



جامعة آل البيت
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية
قسم إدارة الأعمال

تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني

Evaluation the Activity of the Public Relations Function in the Jordanian

Government Institutions

إعداد

ابراهيم محمد صالح الجبوري

الرقم الجامعي (1620505009)

إشراف

الدكتور رياض أحمد أبا زيد

رسالة قدمت استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الإدارة العامة

عمادة الدراسات العليا

جامعة آل البيت

الفصل الدراسي الأول

2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

((يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ

أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ))

صدق الله العظيم

سورة الحجرات، الآية (13)

تفويض

أنا الطالب: ابراهيم محمد صالح؛ أفوض جامعة آل البيت بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: ابراهيم محمد صالح

.....: التوقيع

.....: التاريخ

إقرار والتزام بأنظمة وتعليمات جامعة آل البيت

الرقم الجامعي: 1620505009

أنا الطالب: ابراهيم محمد صالح

الكلية: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

التخصص: الإدارة العامة

أقرُّ بأنني قد التزمتُ بقوانين جامعة آل البيت وأنظمتها وتعليماتها وقراراتها السارية المفعول، والمتعلقة بإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، إذ قمت شخصياً بإعداد رسالتي الموسومة بـ:

تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني

وذلك بما ينسجم مع الأمانة العلمية المتعارف عليها في كتابة الرسائل والأطاريح العلمية، كما أنني أعلم بأن رسالتي هذه غير منقولة أو مستله من رسائل أو كتب أو أبحاث أو أية منشورات علمية تم نشرها أو تخزينها في أي وسيلة إعلامية، وتأسيساً على ما تقدم، فإنني أتحمّل المسؤولية بأنواعها كافة فيما لو تبين غير ذلك، بما فيه حق مجلس العمداء في جامعة آل البيت بإلغاء قرار منحي الدرجة العلمية التي حصلت عليها، وسحب شهادة التخرج مني بعد صدورها، دون أن يكون لي أي حق في التظلم أو الاعتراض أو الطعن بأي صورة كانت في القرار الصادر عن مجلس العمداء بهذا الصدد.

توقيع الطالب:

التاريخ:

الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى ، ، ،

إلى روح والدي العزيز تغمده الله بواسع رحمته وأسكنه فسيح جناته ...

إلى روح والدي الطيبة الحنونة الطاهرة تغمدها الله بواسع رحمته وأسكنها فسيح جناته...

إلى غائب طال انتظاره ... أخي أبا زياد الغالي أعاده الله بالسلامه ...

إلى روح إبني فلذة قلبي الطاهر "مروان" تغمده الله بواسع رحمته وأسكنه فسيح جناته...

إلى رفيقة دربي زوجتي الغالية "أم أحمد" حفظها الله ورعاها ...

إلى أبنائي فلذات كبدي "أحمد، عبدالحق، وسام، حسام ومصطفى، حفظهم الله...

إلى أخواني وأخواتي الغاليين...

إلى أصدقائي وأقاربي الأعزاء ...

إليكم جميعاً أهدي رسالتي...

الباحث

إبراهيم محمد صالح

شكر وتقدير

أشكر المولى تقدرت أسماؤه الذي ألهمني الطموح والصبر وسدد خطاي.

ثم أتقدم بجزيل الشكر ووافر الامتنان إلى حضرة الدكتور رياض أحمد أبا زيد الفاضل الذي أشرف على هذا العمل ولم يبخل بجهده أو نصيحة وكان مثالاً للعالم المتواضع.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل كل من: الأستاذ الدكتور سليمان إبراهيم الحوري الفاضل، والأستاذ الدكتور بهجت عيد الجوازنة الفاضل، والمحكم الخارجي الأستاذ الدكتور غسان عيسى العمري الفاضل.

ولا يفوتني أن أشكر جميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في جامعة آل البيت على ما قد يبذلوه وبذلوه في سبيل نقل العلم والمعرفة للأجيال المتعاقبة.

الباحث

ابراهيم محمد صالح

عمادة الدراسات العليا

جامعة آل البيت

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة:

تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني
Evaluation the Activity of the Public Relations Function
in the Jordanian Government Institutions

وأجيزت بتاريخ: 2017/12 /24

إعداد

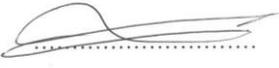
إبراهيم محمد صالح

إشراف

الدكتور رياض أحمد أبا زيد

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة:

	مشرفاً ورئيساً	د. رياض أحمد أبا زيد
	عضواً	أ.د. سليمان إبراهيم الحوري
	عضواً	أ.د. بهجت عيد الجوازنة
	عضواً خارجياً	د. غسان عيسى العمري

قائمة المحتويات

ب	آية قرآنية
ج	تفويض
د	إقرار والتزام بأنظمة وتعليمات جامعة آل البيت
هـ	الإهداء
و	شكر وتقدير
ز	قرار لجنة المناقشة
ح	قائمة المحتويات
ط	الموضوعات
ك	قائمة الجداول
م	قائمة الملاحق
ن	الملخص
ع	Abstract
1	الفصل الاول الإطار العام للدراسة
7	الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة
42	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
51	الفصل الرابع عرض النتائج
70	الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات
78	2-5 التوصيات
79	قائمة المراجع
85	الملاحق

الموضوعات

الفصل الاول الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة:

2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها:

3-1 أهمية الدراسة:

4-1 أهداف الدراسة:

6-1 متغيرات الدراسة:

7-1 التعريفات الإجرائية:

الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمة:

1-2 المبحث الأول- الإطار النظري

2-2 المبحث الثاني - الدراسات السابقة

3-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

1-3 منهج الدراسة:

2-3 مجتمع الدراسة وعينتها

3-3 أداة الدراسة:

4-3 ثبات أداة الدراسة وصدقها:

3-5 المعالجة الإحصائية:

الفصل الرابع عرض النتائج

1-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الأولى:

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

1-5 مناقشة النتائج

2-5 التوصيات

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول
	تعريف العلاقات العامة من وجهة نظر بعض الباحثين
	أسماء الوزارات، وعدد الاستبانات الموزعة، والمستردة، والصالحة، وغير الصالحة للتحليل الإحصائي
	توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات الجنس، الفئة العمرية، الخبرة، مستوى التعليمي
	معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لجميع فقرات مجالات الدراسة والأداة ككل
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجالات الدراسة والأداة ككل
	نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على أداة الدراسة ككل
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "البحوث" مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية
	نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "البحوث" ككل
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "التخطيط" مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية
	نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التخطيط" ككل

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "الاتصال" مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية	
نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "الاتصال" ككل	
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال "التقويم" مرتبة تنازلياً تبعاً للمتوسط الحسابي	
نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التقويم" ككل	
نتائج تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على أداة الدراسة تبعاً لمتغير (الجنس)	
نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على إجابات أفراد العينة عن الأداة ككل تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، مستوى التعليمي	
نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على مجالات تقييم نشاط العلاقات العامة في جهاز الحكومي الأردني تبعاً لمتغير الفئة العمرية	
نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على تقييم نشاط العلاقات العامة في جهاز الحكومي الأردني تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة	
نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على تقييم نشاط العلاقات العامة في جهاز الحكومي الأردني تبعاً لمتغير مستوى التعليمي	

قائمة الملحق

العنوان	رقم الملحق
استبانة الدراسة	1
أسماء المحكمين	2
كتاب تسهيل المهمة	3

تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني

إعداد الطالب

ابراهيم محمد صالح

إشراف

الدكتور رياض أبا زيد

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم نشاط العلاقات العامة في مجالات: (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقييم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وبيان الفروقات في إجابات عينة الدراسة نحو تقييم واقع أنشطة العلاقات العامة، وقد استخدم الباحث المنهج الكمي بإتباع أسلوب الدراسات المسحية الارتباطي نظراً لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، وتكون مجتمع هذه الدراسة من العاملين في أقسام العلاقات العامة في ستة وزارات في القطاع الحكومي الأردني وهي (وزارة الداخلية، وزارة الأشغال العامة والإسكان، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة، وزارة البلديات) وتكونت عينة الدراسة من (200) عامل وعاملة في أقسام العلاقات العامة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة. وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة بأن تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني جاء بمستوى مرتفع، حيث جاء في الرتبة الأولى مجال البحوث ومستوى تقييم مرتفعة، تلاه في الرتبة الثانية مجال الاتصال ومستوى تقييم مرتفعة، تلاه في الرتبة الثالثة مجال التقييم ومستوى تقييم متوسطة، وجاء في الرتبة الأخيرة مجال التخطيط ومستوى تقييم متوسطة، كما أظهرت الدراسة بوجود تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني،

حيث أظهرت النتائج بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير الجنس، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير العمر لصالح (35-أقل من 45 سنة) ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، لصالح عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير مستوى التعليمي، ولصالح دراسات عليا. وأوصت الدراسة بتعزيز الاهتمام بتخطيط أنشطة العلاقات العامة، واستغلال الكوادر البشرية المؤهلة في تقويم الأنشطة ضمن معايير علمية.

الكلمات المفتاحية: نشاط، العلاقات العام، القطاع الحكومي الأردني.

Evaluation the Activity of the Public Relations Function in the Jordanian
Government Institutions

By

Ibrahim Mohamed Saleh

Supervisor

Dr. Read Ahmad Aba Zaid

Abstract

This study aims to assess public relations activity in the areas of: (Communication, planning, research, calendar) from the viewpoint of employees in the public relations departments of the Jordanian government apparatus, and to indicate the differences in the study sample answers to assess the reality of public relations activities in the Government apparatus Jordan, the researcher used the quantitative approach by following the method of relational surveys due to his suitability for the nature and objectives of the study. The community of the study is made up of public relations in the Jordanian government system operating in the Ministry of the Interior, Ministry of Public Works and housing. Ministry of Communications and Information Technology, Ministry of Education, Ministry of Health, Ministry of Municipalities (the study sample of 200 workers in the public relations department was selected in the random manner of the study community). The results of the study showed that the evaluation of public relations activity in the Jordanian government system was high. In the field of research, it came at the first level and with a high rating,

followed by the second level of communication and with a high rating, followed by the third level of the calendar area and the degree to which Medium rating, the last rank came in the planning area and with an average rating, the study also showed that there was a virtual variation in the arithmetic averages of the respondents ' responses to the degree of evaluation of public relations activity in the Jordanian government apparatus, where the results showed that there were no significant differences Statistical significance according to the sex variable, the results also showed statistically significant differences attributable to the age variable in favour of (35-less than 45 years) and statistically significant differences attributable for the number of years of experience, in favour of the number of years of experience (10 years and more) and the existence of statistically significant differences attributable to the variable Educational level, and in the interest of postgraduate studies. The study recommended enhancing attention to the planning of public relations activities and exploiting qualified human cadres to evaluate activities within scientific standards.

Keywords: Activity, public relations function, Jordanian government institutions.

الفصل الاول الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة:

في ظل التطور التقني والتكنولوجي والعلمي، والتطور الهائل في الأعمال، برزت أهمية العلاقات العامة وذلك على أثر تعدد الاحتياجات الإنسانية في القرن الواحد والعشرين كحلقة وصل بين المنظمة والمواطنين، الأمر الذي أدى إلى ظهور مفاهيم جديدة في العلاقات العامة تسعى لتلبية المتطلبات العصرية من أبرزها الاتصال والتواصل والتخطيط والبحوث والتقويم، وهذا ما زاد في اتساع رقعة وظيفة العلاقات العامة والوظائف المناطة بها لضمان سير أنشطتها بصورة أسرع وأدق ضمن معايير واستراتيجيات حديثة.

إذ تعتبر العلاقات العامة ووظائف إدارية تساهم في تأسيس جسور التواصل والتعاون المتبادل فيما بين الوزارات وجمهورها كذلك إدارة المشاكل والقضايا، وتساعد الإدارة على أن تظل على معرفة بالرأي العام والاستجابة له، وتبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تساعد في كشف مواطن الضعف والقصور وتحديد أسبابها ووضع الخطط لمعالجتها، والتأكد من سير العملية الإدارية والفنية وفق الخطط المرسومة مسبقاً بعيداً عن الممارسات والانحرافات السلوكية الخاطئة، وذلك من خلال ما تسهم به وظائف العلاقات العامة والمتمثلة بوظيفة الاتصال والتواصل التي تعتبر جوهر العلاقات العامة وأساسها وذلك كون هذه العملية تساهم في فهم الاحتياجات الإنسانية، وتحسين الرأي العام نحو المنظمة، حيث تقوم على تكوين صورة ذهنية جيدة عنها، فهي بمثابة جسر للتواصل بين القائمين بالعلاقات العامة داخل المنظمة والعاملين فيها، والمواطنين خارجها لدى العديد من المنظمات باختلاف أهدافها وغاياتها.

