحلة الاستطلاع، ثم مرحلة الوصف الموضوعي، وكذلك فإن دراسة المشكلة، إنما تتم من خلال عينة ممثلة لمجتمع تمثل حالة معينة فيما يسمى بدراسة الحال، أو من خلال مسح المجتمع بأكمله. وكذلك فإن الباحث يعبر عن البيانات التي يجمعها عن المشكلة أما بالطريقة الكمية أي الأسلوب الكمي: كالتعبير بالأرقام، والإحصائيات، والرسوم، وإما بطريقة وصفية نوعية (عنابة، 2007: 79).

#### **أنواع الدراسات الوصفية:**

1. البحث المسحي.

2. تحليل المضمون.
3. تحليل العمل.
4. دراسة العلاقات.
5. الدراسات التطويرية.
6. دراسة الحالـة (عوـدة، وملـكاـوي، 1992: 113-118).

### **مجتمع الدراسة وعيتها:**

تكون مجتمع الدراسة من حصر شامل لجميع موظفي العلاقات العامة والإعلام في مراكز الوزارات والبالغ عددهم الإجمالي (141) موظفاً وموظفةً، استجاب منهم على عينة الدراسة (137) موظفاً وموظفةً، منهم (40) موظفة، و(97) موظفاً. إذ تم توزيع أداة الدراسة على جميع أفراد مجتمع الدراسة بعد استبعاد (33) موظفاً وموظفةً للعينة الاستطلاعية/ الثبات، وبنسبة (%) 28.8 من عدد أفراد مجتمع الدراسة الكلي، وبذلك تكونت عينة الدراسة من (104) موظفين وموظفات، منهم (74) موظف، و(30) موظفة، ويبين الجدول (4) توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة.

**جدول (4)**  
**توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها**

المتغير	المستوى/الفئة	العدد	النسبة المئوية %
<b>مسمي الجهاز</b>	مديرية	56	53.8
	إدارة	12	11.5
	وحدة	16	15.4
	قسم	20	19.2
<b>الجنس</b>	ذكر	74	71.2
	أنثى	30	28.8
<b>الحالة الاجتماعية</b>	أعزب	40	38.5
	متزوج	58	55.8
	مطلق	6	5.8

المتغير	المجموع	النسبة المئوية %	العدد	المستوى/الفئة
العمر		6.7	7	اقل من 25 سنة
		42.3	44	من 25 – اقل من 35 سنة
		37.5	39	من 35 – اقل من 45 سنة
		9.6	10	من 45 – اقل من 55 سنة
		3.8	4	55 سنة فأكثر
الوظيفة الحالية		18.3	19	مدير
		22.1	23	رئيس قسم
		59.6	62	موظف
عدد سنوات الخبرة		18.3	19	اقل من 3 سنوات
		26.9	28	من 3 – اقل من 6 سنوات
		15.4	16	من 6 – اقل من 9 سنوات
		12.5	13	من 9 – اقل من 12 سنة
		26.9	28	12 سنة فأكثر
التحصيل الأكاديمي		22.1	23	ثانوية عامة
		11.5	12	دبلوم
		47.1	49	بكالوريوس
		7.7	8	دبلوم عالي
		11.5	12	ماجستير
التخصص الأكاديمي		21.2	22	صحافة/علاقات عامة وإعلان
		10.6	11	صحافة/تحرير
		4.8	5	صحافة/إذاعة وتلفزيون
		63.5	66	غير ذالك
مكان السكن		82.7	86	العاصمة
		17.3	18	أخرى
الدخل الشهري		40.4	42	اقل من 300 دينار
		32.7	34	من 300 – 449 دينار
		18.3	19	من 500 – 599 دينار
		4.8	5	749 – 600 دينار
		3.8	4	750 دينار فأكثر
	100.0	104		المجموع

### **أداة الدراسة:**

قام الباحث ببناء أداة لقياس أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، وتم

بناؤها لأغراض هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. الاطلاع على الأدب النظري والدراسات التي تناولت العلاقات العامة من حيث مفهومها

وخلفيتها السابقة وأهميتها وأنشطتها.

2. تم اختيار بعض فقرات أداة الدراسة الحالية من الأدب النظري للعلاقات العامة، ومن أدوات

سابقة (العبدالله، 1992، والفياشي 2000، والشماعي 2000-2001، والقضاء 2004)

والتي تقيس الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة.

3. تمت صياغة فقرات الأداة من خلال الاطلاع على الأدب السابق المنشور والمتعلق بطرق

بناء الأدوات بشكل عام، وبهذا تمت صياغة الأداة بشكلها المبدئي، حيث تكونت من (197)

فقرة - ملحق (4) - موزعة على مجالين هما:

#### **المجال الأول: الأنشطة الاتصالية:**

- يشترط في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة وجود الصفات والخصائص

والمواصفات التالية ل القيام بالأنشطة الاتصالية، ويتفرع منه المجالات الفرعية التالية:

(أ) صفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام، ويقياس بالفقرات:

.(13-1)

(ب) خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقياس

بالفقرات: (17-14).

(ج) مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقياس

بالفقرات: (32-18).

د) الصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة والإعلام بالوزارة، ويقاس بالفقرات:

.(49-33)

تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة

الوسائل الاتصالية التالية:

- الاتصال الشخصي غير المباشر، ويقاس بالفقرات: (50-57).
- الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية، ويقاس بالفقرات: (58-63).
- الاتصال الشخصي المباشر، ويقاس بالفقرات: (64-72).
- وسائل الاتصال الجماعي، ويقاس بالفقرات: (73-90).
- وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقاس بالفقرات: (91-97).

#### **المجال الثاني: العلاقات العامة**

- أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تتمثل في الأمور التالية، ويقاس بالفقرات: (98-130).
- تقييمك لأداء وظيفة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأمور التالية، ويقاس بالفقرات: (131-141).
- سبب اختيارك للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقاس بالفقرات التالية: (142-152).
- تواجه إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الانتقادات التالية، ويقاس بالفقرات: (153-176).

- دور إدارة العلاقات العامة والإعلام عند حدوث الأزمة في الوزارة، ويقاس بالفقرات: (177-187).
- تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الوظائف الاتصالية التالية، ويقاس بالفقرات: (197-188).

### **صدق أداة الدراسة:**

تم التحقق من صدق الأداة بطريقتين هما:

#### **أ) صدق محتوى أداة الدراسة:**

للتأكد من صدق محتوى أداة الدراسة، تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في مجالات العلاقات العامة، والصحافة والإعلام، والاقتصاد والعلوم الإدارية، والعلوم التربوية، واللغة العربية، في الجامعات التالية: اليرموك، وجدارا، وجرش الأهلية، وفيلاسلفييا، وعمان الأهلية، وعددهم (5) ملحق (13)، وكذلك على متخصصين اثنين في مجال اللغة (النحو والصرف)، إذ طلب منها إبداء رأييهما في فقرات الأداة من حيث:

1. الصياغة اللغوية: الوضوح، والسلامة اللغوية، وال الحاجة للتعديل.

2. وضوح المعنى.

3. مدى مناسبة الفقرة في قياس المجالات المحددة.

4. إبداء أية تعديلات يرونها مناسبة.

5. أيّة اقتراحات أخرى.

وفي ضوء اقتراحات المحكمين وآرائهم، تمت إعادة صياغة بعض الفقرات لغويًا، وكذلك عدلت بعض الفقرات، كما تم حذف (5) فقرات وتعديل (4) فقرات في الاستبانة، والتي نقل درجة اتفاق المحكمين حولها عن (80%) وبذلك أصبحت الأداة مكونة من (197) فقرة.

#### ب) صدق بناء أداة الدراسة:

تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة، تكونت من (33) موظفًا وموظفة؛ بهدف التحقق من صدق البناء للأداة. وتم حساب معامل الارتباط المصحح لكل فقرة من فقرات الأداة مع العلامة الكلية للمجال (Corrected Item-Total Correlation) الذي تنتهي إليه الفقرة بعد حذفها، وكذلك حساب معامل الارتباط المصحح (ارتباط الفقرة مع العلامة الكلية للأداة بعد حذفها) (Corrected Item-Total Correlation)

- جدول ( 3 )-. إذ تم اعتماد معيارين للإبقاء على الفقرة في الأداة؛ ولا يكفي توافر أحدهما دون الآخر، والمعاييران هما:

(1) وجود دلالة إحصائية لارتباط الفقرة مع العلامة الكلية للمجال الذي تنتهي إليه بعد حذفها، وكذلك مع العلامة الكلية للأداة.

(2) أن لا يقل قيمة معامل ارتباط الفقرة مع العلامة الكلية للمجال الذي تنتهي إليه، وكذلك مع العلامة الكلية للأداة عن (0.20).

وبعد تطبيق المعيارين السابقين على جميع فقرات الأداة بصورةه الأولية والمكون من (197) فقرة، لم يتم استبعاد أي فقرة، بحيث أصبحت الأداة في صورتها النهائية - ملحق ( 4 ) - مكونة من (197) فقرة، ومجالين اثنين الأنشطة الاتصالية والعلاقات العامة.

### **ثبات أداة الدراسة:**

تم التأكيد من ثبات أداة الدراسة من خلال تطبيقها على عينة مكونة من (33) موظفًا موظفة، من خارج عينة الدراسة من خلال طريقة (ثبات الاتساق الداخلي - كرونباخ ألفا)، إذ تم حساب ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، وترواحت قيمه لمجالات الأداة ما بين (0.79 - 0.94)، كما تم حساب ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا لتقديرات أفراد عينة الدراسة (عينة التحليل) تراوحت ما بين (0.81 - 0.95) وللأداة ككل (0.93) والجدول (5) يبين ذلك.

### جدول (5)

#### معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لكل مجال من مجالات أداة الدراسة للعينة الاستطلاعية ولعينة التحليل

معامل ثبات الاتساق الداخلي لعينة الاستطلاعية التحليل	معامل ثبات الاتساق الداخلي لعينة الاستطلاعية	اسم المجال
0.90	0.88	صفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام
0.91	0.88	خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة
0.92	0.93	مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة
0.90	0.93	الصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة والإعلام بالوزارة
0.86	0.84	وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر
0.87	0.79	وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية"
0.92	0.90	وسائل الاتصال الشخصي المباشر
0.89	0.94	وسائل الاتصال الجماعي
0.86	0.88	وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة
0.95	0.94	أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تتمثل بالأمور التالية
0.90	0.91	تقييمك لأداء وظيفة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأمور التالية
0.81	0.84	سبب اختيارك للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة
0.94	0.93	تواجه إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الانتقادات التالية
0.94	0.93	دور إدارة العلاقات العامة والإعلام عند حدوث الأزمة في الوزارة
0.91	0.93	تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الوظائف الاتصالية
<b>0.93</b>	<b>0.95</b>	<b>الأداة ككل</b>

## طريقة التصحيح:

تكون الاستجابات على هذه الأداة على تدرج من (5) مستويات حسب مقياس ليكرت (Likert) الخماسي، وهي عالية جداً أعطيت (5) درجات، وعالية أعطيت (4) درجات، ومتدرجة أعطيت (3) درجات، ومتدرجة أعطيت (2) درجتين، ومتدرجة جداً أعطيت (1) درجة واحدة.

## متغيرات الدراسة

تناولت الدراسة عدداً من المتغيرات (مستقلة وتابعة)، ويمكن تلخيصها كما يلي:

### أ) المتغيرات المستقلة وتمثل في:

- مسمى الجهاز وله أربعة مستويات هي: (مديرية، وإدارة، ووحدة، وقسم).
- الجنس وله فئتان هي: (ذكر، وأنثى).
- الحالة الاجتماعية ولها ثلاثة فئات هي: (أعزب، ومتزوج، ومطلق).
- العمر وله خمسة مستويات هي: (أقل من 25 سنة، ومن 25 - أقل من 35 سنة، ومن 35 - أقل من 45 سنة، ومن 45 - أقل من 55 سنة، و55 سنة فأكثر).
- الوظيفة الحالية ولها ثلاثة مستويات هي: (مدير، ورئيس قسم، وموظف).
- عدد سنوات الخبرة ولها خمسة مستويات هي: (أقل من 3 سنوات، ومن 3 - أقل من 6 سنوات، ومن 6 - أقل من 9 سنوات، ومن 9 - أقل من 12 سنة، و12 سنة فأكثر).
- التحصيل الأكاديمي وله خمسة مستويات هي: (ثانوية عامة، ودبلوم، وبكالوريوس، ودبلوم عالي، وماجستير فأكثر).
- التخصص الأكاديمي وله أربع فئات هي: (صحافة/ علاقات عامة وإعلان، وصحافة/ تحرير، وصحافة/ إذاعة وتلفزيون، وغير ذلك).
- مكان السكن وله فئتان هي: (العاصمة، وأخرى).

- الدخل الشهري وله خمسة مستويات هي: (أقل من 300 دينار، ومن 300 - 449 دينار، ومن 450 - 599 دينار، و600 - 749 دينار، و750 دينار فأكثر).

**ب) المتغير التابع:**

- درجة أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة.

**إجراءات الدراسة:**

تمت الدراسة وفق الإجراءات الآتية:

- قام الباحث بتطوير أداة الدراسة، وذلك بعد قراءة الأدب النظري المتعلق به وبعد الاطلاع على الأدوات المعروفة ذات العلاقة به.

- تم التأكيد من صدق الأداة بعرضها على مجموعة من المحكمين والمختصين في: العلاقات العامة، والصحافة والإعلام، والاقتصاد والعلوم الإدارية، والعلوم التربوية، واللغة العربية، وعددهم خمسة عشر محكماً. قام الباحث بإعادة صياغة بعض الفقرات لغويًاً، وتعديل بعض الفقرات، وشطب بعض الفقرات والتي نقل درجة اتفاق المحكمين حولها عن (80%).

- وتم التأكيد من ثبات أداة الدراسة، بتطبيقها على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة مكونة من (33) موظفاً وموظفة بحسب الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا).

- تم الحصول على الموافقة الرسمية من خلال كتاب تسهيل مهمة من عمادة كلية الإعلام الملحق (2) لتطبيق أداة الدراسة، فضلاً عن الحصول على العدد الكلي للعاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في مراكز الوزارة للعام 2009/2010م.

- تم تحديد مجتمع الدراسة الكلي والعينة، بالاعتماد على مقابلات موظفي دوائر العلاقات العامة في مراكز الوزارات / عمان.
- قام الباحث بتوزيع الأداة بنفسه على أفراد عينة الدراسة مع تقديم فكرة مختصرة عن الهدف من الدراسة، وبعدها أوضح الباحث للمستجيبين الإرشادات الضرورية واللزامية لتعبئة الأدوات.
- أوضح الباحث لأفراد عينة الدراسة طريقة الإجابة عن أداة الدراسة وطلب منهم كتابة المعلومات الأساسية الواردة في الصفحة الأخيرة وهي: مسمى جهاز العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجنس، والحالة الاجتماعية، وال عمر، والوظيفة الحالية، وعدد سنوات الخبرة، والتحصيل الأكاديمي، والتخصص الأكاديمي، ومكان السكن، والدخل الشهري، وأكّد الباحث للمبحوثين أن هذه المعلومات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وستعامل بسرية تامة.
- أعطيت عينة الدراسة الوقت الكافي للإجابة على أداة الدراسة، وتم متابعة استفساراتهم والإجابة عنها.
- طبقت أداة الدراسة على كامل العينة، وتم تصنيف البيانات والتأكد من صلاحيتها لأغراض التحليل ومن خلال ذلك لم يتم استبعاد أي استثناء من الاستبيانات.

### **المعيار الإحصائي:**

لتفسير تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الأداة، تم استخدام المعيار

### **الإحصائي الآتي:**

بدرجة تقدير متدنية جداً	من 1.00 – أقل من 1.80
بدرجة تقدير متدنية	من 1.80 – أقل من 2.60
بدرجة تقدير متوسطة	من 2.60 – أقل من 3.40
بدرجة تقدير عالية	من 3.40 – أقل من 4.20
بدرجة تقدير عالية جداً	من 4.20 – 5.00

### **المعالجة الإحصائية:**

تم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

- (1) التحليل الوصفي من خلال التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة ومجتمع الدراسة.
- (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (3) اختبار (ت) (t-test) لمجموعتين مستقلتين.
- (4) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA).
- (5) اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية.

## الفصل الرابع

### عرض النتائج

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، والتي هدفت إلى التعرف على أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية. وفي ما يلي عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة وفرضياتها.

#### **اختبار الفرضيات:**

الفرضية الصفرية الرئيسية الأولى والتي تنص على أنه: لا يتواجد لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية ل القيام بالأنشطة الاتصالية).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لنظيرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات أداة الدراسة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة ل القيام بالأنشطة الاتصالية، وعلى المجالات كل، كما تم استخدام اختبار (t) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

### جدول(6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات أداة الدراسة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية مرتبة ترتيباً تناظرياً حسب المتوسطات الحسابية

الدرجات التقديرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي*	الرتبة	المجال
عالية	0.77	4.13	1	خصائص المقدرة الاتصالية
عالية	0.61	3.93	2	الصفات الشخصية
عالية	0.72	3.87	3	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
متوسطة	0.64	3.38	4	مواصفات المستوى العلمي
عالية	<b>0.58</b>	<b>3.83</b>		<b>الفرق ذات ككل</b>

\*الدرجة الفصوى(5)

يتبيّن من الجدول (6) توافر الصفات والخصائص والمواصفات لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفروقات ككل والتي تمثل هذه الصفات (3.83) بانحراف معياري (0.58) وبدرجة توافر عالية وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، حيث جاء مجال (خصائص المقدرة الاتصالية) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.13) بانحراف معياري (0.77) وبدرجة تقدير عالية، تلاه مجال (الصفات الشخصية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.93) بانحراف معياري (0.61) وبدرجة تقدير عالية، وجاء مجال (الصفات التكميلية للموظفين الإداريين) في المرتبة الثالثة وقبل الأخيرة بمتوسط حسابي (3.87) بانحراف معياري (0.72) وبدرجة تقدير عالية، أما مجال (مواصفات المستوى العلمي) فقد جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.38) بانحراف معياري (0.64) وبدرجة تقدير متوسطة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة مدى توافر الصفات والخصائص والمواصفات لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (7) يبيّن ذلك.

#### جدول (7)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر الصفات والخصائص والمواصفات لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

المتوسط الحسابي	الدلالـة الإحصـائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	قيمة ت
* 0.000	103	14.534	0.58	3.83

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $0.05 > \alpha$ )

يتبيّن من الجدول (7) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (14.534) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha < 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الصفات ككل تساوي (3.83) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر الصفات والخصائص والمواصفات للقيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

كما تم اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

أ) الفرضية الصفرية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات الشخصية المحبوبة للقيام بالأنشطة الاتصالية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الصفات الشخصية المحبوبة، وعلى الفقرات ككل،

كما تم استخدام اختبار (t) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلى عرضُ لذلك.

#### جدول(8)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات (الصفات الشخصية المحبوبة) مرتبة ترتيباً تناظرياً حسب المتوسط الحسابي**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
10	الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.	1	4.29	0.86	عالية جدا
2	الإحساس العام مع جمهور الوزارة.	2	4.06	0.88	عالية
1	القدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة.	3	4.03	0.78	عالية
5	الاتزان أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع حيد عن الوزارة.	4	4.01	0.94	عالية
13	بذل الجهد لنجاح المهامات في الأوقات العادية والأزمات.	5	4.00	0.99	عالية
3	حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحيطة للوصول للحقائق وتفسيرها.	6	3.99	0.83	عالية
9	جاذبية الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.	7	3.98	0.86	عالية
4	القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.	8	3.91	0.97	عالية
6	الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.	9	3.86	0.89	عالية
7	الموضوعية والتجرد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.	10	3.83	0.88	عالية
8	الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.	11	3.75	0.92	عالية
12	الشجاعة في مواجهة المسؤولين بأخطائهم.	12	3.72	1.08	عالية
11	الخيال الخصب في مواجهه المشكلات.	13	3.62	1.01	عالية
<b>القرارات ككل</b>					

\* الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (8) توافر الصفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الصفات (3.93) بانحراف معياري (0.61) وبدرجة توافر عالية جدا وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، حيث جاءت الفقرة (10) والتي تتصل على "الاستقامة والإخلاص في مكان العمل" في

المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.29) وبانحراف معياري (0.86) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " الإحساس العام مع جمهور الوزارة " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.06) وبانحراف معياري (0.88) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (11) والتي تنص على " الخيال الخصب في مواجهه المشكلات" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.62) وبانحراف معياري (1.01) وبدرجة تقدير عالية.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة توافر الصفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (9) يبين ذلك.

#### جدول (9)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر الصفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
3.93	0.61	15.410	103	* 0.000

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (9) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (15.410) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha < 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الصفات ككل تساوي (3.93) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر الصفات الشخصية المحبوبة للقيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

ب) الفرضية الصفرية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة خصائص المقدرة الاتصالية للقيام بالأنشطة الاتصالية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات خصائص المقدرة الاتصالية، وعلى الفقرات كل، كما تم استخدام اختبار (t) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضٌ لذلك.

#### (10) جدول

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) (t-test) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات (خصائص المقدرة الاتصالية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة الحسابي	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري*	درجة التقدير
17	القدرة على التخاطب مع جمهور الوزارة بالحديث الجذاب والمنطقي والمفهوم.	1	4.25	0.82	عالية جدا
15	التمتع بمهارة الاستماع وفهم آراء جمهور الوزارة.	2	4.19	0.85	عالية
14	التمتع بمهارة القراءة ومعرفة ما يؤثر منها على الوزارة.	3	4.10	1.03	عالية
16	القدرة على الكتابة المقنعة لجمهور الوزارة.	4	4.00	0.92	عالية
الفقرات كل					0.77
4.13					

\* الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (10) توافر خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات كل والتي تمثل هذه الصفات (4.13) بانحراف معياري (0.77) وبدرجة توافر عالية جدا وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، حيث جاءت الفقرة (17) والتي تنص على "القدرة على التخاطب مع جمهور الوزارة بالحديث الجذاب والمنطقي والمفهوم" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.25)

وبانحراف معياري (0.82) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلاها الفقرة رقم (15) والتي تنص على "التمتع بمهارة الاستماع وفهم آراء جمهور الوزارة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.19) وبانحراف معياري (0.85) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (16) والتي تنص على "القدرة على الكتابة المقنعة لجمهور الوزارة" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (4.00) وبانحراف معياري (0.92) وبدرجة تقدير عالية.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة توافر خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (11) يبين ذلك.

#### جدول (11)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
4.13	0.77	14.991	103	* 0.000

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (11) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (14.991) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (0.05)، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الصفات ككل تساوي (4.13) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر خصائص المقدرة الاتصالية ل القيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

ج) الفرضية الصفرية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه: لا يتواافق لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مواصفات المستوى العلمي للقيام بالأنشطة الاتصالية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات مواصفات المستوى العلمي، وعلى الفقرات ككل، كما تم استخدام اختبار (t) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضٌ لذلك.

### جدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) (t-test) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات (مواصفات المستوى العلمي) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
19	الإمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق	1	4.06	0.97	عالية
18	الإمام بعلم الصحافة	2	4.01	1.04	عالية
30	الإمام بعلم الحاسوب	3	3.64	0.94	عالية
31	الإمام بمنهجية البحث العلمي	4	3.61	1.00	عالية
20	الإمام بعلم الإعلان	5	3.60	1.05	عالية
21	الإمام بعلم الاجتماع	6	3.39	0.98	متوسطة
25	الإمام بعلم اللغات	7	3.38	1.00	متوسطة
24	الإمام بعلم النفس	8	3.34	1.00	متوسطة
28	الإمام بعلم الإدارة	9	3.33	1.01	متوسطة
23	الإمام بعلم السياسة	10	3.31	0.90	متوسطة
22	الإمام بعلم القانون	11	3.20	0.91	متوسطة
32	الإمام بفن التصوير	12	3.13	1.16	متوسطة
26	الإمام بعلم التسويق	13	2.98	1.05	متوسطة
29	الإمام بعلم الإحصاء	14	2.89	1.00	متوسطة
27	الإمام بعلم الاقتصاد	15	2.82	0.82	متوسطة
الفقرات ككل					متوسطة
* الدرجة القصوى (5)					0.64

يتبيّن من الجدول (12) توافر مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات كل والتي تمثل هذه الصفات (3.38) بانحراف معياري (0.64) وبدرجة توافر متوسطة وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، حيث جاءت الفقرة (19) والتي تنص على "الإمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.06) وبانحراف معياري (0.97) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (18) والتي تنص على "الإمام بعلم الصحافة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.01) وبانحراف معياري (1.04) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (27) والتي تنص على "الإمام بعلم الاقتصاد" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.82) وبانحراف معياري (0.82) وبدرجة تقدير متوسطة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة توافر مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (13) يبيّن ذلك.

### جدول (13)

**نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة**

الدالة الإحصائية	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت
*0.000	103	6.014	0.64	3.38

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $a > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (13) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (6.014) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha < 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الصفات ككل تساوي (3.38) وهي

أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّع عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر مواصفات المستوى العلمي للقيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

د) الفرضية الصفرية الرابعة والتي تنص على أنه: لا يتواجد لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات التكميلية للموظفين الإداريين للقيام بالأنشطة الاتصالية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الصفات التكميلية للإداريين، وعلى الفقرات ككل، كما تم استخدام اختبار (ت) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضُ لذلك.

### جدول (14)

**المتوسطات الحسابية والاحترافات المعيارية واختبار (t) لتقديرات أفراد عينة  
الدراسة على كل فقرة من فقرات (الصفات التكميلية للموظفين الإداريين) مرتبة ترتيباً تنازلياً  
حسب المتوسط الحسابي**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	درجة الاتحاف المعياري	التقدير
45	أن يكون قدوة حسنة لزملائه.	1	4.07	0.90	عالية
46	العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة.	2	4.02	0.90	عالية
41	القدرة على تنظيم مهام إدارة العلاقات العامة والإعلام.	3	4.01	0.92	عالية
48	الولاء والرضا بعمله في الوزارة.	4	3.99	0.99	عالية
43	القدرة على تنظيم الوقت.	5	3.95	0.92	عالية
49	معرفة التشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة.	6	3.94	0.98	عالية
44	القدرة على إقامة اتصالات فاعلة مع مرؤسيه ورؤسائه وقادة الرأي والإعلام.	7	3.93	0.94	عالية
47	الحس الفني باستخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في المجال المناسب لها.	8	3.92	0.95	عالية
37	القدرة على رد الانتقادات التي تواجه الوزارة.	9	3.91	0.95	عالية
42	القدرة على الإفادة من الموارد المتاحة في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.	9	3.91	0.86	عالية
35	القدرة على مشاركة العاملين معه للمساعدة بتطوير العمل وحل المشكلات.	11	3.90	0.85	عالية
34	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق الأهداف.	12	3.79	0.82	عالية
36	القدرة على النقد الذاتي ومسائلة النفس.	12	3.79	0.99	عالية
40	القدرة على إجادة فن القيادة واستخدام السلطات الممنوحة له واتخاذ القرارات.	14	3.78	0.95	عالية
38	القدرة على تقبل الفشل لبعض الأعمال التي يقوم بها في الوزارة.	15	3.70	0.89	عالية
33	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالوزارة.	16	3.69	0.89	عالية
39	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.	17	3.55	0.95	عالية
<b>الفقرات ككل</b>					
* الدرجة القصوى (5)					

يتبيّن من الجدول (14) توافر الصفات التكميلية للإداريين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات كل والتي تمثل هذه الصفات (3.87) بانحراف معياري (0.72) وبدرجة توفر عالية وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، حيث جاءت الفقرة (45) والتي تنص على "أن يكون قدوة حسنة لزملائه" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.07) وبانحراف معياري (0.90) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (46) والتي تنص على "العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.02) وبانحراف معياري (0.90) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (39) والتي تنص على "القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.55) وبانحراف معياري (0.95) وبدرجة تقدير عالية.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة توافر الصفات التكميلية للإداريين لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (15) يبيّن ذلك.

#### جدول (15)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر الصفات التكميلية للإداريين لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

الدلالـة الإحصـائية	درـجة الحرـية	المـتوسط الحـسابـي	الـانحراف المـعيـاري	قيـمة تـ
*0.000	103	12.379	0.72	3.87

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (15) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (12.379) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الصفات كل تساوي (3.87) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر الصفات التكميلية للإداريين ل القيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

**الفرضية الصفرية الرئيسية الثانية** والتي تنص على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشتمل على: الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-، والاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماعي، ووسائل الاتصال الجماهيري).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات أداة الدراسة المتعلقة بالوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة والتي تشتمل على: الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-، والاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماعي، ووسائل الاتصال الجماهيري) وعلى المجالات ككل، كما تم استخدام اختبار (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

#### جدول(16)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) (t-test) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات أداة الدراسة المتعلقة بالوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة مرتبة ترتيباً تناظرياً حسب المتوسطات الحسابية

الدرجة التقدير	الاحرف المعياري	المتوسط الحسابي*	الرتبة	المجال
عالية	0.58	3.55	1	الاتصال الشخصي المباشر
متوسطة	0.85	3.37	2	الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية"
متوسطة	0.91	3.20	3	وسائل الاتصال الجماهيري
متوسطة	0.71	2.96	4	الاتصال الشخصي غير المباشر
متوسطة	0.90	2.89	5	وسائل الاتصال الجماعي
متوسطة	<b>0.66</b>	<b>3.20</b>		المجالات ككل

\*الدرجة القصوى(5)

يتبيّن من الجدول (16) استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوسائل الاتصالية، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للمجالات كل والتي تمثل هذه الوسائل (3.20) بانحراف معياري (0.66) وبدرجة استخدام متوسطة، وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاء مجال (الاتصال الشخصي المباشر) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.55) بانحراف معياري (0.58) وبدرجة تقدير عالية، تلاه مجال (الاتصال الشخصي غير المباشر"غير الكترونية") في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.37) بانحراف معياري (0.85) وبدرجة تقدير متوسطة، أما مجال (وسائل الاتصال الجماعي) فقد جاء في المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.89) بانحراف معياري (0.90) وبدرجة تقدير متوسطة. كما تم إجراء اختبار (ت) على درجة استخدام الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (17) يبيّن ذلك.

#### جدول (17)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالـة الإحصـائية
3.20	0.66	3.037	103	*0.003

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (17) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (3.037) وبدلالة إحصائية (0.003)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha < 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لهذه الوسائل ككل تساوي (3.20) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الوسائل، مما يدل

على استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية.

كما تم اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

(أ) الفرضية الصفرية الأولى والتي تنص على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-)، وعلى الفقرات كل، كما تم استخدام اختبار (t) على افتراض

أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

### جدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
50	الهاتف الأرضي.	1	4.18	1.08	عالية
57	اتصالات الحاسوب الالكتروني (البريد الالكتروني، والاتصال: المكتوب، والمرئي، والمسموع).	2	4.15	1.06	عالية
53	الفاكس.	3	3.80	1.22	عالية
54	البرقيات.	4	2.96	1.34	متوسطة
55	الرسائل.	4	2.96	1.35	متوسطة
56	الدواير التلفزيونية المغلقة.	6	2.10	1.38	متدينة
52	التاكسي.	7	1.76	1.14	متدينة جدا
51	التغرايف.	8	1.75	1.11	متدينة جدا
<b>الفقرات كل</b>					<b>متوسطة</b>
<b>* الدرجة القصوى (5)</b>					

يتبيّن من الجدول (18) عدم استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكتروني-)، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات كل والتي تمثل هذه الوسيطة (2.96) بانحراف معياري (0.71) وبدرجة استخدام متوسطة وهي أقل من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (50) والتي تنص على أن "الهاتف الأرضي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.18) وبانحراف معياري (1.08) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (57) والتي تنص على أن "اتصالات الحاسب الإلكتروني (البريد الإلكتروني، والاتصال: المكتوب، والمرئي، والمسموع)." في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.15) وبانحراف معياري (1.06) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (51) والتي تنص على أن "التلغراف" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.75) وبانحراف معياري (1.11) وبدرجة تقدير متدينة جداً.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكتروني-)، والجدول (19) يبيّن ذلك.

#### جدول (19)

نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكتروني-)

الدلالـة الإحصـائية	درـجة الحرـية	المـتوسط الحـسابـي	الـانحراف المـعيـاري	قيـمة تـ
0.584	103	-0.602	0.71	2.96

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (19) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (0.602) وبدلالة إحصائية (0.584)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (2.96) وهي أقل من الوسط الفرضي (3)، مما يتترتّب عليه قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة لهذه الوسيلة، مما يدل على عدم استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية).

ب) الفرضية الصفرية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-)، وعلى الفقرات كل، كما تم استخدام اختبار (ت)(t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضٌ لذلك.

### جدول (20)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
59	المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي	1	3.89	1.03	عالية
58	ولحصول على المعلومات.				
60	الخطابات والرسائل.	3	3.43	1.20	عالية
62	اقتراحات الموظفين التي تقدم لتطوير العمل.	4	3.23	1.05	متوسطة
61	لوحات الإعلانات الداخلية.	5	3.01	1.19	متوسطة
63	الاستثمارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.	6	3.00	1.13	متوسطة
الفقرات ككل					
* الدرجة القصوى (5)					
متوسطة 0.85 3.37					

يتبيّن من الجدول (20) استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-)، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الوسيلة (3.37) بانحراف معياري (0.85) وبدرجة استخدام متوسطة وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (59) والتي تنص على "المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي ولحصول على المعلومات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.89) وبانحراف معياري (1.03) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (58) والتي تنص على "التقارير التي تقدم حول موضوع معين مع ذكر الاقتراحات والنتائج" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.67) وبانحراف معياري (1.06) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (63) والتي تنص على "الاستثمارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.00) وبانحراف معياري (1.13) وبدرجة تقدير متوسطة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-)، والجدول (21) يبين ذلك.

#### جدول (21)

**نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-)**

الدالة الإحصائية	درجة الحرية	المتوسط الحسابي الانحراف المعياري	قيمة ت
*0.000	103	4.465	0.85

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (21) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (4.465) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (3.37) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يترتب عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الوسيلة، مما يدل على استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية-).

**ج) الفرضية الصفرية الفرعية الثالثة والتي تنصل على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر).**

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لنقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر)، وعلى الفقرات ككل، كما تم استخدام اختبار (ت) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

### جدول (22)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
68	الزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل.	1	3.63	1.04	عالية
64	الاتصال المباشر بقيادة الرأي في المجتمع.	2	3.43	1.16	عالية
70	الاجتماعات المقصودة والمنظمة لتحقيق أهداف معينة من الخبرات المجتمعية.	3	3.42	1.02	عالية
71	المقابلات التي تهدف لتحقيق غرض محدد ومحظط له.	4	3.40	1.14	عالية
72	المناقشات الرسمية وغير الرسمية بأسلوب تلقائي مفتوح.	5	3.37	1.09	متوسطة
66	المشاركة في مناسبات الحياة العامة للمجتمع التي يشارك بها الجمهور.	6	3.35	1.04	متوسطة
69	الزيارات الشخصية في المناسبات الاجتماعية.	7	3.24	1.23	متوسطة
67	خدمة المجتمع المحلي في المنطقة.	8	3.15	1.17	متوسطة
65	المشاركة في الأنشطة والمسابقات العامة للمجتمع.	9	3.14	1.17	متوسطة
الفقرات ككل			<b>3.55</b>	<b>0.58</b>	عالية

\* الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (22) استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر)، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الوسيلة (3.55) بانحراف معياري (0.58) وبدرجة عالية وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (68) والتي تتصل على "الزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.63) وبانحراف معياري (1.04) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (64) والتي تتصل على "الاتصال المباشر بقيادة الرأي في المجتمع" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.43) وبانحراف معياري (1.16) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (65) والتي تتصل على "المشاركة في الأنشطة والمسابقات العامة للمجتمع" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.14) وبانحراف معياري (1.17) وبدرجة تقدير متوسطة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر)، والجدول (23) يبين ذلك.

### جدول (23)

نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر)

المتوسط الحسابي	الدالة الإحصائية	درجة الحرية	الانحراف المعياري	قيمة ت
*0.000	103	9.778	0.58	3.55

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (23) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (9.778) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (3.55) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الوسيلة، مما يدل على استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (الاتصال الشخصي المباشر).

د) الفرضية الصفرية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماعي).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماعي)، وعلى الفقرات كل، كما تم استخدام اختبار (ت) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

### جدول (24)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من  
فقرات الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماعي) مرتبة ترتيباً تناظرياً  
حسب المتوسط الحسابي**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
79	ورش العمل.	1	3.42	1.09	عالية
82	المؤتمرات.	2	3.31	1.25	متوسطة
75	البيانات الصحفية والتي تصدر وقت الأزمات والكوارث وبعد المؤتمرات.	3	3.29	1.29	متوسطة
78	الندوات.	3	3.29	1.16	متوسطة
80	المحاضرات.	5	3.28	1.14	متوسطة
76	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية والكتيبات ذات العلاقة الوظيفية والمهنية بالوزارة.	6	3.26	1.28	متوسطة
77	وضع الملصقات الكبيرة- اليافطات- في الأماكن العامة لجذب انتباه الجمهور.	7	3.25	1.22	متوسطة
81	الخطب الرسمية لنقل المعلومات للجمهور.	8	3.16	1.18	متوسطة
84	المعارض التي تعرف بالوزارة وبأنشطتها وإعلام الجمهور بخدماتها.	9	3.01	1.31	متوسطة
83	المناظرات.	10	2.72	1.27	متوسطة
73	مجلة الوزارة.	11	2.68	1.42	متوسطة
74	صحف الحائط الخاصة بالوزارة.	12	2.65	1.33	متوسطة
90	الرسائل القصيرة ورسائل الوسائط عبر الهاتف النقال.	13	2.64	1.39	متوسطة
88	توزيع (الأقراص المدمجة والمرنة والفالش ميموري).	14	2.55	1.21	متعدنة
89	توزيع أشرطة الفيديو والكامسيت.	15	2.48	1.18	متعدنة
85	المتحف الفني.	16	2.36	1.21	متعدنة
86	الرحلات.	16	2.36	1.18	متعدنة
87	المعسكرات.	18	2.27	1.18	متعدنة
الفقرات ككل			2.89	0.90	متوسطة

\* الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (24) عدم استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجمعي)، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الوسيطة (2.89) بانحراف معياري (0.90) وبدرجة استخدام متوسطة وهي أقل من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (79) والتي تنص على "ورش العمل" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.42) وبانحراف معياري (1.09) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (82) والتي تنص على "المؤتمرات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.31) وبانحراف معياري (1.25) وبدرجة تقدير متوسطة، أما الفقرة (87) والتي تنص على "المعسكرات" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.27) وبانحراف معياري (1.18) وبدرجة تقدير متدنية.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجمعي)، والجدول (25) يبيّن ذلك.

#### جدول (25)

نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجمعي)

الدلالـة الإحـصـائـية	درـجة الحرـية	المـتوـسط الحـاسـبـي	الانـحرـاف المـعيـارـي	قيـمة تـ
0.205	103	-1.275	0.90	2.89

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (25) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (1.275) وبدلالة إحصائية (0.205)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيطة ككل تساوي (2.89) وهي أقل

من الوسط الفرضي (3)، مما يترتب عليه قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة لهذه الوسيلة، مما يدل على عدم استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماعي).

(٥) الفرضية الصفرية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه: لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري)، وعلى الفقرات كل، كما تم استخدام اختبار (ت)(t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

#### جدول (26)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري) مرتبة ترتيباً تنازلياً  
حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة الحسابية	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
91	الصحف.	1	3.95	1.21	عالية
92	المجلات.	2	3.61	1.26	عالية
94	التلفزيون.	3	3.60	1.36	عالية
97	الموقع الإعلامية الالكترونية.	4	3.48	1.40	عالية
93	الإذاعة.	5	3.45	1.28	عالية
96	المسرح.	6	2.22	1.38	متدنية
95	السينما.	7	2.13	1.34	متدنية
	الفقرات كل	3.20	0.91		متوسطة

\* الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (26) استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري)، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الوسيطة (3.20) بانحراف معياري (0.91) وبدرجة استخدام متوسطة وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (91) والتي تتصدّى على "الصحف" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.95) وبانحراف معياري (1.21) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (92) والتي تتصدّى على "المجلات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.61) وبانحراف معياري (1.26) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (95) والتي تتصدّى على "السينما" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.13) وبانحراف معياري (1.34) وبدرجة تقدير متذبذبة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري)، والجدول (27) يبيّن ذلك.

### جدول (27)

نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيطة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري)

الدلالـة الإحـصـائـية	درـجة الحرـية	المـتوـسط الحـسـابـي	الـانـحرـاف المـعـيـارـي	قيـمة تـ
*0.025	103	2.270	0.91	3.20

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (27) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (2.70) وبدلالة إحصائية (0.025)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيطة ككل تساوي (3.0) وهي أكبر من الوسط

الفرضي (3)، مما يترتب عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الوسيلة، وما يدل على استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسيلة الاتصالية (وسائل الاتصال الجماهيري).

**الفرضية الصفرية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه: لا توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.**

لإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بتوافر أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، كما تم استخدام اختبار (t) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

#### جدول (28)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بتوافر أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مرتبة ترتيباً تناظرياً حسب المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري *	درجة التقدير
104	إظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار.	1	4.01	1.10	عالية
126	الرد على المراسلات التي تصل إدارة علاقات العامة والإعلام.	2	3.96	1.01	عالية
130	متابعة الاشتراكات السنوية بالصحف اليومية والأسبوعية والمجلات.	3	3.94	1.10	عالية
106	تزويد الرئيس المباشر بتقارير عن أعمال الوحدة وتنفيذ تعليماته.	4	3.93	1.10	عالية
105	متابعة ما ينشر عن الوزارة بوسائل الإعلام ونقلها للإدارة وإعداد الردود عن الشكاوى بصدق.	5	3.92	1.19	عالية
113	إعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم، ومتطلبات ضيافتهم.	6	3.86	1.06	عالية
107	توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام ووكالات الإعلان والمجلات والصحف.	7	3.83	1.19	عالية

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الاتحراف المعياري	درجة التقدير
127	إنهاء بعض المعاملات الخاصة بمكتب الوزير.	8	3.70	1.10	عالية
119	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف.	9	3.66	1.11	عالية
124	متابعة ما يصل الوزارة من بريد الكتروني عبر شبكة الانترنت.	10	3.63	1.28	عالية
112	تسهيل مهمة الخبراء للقيام بزيارة الوزارة بما يتعلق بأعمال تخدم تنفيذ المشروعات والبحث العلمي.	11	3.59	1.08	عالية
128	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.	12	3.59	1.15	عالية
108	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.	13	3.57	1.23	عالية
122	تقديم التهاني بالمناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية.	14	3.56	1.18	عالية
114	متابعة إجراءات تأشيرات السفر الخاصة بموظفي الوزارة.	15	3.52	1.31	عالية
123	تقديم خدمة الاستعلامات عن الوزارة.	15	3.52	1.28	عالية
125	الإشراف على موقع الوزارة الالكتروني وتحديثه.	17	3.49	1.34	عالية
129	العمل على جذب الموظفين الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في الوزارة.	18	3.46	1.22	عالية
100	شرح أهداف واتجاهات الدولة للجمهور.	19	3.44	1.13	عالية
98	تبصير جمهور الوزارة بالمعلومات والمشكلات العامة المعاصرة والمتوقع حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعل الجمهور واتجاهاته ورأيه العام.	20	3.43	1.21	عالية
121	إجراء الاحتفالات بالمناسبات الدينية والقومية والوطنية.	21	3.42	1.23	عالية
118	إعداد متطلبات عقد الاتفاques وحفظها ومتابعة تنفيذها.	22	3.41	1.32	عالية
99	تنمية الشعور القومي لجمهور الوزارة.	23	3.35	1.17	متوسطة
111	تدعيم العلاقات بين إدارة الوزارة والعاملين فيها لكسب ثقتهم وتوسيعهم لزيادة كفاءة الأداء.	23	3.35	1.08	متوسطة
117	الاهتمام بالأرشيف الإعلامي.	23	3.35	1.36	متوسطة
101	نقل وجهة نظر الجمهور إلى الجهات والحكام، حتى تكون القوانين الجديدة قريبة إلى واقع الحياة.	26	3.29	1.15	متوسطة
109	تخطيط وتنفيذ الإعلانات الصادرة عن الوزارة.	27	3.27	1.26	متوسطة
120	الإعداد لمشاركة الوزارة بالمعارض المحلية والدولية.	28	3.26	1.22	متوسطة
115	ترجمة النشرات والأبحاث والمواضيع المهنية ذات العلاقة بأنشطة الوزارة.	29	3.19	1.24	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
116	تنظيم مكتبة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة والإشراف عليها.	30	3.13	1.26	متوسطة
110	رعاية العاملين في الوزارة، بخدمات اجتماعية وترفيهية ورياضية وتضامن أسري وعلاج طبي.	31	3.06	1.28	متوسطة
102	تزويد الجمهور بخطط وأهداف التنمية السكانية، وتحديد مدى المساهمة التي يمكن أن يقدمها جمهور الوزارة للارتفاع بمستوى الخدمات ومستوى تنفيذها.	32	3.00	1.29	متوسطة
103	التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصائح لهم لتركها.	33	2.94	1.29	متوسطة
<b>الفترات ككل</b>					
*الدرجة القصوى(5)					

يتبيّن من الجدول (28) توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفترات ككل والتي تمثل هذه الأهداف والوظائف (3.50) بانحراف معياري (0.80) وبدرجة توافر عالية وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (104) والتي تنص على "إظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.01) وبانحراف معياري (1.10) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (126) والتي تنص على "الرد على المراسلات التي تصل إدارة علاقات العامة والإعلام" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.96) وبانحراف معياري (1.01) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (103) والتي تنص على "التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصائح لهم لتركها" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.94) وبانحراف معياري (1.29) وبدرجة تقدير متوسطة.

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (29) يبيّن ذلك.

### جدول (29)

#### نتائج اختبار (ت) (one sample t-test) درجة توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة

الدالة الإحصائية	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت
*0.000	103	6.406	0.80	3.50

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha > 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (29) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (6.406) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha > 0.05$ )، كما تبيّن أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (3.50) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يتربّط عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الوظائف، ويدل على توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

الفرضية الرئيسية الرابعة والتي تنص على: " لا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على أداة الدراسة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغير (مسمى الجهاز، والجنس، والحالة الاجتماعية، والعمur، والوظيفية الحالية، وعدد سنوات الخبرة، والتحصيل الأكاديمي، والتخصص الأكاديمي، ومكان السكن، والدخل الشهري).

(أ) فيما يتعلق بمتغير مسمى الجهاز للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص

والمواصفات الواجب توفرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير مسمى الجهاز، والجدول (30) يبين ذلك.