كما تعتبر وظيفة التقويم من أهم الوظائف التي تؤثر معنوياً على سير العملية الإدارية، إذ تركز على قياس الأهداف المرسومة على المدى القصير أو المدى الطويل ضمن منهجية علمية تتسم بالاستمرارية والشمولية، وتمكن المعنيين بالعلاقات العامة داخل المنظمة من معرفة وقياس مدى مطابقة الأعمال المنجزة، بينما تعنى وظيفتي التخطيط والبحث في إطار العلاقات العامة بدراسة اتجاهات الرأي العام حول المنظمة، وبرسم السياسات العامة للعلاقات العامة في ضوء الأهداف المنشودة، وفي ظل طبيعة متلقي الخدمة المستهدف من أنشطة العلاقات العامة، من خلال تصميم البرامج وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها حسب الأنشطة التي تتبناها.

وبناءً على ذلك، فإن العلاقات العامة في أجهزة القطاع الحكومي بشكل عام سواء كانت وزارات أو منظمات حكومية فهي ضرورة للحد من الانحرافات التي تعرقل تحقيق الأهداف المنشودة، مع الحفاظ على الصالح العام، ومن هنا فإن أنشطة العلاقات العامة ووظائفها هي عمليات لا تقتصر على تلبية احتياجات المواطنين فحسب، بل تتعدى ذلك للوصول إلى تقديم أفضل الخدمات الاتصالية في الوقت المحدد والسرعة المطلوبة، كما أن العلاقات العامة تعد بمثابة نافذة على سير العمليات الداخلية والخارجية للمنظمة، وعليه لا بد من التعرف على ماهية العلاقات العامة وماهية أنشطتها ووظائفها، والتعرف إلى واقعها ومدى تطبيقها، وقياس مستوى ممارسة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني.

2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها:

في ظل التطور في علم الإدارة العامة واتساع رقعة أنشطة العلاقات العامة، خصوصاً في القطاع الحكومي الأردني، وعلى اعتبار أن العلاقات العامة في هذا القطاع هي من أهم أسس التطوير الإداري، وأهم الدعائم التي تركز عليها في معرفة الاحتياجات الأساسية للعاملين في المنظمة والمواطنين خارج المنظمة باختلاف الهدف منها والخدمة التي تقدمها، إضافةً إلى ما تؤديه العلاقات العامة في بناء سمعة طيبة في الرأي العام، وما تسهم به في تحسين وتطوير العملية الإدارية والأنظمة والتشريعات، ومعالجة وتصويب الأخطاء، وحل الأزمات المختلفة على الصعيد الداخلي والخارجي، وتحسين الصورة الذهنية، وعليه جاءت هذه الدراسة لتقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني. وقد قام الباحث بتحديد مشكلة الدراسة في الأسئلة التي يأمل أن تجيب الدراسة عنها وكما يلي:

التساؤل الرئيسي الأول: ما مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة؟

ويتفرع من التساؤل الرئيسي الأول الأسئلة الفرعية الآتية:

ما مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال الاتصال في القطاع الحكومي الأردني؟

ما مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال التخطيط في القطاع الحكومي الأردني؟

ما مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال البحوث في القطاع الحكومي الأردني؟

ما مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال التقييم في القطاع الحكومي الأردني؟

التساؤل الرئيسي الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اجابات افراد عينه الدراسه

نحو مستوى تقييم العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين تعزى إلى

متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، عدد سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي).

1-3-3 أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة في جوانب عدة أهمها:

1-3-1 الأهمية المعرفية (النظرية):

يأمل الباحث من خلال هذه الدراسة من الناحية النظرية الاستدلال على تقويم نشاط وظيفية العلاقات

العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في القطاع الحكومي الأردني، وذلك نظراً لأهمية القطاع المبحوث،

وأهمية عينة الدراسة (العاملين في أقسام العلاقات العامة) الذين تناط بهم تقديم البحوث والتخطيط

والاتصال والتواصل مع المواطنين، وأن هذه الأقسام تمثل الواجهة الإعلامية للجهاز الحكومي الأردني.

1-3-2 الأهمية التطبيقية:

تنبع هذه الأهمية التطبيقية من أهمية القطاع المبحوث، حيث تتناول هذه الدراسة مجال تطبيقي على

قدر كبير من الأهمية، وهو القطاع الحكومي المتمثل بالوزارات الأردنية، وبما يتميز به هذا القطاع من

كونه يؤدي إلى زيادة فاعلية الدور التنموي الذي يمكن أن تضطلع به الوزارات في محيطها الاجتماعي،

والتدخل عند حدوث المشكلات والقضايا الوطنية، والتعرف على أوجه النشاط الذي تقوم به إدارة

العلاقات العامة في الوزارات الحكومية.

1-4 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى ما يلي: قياس مستوى ممارسة أنشطة العلاقات العامة المتمثلة بـ (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

1-5 فرضيات الدراسة:

تم بناء الفرضيات التالية، اعتماداً على مشكلة الدراسة، وتساؤلاتها:

الفرضية الرئيسية الأولى: إن مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني المتمثل في (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة مرتفعة.

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات العدمية الفرعية الآتية:

إن مستوى تقييم ممارسات العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة مرتفعة.

إن مستوى تقييم ممارسات العلاقات العامة في مجال (التخطيط) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة مرتفعة.

إن مستوى تقييم ممارسات العلاقات العامة في مجال (البحوث) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة مرتفعة.

إن مستوى تقييم ممارسات العلاقات العامة في مجال (التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة مرتفعة.

الفرضية الرئيسية العدمية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) بين متوسطات اجابات افراد عينة دراسه لمستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، عدد سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي).

6-1 متغيرات الدراسة:

اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

أولاً: المتغيرات الديموغرافية وهي:

أ- الفئة العمرية: ولها أربعة مستويات 1- (أقل من 25 سنة) (25- إلى أقل من 35 سنة) (35- إلى أقل من 45 سنة)، (45 سنة فأكثر)

ب- الجنس: وله فئتان: (ذكر)، (أنثى)

ج- عدد سنوات الخبرة: ولها ثلاثة مستويات: (أقل من 5 سنوات)، (من 5 إلى أقل من 10 سنوات).

د- المستوى التعليمي: وله ثلاثة مستويات (دبلوم متوسط فأقل)، (بكالوريوس)، (دراسات عليا)

ثانياً: المتغير التابع: مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني.

7-1 التعريفات الإجرائية:

فيما يلي التعريفات الإجرائية التي استخدمها الباحث في الدراسة:

العلاقات العامة: البرامج التي يقوم بها القطاع الحكومي الأردني بغية الوصول إلى وجود فهم عميق ومتبادل يربط بين العاملين في القطاع الحكومي وملتقي الخدمة من خلال عمليات الاتصال والتواصل البحث والتخطيط والتقييم، وفيما يلي تعريف مفصل لمجالات العلاقات العامة :

التخطيط: يقصد بعملية التخطيط؛ الاستخدام الأمثل للطاقات والإمكانات المتاحة لدى إدارة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني وتوظيفها في رسم السياسات ووضع خطط سير العمل وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الوظائف.

البحوث: ويقصد بها الدراسات التي يقوم بها قسم العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني في سبيل قياس اتجاهات الرأي العام الداخلي (للعاملين) والرأي العام الخارجي (متلقي الخدمة) حول سياسات وأهداف المنظمة ومدى نجاحها إعلامياً، وفي سبيل تصويب الأخطاء والانحرافات ثم تصحيحها.

الاتصال: يقصد بالاتصال في العلاقات العامة هي الوظيفة التي يقوم بها قسم العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني على تبادل الأفكار والمعلومات بينه وبين العاملين داخل الوزارات والمواطنين في سبيل إيجاد ثقة وفهم مشترك متبادل فيما بينهم، وذلك من خلال الصحف والمجلات والتلفاز وشبكة الأنترنت ووسائل الاتصال والإعلام المتنوعة.

التقويم: ويقصد به قياس كفاءة العمليات التي يقوم بها قسم العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني من خلال إمعان النظر والتحقيق والتمحيص والتشخيص والمتابعة والتغذية الراجعة لبيان مدى نجاح أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني خلال تنفيذ الأعمال وبعد الانتهاء منها.

القطاع الحكومي الأردني: يتمثل في وزارات الحكومة الأردنية في العاصمة عمان والدوائر التابعة لها.

الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمة:

يركز هذا الفصل على الإطار النظري لنشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي في الأردن، إذ تم في هذا الفصل التطرق إلى مفهوم العلاقات العامة وأهميتها ومجالاتها ووظائفها بالنسبة للجهاز الحكومي الأردني على وجه الخصوص، وعرض المجالات التي استخدمت من قبل الباحثين لتقييم العلاقات العامة، والعوامل المؤثرة في حاجة القطاع الحكومي الأردني للعلاقات العامة، وذلك ما سنتطرق له في المبحث الأول من هذا الفصل.

أما المبحث الثاني فقد تضمن عرضاً للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع هذه الدراسة، وتلخيص لأهم ما قد توصلت إليه الدراسات السابقة من النتائج، بهدف الوصول إلى ما يميز موضوع هذه الدراسة عن الدراسات السابقة.

1-2 المبحث الأول- الإطار النظري

1-1-2 تمهيد:

في ظل التطورات الحاصلة في علم الإدارة العامة فقد تزايدت أهمية العلاقات العامة، ويعود ذلك إلى أهمية الرأي العام وكسب ثقة المواطنين في نجاح أي منظمة بغض النظر عن النشاط أو الوظيفة التي تؤديها، من هنا برزت أهمية البحث في موضوع العلاقات العامة في المنظمات الحكومية من حيث تقييم النشاط الذي تقوم به من خلال قياس مجالات الاتصال والبحوث والتخطيط والتقويم، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استعراض مفهوم العلاقات العامة من المنظور الضيق والمنظور الواسع لها وضمن إطار الإدارة العامة، كما تم التطرق إلى أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمنظمات الحكومية وأهم أهدافها ووظائفها والعوامل المؤثرة بها، وأهم المعوقات التي تواجهها، وهذا ما تم التطرق له في هذا المبحث.

2-1-2 مفهوم نشاط العلاقات العامة في إطار الإدارة العامة:

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم العلاقات العامة ، حيث اختلفت آراء الباحثون والكتاب

حول هذا المفهوم في عدة من وجهات النظر

وبحسب المجال الذي تبحث فيه، تبعا لاختلاف المجتمعات والنظريات التي تستند على أساسها وظيفة

العلاقات العامة، فهناك تباين في تكييف هذا المفهوم من وجهة نظر علماء الاجتماع، وعلماء الإعلام

والصحافة، وعلماء الإدارة وانطلاقا من هذا الاختلاف في الآراء، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة فإن الباحث

سيتناول مفهوم العلاقات العامة في إطار الإدارة العامة، وفيما يلي بعضاً من هذه التعريفات:

تعريف العلاقات العامة من وجهة نظر بعض الباحثين

اسم الباحث والسنة	التعريف
Zorte (2015)	"هي عملية استمرارية تسعى الإدارات من خلالها إلى تعزيز جسور التواصل فيما بين العاملين والمواطنين".
Asemah (2013)	"عملية إدارية تقوم بتقييم اتجاهات العاملين والمواطنين نحو المنظمة وتربط بين السياسات والإجراءات للأفراد أو المنظمة بالمصالح العامة".
هاشم (2011)	"هي أداة تستخدمها المنظمات للتواصل مع المواطنين والعاملين في المنظمة لبناء الصورة الذهنية عنها".
العدوي (2011)	"فن قائم على أسس عملية لبحث أنسب طريق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع".
البخاري (2010)	"هي الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة بين واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المنظمة".
قنوني (2008)	"نشاط موجه لبناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين المنظمة وجمهورها من الموظفين والمواطنين بشكل عام، من أجل تسهيل عملية صياغة سياستها وحسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع"، وذلك بحسب تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية".

<p>"وظيفة إدارية تعمل على تقويم اتجاهات المواطنين، وربط سياسات وأعمال فرد أو منظمة مع الصالح العام، وتنفيذ برنامج لكسب تأييد المواطنين . وتفاهمه، حيث يمثل الرأي العام مجموع وجهات النظر التي يؤمن بها أشخاص ذوي اهتمام بموضوع معيّن، أو مجموعة آراء الأفراد بالنسبة لموضوع معين يؤثر عليهم".</p>	<p>العاصي (2006)</p>
<p>"نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منظمة اخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة متجهة بينها وبين فئة العملاء أو الموظفين أو المساهمين أو المواطنين بوجه عام لكي تحول سياساتها حسب ظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسات للمجتمع".</p>	<p>الجمني (2006)</p>

وفي ضوء التعريفات في الجدول (1) أعلاه يمكن القول بأن العلاقات العامة، وظيفية إدارية وأداة بناء جسور التواصل بين المنظمة العامة وجمهورها، إضافة إلى أنها عملية تقوم على مبدأ علاقات التفاهم المتبادل فيما بينهما.

وفي هذا الخصوص فقد أشار أبو عرمانه (2013: 12) إلى أن مفهوم العلاقات العامة هو مفهوم إداري حديث وشامل يقوم على الأسس التالية:

تقوم العلاقات العامة على أساس الأسلوب العلمي وتستند على النظريات والخبرات والتجارب العلمية الملقنة وتطبيقها من خلال الأدوات الاتصالية والبحثية والتخطيطية والتقييمية لتحقيق أهدافها.

تقوم العلاقات العامة على أسس فنية بحيث تعتمد على تطبيقات اجتماعية، ومهارات فردية خاصة بأساليب العلاقات العامة، والاختصاص الدقيق في توظيفاتها، إذ تقوم بتعيين مؤهلات علمية مناسبة تقوم بتحديد الرأي العام والتعامل مع المواطنين والعاملين بكل مهنية.

العلاقات العامة تقوم على وسائل لتدريب واعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة، أو للقيام بالمسئوليات المطلوبة من خلال التفاهم المشترك بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي وتعمل على خلق الترابط والتعاون فيما بينهما.

في حين يرى كل من (الطوباسي وعليان، 2005: 332) بأن مفهوم أنشطة العلاقات العامة هو مفهوم يتعلق بصورة مباشرة بالرأي العام إذ أنه بدون وجود الرأي العام لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على إيجاد التفاهم الذي يحقق عملية الانسجام مع الرأي العام على أسس حقيقية واضحة لكسب ثقته أي أنها تقوم بين طرفي علاقة متبادلة أحدهما مؤثر وهي المنظمة والآخر متأثر وهو فئة المواطنين، كما تمثل العلاقات العامة يمثل وظيفة إدارية تمتاز بالاستمرارية والتخطيط والتنظيم والتنسيق والتقييم والممارسة الفعلية للعملية الإدارية.

2-1-3 عوامل ظهور العلاقات العامة:

ظهر مفهوم العلاقات العامة في العصر الحديث في أعقاب الحرب العالمية الثانية رغم ظهور هذا المفهوم في القرن الثامن عشر من قبل الباحثين آنذاك مثل: "أمواس Amwas ، كندال Kendal، إيبي لي Eavi Li" إلا أن شيوع مفهوم العلاقات العامة كان حديثاً نسبياً ارتبط مع ظهور المنظمات الخدمية والتلفاز وخدمات الاتصالات ونجم عن هذا التطور عن قيام المنظمات الكبيرة بإنشاء أقسام خاصة تهتم بالعلاقات مع الجماهير أو العملاء أو الطلبة، كلٌ بحسب نوع الخدمة أو المنتج التي تقدمه (سلوى، 2015: 39). وقد ارتبط ظهور مفهوم العلاقات العامة الحديث بعدد من المتغيرات والتطورات التي نشأت على أثر التطور التكنولوجي والصناعي والتقني الحديثة وغير المسبوقة نلخص منها ما ذكره (جودت، 2006: 196): الثورة الصناعية: أدى ظهور الثورة الصناعية إلى إحداث على تطورات هائلة في وسائل الإنتاج وأساليب التسويق التي استلزمت: تطبيق مبادئ الإدارة العلمية في العديد من المنظمات الصناعية.

لوسائل التكنولوجيا والتقنية الحديثة: أدى التطور التكنولوجي والتقني وظهور وسائل الاتصال الحديثة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة في سبيل إرضاء المواطنين وتلبية حاجاتهم.

انتشار التعليم و تزايد الوعي: دفع انتشار المؤسسات التعليمية وانتشار التعليم والثقافة بين كافة فئات المجتمع إلى تزايد الوعي العام لدى المواطنين مما أدى إلى الحاجة للمعلومات الصحيحة عن الإجراءات المتعلقة بالسياسة والأنظمة الخاصة بمجالات التعليم."

التطور في مجالات الاتصال والتواصل: أدت الثورة في مجال الاتصال ووسائله الحديثة التي تشهد تطوراً ملموساً بالإسهام في تقريب المسافات بين مختلف بقاع العالم من جهة وفي إيصال المعلومات داخل الدولة الواحدة، وإلى مختلف الدول والمجتمعات الإنسانية أسفر إلى زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة على الصعيد الداخلي والخارجي، سواء على مستوى المجتمعات أو المنظمات أو على مستوى القطاعات الحكومية.

وعند الحديث عن القطاعات الحكومية نجد بأن العلاقات العامة لها قد أثرت فيها العديد من العوامل ذات التأثير من الرأي العام الذي يعبر عنه المواطنين ويتناقله الأفراد فيما بينهم، وفي هذا الخصوص نجد العدوي (2011:46) يرى بأن العلاقات العامة في القطاع الحكومي تأثرت بمجموعة من العوامل من أبرزها ما يأتي:

تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية العامة، الأمر الذي أدى بدوره إلى تبني خطط استراتيجية على المدى القريب والمدى الطويل في سبيل تعريف العاملين والمواطنين بالقرارات التي تصدرها، والتي تنعكس بدورها على نمط حياة العامة.

تحول المجتمعات من اعتمادها على الحرف اليدوية كالزراعة وتربية المواشي إلى اعتمادها على الصناعة والتحول من الحرف اليدوية إلى الحرف التقنية استدعى من القطاع العام إلى تكريس جهوده الإعلامية لتحقيق الاستقرار الاجتماعي.

ازدياد حجم المنظمات الخدمية والتجارية، وتضاعف حجم المتعاملين فيها أدى ظهور الحاجة إلى البحث في احتياجات ومتطلبات جماهيرها من خلال التواصل فيما بينهما.

4-1-2 أبعاد العلاقات العامة:

تختلف أبعاد العلاقات العامة من حيث الممارسة وذلك تبعاً للمجال الذي تمارس فيه والهدف الذي تصبوا إليه، فهناك علاقات عامة على مستوى القومي وعلاقات عامة على المستوى التنظيمي وكما يأتي (فهد وكنجو، 1999: 2005):

المستوى القومي: ويقصد بها ما تقوم به إدارة العلاقات العامة في تبسيط إجراءات ومهام الأجهزة الحكومية من خلال إيجاد سبل تعاون بين موظفي الأجهزة الحكومية والمواطنين، ومن أبرز أمثلة العلاقات العامة على المستوى القومي ما تقوم به وزارة الداخلية والتي تسعى من خلال وظيفتها إلى نشر الوعي الأمني، ونشر التحقيقات من خلال وسائل الإعلام، وعقد الندوات التثقيفية والتوعوية، وتزويد الجهات المعنية بالمعلومات الكافية عن الحوادث التي تحصل ويتأثر بها الرأي العام.

المستوى التنظيمي: وتسعى إدارة العلاقات العامة من خلال هذه الوظيفة إلى دراسة رأي الموظفين داخلها وتحليل آرائهم، ونقل وجهات نظر المنظمة إلى الجماهير، إضافةً إلى الاشتراك مع الإدارات الأخرى بصورة غير مباشرة، كالعلاقات التي تبنيها المنظمة مع الصحف أو المحطات التلفزيونية والإخبارية.

مستوى متلقي الخدمة: تسعى إدارة العلاقات العامة من خلال هذه الوظيفة إلى نقل رسالة المنظمة إلى المواطنين وإبراز أهم الخدمات التي تؤديها، وتوضيح سياساتها أو ما يطرأ من تغيرات أو تعديلات عليها، ومساعدة المواطنين في تكوين رأي عام سليم.

2-1-4 أهمية نشاط العلاقات العامة في القطاع العام:

تبرز أهمية العلاقات في أنها تمثل الصورة الفعلية للمنظمة أمام الرأي العام، لذا فإنه لا تستطيع المنظمات المعاصرة سواء الحكومية أو الخاصة من الاستغناء عن وظيفة العلاقات العامة كإحدى أهم وظائف الإدارة العامة حيث يوصف الوقت المعاصر بعصر المعلومات والتقنيات وعالم الفضائيات، وقد أصبح العالم بمثابة القرية الصغيرة الذكية القائمة على التواصل بين الأفراد والمجتمعات، وفي ضوء هذه المتغيرات لا بد من تكريس الاهتمام بالعلاقات العامة التي تمثل أداة للتواصل وأداة لبناء الصورة الذهنية عن المنظمة (هاشم، 2011:19).

وقد أشار (ابو عرمانه، 2013:10) إلى أن أنشطة العلاقات العامة هي مجالات حديثة النشأة، وقد حظيت بقبول متزايد خلال القرن الماضي، ويعود ذلك إلى أهمية الرأي العام وكسب ثقة المواطنين من جهة، هذا إضافة إلى الدور الحيوي الذي تقوم به داخل المنظمات من جهة أخرى، مما أدى إلى استحالة الاستغناء عنها في المجالات الإدارية مهما اختلفت الغاية أو الهدف منها، سواء كانت منظمات حكومية أو خاصة صناعية وتجارية وخدمية، كما تكمن الحاجة إلى العلاقات العامة في أنها تقوم على أساس التسويق والترويج الداخلي والخارجي للمنظمة، وأن المنظمات تستغل العلاقات العامة في سبيل التعرف إلى الحاجات الإنسانية لجمهورها من خلال ما تجريه من دراسات وبحوث تحقق التكامل بينها وبين منسبها، كما أن العلاقات العامة كفيلة ببناء جسور التواصل الدائم بينها وبين الجماهير على أساس الثقة والسمعة والصورة الحسنة التي تبنيها في أذهان جماهيرها.

بينما رأى كل من الجمال وعياد (2005: 15) بأن العلاقات العامة تشكل مدخلاً رئيساً لتنظيم العملية الإدارية في المنظمات العصرية، إذ أنه من أبرز مرتكزاتها هو إجراء الأساسية البحوث الإعلامية، في ظل ما يشهده العالم اليوم من تغيرات بالغة الأهمية، كالتحولات الإعلامية وسرعة انتشار مما يؤثر بشكل ملموس على طريقة إدراك القائمين على إدارة العلاقات العامة الحديثة.

في حين أشار أبو عرمانه (2013: 20) إلى أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تعتبر أساساً في كافة المجالات الإنسانية كالوظائف الأخرى أو تزيد عليها، فهي أداة لتأسيس المفاهيم والصورة الإيجابية للتسويق الاجتماعي أو العلامة التجارية وتوليد الأفكار والإقناع، إضافة إلى القدرة على التخطيط المناسب لإدارة الأزمات والتخفيف من حدتها ومواجهتها بصورة إيجابية، كذلك الوصول إلى أذهان المستهدفين، وتثقيفهم حول مفهوم أو منتج أو خدمة اجتماعية لصالح الرأي العام.

2-1-5 أهداف نشاط العلاقات العامة:

يتطلب التنظيم الفعال لإدارة العلاقات العامة ضرورة وجود أهداف محددة ومتفق عليها تسعى المنظمة إلى تحقيقها بكفاءة، وينبني عليها تحديد الوظائف والأنشطة والمهام التي يجب أن تقوم بها دوائر وأقسام العلاقات العامة ويوضح تحديد الأهداف مدى قدرة الإدارة الوظيفية على تمثيل نوع المهام المنوطة بها، والدور الأساسي الذي يمكن أن تقوم به في إطار واجباتها الوظيفية التخصصية، وهو ما يترجم بعد ذلك في شكل وظائف وأوجه نشاط أساسية تقوم بها (توفيق، 2009: 19).