### جدول (30)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة كل المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير مسمى الجهاز

ال مجال	مسمى الجهاز	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصفات	مدبورة	56	4.03	0.47
	إدارة	12	4.02	0.66
	وحدة	16	3.85	0.76
	قسم	20	3.63	0.75
الخصائص	مدبورة	56	4.26	0.61
	إدارة	12	4.08	0.85
	وحدة	16	4.19	0.54
	قسم	20	3.76	1.15
المقدرة	مدبورة	56	3.48	0.56
	إدارة	12	3.48	0.50
	وحدة	16	3.35	0.73
	قسم	20	3.06	0.79
الاتصالية	مدبورة	56	4.01	0.56
	إدارة	12	3.96	0.62
	وحدة	16	3.87	0.70
	قسم	20	3.45	1.03
للموظفين	مدبورة	56	3.48	0.56
	إدارة	12	3.48	0.50
	وحدة	16	3.35	0.73
	قسم	20	3.06	0.79
الصفات	مدبورة	56	4.01	0.56
	إدارة	12	3.96	0.62
	وحدة	16	3.87	0.70
	قسم	20	3.45	1.03
التكاملية	مدبورة	56	3.48	0.56
	إدارة	12	3.48	0.50
	وحدة	16	3.35	0.73
	قسم	20	3.06	0.79
للموظفين	مدبورة	56	4.01	0.56
	إدارة	12	3.96	0.62
	وحدة	16	3.87	0.70
	قسم	20	3.45	1.03
الإداريين	مدبورة	56	3.48	0.56
	إدارة	12	3.48	0.50
	وحدة	16	3.35	0.73
	قسم	20	3.06	0.79

يتبيّن من الجدول (30) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة

على كل مجال من مجالات الأداة وال المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها

في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب

متغير مسمى الجهاز، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يبين ذلك.

### جدول (31)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير مسمى الجهاز

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	2.517	3	0.839	2.320	0.080
	داخل المجموعات	36.169	100	0.362		
	المجموع	38.685	103			
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	3.774	3	1.258	2.185	0.095
	داخل المجموعات	57.591	100	0.576		
	المجموع	61.365	103			
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	2.787	3	0.929	2.331	0.079
	داخل المجموعات	39.863	100	0.399		
	المجموع	42.650	103			
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	4.638	3	1.546	3.167	*0.028
	داخل المجموعات	48.816	100	0.488		
	المجموع	53.454	103			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (31) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية

( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات التكميلية

للإداريين) تعزى لمتغير (مسمى الجهاز)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق فقد تم استخدام اختبار

شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (32) يبيّن ذلك.

### جدول (32)

نتائج اختبار شيفييه للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات التكميلية للإداريين) وحسب متغير (مسمى الجهاز)

قسم	وحدة	إدارة	مديرية	مسمى الجهاز	المتوسط الحسابي
3.45	3.87	3.96	4.01	مسمى الجهاز	
0.56*	0.14	0.05	4.01	مديرية	
0.51*	0.09		3.96	إدارة	
0.42*			3.87	وحدة	
			3.45	قسم	

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (32) وجود فروق بين ذوي مسمى الجهاز (مديرية) وذوي مسمى الجهاز (إدارة) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (مديرية)، وبين ذوي مسمى الجهاز (إدارة) وذوي مسمى الجهاز (وحدة) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (إدارة). وبين ذوي مسمى الجهاز (وحدة) وذوي مسمى الجهاز (قسم) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (وحدة).

### ب) فيما يتعلق بمتغير الجنس

للإجابة عن هذا المتغير تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) لمجموعتين مستقلتين لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداء المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الجنس، والجدول (33) يبيّن ذلك.

### جدول (33)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الجنس

										ال المجال
		الدالة	درجة الحرية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	العدد		
0.360	102	0.919	0.64	3.89	74	ذكر	أنثى	30	الصفات الشخصية للموظفين	
			0.55	4.01						
0.493	102	0.688	0.79	4.10	74	ذكر	أنثى	30	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	
			0.74	4.22						
0.544	102	0.609	0.73	3.35	74	ذكر	أنثى	30	مواصفات المستوى العلمي للموظفين	
			0.35	3.44						
0.074	102	1.805	0.78	3.79	74	ذكر	أنثى	30	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	
			0.51	4.07						

يتبيّن من الجدول (33) عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطي تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداء وال المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية يعزى لمتغير الجنس.

### ج) فيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية

للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداء وال المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الحالة الاجتماعية، والجدول (34) يبيّن ذلك.

### جدول (34)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالات الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المجال
الصفات الشخصية للموظفين	40	4.06	0.52	أعزب
	58	3.91	0.62	متزوج
	6	3.17	0.69	مطلق
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	40	4.18	0.67	أعزب
	58	4.16	0.82	متزوج
	6	3.63	0.95	مطلق
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	40	3.57	0.53	أعزب
	58	3.27	0.70	متزوج
	6	3.20	0.44	مطلق
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	40	3.96	0.67	أعزب
	58	3.87	0.75	متزوج
	6	3.37	0.63	مطلق

يتبيّن من الجدول (34) وجود فروق ظاهريّة بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الحالة الاجتماعية، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (35) يبيّن ذلك.

### جدول (35)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الحالة الاجتماعية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات المربعة	درجات الحرية	متوسط المربعات المربعة	قيمة F الإحصائية	الدالة
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	4.207	2	2.104	6.162	*0.003
	داخل المجموعات	34.478	101	0.341		
	المجموع	38.685	103			
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	1.659	2	0.830	1.403	0.250
	داخل المجموعات	59.706	101	0.591		
	المجموع	61.365	103			
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	2.383	2	1.192	2.989	0.055
	داخل المجموعات	40.266	101	0.399		
	المجموع	42.650	103			
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	1.798	2	0.899	1.758	0.178
	داخل المجموعات	51.655	101	0.511		
	المجموع	53.454	103			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (35) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية

( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات الشخصية

للموظفين) تعزى لمتغير (الحالة الاجتماعية)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق فقد تم استخدام

اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (36) يبيّن ذلك.

### جدول (36)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات الشخصية للموظفين) وحسب متغير (الحالة الاجتماعية)

مطلق	متزوج	أعزب	المتوسط الحسابي	الحالة الاجتماعية
3.17	3.91	4.06		
0.89*	0.15		4.06	أعزب
0.74*			3.91	متزوج
			3.17	مطلق

يتبيّن من الجدول (36) وجود فروق بين ذوي الحالة الاجتماعية(مطلق) وذوي الحالة الاجتماعية (أعزب) ولصالح ذوي الحالة الاجتماعية(أعزب)، وبين ذوي الحالة الاجتماعية(متزوج) ولصالح ذوي الحالة الاجتماعية(متزوج).

د) فيما يتعلق بمتغير العمر للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداء والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للفيقيم بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير العمر، والجدول (37) يبيّن ذلك.

### جدول (37)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير العمر**

المنطقة الانحراف المعياري الحسابي	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
الصفات الشخصية للموظفين	0.54	4.07	7	اقل من 25 سنة
	0.65	3.83	44	من 25 - اقل من 35 سنة
	0.67	3.95	39	من 35 - اقل من 45 سنة
	0.29	4.06	10	من 45 - اقل من 55 سنة
	0.21	4.15	4	55 سنة فأكثر
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	0.83	4.04	7	اقل من 25 سنة
	0.91	3.97	44	من 25 - اقل من 35 سنة
	0.64	4.26	39	من 35 - اقل من 45 سنة
	0.46	4.33	10	من 45 - اقل من 55 سنة
	0.63	4.38	4	55 سنة فأكثر
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	0.63	3.86	7	اقل من 25 سنة
	0.66	3.29	44	من 25 - اقل من 35 سنة
	0.61	3.31	39	من 35 - اقل من 45 سنة
	0.65	3.61	10	من 45 - اقل من 55 سنة
	0.27	3.68	4	55 سنة فأكثر
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	0.69	3.89	7	اقل من 25 سنة
	0.84	3.71	44	من 25 - اقل من 35 سنة
	0.66	3.98	39	من 35 - اقل من 45 سنة
	0.29	4.12	10	من 45 - اقل من 55 سنة
	0.53	4.00	4	55 سنة فأكثر

يتبيّن من الجدول (37) وجود فروق ظاهريّة بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية

وبحسب متغير العمر، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (38) يبين ذلك.

**جدول (38)**

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وبحسب متغير العمر

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات المربعة الحرية	متوسط المربعات المربعة	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	0.936	0.234	0.614	0.654
	داخل المجموعات	37.750	0.381		
	المجموع	38.685	103		
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	2.472	0.618	1.039	0.391
	داخل المجموعات	58.893	0.595		
	المجموع	61.365	103		
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	3.093	0.773	1.935	0.110
	داخل المجموعات	39.556	0.400		
	المجموع	42.650	103		
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	2.347	0.587	1.136	0.344
	داخل المجموعات	51.107	0.516		
	المجموع	53.454	103		

يتبيّن من الجدول (38) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغير (العمر).

#### ٥) فيما يتعلق بمتغير الوظيفة الحالية

للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الوظيفة الحالية، والجدول (39) يبيّن ذلك.

**جدول (39)**

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الوظيفة الحالية

الوظيفة الحالية	العدد	المتوسط الحسابي	الاحراف المعياري	المجال
مدير	19	4.00	0.50	الصفات الشخصية للموظفين
رئيس قسم	23	3.90	0.76	
موظف	62	3.91	0.59	
مدير	19	4.18	0.67	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
رئيس قسم	23	4.02	0.83	
موظف	62	4.16	0.79	
مدير	19	3.56	0.71	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
رئيس قسم	23	3.39	0.38	
موظف	62	3.32	0.69	
مدير	19	4.07	0.40	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
رئيس قسم	23	3.88	0.73	
موظف	62	3.81	0.79	

يتبيّن من الجدول (39) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية

وحساب متغير الوظيفة الحالية، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (40) يبين ذلك.

#### جدول (40)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الوظيفة الحالية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F الإحصائية	الدلالة
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	0.146	2	0.073	0.192	0.826
	داخل المجموعات	38.539	101	0.382		
<b>المجموع</b>		<b>38.685</b>	<b>103</b>			
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	0.384	2	0.192	0.318	0.728
	داخل المجموعات	60.981	101	0.604		
<b>المجموع</b>		<b>61.365</b>	<b>103</b>			
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	0.815	2	0.408	0.984	0.377
	داخل المجموعات	41.835	101	0.414		
<b>المجموع</b>		<b>42.650</b>	<b>103</b>			
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	0.969	2	0.485	0.933	0.397
	داخل المجموعات	52.485	101	0.520		
<b>المجموع</b>		<b>53.454</b>	<b>103</b>			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (40) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الوظيفة الحالية.

و) فيما يتعلق بمتغير عدد سنوات الخبرة للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير عدد سنوات الخبرة، والجدول (41) يبين ذلك.

#### جدول (41)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير عدد سنوات الخبرة

ال المجال	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصفات الشخصية للموظفين	اقل من 3 سنوات	19	3.99	0.42
	من 3 - اقل من 6 سنوات	28	3.90	0.58
	من 6 - اقل من 9 سنوات	16	3.66	0.89
	من 9 - اقل من 12 سنة	13	3.89	0.72
	12 سنة فأكثر	28	4.07	0.49
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	اقل من 3 سنوات	19	4.36	0.39
	من 3 - اقل من 6 سنوات	28	4.13	0.83
	من 6 - اقل من 9 سنوات	16	3.80	0.88
	من 9 - اقل من 12 سنة	13	3.92	1.10
	12 سنة فأكثر	28	4.28	0.62
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	اقل من 3 سنوات	19	3.56	0.49
	من 3 - اقل من 6 سنوات	28	3.33	0.48
	من 6 - اقل من 9 سنوات	16	3.23	0.86
	من 9 - اقل من 12 سنة	13	3.13	0.97
	12 سنة فأكثر	28	3.50	0.53
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	اقل من 3 سنوات	19	4.04	0.48
	من 3 - اقل من 6 سنوات	28	3.85	0.74
	من 6 - اقل من 9 سنوات	16	3.49	0.74
	من 9 - اقل من 12 سنة	13	3.62	1.03
	12 سنة فأكثر	28	4.12	0.55

يتبيّن من الجدول (41) وجود فروق ظاهريّة بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير عدد سنوات الخبرة، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لنتائج الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (42) يبيّن ذلك.

#### جدول (42)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير عدد سنوات الخبرة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	1.823	4	0.456	1.224	0.305
	داخل المجموعات	36.862	99	0.372		
	المجموع	38.685	103			
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	3.898	4	0.974	1.679	0.161
	داخل المجموعات	57.468	99	0.580		
	المجموع	61.365	103			
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	2.305	4	0.576	1.414	0.235
	داخل المجموعات	40.345	99	0.408		
	المجموع	42.650	103			
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	5.485	4	1.371	2.830	*0.029
	داخل المجموعات	47.969	99	0.485		
	المجموع	53.454	103			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (42) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية  $\alpha = 0.05$  بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على المجال (الصفات التكميلية للإداريين) تعزى لمتغير (عدد سنوات الخبرة)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (43) يبيّن ذلك.

**جدول (43)**

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات التكميلية للإداريين) وحسب متغير (عدد سنوات الخبرة)

سنوات فأكثـر	- من 9	- من 6	- من 3	أقل من 3	المتوسط الحسابي	عدد سنوات الخبرة
12	أقل من 12 سنة	أقل من 9 سنوات	أقل من 6 سنوات	3 سنوات	4.04	أقل من 3 سنوات
4.12	3.62	3.49	3.85	4.04	3.85	من 3 – أقل من 6 سنوات
0.08	0.42	0.56	0.19	4.04	3.49	من 6 – أقل من 9 سنوات
0.27	0.23	0.36			3.62	من 9 – أقل من 12 سنة
0.63*	0.13				4.12	12 سنة فأكثـر
0.60*						

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (43) وجود فروق بين ذوي عدد سنوات الخبرة (من 6 – أقل من 9 سنوات، من 9 – أقل من 12 سنة) من جهة وذوي عدد سنوات الخبرة (12 سنة فأكثـر) من جهة أخرى ولصالح ذوي عدد سنوات الخبرة (12 سنة فأكثـر).

ز) فيما يتعلق بمتغير التحصيل الأكاديمي للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص

والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التحصيل الأكاديمي، والجدول (44) يبين ذلك.

**جدول (44)**

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة كل المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التحصيل الأكاديمي

النحو	المتوسط الحسابي	العدد	التحصيل الأكاديمي	المجال
0.56	3.95	23	ثانوية عامة	الصفات الشخصية للموظفين
0.46	4.24	12	دبلوم	
0.65	3.93	49	بكالوريوس	
0.53	3.63	8	دبلوم عالي	
0.66	3.74	12	ماجستير فأكثر	
0.65	4.10	23	ثانوية عامة	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
0.46	4.50	12	دبلوم	
0.73	4.23	49	بكالوريوس	
0.94	3.47	8	دبلوم عالي	
1.02	3.90	12	ماجستير فأكثر	
0.71	3.41	23	ثانوية عامة	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
0.57	3.49	12	دبلوم	
0.55	3.43	49	بكالوريوس	
0.20	3.35	8	دبلوم عالي	
1.01	3.01	12	ماجستير فأكثر	
0.58	3.90	23	ثانوية عامة	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
0.62	4.02	12	دبلوم	
0.73	3.95	49	بكالوريوس	
0.54	3.82	8	دبلوم عالي	
1.03	3.42	12	ماجستير فأكثر	

يتبيّن من الجدول (44) وجود فروق ظاهريّة بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التحصيل الأكاديمي، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (45) يبيّن ذلك.

#### جدول (45)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التحصيل الأكاديمي

الدلة الإحصائية	قيمة F	متوسط درجات الحرية المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.189	1.568	0.576	4	2.304	الصفات الشخصية للموظفين
	0.367	99	36.381	داخل المجموعات	
	103	38.685		المجموع	
*0.028	2.835	1.577	4	6.306	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
	0.556	99	55.059	داخل المجموعات	
	103	61.365		المجموع	
0.324	1.180	0.485	4	1.941	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
	0.411	99	40.708	داخل المجموعات	
	103	42.650		المجموع	
0.201	1.523	0.775	4	3.099	الصفات التكميلية للموظفين
	0.509	99	50.355	داخل المجموعات	
	103	53.454		المجموع	

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (45) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية  $\alpha = 0.05$  بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على المجال (خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين) تعزى لمتغير (التحصيل الأكاديمي)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (46) يبيّن ذلك.

#### جدول (46)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين) وحسب متغير (التحصيل الأكاديمي)

ثانوية عامة						
المتوسط الحسابي						التحصيل الأكاديمي
ماجстير	دبلوم عالي	بكالوريوس	دبلوم	دبلوم	ثانوية عامة	
3.90	3.47	4.23	4.50	4.10	4.10	ثانية عامة
0.20	*0.63	0.13	0.40		4.50	دبلوم
*0.60	0.03	0.27			4.23	بكالوريوس
0.33	*0.76				3.47	دبلوم عالي
0.43					3.90	ماجستير فأكثر

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (46) وجود فروق بين ذوي التحصيل الأكاديمي (ثانوية عامة) وذوي التحصيل الأكاديمي (دبلوم عالي) ولصالح ذوي التحصيل الأكاديمي (ثانوية عامة)، وبين ذوي التحصيل الأكاديمي (دبلوم) وذوي التحصيل الأكاديمي (ماجستير فأكثر) ولصالح ذوي التحصيل الأكاديمي (دبلوم عالي)، وبين ذوي التحصيل الأكاديمي (بكالوريوس) وذوي التحصيل الأكاديمي (دبلوم عالي) ولصالح ذوي التحصيل الأكاديمي (بكالوريوس).

ح) فيما يتعلق بمتغير التخصص الأكاديمي للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التخصص الأكاديمي، والجدول (47) يبين ذلك.

#### جدول (47)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التخصص الأكاديمي

ال المجال	التخصص الأكاديمي	العدد	المتوسط الاحرافي	المتوسط الحسابي	المعياري
الصفات الشخصية للموظفين	صحافة/علاقات عامة وإعلان	22	0.62	3.94	0.62
	صحافة/تحرير	11	0.60	4.01	0.60
	صحافة/إذاعة وتلفزيون	5	0.56	3.28	0.56
	غير ذلك	66	0.60	3.96	0.60
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	صحافة/علاقات عامة وإعلان	22	0.71	4.34	0.71
	صحافة/تحرير	11	0.71	4.30	0.71
	صحافة/إذاعة وتلفزيون	5	0.60	4.35	0.60
	غير ذلك	66	0.80	4.02	0.80
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	صحافة/علاقات عامة وإعلان	22	0.47	3.53	0.47
	صحافة/تحرير	11	0.61	3.51	0.61
	صحافة/إذاعة وتلفزيون	5	0.61	3.35	0.61
	غير ذلك	66	0.70	3.31	0.70
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	صحافة/علاقات عامة وإعلان	22	0.85	3.92	0.85
	صحافة/تحرير	11	0.40	4.05	0.40
	صحافة/إذاعة وتلفزيون	5	0.57	3.53	0.57
	غير ذلك	66	0.73	3.86	0.73

يتبيّن من الجدول (47) وجود فروق ظاهريّة بين متوسّطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجالات الأداء والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغيّر التخصّص الأكاديمي، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (48) يبيّن ذلك.

#### جدول (48)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسّطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ مجال من مجالات الأداء والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغيّر التخصّص الأكاديمي

المجال	مصدر التباين	المجموع	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F الإحصائية	الدلالة
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	2.246	3	0.749	2.055	0.111
	داخل المجموعات	36.439	100	0.364		
	المجموع	38.685	103			
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	بين المجموعات	2.279	3	0.760	1.286	0.283
	داخل المجموعات	59.086	100	0.591		
	المجموع	61.365	103			
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	1.038	3	0.346	0.831	0.480
	داخل المجموعات	41.612	100	0.416		
	المجموع	42.650	103			
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	بين المجموعات	0.994	3	0.331	0.631	0.597
	داخل المجموعات	52.460	100	0.525		
	المجموع	53.454	103			

يتبيّن من الجدول (48) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسّطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداء

والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغير (التخصص الأكاديمي).

ط) فيما يتعلق بمتغير مكان السكن  
للاجابة عن هذا المتغير تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير مكان السكن، والجدول (49) يبين ذلك.

#### جدول (49)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير مكان السكن

ال المجال	مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالـة الإحصائية
الصفات الشخصية للموظفين	العاصمة	86	3.95	0.58	0.966	102	0.336
	محافظة أخرى	18	3.80	0.75	0.75	102	0.980
خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين	العاصمة	86	4.13	0.78	0.026	102	0.946
	محافظة أخرى	18	4.14	0.77	0.77	102	0.762
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	العاصمة	86	3.38	0.62	0.068	102	0.304
	محافظة أخرى	18	3.39	0.75	0.70	102	0.304
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	العاصمة	86	3.86	0.73	0.966	102	0.336
	محافظة أخرى	18	3.92	0.75	0.75	102	0.980

يتبيّن من الجدول (49) عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطي تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة وال المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية يعزى لمتغير مكان السكن.

ي) فيما يتعلق بمتغير الدخل الشهري للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة وال المتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الدخل الشهري، والجدول (50) يبيّن ذلك.

### جدول (50)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على الأداة ككل  
والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات  
العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الدخل الشهري

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الدخل الشهري	المجال
0.53	3.98	42	أقل من 300 دينار	الصفات الشخصية للموظفين
0.66	3.88	34	من 300 - 449 دينار	
0.65	3.78	19	من 500 - 599 دينار	
0.68	3.78	5	749 - 600 دينار	
0.39	4.60	4	750 دينار فأكثر	
0.67	4.21	42	أقل من 300 دينار	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
0.74	4.15	34	من 300 - 449 دينار	
0.82	3.92	19	من 500 - 599 دينار	
1.27	3.45	5	749 - 600 دينار	
0.00	5.00	4	750 دينار فأكثر	
0.64	3.46	42	أقل من 300 دينار	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
0.51	3.43	34	من 300 - 449 دينار	
0.80	3.18	19	من 500 - 599 دينار	
0.93	2.99	5	749 - 600 دينار	
0.28	3.53	4	750 دينار فأكثر	
0.67	3.89	42	أقل من 300 دينار	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
0.62	3.90	34	من 300 - 449 دينار	
0.87	3.78	19	من 500 - 599 دينار	
1.22	3.44	5	749 - 600 دينار	
0.36	4.46	4	750 دينار فأكثر	

يتبيّن من الجدول (50) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية

وحساب متغير الدخل الشهري، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (51) يبيّن ذلك.

### جدول (51)

نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداء والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الدخل الشهري

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات المربعة الحرية درجات المربعات قيمة F الدلالة الإحصائية
الصفات الشخصية للموظفين	بين المجموعات	0.152 1.718 0.628 4 2.512
	داخل المجموعات	0.365 99 36.174
	المجموع	<b>103 38.685</b>
* <b>0.025</b> 2.925 1.621 4 6.486	بين المجموعات	
	داخل المجموعات	0.554 99 54.880
	المجموع	<b>103 61.365</b>
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	بين المجموعات	0.309 1.215 0.499 4 1.996
	داخل المجموعات	0.411 99 40.653
	المجموع	<b>103 42.650</b>
الصفات التكميلية للموظفين	بين المجموعات	0.304 1.227 0.631 4 2.524
	داخل المجموعات	0.514 99 50.929
	المجموع	<b>103 53.454</b>

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

يتبيّن من الجدول (51) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على المجال (خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين) تعزى لمتغير (الدخل الشهري)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (52) يبيّن ذلك.

جدول (52)

**نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين) وحسب متغير (الدخل الشهري)**

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ )

بيانات من الجدول (52) توضح فروق بين ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار)

وذوي الدخل الشهري (600 - 749 دينار) ولصالح ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار)،

وأيضاً بين ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار) وذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر)

ولصالح ذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر)، وبين ذوي الدخل الشهري (من

300 - 449 دينار) وذوى الدخل الشهري (600 - 749 دينار) ولصالح ذوى الدخل الشهري

من 300 - 449 دينار)، وبين ذوي الدخل الشهري (من 300 - 449 دينار) وذوي الدخل

الشهري (750 دينار فأكثر) ولصالح ذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر)، وبين ذوي الدخل

الشهرى (من 500- 599 دينار) وذوى الدخل الشهرى (750 دينار فأكثـر) ولصالح ذوى الدخل

الشهرى (750 دينار فأكثر).

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي ينص على: ما هي العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم؟.