وقد أشار الدليمي (2011: 34) بأن الهدف الرئيس من العلاقات العامة هو إيجاد روح من التعاون وتبادل الآراء فيما بين العاملين والمواطنين، والسعي إلى الحفاظ على استمرار العلاقات على المدى البعيد، إذ أن العلاقات هي بمثابة أداة تستخدمها المنظمات العامة والخاصة للتعبير عن سياستها.

وقد برزت أهمية العلاقات كوظيفة وممارسة من الممارسات الإدارية داخل المنظمات على اختلاف غاياتها، كما ساهمت عوامل اتساع رقعة وأنشطة المنظمات إلى ممارسة نشاط العلاقات العامة على نحو واسع في إطار المفاهيم والأسس المنهجية والعلمية السليمة، لتلبية الأهداف التي أنشأت من أجلها سواء كانت جامعات أو معاهد أو شركات أو وزارات فإن مهمتها الرئيسية هي ممارسة العلاقات العامة، وهدفها هو التواصل مع مختلف الشرائح الاجتماعية سواء على الصعيد الداخلي للمنظمة أو المجتمع (يونس، 2008: 199-200).

ويجمع بعض الباحثين في مجال العلاقات العامة بأن العلاقات العامة في القطاع العام تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف نلخص منها ما ذكره كل من أبو اصبع (1998: 98) والصحن (1997: 41) والشرفان (2001: 30) من أبرزها التأكيد على عمليات الاتصال والتواصل بين المنظمة والمنظمات والجماهير الأخرى لإيصال صورة صحيحة للمنظمة، إذ تهدف أنشطة العلاقات العامة إلى توطيد سمعة المنظمة باعتبار أن السمعة الطيبة هي إحدى الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المنظمة، كذلك محاولة كسب ولاء العاملين، إذ أن العلاقات العامة تبدأ بالتنسيق والتخطيط والبحث والاتصال من داخل المنظمة أي أن يكون هناك تعاون وإيجاد فهم مشترك بين الجماهير الداخلية، مع إشعار العاملين في المنظمة بأهميتهم وتقدير أعمالهم وتحقيق الذات لهم، أما كسب ثقة المواطنين فيعد الهدف بمثابة تحديد للجماهير المتواصلة مع المنظمة والتي تسعى العلاقات العامة إلى تدعيم علاقتها معهم من خلال نشر الأفكار المقبولة لديهم، وتزويد المواطنين بالسياسة العامة للمنظمة وإيصال مطالب الجماهير إلى الإدارة العليا، وزرع الثقة بين الإدارة والمواطن من خلال توثيق العلاقات معهم وتسهيل فرص تبادل الآراء فيما بينهم.

في حين حددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة ثمانية أهداف رئيسية تقوم عليها وظائف العلاقات العامة في المنظمات الحكومية ذكرها (جودت، 2006: 162-168) تتمثل في تحرير البيانات والتقارير والبيانات الصحفية والكتيبات والمجلات والمنشورات ونصوص برامج الراديو والتلفزيون، والخطب وحوار الأفلام، ومقالات المجلات، والصحف التجارية وإنتاج المواد الإعلامية والفنية المتعلقة بأعمال القطاع، وتحرير التعليمات وكتابة النشرات التثقيفية والصحفية والمخاطبات الصادرة عن الإدارة العامة وتدوينها ونشرها إلى كل فرد من أفراد القطاع و تعميمها على المواطنين، والتواصل مع الصحف الرسمية والقنوات التلفزيونية والراديو، المجلات الدورية والملاحق الأسبوعية ومحرري الأقسام بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الأخبار والتطورات المتعلقة بعمل القطاع،

وتحسين صورة القطاع في نظر الرأي العام من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة والمعارض وتنظيم الزيارات، وتقديم التسهيلات، وإقامة الاحتفالات في المناسبات العامة أو الخاصة وتنظيم المسابقات، ورعاية العلاقات مع الضيوف، وتقديم الهدايا التذكارية، وإنتاج أفلام عن المنظمة بالإضافة إلى غيرها من الوسائل البصرية كالشرائح وشرائط الفيديو، إضافةً إلى مواجهة الجماعات المختلفة، والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية، وإعداد خطب للتغير وتخصيص متحدث باسم المنظمة، وتقديم المتحدثين في الحفلات والاجتماعات العامة، إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة، ومواد الاتصال المصورة ودوريات المنظمة وإخراجها على نحو فني يتفق مع الذوق العام.

في حين بينما يرى كل من جرادات والشامي (2009: 41) بأن أهداف العلاقات العامة في القطاعات الحكومية تتلخص في زيادة اهتمام المواطنين بشؤون وطنهم عن طريق شرح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة، كذلك تبصير الجماهير بالأمور والمشاكل العامة المعاصرة، وإطلاعها على الخطط والأهداف التنموية، وتبيان مسؤوليتها في تحقيقها، ودعم التعاون بين المنظمة ومثيلاتها المرتبطة بصلات عمل، وتوثيق العلاقة مع أجهزة الإعلام المركزية ووكالات الإعلان والمجلات والصحف، وذلك بمتابعه ما بنشر من شكاوى وانتقادات واقتراحات حول المنظمة، وإعداد استقبال الوفود وتنظيمها لإظهار المنظمة بمستوى اللائق، وترجمة النشرات والأبحاث والمواضيع المهنية الخاصة بأنشطة المنظمة، والاهتمام بالأرشيف الإعلامي، ومتابعة عقد الاتفاقيات وأرشفتها بشكل يسهل الوصول إليها ومتابعتها.

ومما سبق يتبين بأن الهدف الذي تسعى وظائف العلاقات العامة إلى تحقيقه يتمثل في إيجاد صورة ذهنية صحيحة عن اتجاهات الرأي العام أمام الإدارة العليا، والعمل على إيجاد روح تعاون متبادل بين العاملين والإدارة العليا في المنظمة من خلال إشراك العاملين في وضع السياسات والخطط والأهداف، إضافةً إلى تعزيز العلاقات بين المنظمة والمواطنين.

2-1-6 أخلاقيات وخدمات العلاقات العامة:

تشكل العلاقات العامة مدخلاً أساسياً لتنظيم وإدارة المؤسسات الحديثة، وهي أحدث المراكز الأساسية للدراسات لإعلامية، وقد شهد هذا العلم تطورات بالغة الأهمية خلال القرن الحادي والعشرين استناداً إلى العديد من النظريات العلمية، والممارسات المهنية والأخلاقية، ويشهد هذا العلم الإعلامي تحولات كبيرة في النظرية والتطبيق مع بدايات القرن الحادي والعشرين، وأثرت هذه التحولات بشكل مباشر على طريقة إدراك القائمين بالاتصال لكيفية إدارة العلاقات العامة الحديثة (الجمال، وعباد، 2005:15).

وللعلاقات العامة أسس أخلاقية تنبني عليهما، فهي تستند إلى مفهوم أخلاقي نابع من صفات الصدق والاستقامة والشهور بالكرامة والاعتزاز بها، فالعلاقات العامة أكثر بكثير من مجرد إعلام الناس بما يحبون أن يسمعوه، إنها القيام بعمل الأشياء التي يؤمن الناس بأنها حق وعدل (رمضان، 1998:27).
ومن أبرز أخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة التي ذكرها (سلطان، 2011:246):

إدراك ممارس العلاقات العامة بأن هنالك مسؤولية ملقاة على عاتق المنظمة تجاه المجتمع وأن المصلحة العامة لها الأفضلية على المصلحة الخاصة، ولا بد من تحقيق كليهما والعمل على التوفيق بينهما.
تتطلب أخلاقية المهنة احترام رأي الفرد وإيمان بالرأي العام، والاعتراف بحق الفرد بالتعبير عن ذاته، والمساهمة في إغناء حياته وتحقيق ما يصبو إليه من تطلعات.
أن يلتزم ممارس العلاقات العامة بتقديم الحقيقة ولا يعتمد التستر والتكتم، وأن يكون صريحاً في نقله للحقائق، حيث إن الصراحة هي أساس الثقة.

التزام إدارة المنظمة بمبادئ الأخلاق، كالنزاهة والصدق والأمانة والمثل العليا، كي تحقق سمعة جيدة لها في أذهان جمهورها، ودعماً لممارس العلاقات العامة في أداء عمله.

توجيه العناية لجمهور المنظمة الداخلي، لكي يكون عامل جذب لمؤسسته من خلال رضاه على المنظمة، ولكي يستقر فيها من دون أن يتطلع للمؤسسات الأخرى.

تكسر عمل العلاقات العامة تجاه العاملين في المنظمة والمواطنين، وبما لا يتعارض مع تقاليد وأعراف المجتمع.

كما تمارس معظم الهيئات والمنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توفر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أم لم يتوفر، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد. و حتى في حياتنا الشخصية يعمل الفرد على تحسين علاقاته مع الآخرين باستمرار،

ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط، بل أن مجالها يتبع لكافة أنواع النشاط الخاص والعام في جميع الميادين، زراعية وتجارية وصناعية، وتشمل علاقات العمل وتحسين ظروفه ورفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين، والتعليم، والانسجام مع المظاهر الهامة للإدارة الصناعية، والاهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والنفسية.

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف، فكل حملة من حملات الإعلام ينبغي أن تركز على سلسلة متكاملة من الأهداف والأغراض توضع سلفاً، فيتحقق هدف وراء هدف في سلسلة مرتبة، والنتيجة العامة هي تحقيق الأهداف جميعاً، وفي النهاية بلوغ الهدف الشامل. وإذا لم تحدد هذه السلسلة من الأهداف سلفاً، فإن النتيجة ستكون ضياع الوقت والجهد والمال، وبالتالي الفشل الذريع، ولما كان من المألوف أن تتضارب مصالح الجماهير، فمن الواضح إن أي هدف يرجى بلوغه، إنما ينبغي أن يكون وسطاً بين هذه المصالح المتضاربة. وينبغي كذلك تعيين الأهداف في ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريضة السائدة بين الرأي العام. كما ينبغي ان تكون تلك الأهداف معقولة من حيث الجهد و المال والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها. ولعامل الوقت أثراً كبيراً في تعيين أهداف العلاقات العامة. و من الأمثلة على ذلك تنظيم حملة لجمع التبرعات، ونظراً لضيق الوقت تبسط الأهداف، فكلما قصر الوقت تعين تبسيط الأهداف المباشرة (المجالي، 2009).

وفي ضوء ما سبق يتبين بأنه يتوجب أن تتسم مهنة العلاقات العامة بالاحترام المتبادل المبني على أساس المصلحة العامة، والذي يمتاز بالمصداقية والشفافية في نقل المعلومات والحقائق كما هي إلى الجمهور، والحفاظ على أسرار العمل، وعدم بث المعلومات أو الشائعات الخاطئة، وأن تتفق أخلاقيات العلاقات العامة مع القيم والعادات الاجتماعية السائدة، مما يسهم في كسب ولاء الموظفين داخل المنظمة، وكسب ثقة المواطنين خارج المنظمة، وبناء صورة ذهنية طيبة عن المنظمة.