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بتقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم، كما تم استخدام اختبار (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرض ذلك.

### جدول (53)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بتقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
139	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام بموظفي الوزارة تزيد في تحسين أداء العمل.	1	4.12	0.88	عالية
138	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة نفسها تزيد في تحسين أداء العمل.	2	4.09	0.96	عالية
137	مشاركة إدارة العلاقات العامة والإعلام بمجتمعات الوزارة يزيد في تحسين أداء العمل.	3	4.01	0.96	عالية
141	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع وسائل الاتصال الجماهيري تزيد في تحسين أداء العمل.	4	4.01	1.02	عالية
136	ارتباط إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي للوزارة مع الوزير يزيد في أداء العمل.	5	3.98	1.11	عالية
140	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع الجمهور الخارجي تزيد في تحسين أداء العمل.	6	3.97	1.08	عالية
133	أداء خريجي الصحافة والإعلام/ تخصص العلاقات العامة والإعلان، أفضل في عمل العلاقات العامة والإعلام من التخصصات الأخرى في الوزارة.	7	3.65	1.13	عالية
134	تغير مفهومك للعلاقات العامة والإعلام منذ التحاقك بالعمل في الوزارة للأحسن.	8	3.58	1.23	عالية
135	تؤدي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة أنشطتها بشكل ممتاز.	9	3.47	1.17	عالية
131	مؤهلات العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مناسبة جدا.	10	3.24	1.23	متوسطة
132	يتم تعين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام حسب الوصف الوظيفي الموحد في الوزارة وديوان الخدمة المدنية.	11	3.08	1.30	متوسطة
الفقرات ككل					عالية
0.77					3.74

يتبيّن من الجدول (53) اختلاف درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم عن الدرجة المتوسطة، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات كل والتي تمثل الدرجة (3.74) بانحراف معياري (0.77) وبدرجة تقييم عالية وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، إذ جاءت الفقرة (139) والتي تنص على "العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام بموظفي الوزارة يزيد في تحسين أداء العمل" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.12) وبانحراف معياري (0.88) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (138) والتي تنص على "العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الإداره نفسها يزيد في تحسين أداء العمل" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.09) وبانحراف معياري (0.96) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (132) والتي تنص على أن "يتم تعين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام حسب الوصف الوظيفي الموحد في الوزارة وديوان الخدمة المدنية" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.08) وبانحراف معياري (1.30) وبدرجة تقدير متوسطة، كما يتبيّن أن متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات تقييم العاملين في العلاقات العامة ككل (3.74) بانحراف معياري (0.77) وبدرجة تقدير عالية.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي ينص على: " ما سبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها؟".**

للحاجة إلى هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداء الدراسة والمتعلقة بسبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها، والجدول (54) يبيّن ذلك.

### جدول (54)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة المتعلقة بسبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
142	حب التعرف على الآخرين.	1	3.54	1.07	عالية
143	الشهرة والارتقاء لممارسي العلاقات العامة والإعلام في المجتمع.	2	3.39	1.04	متوسطة
147	الموهبة والخبرات السابقة.	3	3.36	1.40	متوسطة
152	الإدارة العليا تقدر الأنشطة التي يقوم بها موظفو إدارة العلاقات العامة والإعلام.	4	3.35	1.36	متوسطة
144	تأثيري بالأشخاص العاملين بهذه المهنة.	5	3.24	1.14	متوسطة
151	الأمان والاستقرار والرضا الوظيفي في العمل.	6	3.19	1.23	متوسطة
145	إنها الفرصة الوحيدة التي أتيحت لي.	7	2.97	1.38	متوسطة
148	المؤهل العلمي الذي احمله في الإعلام/ تخصص علاقات عامة.	8	2.91	1.58	متوسطة
146	تم نقلني من دائرة أخرى للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.	9	2.85	1.50	متوسطة
150	الدورات التدريبية التي انساب للمشاركة بها داخلياً وخارجياً.	10	2.74	1.43	متوسطة
149	الراتب الجيد والحوافز التي احصل عليها في الوزارة.	11	2.62	1.48	متوسطة

\*الدرجة القصوى (5)

يبين من الجدول (54) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.62 – 3.54) وأنحرافات معيارية تراوحت بين (1.04 – 1.58) بدرجة تقدير تراوحت بين متوسطة وعالية، إذ تبين أن الفقرة (142) والتي تتصل على "حب التعرف على الآخرين" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.54) وبانحراف معياري (1.07) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (143) والتي تتصل على "الشهرة والارتقاء لممارسي العلاقات العامة والإعلام في المجتمع" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.39) وبانحراف معياري (1.04) وبدرجة تقدير متوسطة، أما

الفقرة (149) والتي تنص على "الراتب الجيد والحوافز التي احصل عليها في الوزارة" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.62) وبانحراف معياري (1.48) ودرجة تقدير متوسطة.

### **النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي ينص على: "ما الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟".**

للاجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بالانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (55) يبين ذلك.

**جدول (55)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بالانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
175	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة.	1	3.41	1.49	عالية
176	الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام، بدوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام.	2	3.10	1.44	متوسطة
165	لا تتوفر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.	3	3.03	1.50	متوسطة
153	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور.	4	3.00	1.21	متوسطة
169	الدعم المالي المخصص لإدارة للعلاقات العامة والإعلام في الوزارة غير كاف للقيام بواجباتها.	5	2.92	1.43	متوسطة
168	الإدارة لا تفهم طبيعة عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.	6	2.90	1.40	متوسطة
167	لا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.	7	2.87	1.35	متوسطة
163	الاتصال يكون باتجاه واحد من إدارة العلاقات العامة والإعلام إلى الجمهور.	8	2.73	1.44	متوسطة
166	إدارة العلاقات العامة مسؤولة إدارياً وعملياً ومكانياً عن الإعلام في الوزارة.	8	2.73	1.56	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
159	لا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تعنى بالتطوير وإجراء البحث والدراسات.	10	2.72	1.44	متوسطة
162	إدارة العلاقات العامة والإعلام تخفي عيوب الوزارة وتضخم ايجابياتها.	11	2.68	1.38	متوسطة
171	لا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة والإعلام فريق متخصص بإدارة الأزمات.	12	2.64	1.38	متوسطة
160	تستعين الوزارة بجهات خارجية ل القيام بإجراء البحث والدراسات.	13	2.62	1.26	متوسطة
170	عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة روتيني ومتعارف عليه ولا يحتاج لتخطيط.	13	2.62	1.33	متوسطة
174	يتم تعيين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بالواسطة في اغلب الأحيان.	15	2.56	1.46	متدنية
164	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تقوم بتحديث الموقع الإلكتروني للوزارة.	16	2.51	1.41	متدنية
172	وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بنشر المواد الإعلامية بشكل غير مقبول ومخصر جدا عن الوزارة.	17	2.41	1.30	متدنية
173	المندوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتفعيل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة.	18	2.37	1.34	متدنية
161	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تهتم بشكاوى واقتراحات جمهور الوزارة.	19	2.29	1.21	متدنية
154	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تلتزم بالوعود للجمهور.	20	2.28	1.14	متدنية
158	إدارة العلاقات العامة والإعلام تعتمد على المعلومات التي يجب أن تنشر لجمهور الوزارة.	21	2.22	1.23	متدنية
155	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تحافظ على أسرار الوزارة.	22	2.06	1.28	متدنية
157	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقبل الهدايا من جمهور الوزارة.	23	2.01	1.26	متدنية
156	إدارة العلاقات العامة والإعلام تمنح الصحفيين الهدايا بقصد استغلالهم.	24	1.89	1.18	متدنية

\*الدرجة القصوى(5)

يتبيّن من الجدول (55) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (1.89 - 3.41)

بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.14 - 1.56) بدرجة تقدير تراوحت بين متدنية ومتوسطة،

إذ تبين أن الفقرة (175) والتي تنص على أن "إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.41) وبانحراف معياري (1.49) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلتها الفقرة رقم (176) والتي تنص على أن "الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام، بدوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.10) وبانحراف معياري (1.44) وبدرجة تقدير متوسطة، أما الفقرة (156) والتي تنص على أن "إدارة العلاقات العامة والإعلام تمنح الصحفيين الهدايا بقصد استغلالهم" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.89) وبانحراف معياري (1.18) وبدرجة تقدير متدنية.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي ينص على:** " ما دور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها؟".  
 للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة المتعلقة بدور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها، والجدول (56) يبيّن ذلك.

### جدول (56)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة المتعلقة بدور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
177	المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام.	1	3.95	1.11	عالية
182	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بالتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها.	2	3.88	1.20	عالية
178	إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تتخصص قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية.	3	3.79	1.09	عالية
180	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بإبلاغ الإدارة العليا في الوزارة أولاً بأول عن تطورات الأزمة.	4	3.76	1.24	عالية
184	الحذر من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى واتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك.	5	3.75	1.19	عالية
185	المحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة.	6	3.73	1.13	عالية
179	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بتسمية ناطق رسمي واحد باسم الوزارة.	7	3.70	1.22	عالية
183	تحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معني بالأزمة.	8	3.65	1.18	عالية
181	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بإبلاغ وسائل الإعلام أولاً بأول عن تطورات الأزمة.	9	3.53	1.24	عالية
186	تحديث خطة إجراءات الطوارئ بشكل مستمر.	10	3.42	1.30	عالية
187	تقريع فريق إدارة الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة.	11	3.35	1.27	متوسطة

\*الدرجة القصوى(5)

يتبيّن من الجدول (56) أنَّ المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.35 – 3.95)

بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.09 – 1.30) بدرجة تقدير تراوحت بين متوسطة وعالية،

إذ تبيّن أنَّ الفقرة (177) والتي تنص على أنَّ "المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام"

فقد جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.95) وبانحراف معياري (1.11) وبدرجة

تقدير عالية، ثم تلاها الفقرة رقم (182) والتي تنص على أنَّ "إدارة العلاقات العامة والإعلام

تقوم بالتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.88) وبانحراف معياري (1.20) وبدرجة تقدير عالية، أما الفقرة (187) والتي تنص على أن "تفريغ فريق إدارة الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.35) وبانحراف معياري (1.27) وبدرجة تقدير متوسطة.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي ينص على: "ما وظائف الوسائل الاتصالية الجماهيرية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟".**

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لنقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية، والجدول (57) يبين ذلك.

### جدول (57)

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية**

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري*	درجة التقدير
188	إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات.	1	3.60	1.15	عالية
197	القيام بوظيفة الرقابة داخل الوزارة لحماية المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة.	2	3.38	1.22	متوسطة
191	المناقشة وال الحوار لطرح الآراء.	3	3.26	1.23	متوسطة
189	التنشئة الاجتماعية والالتزام بأساليب الجماعة.	4	3.25	1.25	متوسطة
190	الحفظ والمنافسة الشريفة الهدافلة لمحاكاة المميزين في المجتمع.	5	3.25	1.16	متوسطة
192	التعليم ونشر المعرفة الإنسانية الهدافلة وتعديها.	6	3.16	1.18	متوسطة
196	تشجيع الصناعات والاقتصاد والتجارة من خلال الإعلان.	7	3.05	1.30	متوسطة
193	نشر الإبداع الفني والثقافي وحفظ التراث وتطويره.	8	3.04	1.28	متوسطة
195	التقارب الاجتماعي والتزود بأخبار الآخرين والشعور معهم.	9	3.03	1.27	متوسطة
194	الترفيه والترويح عن المجتمع.	10	2.79	1.34	متوسطة

\*الدرجة القصوى (5)

يتبيّن من الجدول (57) أنَّ المتوسطات الحسابية تراوحت بين ( 2.79 - 3.60 )

بانحرافات معيارية تراوحت بين ( 1.16 - 1.30 ) بدرجة تقدير تراوحت بين متوسطة وعالية،

إذ تبيّن أنَّ الفقرة (188) والتي تنص على أنَّ "إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات" جاءت

في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.60) وبانحراف معياري (1.15) وبدرجة تقدير عالية، ثم

تلها الفقرة رقم (197) والتي تنص على أنَّ "القيام بوظيفة الرقابة داخل الوزارة لحماية

المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.38) وبانحراف معياري (1.22) وبدرجة تقدير متوسطة، أما الفقرة (194) والتي تنص على أن "الترفيه والترويح عن المجتمع" قد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.79) وبانحراف معياري (1.34) وبدرجة تقدير متوسطة.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها بعد أن قام الباحث بجمع البيانات اللازمة وتحليلها وعرضها، وثم مناقشتها وفقاً لسلسل أسئلتها وفرضياتها.

**مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الصفرية الرئيسية الأولى والتي تنص على أنه:**  
**"لا يتواجد لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) للقيام بالأنشطة الاتصالية":**

أظهرت النتائج رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على توافر الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية، إذ جاء ثلث منها (خصائص القدرات الاتصالية، والصفات الشخصية المحبوبة، والصفات التكميلية) بدرجة تقدير عالية، وواحدة (مواصفات المستوى العلمي) بدرجة تقدير متوسطة. ويعزو الباحث ذلك لما يلعبه موظف العلاقات العامة والإعلام من دور رئيسي وهام في نجاح برنامج العلاقات العامة في المؤسسة، فهو المحور الأساسي الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي أو إعلامي، الأمر الذي تطلب توافر خصائص وصفات ومواصفات شخصية ومهارات اتصالية فيه تمكنه من الاضطلاع بمهامه الأساسية على وجه عال.

كما أظهرت نتائج هذه الفرضية أن خصائص القدرات الاتصالية جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.13) وبدرجة تقدير عالية، ويعزو الباحث ذلك إلى أهمية تلك الخصائص لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، فهي صفات مهنية يحتاج إليها موظف العلاقات العامة لأداء مهنته بالطريقة المثلث، كما أنها مهارات يمكن أن تكتسب وتتمى بالخبرة والتدريب والتعليم والممارسة، ذلك أن موظف العلاقات العامة يبذل أغلب جهده وقته في الاتصال مع الجماهير وفي نقل أراء الجماهير إلى الإدارة العليا بمؤسساته، فان هذه الخصائص لا تتعدي القدرة على اخذ آراء الجمهور من خلال التخاطب بالحديث الجذاب والمنطقي والمفهوم، والاستماع والانتباه لهم وفهم آرائهم، القراءة لمعرفة ما يؤثر منها على الوزارة، ولن يكون قادرًا على استخدام المصطلحات والعبارات السهلة وليتحسن أسلوب تفكيره فيصبح سلساً وتفكيره منطقياً ومنظماً، وأخيراً الكتابة المقنعة الواضحة المقروءة والمنطقية للجمهور والتي تمثل التخصص الرئيسي لموظفو العلاقات العامة.

وجاءت الصفات الشخصية المحبوبة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.93) وبدرجة تقدير عالية، ويعزو الباحث ذلك إلى دورها المهم والأساسي لقيام موظف العلاقات العام بمهامه على أكمل وجه، فهي صفات شخصية وأغلبها فطرية، فمنذ بدء الخليقة كان الرسول صلوات الله وسلامه عليهم يأخذون الناس باللطف واللين والحكمة والموعظة الحسنة ويبتعدون عن الغلظة والفاظفة، والتي في مجملها ترکز على الاستقامة والإخلاص في مكان العمل، وإحساسه العام مع الجمهور، وقدرته على استعماله الغير للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة، والاتزان مع الجمهور لخلق انطباعات جيدة، والخيال الخصب ليخطط لبرامج المستقبل ولووضع الحلول المناسبة للمشكلات المطروحة والمتوقعة، وغيرها من الصفات الشخصية من الموضوعية والتجدد عن الذات وعدم التحيز وحب الاستطلاع والحماس في عرض الأفكار والشجاعة في

مواجهة المسؤولين بأخطائهم جنباً إلى جنب مع تقدير موقف وصلاحيات من هم أعلى منه في سلم المسؤولية، وأخيراً جاذبية الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.

وجاءت الصفات التكميلية للموظفين الإداريين في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.87) وبدرجة تقدير عالية، ويعزو الباحث ذلك إلى دورها التكميلي للأنشطة الاتصالية الأخرى والتي يتمتع بها موظف العلاقات العامة من صفات شخصية وخصائص مقدرة اتصالية ومواصفات المستوى العلمي، فهي تركز على أن يكون موظف العلاقات العامة قدوة حسنة لزملائه، وعلمه بكل ما ينشر في وسائل الإعلام عن الوزارة التي يعمل بها، وقدرته على تنظيم مهام إدارة العلاقات العامة، وولائه ورضاه عن عمله، وقدرته على دراسة اتجاهات الرأي العام، ومعرفته بالتشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة، وغيرها من الصفات التكميلية من قدرته على التنبؤ باحتمالات المستقبل، وقدرته على النقد الذاتي ومساعلة النفس، وقدرته على تقبل الفشل لبعض الأعمال التي يقوم بها، وقدرته على الإفاداة من الموارد المتاحة.

وأخيراً جاءت مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة في المرتبة الرابعة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.38) وبدرجة تقدير متوسطة، ويعزو الباحث ذلك إلى أن هذه المواصفات العلمية تعمل على زيادة كفاءة موظف العلاقات العامة للقيام بأعماله على أكمل وجه وبشكل تكاملی وشامل، كما تعمل على توسيع مدارك موظف العلاقات العامة وتمكينه من معاملة نفسيات الجماهير المختلفة وطرق تفكيرهم وعاداتهم وتقاليدهم وسلوكيهم، كما تُعدّ نقاط قوة له من خلال التخصصية لشغل هذه الوظيفة، فوظيفة العلاقات العامة كغيرها من الوظائف مثل القانون والطب والهندسة والتي تتطلب التخصصية، وإن تطبيق قاعدة الرجل المناسب في المكان المناسب تتطلب ضرورة توافر ما تتطلبه هذه الوظيفة من تخصصات وقدرات وخبرات شاغل الوظيفة ذاتها؛ لذلك لم يعد هناك مجال للشك بان العنصر البشري وهو المحدد الحقيقي

لكفاءة التنظيم، وأدائه لوظيفته على أكمل وجه متوقف على توافر عنصر المقدرة على العمل والذى يستدعي توافر عنصر المعرفة، وهذا العنصر يأتي من خلال التأهيل والتدريب، وتنمية المهارات بصورة مستمرة وبما يتوافق مع احتياجات العمل، وهذا لن يتأتى إلا في حالة الاهتمام بتوفير التخصص العلمي في مجال العلاقات العامة، وهذا شرط أساسى تؤكده أغلب الدراسات والبحوث في هذا المجال، ونذكر من الموصفات العلمية: الإلمام بعلم العلاقات العامة من مبادئ وتطبيق، وعلم الصحافة، وعلم الحاسوب، وعلم الاجتماع، وعلم القانون، وعلم السياسة، وغيرها من العلوم الأخرى (النفس، واللغات، والتسويق، والاقتصاد، والإدارة، والإحصاء).

من خلال اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة فالصفات الشخصية، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية للموظفين الإداريين في العلاقات العامة، هي شروط يجب أن تتوافر فيهم، وكلما زادت وكثرت هذه الصفات والخصائص ومواصفات وكانت نتائجها بدرجة عالية جداً يكون الأداء بشكل أفضل للوزارة، وللعلاقات العامة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الصفرية الرئيسية الثانية والتي تنص على أنه: "لا تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشتمل على: الاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية، والاتصال الشخصي غير المباشر - غير الكترونية -، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الجماهيري".

أظهرت النتائج رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على استخدام إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشتمل على: الاتصال الشخصي المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية -، ووسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب، إذ جاء واحد منها (الاتصال الشخصي

المباشر) بدرجة تقدير عالية، واثنان (الاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهير) بدرجة تقدير متوسطة. ويعزو الباحث ذلك لأهمية هذه الوسائل في الاتصال مع الجمهور للقيام بوظائف العلاقات العامة المختلفة، إذ تعمل هذه الوسائل على تحسين العلاقة بين موظفي العلاقات العامة والإدارة المعنية بهم والجمهور وخلق جو من الثقة والاحترام فيما بينهم وزيادة رضاهما، كما يعزو الباحث التنوع في استخدام هذه الوسائل إلى تنوع واختلاف المواقف أو الظروف (البيئية) التي تتم فيها عملية الاتصال بصفة عامة، كما أن الهدف من الاتصال، وخصائص ومميزات الجمهور المستهدف، ومميزات كل وسيلة من وسائل الاتصال من المجالات المؤثرة في عملية انتقاء العلاقات العامة للوسيلة الاتصالية المناسبة.

كما أظهرت نتائج هذه الفرضية أن وسيلة الاتصال الشخصي المباشر جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.55) وبدرجة تقدير عالية، ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة وظيفة العلاقات العامة التي تتطلب مقابلة الجمهور بصورة مباشرة وجهاً لوجه، والذي يضمن درجة من التفاعل بين المرسل والمستقبل أكبر مما تضمنه وسائل الاتصال الأخرى، فيقوم موظف العلاقات العامة بالزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل، والاتصال بقادة الرأي في المجتمع، والمجتمعات المقصودة والمنظمة لتحقيق أهداف معينة من الخبرات المجتمعية، وغيرها من وسائل الاتصال الشخصي المباشر.

وجاءت وسيلة الاتصال الشخصي غير المباشر-غير الكترونية- في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.37) وبدرجة تقدير متوسطة، ويعزو الباحث ذلك إلى دورها الكبير في مساعدة موظف العلاقات العامة للقيام بمهامه على أكمل وجه، فهي وسائل إدارية تتعلق بوظيفة موظف العلاقات العامة، فيقوم موظف العلاقات العامة بإعداد المذكرات المكتوبة الداخلية

للحصول على المعلومات، وكذلك إعداد التقارير التي تقدم حول موضوع معين، وإعداد الخطابات والرسائل، وأخيراً الاستمرارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.

وجاءت وسيلة الاتصال الجماهيري في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.20) وبدرجة تقدير متوسطة، ويعزو الباحث ذلك إلى استهدافها لعدد كبير من الناس، ويمكن أن تُعدّ البديل الثالث بعد عملية الاتصال الشخصي المباشر، ومن ثم الاتصال الشخصي غير المباشر، وعلى رأس هذه الوسائل الصحف والمجلات والموقع الإعلامية الالكترونية، والإذاعة.

ومن خلال اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة فان على العاملين في العلاقات العامة معرفة أين ومتى ولماذا وما الوسيلة المناسبة لكل نشاط من أنشطة العلاقات العامة سواء كانت هذه الوسائل غير مباشرة - الكترونية، أو وسائل اتصال غير مباشرة- غير الكترونية، أو شخصية مباشرة، أو وسائل اتصال جماهيري، ليتحقق الهدف من استخدام تلك الوسيلة على نحو أفضل مع الجماهير الداخلية والخارجية.

**مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الصفرية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه:**  
**"لا توافق أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة":**

أظهرت النتائج رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بدرجة توافر عالية، وأشارت النتائج إلى توافر هذه الوظائف بدرجة تراوحت بين متوسطة وعالية، ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة وظيفة العلاقات العامة والتي تتطلب القيام بالكثير من الوظائف الرئيسية والمتعددة لخدمة الجمهور ولأداء المهام على أكمل وجه، والتي لا يمكن أن تؤدي أو تمارس أياً منها بنجاح بعيداً عن ممارسة بقية الوظائف الأخرى، كما تبين من النتائج أن هذه الوظائف المختلفة يمكن

تجمعها في أربع وظائف رئيسية هي: البحث عن الحقائق، والتخطيط، والاتصال، والتقييم. كما أظهرت النتائج أن (22) وظيفة من أصل (33) وظيفة جاءت بدرجة تقدير (عالية)، تمثل أعلاها بإظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار، والرد على المراسلات التي تصل، و(11) وظيفة جاءت بدرجة تقدير (متوسطة) تمثل أعلاها بالعمل على جذب الموظفين الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في الوزارة، والإشراف على موقع الوزارة الإلكتروني وتحديثه.

ومن خلال اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة فإن تحقيق أكبر قدر من الأهداف والوظائف المناطقة بإدارة العلاقات العامة وبدرجة عالية جداً يكون لها شخصية ومكانة وقدر في تحسين الصورة الذهنية والرأي العام مع جماهيرها الداخلية والخارجية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الرابعة: "لا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على أداة الدراسة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغير (مسمى الجهاز والجنس، والحالة الاجتماعية، والعمur، والوظيفية الحالية، وعدد سنوات الخبرة، والتحصيل الأكاديمي، والتخصص الأكاديمي، ومكان السكن، والدخل الشهري).

أظهرت نتائج هذه الفرضية، أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات التكميلية للإداريين) تعزى لمتغير (مسمى الجهاز) ولصلاح ذوي المسمى الجهاز (إدارة) ويعزو

الباحث ذلك إلى أنهم إداريون يعرفون أكثر من غيرهم بالصفات الإدارية المهمة والضرورية لموظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

كما أظهرت نتائج هذه الفرضية أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات الشخصية للموظفين) تعزى لمتغير (الحالة الاجتماعية) ولصالح ذوي الحالة الاجتماعية أعرب متزوج، ويعزو الباحث ذلك لاهتمامهم بصفاتهم الشخصية وحرصهم على ذلك لطبيعتهم السيكولوجية من حيث اهتمامهم بجذب أنظار الآخرين إليهم، كما لتوافر الدعم المادي والمعنوي دور كبير في ذلك، على عكس ذوي الحالة الاجتماعية (مطلق) الذين تأثروا بسيكولوجية سيئة من جراء ظروف الطلاق الأمر الذي قد ينعكس على قلة اهتمامهم بصفاتهم الشخصية.

كما أظهرت نتائج هذه الفرضية، أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (الصفات التكميلية للإداريين) تعزى لمتغير (عدد سنوات الخبرة) ولصالح ذوي عدد سنوات الخبرة (12 سنة فأكثر) ويعزو الباحث ذلك إلى خبرتهم الطويلة التي مكنته من معرفة وإدراك الأفضل بالنسبة للصفات التكميلية الواجب توافرها في الإداريين.

كما أظهرت نتائج هذه الفرضية، أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على مجال (خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين) تعزى لمتغير (التحصيل الأكاديمي) ولصالح ذوي التحصيل الأكاديمي دبلوم، ولمتغير (الدخل الشهري) ولصالح ذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر) ويعزو الباحث ذلك إلى أن تعين هؤلاء كان منذ سنوات طويلة وأنهم اكتسبوا خبرات عمل وتدريب مستمر مما أعطاهم هذه الميزة.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي ينص على: ما درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم؟

أظهرت نتائج هذا السؤال أن درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم كان بدرجة عالية، ويعزو الباحث ذلك للعلاقة الحسنة بين موظفي العلاقات العامة من جهة والإدارة وموظفي الوزارة والوزير من جهة أخرى، فارتباط إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي للوزارة بالإدارة العليا يعمل على وصولهم إلى متذدي القرارات ومحاورتهم حول تلك القرارات التي يتخذونها عند مشاركتهم اجتماعاتهم، الأمر الذي بدوره يعمل على زيادة تحسين أداء العمل من خلال المناقشات البناءة واتصالهم بمراكز القرار ومحاوراتهم المتنوعة والمختلفة والتي تتطرق لجميع القضايا التي تهم الوزارة أو الجمهور الداخلي والخارجي المعنى بها، وهذا ما تدل عليه أدبيات الدراسة حيث أن موقع العلاقات العامة يجب أن يكون قريباً من متذدي القرار، وهذا فضلاً عن أن مؤهلات وخصائص وصفات العاملين في العلاقات العامة وعلاقتهم الحسنة مع الجماهير الداخلية والخارجية يزيد من أداء العمل.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي ينص على: ما سبب اختيار العاملين للعمل في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟

أظهرت نتائج هذا السؤال أن هناك سبباً رئيسياً ومُهماً بالنسبة لموظفي العلاقات العامة وهو حب التعرف على الآخرين، والذي جاء بدرجة تقدير عالية، وهذا من طبيعة الإنسان التي تتصف بحب الاستطلاع والتعرف على الآخرين، لإغراض متعددة منها ما هو لسد حاجة أو الشعور بالراحة لوجود الكثير من يعرفونه، وبالتالي الشهرة والارتفاع، وانت باقي الأسباب

بدرجة متوسطة، ويعزو الباحث ذلك لقلة المؤهلات العلمية في العلاقات العامة، ولكثره الانتقادات التي توجه للعلاقات العامة من الإدارات العليا في الوزارة.

### **مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي ينص على: ما الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟**

أظهرت نتائج هذا السؤال أن هناك الكثير من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، فواحدة أنت بدرجة عالية هي: عدم استطاعة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة القيام بنشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، ومنها

ما جاء بدرجة متوسطة، وتمثلت في: أنّ الوزارة تقوم بتعيين بعض خريجي الصحافة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، وعدم توافر كادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها ما جاء بدرجة متدنية، وتمثلت في: عدم توافر مخصصات مالية لقيام إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بواجباتها، وتقوم بنشر المواد الإعلامية بشكل غير مقبول ومختصر جداً، وان المندوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتغطية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة، وان إدارة العلاقات العامة والإعلام تقبل الهدايا من الجمهور وكذلك تمنح الهدايا للصحفيين بقصد استغلالهم.

ومن خلال اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة فان على العاملين في العلاقات العامة العمل على تقليل ما أمكن من الانتقادات الموجهة لها ما أمكن وبدرجة متدنية جداً، وذلك بعدم تقديم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، والالتزام بالوعود للجمهور، والحفاظ على أسرار الوزارة، وعدم منح الصحفيين الهدايا بقصد استغلالهم، وعدم قبول الهدايا من المراجعين للعلاقات العامة كرشوة لتنفيذ مطالبهم، وعدم التعتمد على المعلومات، والقيام بإجراء البحوث

والدراسات للتعرف على آراء الجماهير والاهتمام بما يشكون منه في الوزارة والعمل على تصحيح الأخطاء، وان تقدم العلاقات العامة الحقيقة بعدم إخفاء العيوب وتضخيم الإيجابيات، وان يكون الاتصال باتجاهين (إعلام، واستعلام، وتنسيق)، وتحديث الموقع الإلكتروني، والعمل على استقطاب المؤهلين أكاديميا للعمل في العلاقات العامة، وعدم فصل إدارة العلاقات العامة عن الإعلام في الوزارة، والاهتمام بمجال تدريب العاملين في العلاقات العامة، والعمل على زيادة المخصصات المالية للدائرة لكي تقوم بواجباتها بكفاءة، والعمل بكفاءة مع فريق إدارة الأزمات في الوزارة، والعمل على توثيق الصلة مع الإعلاميين لتحقيق النشر المطلوب عن الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة، وان يكون لهم صلاحيات من الوزير تخولهم القيام بنشر ما يصدر عن الوزارة دون الرجوع إلى جهات أخرى، وان يتم تعيين كادر العلاقات العامة بغير وساطة ليكون الأداء بدون انتقاد لتحقيق السمعة الطيبة للوزارة.

**مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي ينص على: " ما دور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها؟".**

أظهرت نتائج هذا السؤال أن هناك الكثير من الأدوار التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها، فمنها ما جاء بدرجة عالية، وتمثلت في: المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام، والتتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها، وتخصيص قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية، والقيام بإبلاغ وسائل الإعلام أولا بأول عن تطورات الأزمة، وتحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معني بالأزمة، وتحديث خطة إجراءات الطوارئ بشكل مستمر، وواحدة منها ما جاء بدرجة متوسطة، وتمثلت في تفريغ فريق إدارة الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة.

ومن اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة فإن ما جاءت به الاستبانة أداة الدراسة، فان على إدارة العلاقات العامة عند حدوث الأزمة عليها المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام، وتخصيص قاعة لعقد المؤتمرات الصحفية، وتسمية ناطق إعلامي واحد باسم الوزارة، وان تقوم العلاقات العامة أولاً بإبلاغ الإدارة والإعلاميين عن تطورات الأزمة بدقة قبل التصريح بها، وتحديد المسؤوليات لكل فرد معني بالأزمة، والحضر من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى، والمحافظة على الهدوء عند بداية خلل وبعد نشوب الأزمة، وتحديث خطة الطوارئ للازمات بشكل مستمر، والعمل على تفريغ فريق العمل من مشاغل العمل اليومي حتى انتهاء الأزمة.

**مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي ينص على: " ما أهداف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة من استعمال وسائل الاتصال الجماهيري؟".**

أظهرت نتائج هذا السؤال أن هناك استخداماً لوسائل الاتصال الجماهيري من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية، وكان أولها إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات وبدرجة عالية، أما وظائف التنشئة الاجتماعية، والحفز، والمنافسة الشريفة، والمناقشة وال الحوار، والتعليم ونشر المعرفة، ونشر الإبداع الفني والثقافي، والترفيه والترويح عن المجتمع، والتقارب الاجتماعي، وتنشيط الصناعات فجميعها جاءت في المرتبة الثانية وبدرجة تقدير متوسطة.

ويرى الباحث من خلال أدبيات الدراسة بان العلاقات العامة ما زالت تتظر لعمل العلاقات العامة باتجاه واحد (إعلام) فقط، دون إجراء الاستعلام والتنسيق والعمل باتجاهين لتحقيق التمايز بين المنظمة وجماهيرها، كما ورد ذكره في نماذج جورنج في البند 4.

## الخلاصة

1. توافر الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية، إذ جاءت ثلاثة منها (خصائص القدرات الاتصالية، والصفات الشخصية المحبوبة، والصفات التكميلية) بدرجة تقدير عالية، وواحدة (مواصفات المستوى العلمي) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية الأولى.
2. تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشمل على: الاتصال الشخصي المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر-الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب، إذ جاء واحد منها (الاتصال الشخصي المباشر) بدرجة تقدير عالية، واثنان (الاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهير) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية الثانية.
3. توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وبدرجة توافر عالية. نتائج الفرضية الثالثة.
4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات تقييمات العاملين في الوزارة على الصفات التكميلية للإداريين تعزى لمتغير (مسمى الجهاز) ولصلاح (إدارة)، وعدد سنوات الخبرة ولصلاح ذوي الخبرة من 12 سنة

فأكثر، وعدم وجود فروق على جميع مجالات الأداة تعزى لمتغير الجنس، والعمر، ومكان السكن، والتخصص الأكاديمي، والوظيفة الحالية، ذات دلالة إحصائية.

5. وجود فرق دال إحصائيا عند مستوى الدلالة الإحصائية على الصفات الشخصية للموظفين تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) على خصائص المقدرة الاتصالية يعزى لمتغير التحصيل الأكاديمي ولصالح دبلوم، وعلى متغير الدخل الشهري، ولصالح ذوي الدخل الشهري 750 دينار فأكثر.

- النقطة 4+5 نتيجة الفرضية الرابعة.

7. درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لأداء وظيفتهم كان بدرجة عالية. نتيجة السؤال الأول.

8. هناك سبب رئيس ومهم في اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها وهو حب التعرف إلى الآخرين وبدرجة تقدير عالية. نتيجة السؤال الثاني.

9. هناك الكثير من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها أن إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، بدرجة عالية، وأن الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، ولا تتوافر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام، وأن إدارة العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، وأن الدعم المالي المخصص لإدارة العلاقات العامة

والإعلام غير كاف ل القيام بواجباتها، وأن الإدارة لا تفهم طبيعة عمل العلاقات العامة، ولا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات العاملين وقدراتهم في العلاقات العامة، وأن الاتصال

يكون باتجاه واحد من الوزارة للجمهور، وأن إدارة العلاقات العامة مفصلة إدارياً وعملياً ومكانياً عن الإعلام في الوزارة، ولا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تعنى بالتطوير وإجراء البحث والدراسات، وأن إدارة العلاقات العامة في الوزارة تخفي عيوب الوزارة وتضخم ايجابياتها، ولا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة فريق متخصص في إدارة الأزمات، وأن الوزارة تستعين بجهات خارجية للقيام بإجراء البحث والدراسات، وأن عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام روتيني ومتعارف عليه ولا يحتاج لخطيط، لكل منها بدرجة متوسطة. نتيجة السؤال الثالث.

10. هناك الكثير من الأدوار التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها، ومنها، المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام، والتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها، وأن تخصص إدارة العلاقات العامة قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية، وأن تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام بإبلاغ الإدارة العليا أولاً بأول عن تطورات الأزمة، والحذر من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى، والمحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة، وأن تقوم إدارة العلاقات العامة بتسمية ناطق إعلامي رسمي واحد باسم الوزارة، وتحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معني بالأزمة، بدرجة عالية. نتائج السؤال الرابع.

11. هناك استخدام لوسائل الاتصال الجماهيري من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية، وكان أولها إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات بدرجة عالية. نتيجة السؤال الخامس.

## اقتراحات الموظفين لرفع مستوى أداء عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية

1. المديرية بحاجة إلى مؤهلين للعمل من خريجي الإعلام تخصص علاقات عامة.
2. المديرية تقصر إلى عنصر التدريب بمهارات الاتصال وأساليب البحث العلمي، وأساليب كتابة الأخبار الصحفية، والمشاركة في دورات متخصصة داخلية، خارجية، ودورات توعوية، وبحاجة إلى تطوير الاستراتيجيات الإدارية والإعلامية.
3. أن يكون لموظفي العلاقات العامة حرية وصلاحية في اتخاذ بعض القرارات الإدارية الحاسمة والخاصة بعملهم، وأن يكون لبعض القرارات وجود بعض من السرية لمصلحة العمل، وأن يكون للعلاقات العامة استقلال مالي وإداري عن باقي دوائر الوزارة.
4. أن يكون عدد موظفي العلاقات العامة يعتمد على حجم الوزارة.
5. إيجاد نظام حواجز ومكافآت للموظفين في العلاقات العامة بسبب طبيعة عملهم الصعبة.
6. أن يكون مسمى العلاقات يعتمد على حجم المؤسسة وما تقدمه من خدمات لجمهورها.
7. أن ترتبط العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بالإدارة العليا في الوزارة بمكتب معالي الوزير، أو أمين عام الوزارة ليسهل الوصول إلى المعلومات ونشرها.
8. توفير المخصصات المالية المستقلة لعمل العلاقات العامة.
9. أن يتوافر كادر علاقات عامة يستطيع إعطاء صورة مميزة للوفود والضيف.
10. الأخذ برأي الموظفين ذوي الكفاءة وتحفيزهم، وإعطاء صلاحيات أكبر للدائرة، وأن يكون للقيادات العليا مزيد من التوجّه لتفعيل عمل العلاقات العامة، وكذلك الاهتمام بالأفكار والإبداعات الجديدة والعمل على تطويرها وفقاً لسياسة الوزارة.

11. توسيع مجال عمل العلاقات العامة ليشمل الإعلام في الوزارة.
12. إعطاء مزيد من الاهتمام للعلاقات العامة والإعلام في الوزارة وخاصة فيما يتعلق بضرورة تزويدهم بدورات التعامل مع الجمهور وعمل تقييم لكل موظف بعد عقد تلك الدورات.
13. تطوير وتحديث إدارة الأزمات والمفاهيم الحديثة في مجال الإعلام وال العلاقات العامة.
14. ضم خريجي الصحافة والإعلام في دائرة العلاقات العامة والإعلام إلى نقابة الصحفيين ومساواة رواتب موظفي العلاقات العامة بحوافز ورواتب وعلاوات الصحفيين العاملين في المؤسسات الحكومية الأخرى.
15. إيجاد تواصل بين العاملين في العلاقات العامة والإعلام مع الناطق الرسمي للحكومة.
16. استخدام اللامركزية والعمل بروح الفريق في العمل وإعطاء صلاحيات للموظفين مع الرقابة الذاتية.
17. الإدارات العليا تتظر إلى عمل العلاقات العامة نظرة دونية مما يؤدي إلى إعاقة مستوى الأداء.
18. عقد مزيد من الاجتماعات مع العلاقات العامة من قبل الإدارات العليا للتعرف إلى الآراء والمشكلات التي تعرّض عمل العلاقات العامة والعمل على حلها.
19. أن يتمتع العاملون في العلاقات العامة بمواصفات شخصية يستطيعون من خلالها القيام بأعمالهم على أكمل وجه، ومن أهمها القدرة على الإقناع، وإجاده عدة لغات.
20. منح الناطق الإعلامي صلاحيات حقيقة للتحدث باسم الوزارة.
21. ضرورة تقبل الرأي والرأي الآخر على مختلف المستويات الإدارية والإعلامية في الوزارة.

22. أن يعمل الإعلام على عكس مصالح الدولة الأردنية بكل فئاتها الغنية والفقيرة في إطار الإستراتيجية الوطنية والتي تعبّر عن السياسة الأردنية، وعدم قبول سياسات مفروضة وخاصة في الاقتصاد.
23. أن يسود العمل المناقشة والحوار ثم المتابعة والتنفيذ، وإطلاع الموظفين على كل تطور خاص بالوزارة.
24. أن يكون فريق العمل متعاوناً ويوصل المعلومة للإدارات العليا في الوقت والزمان المناسبين، والابتعاد عن سياسة البيروقراطية.
25. المديرية بحاجة إلى إعادة هيكلة تتماشى مع تطور الوزارة.
26. العمل على متابعة المستجدات وتطورات الإعلام كافة ومقارنة ما هو جديد في العلاقات العامة في المؤسسات المحلية والإقليمية.
27. العمل على وضع استراتيجيات للوزارات للعمل على دراسة الرأي العام سواء على المستوى الداخلي أم الدولي.

## توصيات الباحث:

1. تعيين مديرٍ ورؤساء الأقسام وموظفي العلاقات العامة الرئيسيين من خريجي الصحفة والإعلام/ تخصص علاقات عامة، في الوزارات، و اختيار موظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارة من يتصفون بالصفات الشخصية المحبوبة، والمقدرة الاتصالية العالية، والمتعمدين بالمستوى العلمي العالي، فضلاً عن الصفات القيادية للإداريين، فهم العنصر الأساس في العمل وعليهم تقع مسؤولية التأثير في الرأي العام التي تعتمد عليهما الوزارات بتغيير صورتها للأفضل. وابتعاث عدد من موظفي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية للحصول على شهادات في الدراسات العليا في مجال العلاقات العامة، لتطوير العمل.
2. إتباع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي مع مكتب الوزير مباشرة، ومشاركة العلاقات العامة بمجتمعات الوزارة، وإشراك موظفي العلاقات العامة في اتخاذ القرارات، ومنهم مزيداً من الصلحيات، لتحسين أداء العمل، وبذلك يكون للعلاقات العامة حضورها ودورها الدائم مع الجماهير الداخلية والخارجية النوعية والدولية للوزارة.
3. ضرورة ضم مديرية العلاقات العامة والإعلام في مديرية واحدة ليسهل التسيير والتتنفيذ والقيام بالواجبات وبالعملية الاتصالية على أكمل وجه. وضرورة تلمس احتياجات العلاقات العامة في الوزارات، والعمل على حل المعوقات والانتقادات التي تواجههم.
4. ضرورة النظر إلى عمل العلاقات العامة كنشاط اتصالي كمنظومة متكاملة من العمل بخطوات العملية الاتصالية (الإعلام والاستعلام والتنسيق) وابتداً من المرسل وهو العصب الرئيس في العملية الاتصالية، وتنفيذ الرسالة، واستعمال الوسيلة الاتصالية

المناسبة، و اختيار الجمهور المناسب، و دراسة الرأي العام، ليتم التوافق في الرأي بين متطلبات المنظمة أو المؤسسة و جماهيرها الداخلية و الخارجية.

5. ضرورة ألا يكون الاتصال باتجاه واحد من الوزارة أو المنظمة أو المؤسسة للجماهير، بل يجب أن يكون هناك دراسة للطرف الآخر وهو الجمهور الداخلي والخارجي للنظر في مطالبه من تلك المؤسسة أو المنظمة، و العمل على تحقيق أكبر قدر من تنفيذ تلك المطالب.

6. الاهتمام بالبحث العلمي، واستطلاعات الرأي العام، والتخطيط، والتقييم، و دراسة أنشطة العلاقات العامة الاتصالية (تركيز خاص) في الوزارة.

7. ضرورة عقد دورات تدريبية للعاملين في العلاقات العامة وخاصة للعاملين من التخصصات الأخرى لتعريفهم من خلالها بالفرق بين العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى كالإعلام والدعابة والإعلان والفرق بين العلاقات العامة والشئون الإدارية والشئون العامة والتسويق.

8. تحسين ظروف العاملين في العلاقات العامة ماديا وإعادة النظر في سلم الترقىات والمكافآت.

9. ضرورة عمل دراسة شاملة للمتقدمين لديوان الخدمة المدنية من حملة الصحافة والإعلام بمختلف تخصصاتها (العلاقات العامة والإعلان، والتحرير الصحفي، والإذاعة والتلفزيون) للحد من تكدس طلباتهم في ديوان الخدمة المدنية، دون أن يحصل هؤلاء على فرص عمل مناسبة لهم.

10. تشكيل فريق عمل متخصص بالأزمات مكون من العلاقات العامة والدوائر الأخرى.

11. ضم موظفي العلاقات العامة من خريجي الصحافة والإعلام تخصص العلاقات العامة، والتحرير الصحفي، والإذاعة والتلفزيون، إلى عضوية نقابة الصحفيين، للحصول على الامتيازات التي تقدم للصحفيين، فهم إعلاميو مؤسساتهم.
12. يقترح الباحث أن تكون تسمية العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة بـ(العلاقات العامة الاتصالية) لتمييزها عن باقي الأنشطة الاتصالية الأخرى كالإعلام والإعلان والدعائية وفروع الإدارة كالشؤون العامة والتسويق، ليكون من تسميتها عنواناً لا هتمامها بالاتصال باتجاهين المنظمة والجماهير الداخلية والخارجية.
13. ضرورة تزويد العاملين بالعلاقات العامة بكل جديد في علم التكنولوجيا لما له من أهمية في ربط العلاقات العامة بالمحيط والعالم الخارجي.

## المراجع

**أ. المراجع العربية:**

1. أبو إصبع، صالح خليل، (1997). إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي - الأسس العلمية لفن الإدارة - نظريات وتطبيقات، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع.
2. أبو أصبع، صالح خليل، (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (ط5)، عمان: دار مجلاوي للنشر والتوزيع.
3. أبو عرجة، تيسير، (2000). دراسات في الصحافة والإعلام، (ط1)، عمان: دار مجلاوي للنشر والتوزيع.
4. جرادات، عبد الناصر، والشامي، لبنان هاتف، (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
5. جرار، فاروق أنيس، (2001). الرسالة والصورة قضايا معاصرة في الإعلام، (ط1)، عمان: وزارة الثقافة.
6. جلدة، سليم بطرس، (2008). مدخل معاصر إلى العلاقات العامة، (ط1)، عمان: دار الأعلام للنشر والتوزيع.
7. جلدة، سليم بطرس، (2010). الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير، (ط1)، عمان: دار الرأي للنشر والتوزيع.
8. الجمال، راسم محمد، وعياد، خيرت معرض، (2005). إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

9. جودة، محفوظ احمد، (2006). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، (ط4)، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
10. الجوهر، محمد ناجي، 1981. أجهزة العلاقات العامة في العراق الأهداف والوظائف، رسالة ماجستير في كلية الإعلام بجامعة القاهرة، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، دار الرشيد للنشر.
11. الجوهر، محمد ناجي، والقاضي، امجد بدر، 1998. أجهزة العلاقات العامة في الأردن: التنظيم، الوظائف والأدوات (دراسة ميدانية) جامعة اليرموك، اربد.
12. حاتم، محمد عبد القادر، (1973). الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعائية، بيروت: مكتبة لبنان.
13. حجاب، محمد منير، (2007). العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، (ط1)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
14. حسن، عادل، (1984). العلاقات العامة، (ط3)، بيروت: دار النهضة العربية.
15. حسن، محمد حربي، وحسين، محمد عبد، والبياتي، حسين ذنون، (1991). العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، الموصل: دار الحكمة للطباعة والنشر.
16. درة، عبد الباري إبراهيم، والمجالي، نبيل خليف، (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحى نظامي واستراتيجي، (ط1)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
17. الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2005). العلاقات العامة والعلوم، (ط1)، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

18. رباعية، غازي إسماعيل، (1988). الرأي العام وال العلاقات العامة، عمان: دار البشير للنشر والتوزيع.
19. رمضان، زياد، (1986). العلاقات العامة في منشات القطاع الخاص- مفاهيم وواقع، عمان: مطبع دار الشعب.
20. الذهري، محمد محفوظ، (2004). العلاقات العامة المشكلات والحلول، (ط1)، القاهرة: دار نهضة الشرق.
21. زوييف، مهدي حسن، (2003). العلاقات العامة (النظرية والأساليب)، (ط2) عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ومكتبة المجتمع العربي.
22. زوييف، مهدي، والقطامين، احمد، (1999). العلاقات العامة "النظرية والأساليب" (ط1الإصدار الثاني) عمان: دار حنين، و بيروت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
23. الزيود، صالح سليمان، (2001). تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها، رسالة ماجستير - غير منشورة- في الإدارة العامة، جامعة آل البيت، الأردن.
24. الشامي، لبنان هاتف، و جرادات، عبد الناصر، (2001). العلاقات العامة في الإدارة، (ط1)، اربد : المركز القومي للنشر .
25. شعبان، حمدي، (2008). وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
26. شفيق، حسنين، (2006). الإعلام الإلكتروني، (ط2)، رحمة برس للطباعة والنشر.