7-1-2 خصائص العاملين في العلاقات العامة:

أن اختصاصي العلاقات العامة يمثل دوراً رئيساً وهاماً في نجاح العلاقات العامة بالمنظمة، هو المحور الأساسي الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي أو إعلامي، لذلك فمن الواجب أن تتوفر فيه خصائص شخصية ومهارات اتصالية معينة تمكنه من الاضطلاع بمهامه الأساسية على وجه مرضي اختصاصي العلاقات العامة يجب أن يكون حساساً ويقظاً لاتجاهات الرأي العام وآراء الجماهير

لينقلها بصدق وأمانة إلى مؤسسته، كما يتوجب عليه أن يكون ذا مهارة اتصالية ليستطيع بها أن يتعامل بالكلمة الواضحة المعبرة وبالأسلوب الصادق المؤثر مع الجماهير، من أجل أن يصبح المتخصص في العلاقات العامة صالحاً لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام.(هلال،

(55:2007)

كما يرى زويلف (2010: 36) أنه من أهم الصفات الشخصية التي يجب أن يتمتع بها موظف العلاقات العامة تتمثل في مدى تمتع الموظف بشخصية متكاملة نافذة مصحوبة بالقدرة على التعامل مع الآخرين، ومن ثم إقناعهم والتأثير عليهم، وطرح الأمور بشكل واضح ومفهوم،، كذلك يتطلب منه بأن يكون ذكياً في تعامله مع الناس، حازماً في موقف يتطلب الحزم، لا يهاب عند قوله الحقيقة، لا يتراجع عن رأي عندما يعتقد بصوابه، وأن يقوم الموظف بدراسة كل ما يتعلق بالمنظمة من أنظمة وتعليمات، وما يخص السلعة التي يتعامل بها، وطرق استعمالاتها وخصائصها ومزاياها، وكذلك قوة الشخصية، ومنها المظهر الخارجي والقوام والأناقة والملبس،

وتتدخل عناصر متعددة في تكوين الشخصية إلى جانب السمات الجسمية كرقعة الحديث، وطلاوة اللسان، والتأثير على الآخرين، من خلال القدرات الثقافية والعلمية، وأن يكون لديه حب الاستطلاع والرغبة في تتبع ما يجري بكفاءة، والموضوعية، إذ يجب أن يكون متجرداً بعيداً عن الذات، وبعيداً عن التحيز، فهو يبحث عن الحقيقة لنقلها بأمانة سواء للإدارة أو المواطنين، فلا يتأثر في حكمه بخبرته أو وفق تجربة به، وأن يمتلك الخيال الخصب، متميزاً بالإبداع والقدرة على التخيل، وبذلك يستطيع النظر إلى المستقبل نظرة واثقة صائبة، والقدرة على الاحتمال والصبر والمثابرة، إذ أن نتائج برامج العلاقات العامة لا يمكن تلمسها بسرعة، لذا لا بد من تجنب اليأس ومواصلة العمل دون كلل.

8-1-2 أنشطة العلاقات العامة:

تتجلى وظيفة العلاقات العامة في المنظمات الحكومية في دراسة الرأي العام داخل المنظمة (العاملين) ودراسة الرأي العام للجمهور الخارجي (المواطنين) نحو ممارسات وأهداف وسياسات المنظمة، وكيفية تخطيطها للأهداف وتصميمها لبرامجها ووسائلها الإعلانية ومدى تعاونها مع الجهات الخارجية، مما يبين سياساتها وأهدافها ورسالتها بشكل واضح (عساف وصالح، 2004: 39).

وقد أشار الخطيب (2010: 255) بأن وظائف العلاقات العامة تشمل على (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقييم) وفيما يلي عرضاً لكل وظيفة ومفهومها وأهميتها وأهم فروعها وكما يأتي:

1-8-1-2 التخطيط في العلاقات العامة :

يعرف التخطيط على أنه ذلك النشاط العقلي الإرادي الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة ويقصد به تخطيط ورسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الهدف والجمهور المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة (بو خناف، 2011: 9).

ويرى اللوزي (2010: 111) "بأن وظيفة التخطيط في العلاقات العامة تقوم برسم سياسات العلاقات العامة للمنظمة وإعداد البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الموازنة وتوزيعها على الأنشطة التي ستقوم بتنفيذها".

ويشير الدليمي (2011: 125) إلى أن وظيفة التخطيط تسعى إلى دراسة الجانب السلوكي للمواطنين من حيث الاتجاهات والقيّم والآراء، من خلال تحديد أهداف المنظمة وتعديلها بما يتناسب مع الإمكانيات المادية والبشرية ورغبات المواطنين، وإعداد الخطط الخاصة لعمليات الاتصال بالجمهور من حيث الميول والاتجاهات والقيّم والعادات الاجتماعية، ودراسة العوامل المؤثرة على هذه الخطط، وبالتالي تنفيذ الخطة ومتابعتها وتقييمها.

وقد ذكر للتخطيط المدهون (2006: 62) مجموعة من العناصر الهامة لعملية التخطيط في العلاقات العامة وكما يلي:

السبب الذي توضع من أجله خطة العلاقات العامة.

الهدف المباشر: إن تحديد الهدف سواء كان بسيطاً أم معقداً يعتبر أمراً حيوياً لأنه خطة ولا تقوم بدونه.

الوسائل: يجب تحديد الوسائل والأساليب المستخدمة لتحقيق الأهداف.

التكاليف: تحديد تكاليف تنفيذ خطط إدارة العلاقات العامة سواء من حيث المال أو الوقت أو الجهد يمثل أهم محدد لعمليات التنفيذ.

وعليه فإن عملية التخطيط هي عملية سلوكية تستند على أساس توظيف الطاقات المتاحة للمنظمة في سبيل رسم السياسات الواضحة والأهداف والأساليب لبرنامج ما، مع إيلاء الاهتمام بأن يتفق هذا البرنامج مع احتياجات الموظفين والمواطنين، من خلال هذه العملية تتم دراسة معمقة للأسباب والأهداف والتكاليف والوسائل التي من خلالها يتم تنفيذ البرنامج بما يتماشى مع الأنظمة والقوانين المعمول بها.

2-8-1-2 البحوث في العلاقات العامة:

كان في الماضي التخمين القائم على الخبرة الشخصية والمهارة الفردية، هو الأسلوب الذي تستخدمه العلاقات العامة للتعرف على اتجاهات الجماهير، إلا أنه مع تطور العلاقات العامة وتحولها إلى مهنة تقوم في ممارستها على علم يستند إلى مجموعة من المبادئ والقواعد التي تم التوصل إليها فقد حدث التحول في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، هذا التحول المتمثل بالابتعاد عن أسلوب التخمين والاعتماد على الأسلوب العلمي (أسلوب البحث العلمي) في التعرف على اتجاهات الرأي العام (فهد وكنجو، 1999: 2). والبحث عن الحقائق هو أن إلقاء نظرة فاحصة متأمله إلى الماضي لتحديد جذور الموقف، وأن نندرس الظروف التي تحيط بالمنظمة الاقتصادية منها والاجتماعية والسياسية. ونؤطرها بنظرة متأمله إلى المستقبل، لتتعرف على المشكلة (زويلف، 2010: 43).

ويقصد بالبحث تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة سواء في الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة (بو خناف، 2011: 9).

وتتمثل وظيفة البحوث في العلاقات العامة بما تجريه المنظمة من بحوث على مستوى الداخلي لها، للوقوف على أهم الصعوبات والمعوقات والمشكلات التي تواجهها على مستوى الداخلي، والعمل على البحث عن بدائل وحلول لها، مما يعني بأن وظيفة البحوث هي وظيفة تقوم بتحليل نشاطات وخطط وسياسات وبرامج المنظمة المختلفة، بالإضافة إلى بيان رأي الإدارة العليا في المنظمة وبيان مدى تأييدها وتقييمها لوظيفة العلاقات العامة (اللوذي، 2010: 107).

ومن أهم مجالات البحوث في إطار العلاقات العامة ما يلي:

أولاً: البحوث المتعلقة بالبيئة الخارجية، وهي بحوث استطلاع آراء مختلف المستهلكين وانطباعاتهم عن المنظمة وسياساتها وما تنتجه من مخرجات وتقدمه من خدمات ويمكن تلخيص تلك البحوث على النحو التالي:

بحوث الصورة الذهنية: وهي دراسة الصور التي هي في أذهان الفاعلين في البيئة الخارجية للمنظمة في الوقت المطلوب.

بحوث الدوافع والاتجاهات: وهي بحوث تتعلق بمعرفة ما وراء اتجاهات المستهلكين والدوافع التي تتحكم بسلوكهم تجاه المنظمة.

بحوث الفعالية: وهي بحوث ترمي إلى تقييم البرامج الخاصة بالعلاقات العامة على اتجاه الأفراد العاملين، ومدى تحقيقها لأهدافها. (زويلف، 2003: 53-55)

ثانياً: بحوث تتعلق بأنشطة العلاقات العامة ومشاكلها وطموحاتها والمجال الذي تعمل فيه، وبأدائها الحالي.

ثالثاً: بحوث تتعلق بأثر التغيرات الاقتصادية والاجتماعية على القوى الفاعلة في البيئة الخارجية للمنظمة، إذ لا بد أن تدرس العلاقات العامة كافة التغيرات هذه ومدى أثرها على قوى هذه البيئة، حيث أن بحث تلك المتغيرات يمثل الدعامة الأساسية لكل برنامج من برامج العلاقات العامة، كأثر سياسة الدولة على مختلف قوى هذه البيئة، وكذلك الاهتمامات الجديدة من قبل المجتمع مثل حماية المستهلك التي أصبحت اهتمامات جديدة لبحوث العلاقات العامة.

ويرى الخطيب (2010: 285) بأن من أهم أهداف بحوث العلاقات العامة ما يأتي:

التعرف على الآراء والاتجاهات.

التعرف على الذات أي الاتجاهات هي المرأة التي ترى المنظمة من خلالها صورتها كما يراها المواطنين.

منع الأزمات والاضطرابات أي حينما يمكن التنبؤ بالمشكلة مبكراً، يصبح من اليسير وضع الحلول المناسبة لمنع انفجارها والتحرك لمواجهتها.

زيادة فاعلية الاتصال الخارجي: حيث أن دراسة أنماط الاتصال في المجتمع وعاداته السائدة بين المواطنين يساعدان على تحديد خطة (استراتيجية) الاتصال التي تضاعف فرص التعرض له وإدراكه.

تحديد جماهير المنظمة من خلال توفر بعض المعلومات الأساسية عن قطاعات الجماهير المؤثرة على أنشطة المنظمة التي تمثلها العلاقات العامة.

إمداد الإدارة بالمعلومات: من أهم الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة لرجال الإدارة تفسير التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تحدث في المجتمع.

التعرف على المتغيرات الدولية ودراسة آثارها المحتملة على المنظمة: من الواضح أن المتغيرات الدولية أصبح لها تأثير كبير على المؤسسات والمنظمات في الدول المختلفة في ظل ثورة الاتصال والمعرفة والتكنولوجيا.

ومن أهم أنواع البحوث في العلاقات ما يلي:

البحوث الاستطلاعية: وتقوم إدارة العلاقات العامة بإجرائها عند التعرف على ظاهرة معينة أو تحقيق فهم جديد لها بغية الوصول إلى قدرة المشكلة أو الفروض للأبحاث التالية، بمعنى آخر تفيد مثل هذه البحوث في التعرف على جوانب المشكلة وصياغتها في إطار علمي مهيئاً لتصميم بحث دقيق لدراساتها دراسة عملية دقيقة.

البحوث الوصفية: ويغلب إجراء مثل هذه البحوث لتحقيق أحد هدفين، أولهما : رسم صورة دقيقة لفرد أو جامعة أو موقف معين، والهدف الثاني: مرتبط عضويًا بالهدف الأول وهو تحديد نسبة احتمال تكرار حدث معين مرتبطًا برابط آخر، أي أن البحوث الوصفية ليست مجرد خصائص الأفراد الجماعات بل تتعدى ذلك مرحلة التفسير ليست تكون فيها الإجابة عن (لماذا؟) ضرورة لمعرفة دوافع الأفراد والجماعات بما فيهم المؤيدين والمحايدين والمعارضين.

البحوث التفسيرية: هذه البحوث تعتمد أساساً على إجراء تجارب تقوم على معرفة تأثير متغير مستقل على متابع. وهي تسمى أيضاً التجريبية وهي الدراسات التي كانت تقوم أساساً على اختبار فرص سببي عن طريق التجربة العملية .

البحوث التاريخية: وهي تقوم على الاستفادة من البحث التاريخية لفهم العوامل التي أدت إلى تطور أو انحطاط العلاقات الاجتماعية في الأزمنة الماضية بغية الاستفادة منها في التخطيط المستقبلي.

وعليه يمكن القول بأن وظيفة البحوث في إطار العلاقات العامة هي وظيفة تهتم بجمع المعلومات أو البيانات ومعرفة المتغيرات في البيئة الخارجية، وذلك بقيام المنظمة بدراسات كمية أو وصفية تسعى إلى البحث عن وجهة نظر ما أو عن مشكلة ما سواء على مستوى الداخلي (الموظفين) أو مستوى الخارجي (المواطنين) وبالتالي تظهر نتائج هذه العملية مواطن الضعف أو القصور أو بيان تشخيص المشكلات وأسبابها لوضع الحلول والبدائل المناسبة لها.

2-1-3-الاتصال في العلاقات العامة:

تعتبر وظيفة الاتصال الوظيفية الثالثة من وظائف العلاقات العامة، حيث تمثل الدعامة الأساسية في عمليات العلاقات العامة واستخداماتها المختلفة، وذلك لأن الاتصال 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 أوضح (غريب، 1996).

ويرى اللوزي (2010: 125) بأن هذه الوظيفة تقوم على نشاط هادف ذو اتجاهين للتأثير ما بين طرفي عملية الاتصال (المُرسل- المُستقبل) وذلك من خلال التغذية الراجعة التي توفرها عملية الاتصال مما يساعد على إيجاد التنسيق والتفاهم والتعاون بين أطراف عملية الاتصال، وبذلك فإن عملية الاتصال تترك ورائها رسالة يقوم كل من طرفي الاتصال بقراءتها وفهمها وتحليلها، وبالتالي تترك أثراً سلوكياً بشكل تغيير في السلوك.

وقد قسم البكري (2001: 98) وسائل الاتصال المستخدمة في دوائر العلاقات العامة إلى:

وسائل الاتصال العامة: وهي وسائل للاتصال الجماهيري من صحف وإذاعة وهي موجهة للجمهور العام على اختلاف أنواعه، وهي تستخدم على مستوى الدولة.

وسائل الاتصال الخاصة: وهي الوسائل الخاصة بالمنظمة، وهي التي يقوم المسئولين بإعدادها وتنظيمها وتوجيهها إلى جماهير المنظمة بصفة أساسية وتتميز بتركيزها على أنشطة المنظمة وأهدافها.

بينما ذكر عساف (1997: 67): أنه من أهم وسائل الاتصال التي تستفيد منها إدارات العلاقات العامة ما يلي:

الصحف: وهي من أهم الوسائل التي تمكن رجل العلاقات العامة من إيصال رسالته إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين.

المسجلات : وهي من الوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في الاتصال بجمهور المنظمة.

مجلة المنظمة: حيث تقوم إدارة العلاقات العامة في كثير من المؤسسات بنشر مجلة خاصة بالمنظمة وقد تصدر هذه المجلة إما أسبوعياً أو شهرياً أو بصفة دورية.

شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" : "والإنترنت هي شبكة اتصالات عالمية تربط الألاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض، ويستخدمها الملايين حالياً على مدار أربع وعشرين ساعة في معظم أنحاء العالم، وبخاصة في الجامعات ومراكز البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات الحكومية.

رعاية العاملين بالمنظمة: وتعتبر رعاية العاملين من الوسائل المباشرة للاتصال مع العاملين بالمنظمة ففيها تقدم الخدمات في حالات العجز أو الإصابة وكذلك في حالات الوفيات وغيرها من المواقف التي تستدعي وقوف المنظمة إلى جوار عمالها وأشعارهم بحرصها على راحتهم.

ويرى جودة (1996: 26-27) بأنه من أهم الأهداف الهامة في وظيفة الاتصال في العلاقات العامة هي الإعلام والإقناع والمشاركة وكما يأتي:

الإعلام: وهو نقل الأخبار والمعلومات الجيدة التي تهم المواطنين في وقت معين، فمهمة الإعلام تنحصر من الناحية النظرية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات والحقائق الثابتة التي تساعد في تكوين رأي سليم عن واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل فلإعلام إذن يهدف إلى نشر الحقائق والأخبار بين الجماهير ويتم من خلال إحدى وسائل الاتصال مع المواطنين بدون أن يرافق ذلك تحمل تكلفة أو دفع ثمن.

المشاركة: وتعنى المشاركة والمشورة في اتخاذ القرارات ولها العديد من الفوائد حيث إن المشاركة تدعم جماعية الفكر والتفاهم المشترك وتقوي من أواصر الأخوة بينهم، أيضاً استطلاع الرأي العام هو من الفوائد التي تجنيها المنظمة التي تطبق مبدأ الشورى بالمشاركة، بالإضافة إلى ذلك هي تتيح الفرصة لأية منظمة لربط آرائها وفلسفتها وسياساتها وبرامجها على المواطنين بهدف إقناعهم بها.

وعليه يستنتج بأن الاتصال هو وسيلة من وسائل العلاقات العامة، التي تسعى من خلالها إلى إيصال صورة ذهنية لدى الإدارة العليا عن ما تقوم به المنظمة من أنشطة اتصالية بين أقسام العلاقات العامة والموظفين، وكذلك المواطنين، وبذلك تتمكن الإدارة العليا من خلال تقييم مدى نجاعة العملية الاتصالية. أما من وجهة نظر المواطنين فإن وظيفة الاتصال هي ما تقوم به إدارة العلاقات العامة من نقل معلومات أو إفادة المواطنين أو توعيتهم حول موضوع عام، وذلك من خلال توظيف وسائل الإعلام والاتصال والمؤتمرات والمحاضرات الزيارات واستقبال الوفود والمناسبات الرسمية والمعارض... الخ لبناء صورة ذهنية لدى المواطن عن طبيعة ما تقوم به المنظمة من أنشطة.

2-1-8-4 التقييم في العلاقات العامة:

تعتبر عملية التقييم في العلاقات العامة هي الوظيفة الرابعة من وظائف العلاقات العامة بغرض تقييم النشاطات الاتصالية لها، باعتبار أن النشاط الاتصالية التي تمثل جوهر العلاقات العامة وأحد الجوانب الأساسية في العملية الإدارية ولهذا يهدف التقييم إلى قياس كفاءة الخطة التي وضعت لبرامج العلاقات العامة وأساليب تنفيذها إذا كانت وما هناك من بدائل أفضل لتحقيقها. وعليه يقع على عاتق مدير إدارة العلاقات العامة أن يحدد بدقة نقطة البداية ونقطة النهاية وأن يختار الوسيلة للوصول وذلك بالتعاون مع العاملين لديه في الإدارة، ولكن في بعض الأحيان يحتاج المدير إلى تعديل مساره بين الحين والآخر للوصول إلى الهدف المقصود وهذا التعديل يأتي من خلال عمليات التقييم (ابو سليم، 2006: 253).

وقد أشار اللوزي (2010: 157) بأن وظيفة التقييم هي عملية بموجبها يتم قياس مدى نجاح برامج العلاقات العام، وذلك من خلال المعايير التي وضعتها الإدارة العليا للحكم على هذه البرامج وبيان مدى تحقيقها للأهداف.

وتبرز أهمية نشاط التقييم في العلاقات العامة في أنه يسهم في التأكد من دقة وسلامة الأهداف الموضوعية، وسلامة الخطط وفعاليتها وأوجه الضعف والقوة فيها، ومدى مناسبة تنفيذ الطرق التي اتبعت في تنفيذ برامج العلاقات العامة، ومقارنة النتائج الفعلية بالإنفاق المالي على العلاقات العامة، إضافةً إلى التعرف على الصعوبات التي صادفت إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهمتها تعاون الإدارات الأخرى معها.

كما يهدف التقييم في مجال العلاقات العامة إلى إمداد الإدارة العليا بالمعلومات الدقيقة التي تفيد معرفة الجهود التي قامت به العلاقات العامة من أنشطة لتحقيق الأهداف الموضوعية في خطتها المستمدة من السياسة العامة للمنظمة وفلسفتها الاجتماعية، وقياس النتائج الكمية التي حققتها العلاقات العامة في المجالات المعنية، ومعرفة وجهة نظر الجمهور في المنظمة، وتحديد تطور الأموال المطلوبة للأنفاق على برامج العلاقات العامة لتحقيق أهدافها المرغوبة.

ومن أبرز مجالات التقويم في برامج العلاقات العامة:

هناك عدد من الظواهر التي يمكن استخدامها كمعايير للوصول إلى حكم معقول عن حجم التأثير الذي ننشده من البرامج، ومن هذه الظواهر ما يلي (البدر، 1992):

الإنتاج: ويقصد به هنا ما تم إنتاجه من مقالات ومطبوعات، ومنشورات ومسلسلات وبرامج خلاقه، وكل من عنصر من عناصر الإنتاج هذه له وسيلة تقسية، فالمقالات تقاس بالمساحة، والبرامج الإذاعية والتلفازية تقاس بالزمن.

الاهتمام: وذلك لقياس مستوى اهتمام المتلقين بالرسائل التي ترسل إليهم مقارنة بالوسيلة التي استخدمت، وأسلوب الإنتاج، وأسلوب التوزيع، وقياس مستوى الاهتمام تساعد على الاختيار الأنسب للجمهور.

مستوى البلاغ: ويقصد بها معرفة من تصلهم هذه الوسيلة أو تلك.

مستوى الاستيعاب: ويقصد بها مستوى استيعاب وفهم المواطنين للرسالة، ويساعد قياس الرأي على معرفة مستوى الاستيعاب، ويمكن إضافة مجالات أخرى للتقويم في خطط العلاقات العامة، مثل حجم التعرض للرسالة، بمعنى هل وصلت الرسالة للمواطنين المستهدفين؟ أم ما هي الأسباب؟

مستوى التأثير: بمعنى ماذا حققته الرسالة من إنجازات في سبيل تغيير اتجاه المواطنين المستهدفين حيال القضية المراد أن يتعاطف معها؟ وهل كان بالإمكان سلوك وسائل أخرى أكثر فعالية؟
وأيضاً من المجالات التي يمكن قياسها من نشاطات العلاقات العامة (أبو قحف، 2001):

عدد البرامج التي تم تنفيذها.

عدد الزيارات التي تمت للمنظمة من قبل الجماهير الخارجية وبالعكس.

عدد الخطابات التي أرسلت أو نشرت أو الكتيبات أو المكالمات التلفزيونية.

التكاليف الخاصة بإنجاز كل نشاط وكذلك مواد الدعاية والنشر.

المساحات التي استخدمت في الصحف والمجلات وغيرها.

الوقت المستغرق لإنجاز نشاط معين.

معدلات التغطية أو الانتشار.

عدد الحضور في المؤتمرات سواء داخل أو خارج المنظمة.

وقد أشار أبو عرمانة (2013: 43) إلى أنه هنالك ثلاثة مراحل لعملية التقييم:

التقييم السابق على تنفيذ البرنامج: أن بحوث التقييم تثبت للقائمين بالاتصال أن النشر لا يعني بالضرورة الاتصال فقد يحدث النشر ولا يتعرض المواطنين المستهدفين، وهذا يعني أن الاتصال لم يتحقق.

التقييم المرحلي أو الجزئي: والذي يواكب تنفيذ البرنامج بهدف التعرف على مواطن القصور أولاً بأول.

التقييم النهائي: والذي يعقب التنفيذ ويتوقف استخدام هذه الأساليب على طبيعة البرنامج، والمدى الزمني لتنفيذه وإن كان من المفيد لأنشطة العلاقات العامة أن تستخدم الأساليب الثلاثة مجتمعة إذا كان ذلك ممكناً وضرورياً.

ومما سبق يستنتج بأن عملية التقييم هي عملية تسعى إلى قياس انطباعات الرأي الداخلي والرأي الخارجي عن أنشطة المنظمة ومن ثم قياس مدى نجاح عملية التخطيط والاتصال والبحوث التي قامت بها المنظمة، وبذلك تتمكن الإدارة العليا من مقارنة المعايير مع الأهداف للكشف عن الأخطاء، وموجبها يتم تعديل السياسات التي يتوجب تعديلها، ووضع بدائل مستقبلية لها.

9-1-2 المعوقات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة:

تتعدد أنواع الصعوبات التي تتعرض للتخطيط لبرامج العلاقات العامة، منها ما هو مرتبط بأنواع المواطنين المتعاملين أو المستفيدين من الخدمة والموجه إليهم البرنامج أو يتصل بالخبرة المهنية التي يجب توافرها لدى خبراء ومتخصصين العلاقات العامة، أو قد ترجع إلى الوسائل والأساليب المستعملة في العلاقات العامة ومن أهم هذه الصعوبات أو المعوقات ما يلي (عبد المعطي، 2004:250):

الأفكار الخاطئة حول العلاقات العامة: قد يضمن المواطن أن العلاقات العامة هي عمليات تستهدف الإعلان والدعاية لكسب الجماهير بأية وسيلة ممكنة،

في حين أنها كما سبق الإشارة إليه تتجاوز الكسب العاجل إلى تأييد وثقة الجماهير وتدعيمها في المنظمة وتغيّر مناخ من الفهم المتبادل الذي يعكس أثاراً مزدوجاً في المنظمة والجماهير، وبسبب سوء فهم العامة فإنه من الصعوبة أن تقوم برامجها استناداً على أسس غير عملية بعيدة عن الهدف الأصلي.