27. الشماхи، خميس بن عبدالله بن علي، (2000-2001). تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديرى الدوائر الأخرى، رسالة ماجستير - غير منشورة - في الإدارة العامة، جامعة آل البيت، الأردن.
28. صالح، عبد المحي محمود، و عبد الخالق، جلال الدين، ورمضان، السيد، (2004). العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية.
29. الصحن، محمد فريد، (2005). العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الإسكندرية: الدار الجامعية
30. الصرایرة، محمد نجيب، (2001). العلاقات العامة الأسس والمبادئ، عمان: مكتبة الرائد العلمية.
31. العبدالله، احمد علي لمحمد، (1992). تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإداره العامة المركزية في الأردن، رسالة ماجستير - غير منشورة - الجامعة الأردنية، عمان.
32. عبيادات، محمد إبراهيم، (2010). التسويق المباشر والعلاقات العامة، (ط1)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
33. عبيادات، محمد، وأبو نصار، محمد، ومبغضين، عقله، (2006). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، (ط2)، عمان: دار وائل للطباعة والنشر.
34. عجوة، علي، (1983). الأسس العلمية للعلاقات العامة، ( ط 2)، القاهرة: عالم الكتب.

35. العرمومطي، مازن، (1984). العلاقات العامة والإعلان في الأردن - ملف اعمل ندوة العلاقات العامة في الأردن المداولات والأوراق والتوصيات 12 - 14/12/1981، عمان: المطبعة الوطنية.
36. عساف، عبد المعطي محمد، وصالح، محمد فالح، (2004). أسس العلاقات العامة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
37. العلاق، بشير، (2009). العلاقات العامة في الأزمات، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
38. عليان، ربحي مصطفى، والطوباسي، عدنان محمود، (2005). الاتصال والعلاقات العامة (ط1)، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
39. عنایة، غازی، (2008). منهجية إعداد البحث العلمي - بكالوريوس - ماجستير - دكتوراه، عمان: دار المناهج.
40. عوده، احمد سليمان، وملكاوي، فتحي حسن، (1992). أساليب البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، عناصر البحث، مناهجه، والتحليل الإحصائي لبياناته، (ط2)، اربد: مكتبة الكتاني.
41. غريب، غريب عبد السميم، (1996). الاتصال وال العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، إسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
42. غوشة، زكي راتب، (1984). العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة، (ط2)، عمان: مطبعة التوفيق.

43. الفيشاني، عبد الملك هلال احمد، (2000). تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية "دراسة ميدانية" ، رسالة ماجستير - غير منشورة- في الإدارة العامة، الجامعة الأردنية.
44. القضاة، عمر علي، 2004. تقويم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية، رسالة ماجستير في الإدارة العامة، جامعة مؤتة.
45. كشك، محمد بهجت، (د.ت). العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، إسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
46. منصور، تحسين، 1995. الرضا الوظيفي لدى مديري العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني، دراسة ميدانية -جامعة اليرموك- اربد.

**بـ. المراجع الأجنبية:**

1. Bahl, Sushil, Making PR Work, Wheeler Publishing, New Delhi, 1997.
2. Edward Lordan, Guidelines for Implementing New Technology in Public Relations, Public Relations Quarterly, Vol. 44, No.3, 1999.
3. Huse Edgare, Organization Development and Change, West Publishing Company, Minnesota, 1980.
4. Jefkins, Frank William, Planned Press and Public Relations, 3<sup>rd</sup> ed, Professional London, 1993.
5. Sailesh Senciupt, Management of Public Relations and communication, Vikas Publishing House pvtlt, D, New Delhi, 1997.
6. Scott Cutlip and Allen Center, Effective Public Relations. Prentic-Hall Inc., Englewood Cliffs. N.J. 1982.
7. Strenski James, Public Relations in the New Millennium, Public Relations Quarterly, Vol. 43, No. 3, 1998.

## الملحق

### ملحق رقم (1) كتاب الجامعة بالموافقة على رسالة الماجستير

<b>جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا</b>	<b>MIDDLE EAST UNIVERSITY FOR GRADUATE STUDIES</b>
Date	التاريخ: ٢٠٠٩/١٧/٢٠٠٩
Number:	الرقم: ٩٢٢ / ٨٧١
<b>قرار رقم (100) 2008/17/2009</b> <b>صادر عن اللجنة التنفيذية للدراسات العليا</b>	

<b>بناء على اجتماع اللجنة التنفيذية للدراسات العليا رقم (17) تاريخ 17/2/2009، فقد تقرر ما يلي:</b>  <b>الموافقة النهائية</b> على مشروع خطة رسالة الطالب <b>أحمد أمين محمد عتوم</b> صاحب الرقم <b>الجامعي 20060124</b> من كلية الآداب تخصص اعلام وعنوان الرسالة <b>باللغتين العربية و الانجليزية</b> : <b>أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة "دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية"</b> <i>The Importance of Communication Activities in the Function of Public Relation "An Empirical Study in Jordanian Ministries"</i>
---

بإشراف المشرف المنفرد الأستاذ الدكتور **يسير أبو عرجه**/ بقسم الإعلام في جامعة البتراء.

**عمادة الدراسات العليا**  
  
**أ.د. محمد مطر**

**نسخة**  
 عميد الكلية المعنى -  
 مدير القبول والتسجيل -

## ملحق رقم (2)

### كتاب الجامعة إلى دولة رئيس الوزراء الأكرم لتسهيل مهمة الباحث



جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا  
MIDDLE EAST UNIVERSITY FOR GRADUATE STUDIES

Date:

مكتب الرئيس

التاريخ: ٤/٤/٢٠٠٩

Number:

President Office

الرقم: ١٣٢٣/١٧

### دولة المهندس نادر الذهبي الأفخم

رئيس الوزراء

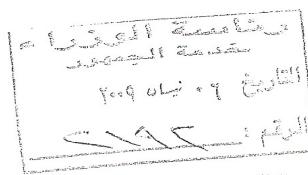
تحية طيبة وبعد ، ، ،

تهديكم جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا في عمان/الأردن  
تحياتها وتمنياتها الطيبة.

ونرجو من دولتكم التكرم بالإيعاز لمن يلزم بتسهيل مهمة الطالب أحمد  
أمين عثوم / ماجستير إعلام في توزيع استبانته لرسالة الماجستير المعنونة بـ  
"أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة - دراسة ميدانية في  
الوزارات الأردنية" على مراكز الوزارات في العاصمة عمان.

وتفضلاً دولتكم بقبول فائق الاحترام والتقدير ، ، ،

رئيس الجامعة  
  
أ.د. محمود مرعي



## ملحق رقم (3) أداة الدراسة المبدئية

الأخوة والأخوات موظفي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية المحترمين.  
**(الاستبانة) بصورتها المبدئية**

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

أرجو أن أضع بين أيديكم أسلمة استبانة للدراسة بعنوان (أهمية الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، من جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا/ عمان-الأردن.  
يرجى التكرم بالإجابة على جميع فقرات وأسئللة هذه الاستبانة بكل دقة وصدق وموضوعية، بما تعتقده واقعاً ملموسًا في الوزارة التي تعمل بها، وبشكل يسهم في رفع قيمة أهمية الدراسة، لكي تعود بفائدة على الباحث وعلى مديريات العلاقات العامة في الوزارات الأردنية، مؤكداً لكم بأن المعلومات التي ستذلون بها هي: لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، وسوف يتم تزويد وزارتك وإدارة العلاقات العامة فيها، بنسخة من الرسالة بعد إنجازها لتحقيق الفائدة المتواخدة منها. شاكرين ومقدرين لكم حسن تعاملكم.

الباحث: أحمد أمين محمد عتوم

الرجاء وضع اشارة ✓ أمام الايجابيات بالدرجة التي تتفق، مع وجة نظركم عن عملكم في العلاقات العامة في الوزارة الآتية:

الرقم	الفقرة	الكلمة	المعنى
١	٢	جداً	بدرجة عالٰية جداً
٢	٣	جيئ	بدرجة عالٰية
٣	٤	جيئ	بدرجة متوسطة
٤	٥	جيئ	بدرجة ضعيفة
٥	٦	جيئ	بدرجة ضعيفة جداً

أولاً: الأنشطة الاتصالية:

**يشترط في القائمين على العمل في العلاقات العامة بالوزارة وجود الصفات والخصائص والمواصفات الآتية للقيام بالأنشطة الاتصالية:**

#### **أ. صفات الشخصية المحبوبة لموظفي العلاقات العامة:**

- |     |  |
|-----|--|
| 1.  | القدرة على استعمال الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقتعة.           |
| 2.  | الإحساس العام مع جمهور الوزارة.  |
| 3.  | حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحيطة للوصول للحقائق وتفسيرها.           |
| 4.  | القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.                                 |
| 5.  | الاتزان أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع جيد عن الوزارة.       |
| 6.  | الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم. |
| 7.  | الموضوعية والتجدد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.                  |
| 8.  | الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.                             |
| 9.  | جانبية الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.                           |
| 10. | الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.                                      |
| 11. | الخيال الخصب في مواجهة المشكلات.                                       |
| 12. | الشجاعة في مواجهة المسؤولين بأخطائهم.                                  |
| 13. | بذل الجهد لنجاح المهام في الأوقات العدائية والأزمات.                   |

**بـ- خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي العلاقات العامة في الوزارة:**

- |  |    |
|--|----|
| التمتع بمهارة القراءة ومعرفة ما يوثر منها على الوزارة. | 14 |
| التمتع بمهارة الاستماع وفهم ما يقال من جمهور الوزارة.  | 15 |
| القدرة على الكتابة المعقّدة لجمهور الوزارة.            | 16 |
| القدرة على التخطاط مع جمهور الوزارة بالحديث الحذاب.    | 17 |

#### **جـ- مواصفات المستوى العلمي لموظف العلاقات العامة في الوزارة:**

- |   |     |
|---|-----|
| الإمام بعلم الصحافة                           | .18 |
| الإمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق | .19 |
| الإمام بعلم الإعلان                           | .20 |
| الإمام بعلم الاجتماع                          | .21 |
| الإمام بعلم القانون                           | .22 |
| الإمام بعلم السياسة                           | .23 |
| الإمام بعلم النفس                             | .24 |
| الإمام بعلم اللغات                            | .25 |
| الإمام بعلم التسويق                           | .26 |



الرقم	الفقرة	الكلمة المفتاحية					
.66	المشاركة في مناسبات الحياة العامة للمجتمع التي يشارك بها الجمهور.						
.67	خدمة المجتمع المحلي في المنطقة.						
.68	الزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل.						
.69	الزيارات الشخصية في المناسبات الاجتماعية.						
.70	الاجتماعات المقصودة والمنظمة لتحقيق أهداف معينة من الخبراء المجتمعية.						
.71	المقابلات التي تهدف لتحقيق غرض محدد ومخطط له.						
.72	المناقشات الرسمية وغير الرسمية بالأسلوب تلقائي مفتوح.						
	<b>د - وسائل الاتصال الجماعي:</b>						
.73	مجلة الوزارة.						
.74	صحف الحافظ الخاصة بالوزارة.						
.75	البيانات الصحفية والتي تصدر وقت الأزمات والكوارث وبعد المؤتمرات.						
.76	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية والكتيبات ذات العلاقة الوظيفية والمهنية بالوزارة.						
.77	وضع المصنفات الكبيرة- البافتات- في الأماكن العامة لجذب انتباه الجمهور.						
.78	الندوات.						
.79	ورش العمل.						
.80	المحاضرات.						
.81	الخطب الرسمية لنقل المعلومات للجمهور.						
.82	المؤتمرات.						
.83	المناظرات.						
.84	المعارض التي تعرف بالوزارة وبأنشطتها وإعلام الجمهور بخدماتها.						
.85	المتاحف الفنية.						
.86	الرحلات.						
.87	المعسكرات.						
.88	توزيع (الأقراص المدمجة والمرننة والفالش ميموري).						
.89	توزيع أشرطة الفيديو والكامسيت.						
.90	الرسائل القصيرة ورسائل الوسائط عبر الهاتف النقال.						
	<b>هـ - وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها العلاقات العامة في الوزارة:</b>						
.91	الصحف.						
.92	المجلات.						
.93	الإذاعة.						
.94	التلفزيون.						
.95	السينما.						
.96	المسرح.						
.97	الموقع الإعلامية الإلكترونية.						
	<b>أـ - أنواع الاتصال ودرجة تأثيرها على عمل العلاقات العامة بالوزارة:</b>						
.98	الاتصال الشخصي المباشر.						
.99	الاتصال الجماهيري.						
.100	الاتصال الجماعي.						
.101	الاتصال التفاعلي الذي يعتمد على تقنيات تكنولوجيا الاتصال المعاصرة.						
	<b>ثانياً: العلاقات العامة:</b>						
	<b>أهداف ووظائف العلاقات العامة في الوزارة تتمثل في الأمور الآتية:</b>						
.102	تبصير جمهور الوزارة بالمعلومات والمشكلات العامة المعاصرة والمتوقع حدوثها، للحصول على التغفية العكسية عن ردود فعل الجمهور واتجاهاته ورأيه العام.						
.103	تنمية الشعور القومي، لجمهور الوزارة.						

الرقم	الفقرة	النوع	الموضوع	القسم	الجهة	الدورة
104	شرح أهداف واتجاهات الدولة للجمهور.					
105	نقل وجهة نظر الجمهور إلى الهيئات والحكام، حتى تكون القوانين الجديدة قريبة إلى واقع الحياة.					
106	تزويد الجمهور بخطط وأهداف التنمية السكانية، وتحديد مدى المساهمة التي يمكن أن يقدمها جمهور الوزارة للارتفاع بمستوى الخدمات ومستوى تنفيذها.					
107	التعرف على خطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصائح لهم لتركتها.					
108	اظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الرؤوف والزوار.					
109	متابعة ما ينشر عن الوزارة بوسائل الإعلام ونقلها للإدارة وإعداد الردود عن الشكاوى بصدق.					
110	تزويد الرئيس المباشر بتقارير عن أعمال الوحدة وتنفيذ تعليماته.					
111	توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام وكالات الإعلان والمجلات والصحف.					
112	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.					
113	تخطيط وتنفيذ الإعلانات الصادرة عن الوزارة.					
114	رعاية العاملين في الوزارة، بخدمات اجتماعية وتربوية ورياضية وتحضان أسرى وعلاج طبي.					
115	تدعم العلاقات بين إدارة الوزارة والعاملين فيها لكسب ثقفهم وتوسيعهم لزيادة كفاءة الأداء.					
116	تسهيل مهمة الخبراء للقيام بزيارة الوزارة بما يتعلق بأعمال تخدم تنفيذ المشروعات والبحث العلمي.					
117	إعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم، ومتطلبات ضيافهم.					
118	متابعة إجراءات تأشيرات السفر الخاصة بموظفي الوزارة.					
119	ترجمة النشرات والأبحاث والمواضيع المهنية ذات العلاقة بأنشطة الوزارة.					
120	تنظيم مكتبة العلاقات العامة في الوزارة والإشراف عليها.					
121	الاهتمام بالأرشيف الإعلامي.					
122	إعداد متطلبات عقد الاتفاقيات وحفظها ومتابعة تنفيذها.					
123	الإشراف على عقد المورمات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهارات والمناجف.					
124	الإعداد لمشاركة الوزارة بالمعارض المحلية والدولية.					
125	إجراء الاحتفالات المناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية.					
126	تقديم التهاني المناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية.					
127	تقديم خدمة الاستعلامات عن الوزارة.					
128	متابعة ما يصل الوزارة من بريد الكتروني عبر شبكة الانترنت.					
129	الإشراف على موقع الوزارة الإلكتروني وتحديثه.					
130	الرد على المراسلات التي تصل العلاقات العامة.					
131	إنهاء بعض المعاملات الخاصة بمكتب الوزير.					
132	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.					
133	العمل على جذب الموظفين الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في الوزارة.					
134	متابعة الاشتراكات السنوية بالصحف اليومية وال أسبوعية والمجلات.					
135	<b>تقييمك لأداء وظيفة العلاقات العامة في الوزارة للأمور الآتية:</b>					
136	مؤهلات العاملين في العلاقات العامة في الوزارة مناسبة جداً.					
137	يتم تعيين موظفي العلاقات العامة حسب الوصف الوظيفي الموحد في الوزارة وديوان الخدمة المدنية.					
138	أداء خريجي الصحافة والإعلام/ تخصص العلاقات العامة والإعلان، أفضل في عمل العلاقات العامة من التخصصات الأخرى.					
139	تغير مفهومك للعلاقات العامة منذ التحالف بالعمل في الوزارة للأخرين.					
140	تؤدي العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للوزارة مع الوزير يزيد في أداء العمل.					
141	مشاركة العلاقات العامة باجتماعات الوزارة يزيد في تحسين أداء العمل.					
142	العلاقة الحسنة لموظفي العلاقات العامة في الإدارة نفسها تزيد في تحسين أداء العمل.					
143	العلاقة الحسنة لموظفي العلاقات العامة بموظفي الوزارة تزيد في تحسين أداء العمل.					
144	العلاقة الحسنة لموظفي العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي تزيد في تحسين أداء العمل.					
145	العلاقة الحسنة لموظفي العلاقات العامة مع وسائل الاتصال الجماهيري تزيد في تحسين أداء العمل.					

الرقم	الفقرة	الكلمات المفتاحية					
<b>سبب اختيارك للعمل في العلاقات العامة في الوزارة:</b>							
.146	حب التعرف على الآخرين.						
.147	الشهرة والارتقاء لممارسي العلاقات العامة في المجتمع.						
.148	تأثيري بالأشخاص العاملين بهذه المهنة.						
.149	إنها الفرصة الوحيدة التي أتيحت لي.						
.150	تم نقلني من دائرة أخرى للعمل في العلاقات العامة.						
.151	الموهبة والخبرات السابقة.						
.152	المؤهل العلمي الذي أحمله في الإعلام/ تخصص علاقات عامة.						
.153	الراتب الجيد والحوافز التي أحصل عليها في الوزارة.						
.154	الدورات التدريبية التي انساب للمشاركة بها داخلياً وخارجياً.						
.155	الأمان والاستقرار والرضا الوظيفي في العمل.						
.156	الإدارة العليا تقدر الأنشطة التي يقوم بها موظفو العلاقات العامة.						
<b>تواجهه العلاقات العامة في الوزارة الانتقادات الآتية:</b>							
.157	العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور.						
.158	العلاقات العامة لا تلتزم بالوعود للجمهور.						
.159	العلاقات العامة لا تحافظ على أسرار الوزارة.						
.160	العلاقات العامة تمنح الصحفيين الهدايا بقصد استغلالهم.						
.161	العلاقات العامة تقبل الهدايا من جمهور الوزارة.						
.162	العلاقات العامة تعم على المعلومات التي يجب أن تنشر لجمهور الوزارة.						
.163	لا يوجد وحدة إدارية في العلاقات العامة تعنى بالتطوير وإجراء البحوث والدراسات.						
.164	تستعين الوزارة بجهات خارجية للقيام بإجراء البحوث والدراسات.						
.165	العلاقات العامة لا تهتم بشكاوى واقتراحات جمهور الوزارة.						
.166	العلاقات العامة تخفي عيوب الوزارة وتضخم إيجابياتها.						
.167	العلاقات العامة تقوم بالاتصال باتجاه واحد من العلاقات العامة في الوزارة والى الجمهور.						
.168	العلاقات العامة لا تقوم بتحديث الموقع الإلكتروني للوزارة.						
.169	لا تتوافق كواين مؤهلة في العلاقات العامة.						
.170	لا تتوافق قوى عاملة كافية للعمل في العلاقات العامة.						
.171	لا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات الممارسين في عمل العلاقات العامة.						
.172	الإدارة لا تفهم طبيعة عمل العلاقات العامة.						
.173	الدعم المالي المخصص للعلاقات العامة في الوزارة غير كاف للقيام بواجباتها.						
.174	عمل العلاقات العامة في الوزارة روتيني ومتكرر عليه ولا يحتاج لخطيط.						
.175	لا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة فريق متخصص بإدارة الأزمات.						
.176	ترتكز الوزارة على الأنشطة الإدارية أكثر من الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة.						
.177	نشر المواد الإعلامية عبر وسائل الاتصال، بشكل غير مقبول ومختصر جداً عن الوزارة.						
.178	المندوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتنظيم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة.						
.179	يتم تعين موظفي العلاقات العامة في الوزارة بالواسطة.						
.180	العلاقات العامة لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة.						
.181	الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام، خارج دائرة العلاقات العامة.						
<b>دور العلاقات العامة عند حدوث الأزمة في الوزارة:</b>							
.182	المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام.						
.183	تخصص العلاقات العامة في الوزارة قاعة مناسبة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية.						
.184	تقوم العلاقات العامة بتنسمية ناطق رسمي واحد باسم الوزارة.						
.185	تقوم العلاقات العامة بإبلاغ الإدارة العليا في الوزارة أولاً بأول عن تطورات الأزمة.						
.186	تقوم العلاقات العامة بإبلاغ وسائل الإعلام أولاً بأول عن تطورات الأزمة.						
.187	تقوم العلاقات العامة بالتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها.						



## ملحق رقم (4)

### الاستبانة النهائية

#### (الاستبانة) بصورتها النهائية

#### الأخوة والأخوات موظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية المحترمين.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

أرجو أن أضع بين أيديكم أستنلة استبانة للدراسة بعنوان (**أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية**)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، من جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا/ عمان-الأردن، بهدف دراسة واقع عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية.

يرجى التكرم بالإيجابة على جميع فقرات وأسئلة هذه الاستبانة بكل دقة وصدق وموضوعية، بما تعتقد واقعاً ملمساً في الوزارة التي تعمل بها، وبشكل يسهم في رفع قيمة أهمية الدراسة، لكي تعود بفائدة على الباحث وعلى إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية، موكداً لكم بأن المعلومات التي ستدلون بها هي: لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، وسوف يتم تزويد وزارتك وإدارة العلاقات العامة والإعلام فيها، بنسخة من الرسالة بعد إنجازها لتحقيق الفائدة المتواخة منها. شاكرين ومقدرين لكم حسن تعاملكم.