التغيير المستمر في العناصر الثقافية: تتعامل العلاقات العامة مع أنواع عديدة من الجماهير، سواء جمهور العاملين والموظفين أو المواطنين، وتعمل المنظمة على دراسة اتجاهات هذه الجماهير إلا أن، هذه الاتجاهات تتعرض لتغير مستمر بسبب التقدم العلمي والتكنولوجي واستحداث وسائل الاتصال السريع، مما يترتب عليه تغير متراكم وسريع في المكونات المادية والثقافية، وهذه التغيرات المتلاحقة تصعب من عملية التنبؤ مما يصعب من إمكانية رسم الخطط بعيدة المدى أو حتى متوسطة المدى في برامج العلاقات العامة.

صعوبة تقييم أثر وسائل الاتصال المختلفة: تستخدم العلاقات العامة وسائل يتم من خلالها الاتصال بالجماهير، وتتفاوت أثار هذه الوسائل بحسب مستوى التأثير الذي تحدثه في الناس، كما يصعب تقدير مدى فاعلية هذه الوسائل، حيث لا يمكن أن يتم ذلك إلا في إطار بحوث عملية مستفيضة متلاحقة في تقويم أثر وسائل الاتصال المختلفة على الجماهير، مما يضيف أعباء جديدة على خبراء العلاقات العامة وكيفية التغلب عليها ويصعب من القيام بالتخطيط المناسب.

عدم توفر الخبرة المهنية: قد يكون عامل توفر الخبرة المهنية ذو أثر كبير في نجاح أو فشل الخطة المحددة للعلاقات العامة فعمليات الدراسة العلمية والتخطيط والتنفيذ تخاطب أعداد كبيرة من الجماهير وتتطلب مهارة وتخصصاً في فهم سيكولوجية الجماهير وكيفية التأثير فيها، ونقص هذه الخبرة يقلل من فاعلية البرامج ويصعب عمليات التخطيط.

2-2 المبحث الثاني - الدراسات السابقة

يتناول هذه المبحث عرضاً للدراسات السابقة وقد قام الباحث بتقسيمها إلى قسمين كما يلي:

أولاً: الدراسات العربية

دراسة أبو عرمانة (2013) بعنوان: دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظات غزة في استقطاب الطلبة وسبل تفعيله.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظات غزة في استقطاب الطلبة وسبل تفعيله، وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث أداة الاستبانة على عينة مكونة من (600) طالب وطالبة من مجتمع الدراسة المكون من (17337) طالباً وطالبة، وقد أظهرت النتائج بأن مستوى الكلية لتقدير دور العلاقات العامة في الكليات التقنية في استقطاب الطلبة قد بلغت (68.00%) وبمستوى تقدير متوسطة، كما بلغ تقدير عينة الدراسة لمجال توظيف وسائل الإعلام لاستقطاب طلبة الثانوية العامة للتسجيل ببرامج وتخصصات الكلية (65.80%) وبنسبة تقدير متوسطة، وبلغت النسبة الكلية لدور قسم العلاقات العامة في التواصل المباشر مع المجتمع (69.90%)، كما أظهرت النتائج عدم فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظات غزة في استقطاب الطلبة تعزى لمتغير الجنس، وبوجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

دراسة العيسى (2011) بعنوان: دور العلاقات العامة في الاتصالات التسويقية المتكاملة (دراسة ميدانية).

هدفت هذه الدراسة إلى الحصول على فهم أفضل للدور الذي تلعبه العلاقات العامة كعنصر من عناصر المزيج الترويجي في زيادة فعالية الاتصالات التسويقية المتكاملة، بالإضافة إلى تحديد مدى توافر مناخ عمل بالمنظمات المصرفية في الجمهورية السورية والذي يمكن أن يؤدي إلى ممارسة سليمة للعلاقات العامة قائمة على أسس علمية صحيحة. حيث تم تطوير مجموعة من الفروض لتحقيق هذا الهدف من خلال قياس أثر أبعاد العلاقات العامة التي تمت دراستها (بحوث العلاقات العامة، تخطيط برامج العلاقات العامة، تزويد الجماهير بمعلومات فعالة، اختيار المزيج المناسب من وسائل الاتصال، تلبية حاجات ورغبات الجماهير والمساعدة في حل المشكلات التي تواجههم) في الاتصالات التسويقية المتكاملة، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة تتمثل (45) مصرفاً من المصارف العاملة في الجمهورية السورية، وقد أظهرت النتائج بأن المصارف العامة السورية تعتمد على تجميع وتحليل ما ينشر بوسائل الإعلام المختلفة بشكل أساسي عند إجراء بحوث العلاقات العامة، كما يعاني تخطيط برامج العلاقات العامة من مشكلة عدم التحديد الدقيق والواضح لشرائح المواطنين المعنية بالاتصال، كما يحتل الإعلان في وسائل الإعلام المختلفة (صحف، مجلات، إذاعة، تلفزيون) المرتبة الأولى من بين جميع وسائل الاتصال التي تستخدمها المصارف العامة السورية للتعريف بالمصارف وأنشطتها.

دراسة الزبن (2011) بعنوان "عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن" دراسة تقييمية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الاردن، كذلك تقييم عينة الدراسة لوظائف العلاقات العامة المتمثلة في التخطيط والبحوث والاتصال والتقويم وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية. حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في ادارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية المتواجدة في العاصمة عمان، تم اختيارهم عن طريق الحصر الشامل. وقد تم اعداد استبانة اشتملت على 35 فقرة. قد أظهرت نتائج الدراسة ان مستوى ممارسة العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الاردن جاءت بمستوى متوسطة. كما أظهرت النتائج ان الاتصال

قد جاء في المرتبة الاولى، يليه البحوث والتقويم ثم التخطيط. كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة في عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي ونوع المنشأة. وفي ضوء نتائج الدراسة فقد اوصت الدراسة بضرورة ممارسة العلاقات العامة في المنشآت لوظائفها المتمثلة بالبحوث والتخطيط والاتصال والتقويم دون اهمال واحدة من هذه الوظائف على حساب الاخرى. كذلك ضرورة تجنب الارتجال والعشوائية في اتخاذ القرارات وتنفيذ العمل وتوفير ما يمكن توفيره من المال والجهد والوقت.

دراسة الحديد (2010) بعنوان: واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، وذلك بالتعرف على تقييم النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم وكذلك التعرف على مدى اشراك الطلبة بنشاطاتها وخدماتها وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية، البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، والبالغ عددهم (36569)

ولتحقيق اهداف الدراسة تم تصميم استبانة وزعت على 1097 طالباً، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية التطبيقية وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بمستوى منخفضة وأن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد جاءت بمستوى منخفضة وأن مدى اشراك الطلبة في مهام ونشاطات دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية جاء بمستوى متوسطة، وان التقييمات قد تراوحت بين المتوسط والمنخفض كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث ووجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية تعزى لمتغير المرحلة الأكاديمية للطالب، لصالح البكالوريوس والماجستير، ووجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية تعزى لمتغير السنة الدراسية للطالب لصالح السنوات الدراسية الأولى.

دراسة المجالي (2009) بعنوان: "أمودج مقترح للعلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية الرسمية والخاصة في ضوء الواقع والاتجاهات الإدارية المعاصرة".

هدفت الدراسة إلى بناء أمودج للعلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية الرسمية والخاصة، في ضوء الواقع والاتجاهات الإدارية المعاصرة، وهدفت إلى معرفة مستوى أداء العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني الرسمية والخاصة، من وجهة نظر المسؤولين الأكاديميين، والإداريين في هذه الجامعات، وهدفت إلى معرفة الأولويات التي يراها مديرو أو مسؤولو العلاقات العامة في هذه الجامعات، كما هدفت إلى معرفة مستوى توافر هياكل تنظيمية للعلاقات العامة فيها، وتسمياتها الوظيفية، وأعداد موظفيها، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الجامعات الحكومية الأردنية الحكومية ومنها والخاصة، تم اختيار عينة قصدية مكونة من (5) جامعات، وأظهرت النتائج بأن واقع أداء العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية الرسمية والخاصة منخفض مستوى، وبناء على نتائج الدراسة أوصت الدراسة بضرورة تبني إدارة في القطاع الحكومي الأردني الرسمية والخاصة للأمودج المقترح للعلاقات العامة في الجامعات، وتوفير تنظيم مستقل وكوادر إدارية وفنية مؤهلة للعلاقات العامة في الجامعات، وتوفير الدعم والتأييد من قبل إدارات الجامعات الرسمية الخاصة للعلاقات العامة فيها، وإيلاء المزيد من الاهتمام في إقرار هياكل تنظيمية العلاقات العامة تتماشى مع الاتجاهات الإدارية المعاصرة.

دراسة الحشر (2004). بعنوان: برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها. دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة برئاسة الحرس الوطني بالرياض.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وضوح أهداف برامج العلاقات العامة في الحرس الوطني، والتعرف على مدى التخطيط لبرامج العلاقات العامة في الحرس الوطني وأسس وأثره على تحقيق أهدافها. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي القائم على تحليل المعطيات الواقعية الميدانية. حيث تم اختيار مدخل المسح الاجتماعي، حيث استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات. ولقد أظهرت نتائج الدراسة إلى وضوح أهداف برامج العلاقات العامة في الحرس الوطني بمستوى كبيرة، كذلك وجود تخطيط بمستوى مرتفعة لبرامج العلاقات العامة، كذلك وجود أثر للتخطيط على تحقيق الأهداف بمستوى عالية.

دراسة الزيود (2001). بعنوان تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر موظفيها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى كفاية وملائمة كل من الموارد البشرية والموارد المادية ودعم واهتمام الأداة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتنسيق بين الدائرة، وباقي دوائر الجامعة، وإلى دراسة الفروق في مستوى أداء الدوائر وفقا لمتغيرات الدراسة المستقلة، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من العاملين في دوائر العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وقد أظهرت نتائج الدراسة ان مستوى أداء الدوائر على مستوى الجمهور الداخلي متوسط، في حين كان أداءها مرتفعا على مستوى المواطنين.

دراسة الفيشاني (2000)، بعنوان تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى ممارسة وحدات العلاقة العامة في الوزارات الحكومية اليمنية للوظائف العلمية للعلاقات العامة، والتعرف على المشكلات المالية والبشرية التي تعاني منها وحدات العلاقة العامة بالإضافة إلى معرفة المكانة التنظيمية لوحدات العلاقات العامة في الهياكل التنظيمي للوزارات الحكومية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة تدني مستوى ممارسة وحدة العلاقات العامة في الوزارات الحكومية لوظيفة الاتصال والبحث وقياس الاتجاهات، حيث ان وحدات العلاقات العامة لا تقوم بالتخطيط الطويل والمتوسط المدى، وأكدت الدراسة شح الموارد المالية المخصصة لوحدة العلاقات العامة بالإضافة إلى قلة الكوادر الكافية التي يتوافر فيها التخصص في مجالات العلاقات العامة.

دراسة الشبول (2000) بعنوان: (تقييم الكفاءات الإدارية لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن- دراسة ميدانية).

هدفت الدراسة إلى تقييم الكفاءات الإدارية لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن، حيث اشتمل مجتمع الدراسة على مديري التربية والتعليم بمديريات التربية في الاردن. كذلك مديري أقسام العلاقات العامة. وقد تم استخدام أداة مكونة من 59 فقرة مقسمة إلى ست مجالات اشتملت على البحث والتخطيط والتنظيم والاتصال والتنفيذ والتقويم، وقد أظهرت النتائج ان الاتصال جاء في المرتبة الاولى من حيث الأهمية من حيث الممارسة عند مسؤولي العلاقات العامة اما التخطيط فقد جاء في المرتبة السادسة من حيث الأهمية، كما أظهرت النتائج وجود فجوة كبيرة بين الممارسات والأهمية لمجال التنظيمي عن بقية المجالات لدى مديري التربية والتعليم، وأثبتت الدراسة وجود فجوة بين الممارسة والأهمية عند مديري التربية والتعليم وعند مسؤولي العلاقات العامة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

Liu and Abbey (2015). Public Relations Professionals' perspectives on the communication challenges and opportunities they face in the U.S. public sector.

وجهات نظر المتخصصين في العلاقات العامة التحديات التي تواجه الوظيفة الاتصالية في القطاع العام في الولايات المتحدة الأمريكية

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى وجهات نظر المتخصصين في العلاقات العامة التحديات التي تواجه الوظيفة الاتصالية في القطاع العام في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد تم تطبيق هذه الدراسة على (49) قطاعاً حكومياً في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اعتمد الباحثون في هذه الدراسة على أسلوب المقابلة الشخصية، وقد أظهرت نتائج الدراسة بوجود تحديات وعقبات مشتركة بين العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية عند الاتصال مع العاملين أو المواطنين.