الباحث: أحمد أمين محمد عتم

الرجاء وضع إشارة (✓) أمام الإجابات بالدرجة التي تتفق مع وجهة نظركم عن عملكم في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأسئلة الآتية:

الفرقة	الرقم
<b>أولاً: الأنشطة الاتصالية:</b>	
يشترط في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة وجود الصفات والخصائص والمواصفات الآتية للقيام بالأنشطة الاتصالية:	
أ- صفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام:	.
القدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة.	1.
الإحساس العام مع جمهور الوزارة.	2.
حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحبوطة للوصول للحقائق وتفسيرها.	3.
القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.	4.
الاتزان أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع جيد عن الوزارة.	5.
الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.	6.
الموضوعية والتجدد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.	7.
الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.	8.
جاذبية الوجه التي تناسب مع القوام والهندام.	9.
الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.	10.
الخجل الخصب في مواجهة المشكلات.	11.
الشجاعة في مواجهة المسؤولين باخطائهم.	12.
بذل الجهد لنجاح المهام في الأوقات العادلة والآزمات.	13.
<b>ب- خصائص المقرر المقدمة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:</b>	
التمتع بمهارة القراءة ومعرفة ما يؤثر منها على الوزارة.	14.
التمتع بمهارة الاستماع وفهم آراء جمهور الوزارة.	15.
القدرة على الكتابة المقنعة لجمهور الوزارة.	16.
القدرة على التخاطب مع جمهور الوزارة بالحديث الجذاب والمنظفي والمفهوم.	17.
<b>ج- مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:</b>	
الإمام بعلم الصحافة	18.
الإمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق	19.
الإمام بعلم الإعلان	20.
الإمام بعلم الاجتماع	21.
الإمام بعلم القانون	22.

الرقم	الفقرة	الى						
.23	الإمام يعلم السياسة							
.24	الإمام يعلم النفس							
.25	الإمام يعلم اللغات							
.26	الإمام يعلم التسويق							
.27	الإمام يعلم الاقتصاد							
.28	الإمام يعلم الإدارة							
.29	الإمام يعلم الإحصاء							
.30	الإمام يعلم الحاسوب							
.31	الإمام بمنهجية البحث العلمي							
.32	الإمام بفن التصوير							

**د- الصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة والإعلام بالوزارة:**

.33	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالوزارة.
.34	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق الأهداف.
.35	القدرة على شراكة العاملين معه لمساعدة بتطوير العمل وحل المشكلات.
.36	القدرة على النقد الذاتي ومساءلة النفس.
.37	القدرة على رد الانتقادات التي تواجه الوزارة.
.38	القدرة على تقبل الفشل لبعض الأعمال التي يقوم بها في الوزارة.
.39	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.
.40	القدرة على إجاده فن القيادة واستخدام السلطات الممنوحة له واتخاذ القرارات.
.41	القدرة على تنظيم مهام إدارة العلاقات العامة والإعلام.
.42	القدرة على الإفادة من الموارد المتاحة في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.
.43	القدرة على تنظيم الوقت.
.44	القدرة على إقامة اتصالات فاعلة مع مروسيه وروسانه وقاده الرأي والإعلام.
.45	أن يكون قدوة حسنة لزملائه.
.46	العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة.
.47	الحس الفني باستخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في المجال المناسب لها.
.48	الولاء والرضا بعمله في الوزارة.
.49	معرفة التشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة.

تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية الآتية:

**أ- الاتصال الشخصي غير المباشر:**

.50	الهاتف الأرضي.
.51	التغراف.
.52	التلكس.
.53	الفاكس.
.54	البرقيات.
.55	الرسائل.
.56	الدواير التلفزيونية المفلقة.
.57	اتصالات الحاسوب الإلكتروني (البريد الإلكتروني، والاتصال: المكتوب، والمرئي، والمسموع).

**ب- الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية":**

.58	التقارير التي تقدم حول موضوع معين مع ذكر الاقتراحات والنتائج.
.59	المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي وللحصول على المعلومات.
.60	الخطابات والرسائل.
.61	لوحات الإعلانات الداخلية.
.62	مقترحات الموظفين التي تقدم لتطوير العمل.

الرقم	الفقرة	الكلمات المفتاحية	الترجمة الفنية	الترجمة العربية	الترجمة الفنية				
.63	الاستمرارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.								
<b>ج - الاتصال الشخصي المباشر:</b>									
.64	الاتصال المباشر بقادة الرأي في المجتمع.								
.65	المشاركة في الأنشطة والمسابقات العامة للمجتمع.								
.66	المشاركة في مناسبات الحياة العامة للمجتمع التي يشارك بها الجمهور.								
.67	خدمة المجتمع المحلي في المنطقة.								
.68	الزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل.								
.69	الزيارات الشخصية في المناسبات الاجتماعية.								
.70	الاجتماعات المقصودة والمنظمة لتحقيق أهداف معينة من الخبرات المجتمعية.								
.71	المقابلات التي تهدف لتحقيق غرض محدد ومحظوظ له.								
.72	المناقشات الرسمية وغير الرسمية باسلوب تلقائي مفتوح								
<b>د - وسائل الاتصال الجماعي:</b>									
.73	مجلة الوزارة.								
.74	صحف الحافظ الخاصة بالوزارة.								
.75	بيانات الصحفية والتي تصدر وقت الأزمات والكوارث وبعد المؤتمرات.								
.76	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية والكتيبات ذات العلاقة الوظيفية والمهنية بالوزارة.								
.77	وضع الملصقات الكبيرة - اليافطات - في الأماكن العامة لجذب انتباه الجمهور.								
.78	الندوات.								
.79	ورش العمل.								
.80	المحاضرات.								
.81	الخطب الرسمية لنقل المعلومات للجمهور.								
.82	المؤتمرات.								
.83	المناظرات.								
.84	المعرض الذي تعرف بالوزارة وبلائحتها وإعلام الجمهور بخدماتها.								
.85	المتحاف الفنية.								
.86	الرحلات.								
.87	المعسكرات.								
.88	توزيع (الأقراص المدمجة والمرئية وال فلاش ميموري).								
.89	توزيع أشرطة الفيديو والكاميرا.								
.90	الرسائل القصيرة ووسائل الواصلات عبر الهاتف النقال.								
<b>ه - وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:</b>									
.91	الصحف.								
.92	المجلات.								
.93	الإذاعة.								
.94	التلفزيون.								
.95	السينما.								
.96	المسرح.								
.97	الموقع الإعلامي الإلكتروني.								
<b>ثانياً: العلاقات العامة:</b>									
<b>أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تتمثل في الأمور الآتية:</b>									
.98	تبصير جمهور الوزارة بالمعلومات والمشكلات العامة المعاصرة والمتوقعة حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعل الجمهور واتجاهاته ورأيه العام.								
.99	تنمية الشعور القومي لجمهور الوزارة.								
.100	شرح أهداف واتجاهات الدولة للجمهور.								

الرقم	الفقرة	تفصيل	التوصيات	النوعية	المنطقة	الجهة	الكلمة
.101	نقل وجهة نظر الجمهور إلى الهيئات والحكام، حتى تكون القوانين الجديدة قريبة إلى واقع الحياة.						
.102	تزويد الجمهور بخطط وأهداف التنمية السكانية، وتحديد مدى المساهمة التي يمكن أن يقدمها جمهور الوزارة لارتفاع مستوى الخدمات ومستوى تنفيذها.						
.103	التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصائح لهم لتركها.						
.104	إظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار.						
.105	متابعة ما ينشر عن الوزارة بوسائل الإعلام ونقلها للإدارة وإعداد الردود عن الشكاوى بصدق.						
.106	تزويد الرئيس المباشر بتقرير عن أعمال الوحدة وتنفيذ تعليماته.						
.107	توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام ووكالات الإعلان والمجلات والصحف.						
.108	إعداد المواد الإعلامية وإصداراتها.						
.109	تخطيط وتنفيذ الإعلانات الصادرة عن الوزارة.						
.110	رعاية العاملين في الوزارة، بخدمات اجتماعية وترويجية ورياضية وتضامن أسري وعلاج طبي.						
.111	تدعم العلاقات بين إدارة الوزارة والعاملين فيها للكسب ثقفهم وتوسيعهم لزيادة كفاءة الأداء.						
.112	تسهيل مهمة الخبراء للقيام بزيارة الوزارة بما يتعلق بأعمال تخدم تنفيذ المشروعات والبحث العلمي.						
.113	إعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم، ومتطلبات ضيافتهم.						
.114	متابعة إجراءات تأشيرات السفر الخاصة بموظفي الوزارة.						
.115	ترجمة النشرات والأبحاث والمواضيع المهنية ذات العلاقة بالشطة الوزارة.						
.116	تنظيم مكتبة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة والإشراف عليها.						
.117	الاهتمام بالأرشيف الإعلامي.						
.118	إعداد متطلبات عقد الاتفاقيات وحفظها ومتتابعة تنفيذها.						
.119	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف.						
.120	الإعداد لمشاركة الوزارة بالمعارض المحلية والدولية.						
.121	إجراء الاحتفالات المناسبات الدينية والقومية والوطنية.						
.122	تقديم التهاني المناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية.						
.123	تقديم خدمة الاستعلامات عن الوزارة.						
.124	متابعة ما يصل الوزارة من بريد الكتروني عبر شبكة الانترنت.						
.125	الإشراف على موقع الوزارة الإلكتروني وتحديثه.						
.126	الرد على المراسلات التي تصل إدارة علاقات العامة والإعلام.						
.127	ابنهء بعض المعاملات الخاصة بمكتب الوزير.						
.128	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.						
.129	العمل على جذب الموظفين الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في الوزارة.						
.130	متابعة الاشتراكات السنوية بالصحف اليومية وال أسبوعية والمجلات.						

#### تقييمك لأداء وظيفة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأمور الآتية:

.131	مؤهلات العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مناسبة جدا.						
.132	يتم تعين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام حسب الوصف الوظيفي الموحد في الوزارة وديوان الخدمة المدنية.						
.133	أداء خريجي الصحافة والإعلام/ تخصص العلاقات العامة والإعلان، أفضل في عمل العلاقات العامة والإعلام من التخصصات الأخرى في الوزارة.						
.134	تغير مفهومك للعلاقات العامة والإعلام منذ التحاقك بالعمل في الوزارة للأحسن.						
.135	تؤدي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة أنشطتها بشكل ممتاز.						
.136	ارتباط إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي للوزارة مع الوزير يزيد في أداء العمل.						
.137	مشاركة إدارة العلاقات العامة والإعلام باجتماعات الوزارة يزيد في تحسين أداء العمل.						
.138	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة نفسها تزيد في تحسين أداء العمل.						
.139	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام بموظفي الوزارة تزيد في تحسين أداء العمل.						
.140	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع الجمهور الخارجي تزيد في تحسين أداء العمل.						

الرقم	الفقرة	الكلمة	معنى الكلمة	نوع الكلمة	المعنى
141.	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع وسائل الاتصال الجماهيري تزيد في تحسين أداء العمل.				
<b>سبب اختيارك للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:</b>					
142.	حب التعرف على الآخرين.				
143.	الشهرة والارتفاع لممارسي العلاقات العامة والإعلام في المجتمع.				
144.	تأثيرى بالأشخاص العاملين بهذه المهنة.				
145.	إنها الفرصة الوحيدة التي أتيحت لي.				
146.	تم نقلي من دائرة أخرى للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
147.	الموهبة والخبرات السابقة.				
148.	المؤهل العلمي الذي أحمله في الإعلام/ تخصص علاقات عامّة.				
149.	الراتب الجيد والحوافز التي أحصل عليها في الوزارة.				
150.	الدورات التدريبية التي انساب للمشاركة بها داخلياً وخارجياً.				
151.	الأمان والاستقرار والرضا الوظيفي في العمل.				
152.	الإدارة العليا تقدر الأنشطة التي يقوم بها موظفو إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
<b>تواجه إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الانتقادات الآتية:</b>					
153.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور.				
154.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تلتزم بالوعود للجمهور.				
155.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تحافظ على أسرار الوزارة.				
156.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تمنع الصحفيين الهادئين بقصد استغلالهم.				
157.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقلل الهدايا من جمهور الوزارة.				
158.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تعتمد على المعلومات التي يجب أن تنشر لجمهور الوزارة.				
159.	لا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تغنى بالتطوير وإجراء البحث والدراسات.				
160.	تستعين الوزارة بجهات خارجية لقيام بإجراء البحث والدراسات.				
161.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تهتم بشكاوى واقتراحات جمهور الوزارة.				
162.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تخفي عيوب الوزارة وتضخم إيجابياتها.				
163.	الاتصال يكون باتجاه واحد من إدارة العلاقات العامة والإعلام والجمهور.				
164.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تقوم بتحديث الموقع الإلكتروني للوزارة.				
165.	لاتتوافق كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
166.	إدارة العلاقات العامة مقصولة إدارياً وعملياً ومكانياً عن الإعلام في الوزارة.				
167.	لا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
168.	الإدارة لا تفهم طبيعة عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
169.	الدعم المالي المخصص لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة غير كاف للقيام بواجباتها.				
170.	عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة روتيني ومتكرر عليه ولا يحتاج لخطيط.				
171.	لا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة والإعلام فريق متخصص بإدارة الأزمات.				
172.	وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بنشر المواد الإعلامية بشكل غير مقبول ومخضر جداً عن الوزارة.				
173.	المندوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتفصيل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة.				
174.	يتم تعين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة روتيني ومتكرر عليه ولا يحتاج لخطيط.				
175.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة.				
176.	الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام، بدوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام.				
<b>دور إدارة العلاقات العامة والإعلام عند حدوث الأزمة في الوزارة:</b>					
177.	المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام.				
178.	إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تخصص قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية.				
179.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بتسمية ناطق رسمي واحد باسم الوزارة.				
180.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم ببيان الإدارية الطيبة في الوزارة أولاً بأول عن تطورات الأزمة.				

الرقم	الفقرة	
181.	ادارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بإبلاغ وسائل الإعلام أولاً بأول عن تطورات الأزمة.	
182.	ادارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بالتأكد من دقة جميع المعلومات قبل التصريح بها.	
183.	تحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معنى بالأزمة.	
184.	الحضر من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى واتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك.	
185.	المحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة.	
186.	تحديث خطة إجراءات الطوارئ بشكل مستمر.	
187.	تغريغ فريق إدارة الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة.	
تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الوظائف الاتالية الآتية:		
188.	إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات.	
189.	التنمية الاجتماعية والالتزام بأساليب الجماعة.	
190.	الحفظ والمنافسة الشريفة الهادفة لمحاكاة المميزين في المجتمع.	
191.	المناقشة وال الحوار طرح الآراء.	
192.	التعليم ونشر المعرفة الإنسانية الهادفة وتعديها.	
193.	نشر الإبداع الفني والتثقيفي وحفظ التراث وتطويره.	
194.	الترفيه والترويح عن المجتمع.	
195.	التقارب الاجتماعي والتزود بأخبار الآخرين والشعور معهم.	
196.	تنشيط الصناعات والاقتصاد والتجارة من خلال الإعلان.	
197.	القيام بوظيفة الرقابة داخل الوزارة لحماية المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة.	

### ثالثاً: المعلومات العامة - الخصائص الديموغرافية:-

اسم الوزارة:

1. مسمى جهاز العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:  مديرية  إدارة  وحدة  قسم
2. الجنس:  ذكر  أنثى
3. الحالة الاجتماعية:  متزوج  متزوج مطلق
4. العمر:  أقل من 25 سنة  25-35  من 35-45  أقل من 45  45-55  55 سنة فأكثر
5. الوظيفة الحالية:  مدير  رئيس قسم  موظف
6. سنوات الخبرة:  أقل من 3  من 3 إلى أقل من 6  من 6 إلى أقل من 9  من 9 إلى أقل من 12  12 فأكثر
7. التحصيل الأكاديمي:  ثانوية عامة  بكالوريوس  دبلوم عالي  ماجستير فأعلى
8. التخصص الأكاديمي:  صحافة / علاقات عامّة وإعلان  صحافة / تحرير  غير ذلك حده
9. مكان السكن:  عمان العاصمة  محافظة أخرى، حدها
10. الدخل الشهري بالدينار الأردني:  أقل من 300  300 - 449  449 - 599  599 - 600  600 - 750  750 فأكثر
11. في رأيك، ما أهم الاقتراحات لرفع مستوى عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟
- 1  
-2  
-3  
-4  
-5

**ملحق رقم (5)**  
**قائمة بأسماء محكمي الاستبانة**

الرقم	الرتبة العلمية	الاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ. د	صالح أبو إصبع	إعلام	مساعد رئيس جامعة فيلادلفيا للشؤون الإدارية والمالية.
2	أ. د	محمد هاشم السلعوس	إعلام	جامعة اليرموك / كلية الإعلام.
3	أ. د	أحمد سليمان عوده	تربيه/قياس وتقدير	جامعة اليرموك / كلية التربية.
4	أ. د	عط الله الرحمن	إعلام	جامعة جدارا/ قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
5	أ. د	أحمد فليح	لغة عربية	جامعة جرش الأهلية/ رئيس قسم اللغة العربية.
6	د	نعمان بكر	إعلام	جامعة جدارا/ رئيس قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
7	د	وليد عمشه	إعلام	جامعة جدارا/ قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال/ رئيس تحرير وكالة الأنباء السورية (ناسا) ومحل إحصائي.
8	د	علي نجادات	إعلام	جامعة اليرموك / كلية الإعلام.
9	د	غالب شطناوي	إعلام/ علاقات عامة	جامعة اليرموك / كلية الإعلام.
10	د	راضي نواصره	لغة عربية	متقاعد من جامعة اليرموك.
11	د	أمجد أبو جدي	تربيه/ علم نفس	جامعة عمان الأهلية ( محل إحصائي).
12	د	طارق هاشم	إدارة أعمال	جامعة فيلادلفيا ( محل إحصائي).
13	د	أحمد الهزارمه	إدارة أعمال	جامعة جرش الأهلية / إدارة الأعمال.
14	د	سامي الفياض	إدارة أعمال	جامعة جرش الأهلية/ إدارة الأعمال.
15	د	نضال الشريفين	تربيه/ علم نفس	جامعة اليرموك/ كلية التربية

**ملحق رقم (6)**

**رسالة إلى رئيس ديوان الخدمة المدنية**

**بسم الله الرحمن الرحيم**

**عطوفة رئيس ديوان الخدمة المدنية الأكرم**

**عناء السيد خالد غرابيه / مدير العلاقات العامة المحتشم**

**السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد...**

فأرجو العلم بأنني أقوم بدراسة لمرحلة الماجستير في الإعلام بعنوان "أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية"- بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا/عمان - الأردن.

راجيا عطوفتكم التكرم بتزويدي بأعداد المتقدمين لديوان الخدمة المدنية من خريجي الصحافة والإعلام و透過هم الفرعية (علاقات عامة وإعلان، وتحرير صحفي، وإذاعة وتلفزيون) حسب السنوات السابقة، والذين لم يتم تعيينهم لغاية الآن.

شاكرين ومقدرين حسن تعاونكم  
وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

**الطالب**

**أحمد أمين محمد عتوم**

**جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا**

**2010/1/10 م**

**ملاحظة: أرجو تعبئة المطلوب حسب الكشف المرفق لطفا.**

**ديوان الخدمة المدنية**

**كشف يبين أعداد المتقدمين لطلب وظيفة  
منذ سنة 1985-2010 م من تخصص الصحافة والإعلام**

إذاعة وتلفزيون	تحرير صحفي	علاقات عامة وإعلان	التخصص
			السنة
			1985
			1986
			1987
			1988
			1989
			1990
			1991
			1992
			1993
			1994
			1995
			1996
			1997
			1998
			1999
			2000
			2001
			2002
			2003
			2004
			2005
			2006
			2007
			2008
			2009
			2010
			المجموع

### ملحق رقم (7)

## كشف ديوان الخدمة المدنية بأعداد المتقدمين للتعيين في تخصص الصحافة والإعلام، خريجي الأعوام من 2000-2009

أعداد المتقدمين والمعينين خلال الأعوام (2000-2009) من تخصص الصحافة والإعلام

السنة	التخصص الدقيق	الجنس	المؤهل	عدد المتقدمين	عدد المعينين
2000	إعلام	أنثى	بكالوريوس	2	0
2000	إعلام	ذكر	بكالوريوس	3	0
2000	إعلام	ذكر	دكتوراه	1	0
2000	صحافة وإعلام	أنثى	بكالوريوس	47	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	بكالوريوس	54	1
2000	صحافة وإعلام	أنثى	دبلوم	12	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	دبلوم	12	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	دكتوراه	2	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	ماجستير	2	0
2000	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	أنثى	بكالوريوس	22	0
2000	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	ذكر	بكالوريوس	22	0
2000	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	أنثى	بكالوريوس	16	0
2000	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	ذكر	بكالوريوس	36	1
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	أنثى	بكالوريوس	86	0
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	بكالوريوس	114	3
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	دكتوراه	2	0
<b>المجموع</b>					
2001	إعلام	أنثى	بكالوريوس	2	0
2001	إعلام	ذكر	بكالوريوس	6	0
2001	إعلام	ذكر	دكتوراه	1	0
2001	صحافة وإعلام	أنثى	بكالوريوس	60	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	بكالوريوس	62	1
2001	صحافة وإعلام	أنثى	دبلوم	13	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	دبلوم	12	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	دكتوراه	2	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	ماجستير	3	0
2001	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	أنثى	بكالوريوس	23	0
2001	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	ذكر	بكالوريوس	22	0
2001	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	أنثى	بكالوريوس	21	0
2001	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	ذكر	بكالوريوس	44	0
2001	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	أنثى	بكالوريوس	95	0
2001	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	بكالوريوس	118	0
<b>المجموع</b>					
2001				486	1

0	2	بكالوريوس	أنثى	إعلام	2002
0	8	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2002
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2002
0	1	دكتوراه	ذكر	إعلام	2002
0	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2002
0	1	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2002
0	77	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2002
1	79	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2002
0	13	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2002
0	12	دبلوم	ذكر	صحافة وإعلام	2002
0	2	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام	2002
0	3	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام	2002
0	30	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2002
1	19	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2002
0	28	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2002
0	48	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2002
0	105	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2002
2	125	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2002
0	2	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2002
0	1	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2002
4	558			المجموع	
0	3	بكالوريوس	أنثى	إعلام	2003
0	10	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2003
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2003
0	1	دكتوراه	ذكر	إعلام	2003
0	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2003
0	3	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2003
0	91	بكالوريوس	أنثى	صحفه وإعلام	2003
0	102	بكالوريوس	ذكر	صحفه وإعلام	2003
0	14	دبلوم	أنثى	صحفه وإعلام	2003
0	12	دبلوم	ذكر	صحفه وإعلام	2003
0	2	دكتوراه	ذكر	صحفه وإعلام	2003
0	3	ماجستير	ذكر	صحفه وإعلام	2003
0	32	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2003
1	20	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2003
0	31	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2003
1	54	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2003
1	107	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2003
3	124	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2003
0	2	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2003
0	1	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2003
6	614			المجموع	
0	8	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2004
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2004

0	1	ماجستير	ذكر	إعلام	2004
1	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2004
0	2	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2004
0	1	ماجستير	أنثى	صحافة / صحفة الانترنت	2004
1	66	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2004
0	75	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2004
0	4	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2004
0	6	دبلوم	ذكر	صحافة وإعلام	2004
0	2	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام	2004
0	26	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2004
2	15	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2004
0	22	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2004
0	34	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2004
3	82	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2004
7	81	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2004
1	1	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2004
15	428			المجموع	
0	9	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2005
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2005
1	2	ماجستير	ذكر	إعلام	2005
0	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2005
0	4	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2005
0	1	ماجستير	أنثى	صحافة / صحفة الانترنت	2005
1	74	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2005
1	79	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2005
0	4	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2005
0	7	دبلوم	ذكر	صحافة وإعلام	2005
0	1	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام	2005
1	2	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام	2005
0	31	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2005
1	13	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	2005
0	28	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2005
0	39	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2005
0	1	دكتوراه	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2005
0	89	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2005
3	81	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2005
8	467			المجموع	
0	1	بكالوريوس	أنثى	إعلام	2006
0	8	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2006
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2006
2	2	ماجستير	ذكر	إعلام	2006
0	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2006
0	4	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2006
0	1	ماجستير	أنثى	صحافة / صحفة الانترنت	2006

0	83	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2006
1	73	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2006
0	4	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2006
0	9	دبلوم	ذكر	صحافة وإعلام	2006
0	1	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام	2006
0	1	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام	2006
0	33	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفى	2006
0	13	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفى	2006
1	34	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2006
2	40	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2006
0	1	دكتوراه	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2006
2	96	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2006
8	81	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2006
16	487			المجموع	
0	4	بكالوريوس	أنثى	إعلام	2007
1	9	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2007
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2007
0	1	بكالوريوس	أنثى	الصحافة وعلوم الأخبار	2007
0	1	بكالوريوس	أنثى	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2007
0	4	بكالوريوس	ذكر	صحافة / اتصال وعلاقات عامة	2007
2	84	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2007
1	72	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2007
0	4	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2007
0	9	دبلوم	ذكر	صحافة وإعلام	2007
0	1	دكتوراه	ذكر	صحافة وإعلام	2007
0	2	ماجستير	ذكر	صحافة وإعلام	2007
0	33	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفى	2007
0	14	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفى	2007
1	37	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2007
0	41	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2007
1	1	دكتوراه	أنثى	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	2007
2	98	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2007
3	76	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	2007
11	492			المجموع	
0	5	بكالوريوس	أنثى	إعلام	2009
0	9	بكالوريوس	ذكر	إعلام	2009
0	1	دبلوم	ذكر	إعلام	2009
0	1	بكالوريوس	أنثى	الصحافة وعلوم الأخبار	2009
0	1	بكالوريوس	ذكر	دراسات الاتصال	2009
0	2	بكالوريوس	أنثى	صحافة/اتصال وعلاقات عامة	2009
0	2	بكالوريوس	ذكر	صحافة/اتصال وعلاقات عامة	2009
0	90	بكالوريوس	أنثى	صحافة وإعلام	2009
0	66	بكالوريوس	ذكر	صحافة وإعلام	2009
0	5	دبلوم	أنثى	صحافة وإعلام	2009

<b>0</b>	<b>10</b>	<b>دبلوم</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>دكتوراه</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>ماجستير</b>	<b>أنثى</b>	<b>صحافة وإعلام</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>ماجستير</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>32</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>أنثى</b>	<b>صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي</b>	<b>2009</b>
<b>1</b>	<b>17</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>50</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>أنثى</b>	<b>صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>41</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون</b>	<b>2009</b>
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>دبلوم</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون</b>	<b>2009</b>
<b>3</b>	<b>100</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>أنثى</b>	<b>صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان</b>	<b>2009</b>
<b>2</b>	<b>71</b>	<b>بكالوريوس</b>	<b>ذكر</b>	<b>صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان</b>	<b>2009</b>
<b>6</b>	<b>507</b>			<b>المجموع</b>	

**2008**

التصص	المؤهل	طلبات ذكور	طلبات إناث	مجموع	معينين ذكور	معينين إناث	مجموع	مجموع	مجموع	مجموع
صحافة وإعلام	جامعي	76	86	162	5	3	8			
صحافة وإعلام	دبلوم	10	4	14	0	0	0			
إعلام	جامعي	10	4	14	0	0	0			
إعلام	دبلوم	1	0	1	0	0	0			
صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	جامعي	43	38	81	4	1	5			
صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	دبلوم	1	0	1	0	0	0			
صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	جامعي	17	38	55	0	2	2			
صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	جامعي	77	98	175	3	3	6			
صحافة / اتصال وعلاقات عامة	جامعي	3	1	4	0	0	0			
الصحافة وعلوم الأخبار	جامعي	0	1	1	0	0	0			

## ملحق رقم (8)

### مدونة سلوك لعلاقة الحكومة مع الإعلام: منع الاسترضاء والمهادنة

عمان - بتراء - أقر مجلس الوزراء في الجلسة التي عقدها أمس مدونة قواعد السلوك لعلاقة الحكومة مع وسائل الإعلام.

وجاءت هذه المدونة انطلاقاً من المبادئ التي اقرها الدستور والقوانين الناظمة لممارسة مهنة الصحافة واستناداً إلى الرؤية الملكية للإعلام التي أكدت ضمان حرية الصحافة وحقها في العمل بمهنية واستقلالية.

وجاءت المدونة كذلك انسجاماً مع بنود ميثاق الشرف الصحفي لنقابة الصحفيين والمعايير المهنية الصحفية المعتمدة عالمياً وهي تأتي في إطار التزام الحكومة بتنفيذ ما ورد في كتاب التكليف السامي باتخاذ جميع الخطوات الالزمة لضمان حرية التعبير وفسح المجال أمام الإعلام المهني الحر المستقل لممارسة دوره ركيزة أساسية في مسيرة التنمية الوطنية.

وفي ما يلي نص هذه المدونة:

- مدونة قواعد السلوك لعلاقة الحكومة مع وسائل الإعلام :

- انطلاقاً من المبادئ التي أقرها الدستور والقوانين الناظمة لممارسة مهنة الصحافة، واستناداً إلى الرؤية الملكية للإعلام التي أكدت على ضمان حرية الصحافة وحقها في العمل بمهنية واستقلالية، وانسجاماً مع بنود ميثاق الشرف الصحفي لنقابة الصحفيين والمعايير المهنية الصحفية المعتمدة عالمياً، وتأسساً على كتاب الرد على كتاب التكليف السامي وتأكيده التزام الحكومة بأهمية دور وسائل الإعلام بمختلف أصنافها المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية وغيرها وضرورات العمل بحرية واستقلالية، وتعهدها بأن تبني علاقتها مع وسائل الإعلام على أساس التواصل واحترام دور هذه الوسائل وحقها في الحرية والاستقلالية وفي الحصول على المعلومة وفق أحكام التشريعات النافذة.

- تعلن الحكومة ما يلي :

(1) الالتزام باتخاذ كل الإجراءات الالزمة لضمان حرية التعبير وحق وسائل الإعلام العمل بحرية واستقلالية.

(2) الامتناع عن أية ممارسات مغلوطة تتم في إطار الاسترضاء والمهادنة بسبب الخوف من الابتزاز أو سعيه وراء الشعبيّة الآنية بما في ذلك تقديم الحوافر المالية أو العينية التي تستهدف التأثير على الصحفيين أو وسائل الإعلام والعمل على إخضاع أي ممارسة لا

تنسجم مع القوانين ومع ميثاق الشرف الصحفي المعتمد من نقابة الصحفيين الأردنيين ومع بنود هذه المدونة للمساءلة القانونية.

- (3) اتخاذ ما يلزم لضمان عدم استخدام الاشتراكات في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى للتأثير على حرية الصحافة أو على استقلالية المؤسسات الصحفية. ولتحقيق هذه الغاية، ستتوقف كل الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية العامة والبلديات عن الاشتراك المباشر في الصحف، وسيتم تلبية حاجات الوزارات والدوائر والمؤسسات عن طريق الشراء المباشر من السوق وفق معايير واضحة يقرها مجلس الوزراء وبما يضمن عدم التأثير على وسائل الإعلام من جهة والحفاظ على المال العام من جهة أخرى.
- (4) ربط الإعلانات بمعايير مهنية إذ سيقوم وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال بعميم هذه المعايير على الوزارات والمؤسسات بحيث لا تستخدم هذه الإعلانات وسيلة للتأثير في استقلالية وسائل الإعلام وبما يضمن ثبات الجدولى من إتفاق المال العام.
- (5) تلتزم الحكومة بعدم تعيين أي صحفي أو أي شخص عامل في أي وسيلة إعلامية في أي دائرة حكومية أو مؤسسة رسمية أو عامة أو بلدية وذلك حفاظاً على استقلالية وسائل الإعلام بما يمكنها من أداء دورها ومنعاً لأي تضارب في المصالح، وسيكون التفرغ الكامل شرطاً للتعيين في دوائر الحكومة ومؤسساتها وفي البلديات بما في ذلك وظائف المستشارين والناطقيين الإعلاميين في الوزارات والمؤسسات الرسمية العامة والبلديات، وتلتزم الحكومة بعدم الحصول على خدمات من الصحفيين بشكل دائم أو مؤقت مقابل أي مكافأة مادية.
- (6) الاهتمام بما تنشره وسائل الإعلام ومتابعته والأخذ بجوانبه الإيجابية وتوضيح الحقائق والرد على أي معلومات غير دقيقة.
- (7) ويسري العمل بهذه المدونة ابتداءً من تاريخ اعتمادها من مجلس الوزراء، وهي ملزمة لجميع الوزراء والمسؤولين والموظفين العاملين.

[http://www.alrai.com/pages.php?news\\_id=309711](http://www.alrai.com/pages.php?news_id=309711)

## ملحق رقم (9)

### قانون ضمان حق الحصول على المعلومات

**مواد القانون:**

**المادة 1-**

يسمى هذا القانون (قانون ضمان حق الحصول على المعلومات لسنة 2007) وي العمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

**المادة 2-**

يكون للكلمات والعبارات الآتية حيالها وردت في هذا القانون المعانى المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:-

**المعلومات :** أي بيانات شفوية أو مكتوبة أو سجلات أو إحصاءات أو وثائق مكتوبة أو صورة أو مسجلة أو مخزنة الكترونياً أو بأي طريقة وتقع تحت إدارة المسؤول أو ولاليته.

**الوثائق المصنفة :** أي معلومات شفوية أو وثائق مكتوبة أو مطبوعة أو مختزلة أو مخزنة الكترونياً أو بأي طريقة أو مطبوعة على ورق مشمع أو ناسخ أو أشرطة تسجيل أو الصور الشمية والأفلام أو المخططات أو الرسوم أو الخرائط أو ما يشابهها والمصنفة على أنها سرية أو وثائق محمية وفق أحكام التشريعات النافذة.

**الوثائق العادية :** أي معلومات غير مصنفة تقع تحت إدارة المسؤول أو ولاليته.

**الدائرة:** الوزارة أو الدائرة أو السلطة أو الهيئة أو أي مؤسسة عامة أو مؤسسة رسمية عامة أو الشركة التي تتولى إدارة مرفق عام.

**المسؤول :** رئيس الوزراء أو الوزير أو الرئيس أو المدير العام للدائرة.

**المجلس:** مجلس المعلومات المؤلف بمقتضى أحكام هذا القانون.

**الرئيس:** رئيس المجلس / وزير الثقافة.

**مفوض المعلومات:** مدير عام دائرة المكتبة الوطنية بالإضافة لوظيفته.

**المادة 3-**

- يؤلف بموجب هذا القانون مجلس يسمى ( مجلس المعلومات ) ويشكل على النحو التالي:-

**1 - وزير الثقافة**

**نائباً للرئيس** **2 - مفوض المعلومات**

**عضوأ** **3 - أمين عام وزارة العدل**

**عضوأ** **4 - أمين عام وزارة الداخلية**

**عضوأ** **5 - أمين عام المجلس الأعلى للإعلام**

**عضوأ** **6 - مدير عام دائرة الإحصاءات العامة**

**عضوأ** **7 - مدير عام مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني**

عضوًا  
عضوًا

8- مدير التوجيه المعنوي في القوات المسلحة

9- المفوض العام لحقوق الإنسان

ب- لا يتلقى رئيس وأعضاء المجلس أي مكافآت من خزينة الدولة.

المادة 4-

يتولى المجلس المهام والصلاحيات التالية :-

أ- ضمان تزويد المعلومات إلى طالبيها في حدود هذا القانون.

ب- النظر في الشكاوى المقدمة من طلابي الحصول على المعلومات والعمل على تسوية هذه الشكاوى وفقاً لتعليمات يصدرها لهذه الغاية.

ج- اعتماد نماذج طلب المعلومات.

د- إصدار النشرات والقيام بالأنشطة المناسبة لشرح وتعزيز ثقافة الحق في المعرفة وفي الحصول على المعلومات.

هـ- إقرار التقرير السنوي حول إعمال حق الحصول على المعلومات المقدم من مفوض المعلومات ورفعه إلى رئيس الوزراء.

المادة 5-

أ- يجتمع المجلس مرة واحدة على الأقل في الشهر أو كلما دعت الحاجة إلى ذلك بدعوة من الرئيس أو نائبه عند غيابه أو بناء على طلب مقدم من أربعة من أعضاء المجلس على الأقل لبحث الأمور المحددة في هذا الطلب.

ب- يكون الاجتماع قانونياً بحضور ما لا يقل عن خمسة أعضاء على أن يكون من بينهم الرئيس أو نائبه ، وتحتاج القرارات بالإجماع أو بأكثرية أصوات أعضاء المجلس.

ج- للمجلس دعوة أي شخص من ذوي الاختصاص والخبرة لحضور اجتماعاته دون أن يكون له حق التصويت عند اتخاذ قراراته.

المادة 6-

أ- يتولى مفوض المعلومات المهام والصلاحيات التالية :-

1- إعداد نماذج طلب المعلومات بالتعاون مع الدائرة وتقديمها إلى المجلس.

2- إعداد التعليمات المتعلقة بقبول الشكاوى وإجراءات تسويتها وتقديمها إلى المجلس لإصدارها.

3- تلقي الشكاوى من مقدمي طلبات الحصول على المعلومات وتقديمها إلى المجلس لتسويتها .

4- القيام بالإجراءات الإدارية والمهنية الازمة لتنفيذ المهام والصلاحيات المنوطة به.

ب- تقوم دائرة المكتبة الوطنية بتوفير الخدمات الإدارية والمهنية الازمة لتأدية المهام والمسؤوليات المنوطة بالمجلس ومفوض المعلومات بموجب أحكام هذا القانون.

**المادة 7-**

مع مراعاة أحكام التشريعات النافذة، لكل أردني الحق في الحصول على المعلومات التي يطلبها وفقاً لأحكام هذا القانون إذا كانت له مصلحة مشروعة أو سبب مشروع.

**المادة 8-**

على المسؤول تسهيل الحصول على المعلومات، وضمان كشفها دون إبطاء وبالكيفية المنصوص عليها في هذا القانون.

**المادة 9-**

أ- يقدم طلب الحصول على المعلومات وفق الأنموذج المعتمد لهذه الغاية متضمناً اسم مقدم الطلب ومكان إقامته وعمله وأي بيانات أخرى يقررها المجلس.

ب- يحدد مقدم الطلب موضوع المعلومات التي يرغب في الحصول عليها بدقة ووضوح.

ج- على المسؤول إجابة الطلب أو رفضه خلال ثالثين يوماً من اليوم التالي لتاريخ تقديمه.

د- يشترط في حال رفض الطلب أن يكون القرار معللاً ومبيناً، ويُعد الامتناع عن الرد ضمن المدة المحددة قراراً بالرفض.

**المادة 10-**

لا يجوز طلب المعلومات التي تحمل طابع التمييز الديني أو العنصري أو العرقي أو التمييز بسبب الجنس أو اللون.

**المادة 11-**

أ- يتحمل مقدم الطلب الكلفة المترتبة على تصوير المعلومات المطلوبة بالوسائل التقنية أو نسخها ويجرى اطلاع مقدم الطلب على المعلومات إذا كانت محفوظة بصورة يتذرع بها نسخها أو تصويرها.

ب- إذا كان جزء من المعلومات المطلوبة مصنفاً، والجزء الآخر غير مصنف فتتم إجابة الطلب في حدود المسموح به وفقاً لأحكام هذا القانون.

ج- إذا كانت المعلومات مصنفة، فيجب أن يكون تصنيفها سابقاً على تاريخ طلب الحصول عليها.

**المادة 12-**

إذا كانت المعلومات المطلوبة غير متوافرة أو تم إتلافها لمرور الزمن فيتعين على المسؤول بيان ذلك لمقدم الطلب.

**المادة 13-**

مع مراعاة أحكام التشريعات النافذة، على المسؤول أن يمتنع عن الكشف عن المعلومات المتعلقة بما يلي:

أ- الأسرار والوثائق المحمية بموجب أي تشريع آخر.

ب- الوثائق المصنفة على أنها سرية ومحمية والتي يتم الحصول عليها باتفاق مع دولة أخرى.

ج- الأسرار الخاصة بالدفاع الوطني أو أمن الدولة، أو سياساتها الخارجية.

د- المعلومات التي تتضمن تحليلات أو توصيات أو اقتراحات أو استشارات تقدم للمسؤول قبل أن يتم اتخاذ قرار بشأنها، ويشمل ذلك المراسلات والمعلومات المتبادلة بين الإدارات الحكومية المختلفة حولها.

هـ- المعلومات والملفات الشخصية المتعلقة بسجلات الأشخاص التعليمية أو الطبية أو السجلات الوظيفية أو الحسابات أو التحويلات المصرفية أو الأسرار المهنية.

وـ- المراسلات ذات الطبيعة الشخصية والسرية سواء كانت بريدية أو برقية أو هاتفية أو عبر أي وسيلة تقنية أخرى مع الدوائر الحكومية والإجابات عنها.

زـ- المعلومات التي يؤدي الكشف عنها إلى التأثير في المفاوضات بين المملكة وأي دولة أو جهة أخرى.

حـ- التحقيقات التي تجريها النيابة العامة أو الضابطة العدلية أو الأجهزة الأمنية بشأن أي جريمة أو قضية ضمن اختصاصها وكذلك التحقيقات التي تقوم بها السلطات المختصة للكشف عن المخالفات المالية أو الجمركية أو البنوكية ما لم تأذن الجهة المختصة بالكشف عنها.

طـ- المعلومات ذات الطبيعة التجارية أو الصناعية أو المالية أو الاقتصادية والمعلومات، عن العطاءات أو البحوث العلمية أو التقنية التي يؤدي الكشف عنها إلى الإخلال بحق المؤلف والملكية الفكرية أو بالمنافسة العادلة والمشروعة أو التي تؤدي إلى ربح أو خسارة غير مشروعين لأي شخص.

#### المادة 14-

أـ- على كل دائرة أن تقوم بفهرسة وتنظيم المعلومات والوثائق التي تتواافق لديها حسب الأصول المهنية والفنية المرعية وتصنيف ما يتوجب عده منها سريراً ومحمياً حسب التشريعات النافذة خلال مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من تاريخ نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية.

بـ- في حال عدم استكمال تنفيذ أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة خلال المدة الواردة فيها، يتعين على المسؤول الحصول على موافقة رئيس الوزراء لتمديدها لمدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر أخرى.

#### المادة 15-

عند تولي مدير عام دائرة المكتبة الوطنية مهام مفوض المعلومات بالإضافة لوظيفته تتحصر مسؤوليته القانونية فيما يتعلق بالمعلومات المحفوظة في دائرته.

#### المادة 16-

للمسؤول أن يغوض أيا من صلاحياته المنصوص عليها في هذا القانون لأي من كبار موظفي الدائرة على أن يكون التفويض خطياً ومحدداً.

**المادة 17 -**

- أ- تختص محكمة العدل العليا بالنظر في قرار رفض طلب الحصول على المعلومات على أن تقدم الدعوى من مقدم الطلب على المسؤول خلال (30) يوماً من اليوم التالي لتاريخ انتهاء المدة المنوحة بموجب هذا القانون لإجابة الطلب أو رفضه أو الامتناع عن الرد عليه.
- ب-يجوز لمقدم الطلب تقديم شكوى على المسؤول إلى المجلس بوساطة مفوض المعلومات في حال رفض طلبه أو امتناع المسؤول عن إعطاء المعلومات المطلوبة خلال المدة المقررة قانوناً.
- ج-على المجلس أن يصدر قراره في الشكوى خلال ثلاثة أيام من تاريخ ورودها وإلا عدّت الشكوى مرفوضة وتقطع الشكوى ميعاد الطعن الموجه إلى المسؤول المنصوص عليه في الفقرة (أ) من هذه المادة ويبدأ سريان مدة الطعن من تاريخ تبليغ مقدم الشكوى رفض شكواه الصريح أو من تاريخ انقضاء المدة لإصدار قرار المجلس في الشكوى.

**المادة 18 -**

يحدد مقدار أي بدل تستوفيه الدائرة مقابل تصوير المعلومات المطلوبة أو نسخها بقرار من مجلس الوزراء بناء على تنصيب المجلس.

**المادة 19 -**

يصدر مجلس الوزراء الأنظمة الالزمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما في ذلك نظام تحدد فيه الوثائق المحمية التي يجوز الكشف عنها والتي مضى على حفظها مدة لا تقل عن ثلاثة سنين.

**المادة 20 -**

رئيس الوزراء والوزراء مكلفوون بتنفيذ أحكام هذا القانون.

[http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search\\_no.jsp?no=47&year=2007](http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=47&year=2007)

## ملحق رقم (10)

### إعلان طلب وظيفة لمدير اتصال وإعلام

**تعلن وزارة تطوير القطاع العام وبالتنسيق مع ديوان الخدمة المدنية عن حاجتها**

#### **ملء الشواغر في الوظائف التالية بعقود شاملة كافة العلاوات:**

الرقم	المسئي الوظيفي	المؤهلات العلمية	الخبرات العملية
١	باحث رئيسي/متابعة وتقييم	الشهادة البكالوريوس كحد ادنى في العلوم الادارية، الاقتصاد، الهندسة وتحليل السياسات الاهداف والمتابعة والتقييم	خبرة عملية لا تقل عن ٧ سنوات في مجال التخطيط وبلورة
٢	رئيس قسم تكنولوجيا المعلومات	الشهادة الجامعية الاولى كحد ادنى في علم الحاسوب، هندسة الحاسوب او نظم معلومات حاسوبية	(٥) سنوات خبرة في تصميم الانظمة الالكترونية (Net & SQL Server DB)
٣	مدير اتصال واعلام	الشهادة الجامعية الاولى كحد ادنى في العلوم الادارية، اقتصاد او صحافة واعلام او اي تخصص ذو علاقة	(٨) سنوات خبرة عملية، ثلاثة سنوات منها في وظيفة مماثلة

على ان تتوافر في المرشح في الوظيفة الاولى الشروط التالية:

- القدرة على اعداد الخطط ومتابعة تنفيذها
- امتلاك المهارات التحليلية والقدرة على العمل مع فريق
- خبرة في مجال المتابعة والتقييم لا تقل عن سنتين
- خبرة في مجال التحليل الاحصائي الكمي وتطوير وتقييم المؤشرات الاحصائية ومؤشرات قياس الاداء.
- امتلاك المهارات في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- القدرة على اعداد المراسلات وكتابة التقارير الفنية باللغتين العربية والإنجليزية.
- امتلاك الخبرة العملية الموقعة، واتقان اللغة العربية والإنجليزية وامرها كما يجب ان يكونوا على اطلاع على انظمة المتابعة والتقييم وان توفر لديهم مهارات قوية في التيسير وبناء الفرق والتشبيك وبفضل من لديهم الخبرة في العمل في مؤسسات القطاع العام

كما يشترط توفر الشروط العامة التالية للوظائف الاولى والثانية والثالثة:

- معرفة بالتوجهات والسياسات الحكومية
- الالام بالمهارات والقدرات المتعلقة بالوظيفة
- الالام بالتشريعات ذات العلاقة بوزارة المؤسسات العامة
- مهارات جيدة في مجال الحاسوب واللغة الانجليزية والاتصال

على الراغبين بالتقديم لاحدي الوظائف المذكورة اعلاه ارسال سيرتهم الذاتية معززة بالوثائق على فاكس رقم (٥٥٠٢٥٣٦) او ارساله بواسطة البريد الى ديوان الوزارة خلال موعد اقصاه يوم الخميس الموافق ١٠/١/٢٠٠٩ للاستعلام الاتصال على الرقم (٥٥٠٢٥٣٠) فرع (١٨٣).