Bobbitt (2015). The Readiness of officials in the external relations departments of the University for any emergency

مدى جاهزية المسؤولين في دوائر العلاقات الخارجية في الجامعة لأي طارئ ."

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى جاهزية المسؤولين في مواجهة التحديات الطارئة التي تواجه الجامعات، ومنها حالات رفع الرسوم والشغب الطلابي، وانتشار المخدرات والمشروبات الكحولية، وخلصت الدراسة إلى أنه لا بد من وضع خطط ودون أي تردد حال حدوث الحرائق جاهزة لمواجهة مثل هذه الحالات، تستخدم فوراً أو السرقات الكبرى. ونوهت الدراسة إلى أن على مسؤولي العلاقات الخارجية أن يسعوا إلى وضع خطط تكون جاهزة للاستخدام دون الانتظار لتوجيهات أو تعليمات تصدر من قبل الإدارة العليا، حيث يتم الاتفاق على الصلاحيات التي تمنح لهم في مثل هذه الحالات بشكل مسبق .

. Public Relations Strategies And The Administration of Jos)Asemah & Asogwa (2012

North Local Government Area, Plateau State, Nigeria.

استراتيجيات العلاقات العامة وإدارة منطقة خوسيه شمال الحكم المحلي

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى استراتيجيات العلاقات العامة وإدارة منطقة خوسيه شمال الحكم المحلي، ولاية الهضبة، نيجيريا، وبالإضافة إلى البحث عن العوامل التي تعرقل الممارسة الفعالة للعلاقات العامة في منطقة جوس شمال الحكم المحلي، وكذلك استراتيجيات العلاقات العامة والتي يمكن استخدامها لإدارة الأزمة بشكل فعال في خوسيه، وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيع (100) استبانة إلى عينة من المواطنين، وقد أظهرت النتائج بأنه هنالك استياء عام من ممارسة العلاقات العامة في حكومة خوسيه الشمالية المحلية.

Public Relations Research for Planning and Evaluation. (2006). Lindenmann

Published by the Institute for Public Relations.

بحوث العلاقات العامة من أجل التخطيط والتقييم في معهد العلاقات العامة

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم وصف لمختلف أدوات وتقنيات العلاقات العامة التي يجب على الممارسين النظر إليها عند تصميم وتنفيذ المشاريع البحثية للجمهور وتخطيط العلاقات ولأغراض قياس وتقييم العلاقات العامة. وتركز الدراسة على احتياجات العلاقات العامة، استخدمت الدراسة المنهج الكمي والنوعي، حيث شملت التقنيات النوعية والمقابلات، ودراسات التحقيق، والمقابلات وجهاً لوجه، والدراسات الاستقصائية، وتقدم الدراسة اقتراحات بحثية لاستخدامها في التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة وتطوير البرامج، فضلاً عن تحديد الأفكار البحثية التي يمكن النظر فيها، كذلك قياس وتقييم فعالية العلاقات العامة.

3-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تميّزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في عدة جوانب، أهمها:

تتميز هذه الدراسة بأنها تتناول قياس تطبيقي لمستوى نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وذلك في لوزارات الحكومية الأردنية، إذ تكشف هذه الدراسة درجة تقييم العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين فيها.

معظم الدراسات السابقة قد تم تنفيذها في بيئات أجنبية وعربية، في حين تم تنفيذ هذه الدراسة في الأردن في محافظة المفرق.

تعدّ هذه الدراسة الثانية في الأردن من حيث النوع والأولى من حيث عينة الدراسة التي تقيم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي في للوزارات الحكومية الأردنية.

الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

يتضمن هذا الفصل توضيح خصائص أفراد عينة الدراسة، وأداة قياس متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة، وإجراءات تنفيذ الدراسة، وتصميم الدراسة، ومعالجتها الإحصائية.

1-3 منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي بهدف قياس تقييم العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، نظراً لملائمته لطبيعة الدراسة وأهدافها.

2-3 مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة جميع العاملين في العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني العاملة في (وزارة الداخلية، وزارة الأشغال العامة والإسكان، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة، وزارة البلديات وعددها (6) وزارات.

إذ يبين الجدول رقم (2) أسماء الوزارات وعدد الاستبيانات الموزعة، والمستردة، والصالحة، وغير الصالحة للتحليل. حيث يوضح الجدول أن عدد الاستبيانات الموزعة على الأفراد عينة الدراسة (222) استبانة، تم استرداد (212) استبيانات كانت منها (200) استبانة صالحة للتحليل، أي ما نسبته (95.4%) من مجموع الاستبيانات المستردة.

الجدول (2)

أسماء الوزارات، وعدد الاستبانات الموزعة، والمستردة، والصالحة، وغير الصالحة للتحليل الإحصائي

الرقم	اسم الوزارة	الموزعة	المستردة	صالحة	غير صالحة
1	وزارة البلديات	35	32	32	0
2	وزارة الأشغال العامة والإسكان	29	28	25	3
3	وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	33	32	30	2
4	وزارة التربية والتعليم	41	39	39	0
5	وزارة الصحة	46	44	40	4
6	وزارة الداخلية	38	37	34	3
المجموع		222	212	200	12

وقد تكونت عينة الدراسة من (200) عامل وعاملة في أقسام العلاقات العامة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة، الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات الشخصية.

الجدول (3)

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات الجنس، الفئة العمرية، الخبرة، مستوى التعليمي

المتغير	مستوى	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	165	87.2
	انثى	35	12.5
	المجموع	200	100.0
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	44	22.0
	25- إلى أقل من 35 سنة	75	37.5
	35- إلى أقل من 45 سنة	63	31.5
	45 سنة فأكثر	18	9.0
	المجموع	200	100.0
عدد سنوات الخبرة	30 أقل من 5 سنوات	30	15
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	65	32.5
	10 سنوات فأكثر	105	52.5
	المجموع	200	100
مستوى التعليمي	دبلوم متوسط فأقل	75	37.5

49	98	بكالوريوس
13.5	27	دراسات عليا
100	200	المجموع

يظهر من الجدول رقم (3) ما يلي:

بلغ عدد الذكور في العينة (156) بنسبة مئوية (83.0%)، بينما عدد الإناث (35) بنسبة مئوية (17.0%). بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير العمر (37.5%) للفئة العمرية (25- إلى أقل من 35 سنة)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (9.0%) للفئة العمرية (45 سنة فأكثر). بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة (52.5%) للعدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (15.0%) للعدد سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات). بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير مستوى التعليمي (49.0%) للمستوى التعليمي (بكالوريوس)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (13.5%) للمستوى التعليمي (دراسات عليا).

3-3 أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على المصادر التالية لجمع البيانات:

المصادر الثانوية:

وزارة البلديات، وزارة الأشغال العامة والإسكان ، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة، وزارة الداخلية، حيث اعتمد عليها الباحث للحصول على أعداد العاملين في أقسام العلاقات العامة في كل وزارة من الوزارات المبحوثة.

الأدب النظري:

تم الاستعانة بالأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، من كتب، وبحوث، ودوريات، ومجلات، اهتمت بموضوع الدراسة.

المصادر الأولية

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات الأولية، على تطوير استبانة أساسية لجمع البيانات عن متغيرات الدراسة، وفقاً للنموذج المعتمد في الدراسة (شكل رقم (1))، كما استُخدم مقياس ليكرت الخماسي لتحديد قيم وأوزان الاستجابات.

تكونت للاستبانة مما يلي:

الجزء الأول: يهدف هذا الجزء جمع البيانات عن الخصائص الديموغرافية للأفراد المشاركين وقد شملت: النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، ومستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة .

الجزء الثاني: تضمن هذا الجزء أسئلة الدراسة، وقد جاءت على النحو الآتي:

- نشاط العلاقات العامة

لقد تضمن نشاط العلاقات العامة أربعة مجالات رئيسية، هي: مجال التخطيط ، مجال البحوث، مجال الاتصال، مجال التقويم استناداً إلى: دراسة أبو عرمانة (2013)، دراسة العيسى (2011)، دراسة الحديد (2010)، دراسة (Liu & Abby, 2015) .

وحدة التحليل

إن وحدة التحليل في هذه الدراسة هي: العاملين في أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وتم أخذ البيانات والمعلومات الضرورية لغايات الدراسة من أفراد عينة الدراسة، وذلك من خلال توزيع الاستبيانات.

3-4 ثبات أداة الدراسة وصدقها:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة قام الباحث بتطبيق معادلة كرونباخ الفا على جميع فقرات مجالات الدراسة، وقد بلغت قيمة كرونباخ الفا (0.96) وهي تعتبر نسبة جيدة لأغراض تعميم نتائج الدراسة الحالية، إذ أن النسبة المقبولة لتعميم نتائج مثل هذه الدراسات هي (0.60) (الشريفين والكيلاني، 2007)، والجدول (4) يوضح معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.

جدول (4)

معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لجميع فقرات مجالات الدراسة والأداة ككل

المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
البحوث	6	0.91
التخطيط	8	0.91
الاتصال	7	0.96
التقويم	7	0.97
الأداة ككل	28	0.96

اختبار صدق أداة الدراسة وثباتها

تم إخضاع أداة القياس (الاستبانة) لاختباري الصدق والثبات:

(1) اختبار صدق أداة القياس (Instrument Validity) تم عرض الباحث الاستبانة الأولية على

الأستاذ المشرف لمناقشة فقراتها المختلفة.

أيضاً عرضها على عدد من الأساتذة المحكمين في جامعة آل البيت، وعدد من الأساتذة المحكمين في الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة الأردنية، وتم الأخذ بملاحظاتهم على فقرات الاستبانة للتأكد من فهم المبحوثين للعبارات والألفاظ المستخدمة ومستوى وضوحها.

(2) اختبار ثبات أداة القياس (Instrument Reliability) تم استخدام اختبار كرونباخ - ألفا (Cronbaches Alpha) لاختبارها، بهدف التحقق من التجانس أو الاتساق الداخلي لأداة القياس والتأكد من ثباتها.

3-5 المعالجة الإحصائية:

ولتحقيق أغراض الدراسة وللتحقق من فرضياتها فقد سيقوم الباحث بالاستعانة بالأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية، وذلك بإدخالها في الحاسوب، فقد استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

* تم احتساب النسب المئوية، والتكرارات، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة المختلفة لعرض، وتبويب، وقراءة أهم ملامح وخصائص الأفراد المشاركين، وتركيبها، ومعرفة مستويات نشاط العلاقات العامة. حيث تم احتساب المتوسطات الحسابية لكل سؤال من الأسئلة المكونة للبعد الواحد كل على حده، ثم بعد ذلك تجميع هذه المتوسطات لحساب المتوسط الحسابي الكلي (العام) للبعد.

ولتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في الإجابة عن الأسئلة وذلك حسب مستوى التالية: مستوى (1) تعبر عن الإجابة غير موافق بشدة، مستوى (2) تعبر عن الإجابة غير موافق، مستوى (3) تعبر عن الإجابة موافق بمستوى متوسطة، مستوى (4) تعبر عن الإجابة موافق، مستوى (5) تعبر عن الإجابة موافق بشدة، ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبانة وعلى كل مجال من مجالاتها؛ تم استخدام المعيار الإحصائي الآتي:

اختبار مقياس الاستبانة

مستوى 5 4 3 2 1

مستوى التقييم: - عالية جداً - عالية - متوسطة - متدنية - متدنية جداً

ولتحديد مستوى الموافقة فقد حدد الباحث ثلاثة مستويات هي: (مرتفع، متوسط، منخفض) بناءً على المعادلة الآتية:

طول الفئة = (الحد الأعلى للبدال - الحد الأدنى للبدال) / عدد المستويات

$1.33 = 3/4 = 3/(5-1)$ وبذلك تكون المستويات كالتالي:

مستوى موافقة منخفضة من 1- أقل من 2.34 .

مستوى موافقة متوسطة من 2.34-أقل من 3.68.

مستوى موافقة مرتفعة من 3.68-5.

* تقسيم فئات الوسط الحسابي اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي.

معادلة كرونباخ ألفا: للتحقق من ثبات أداة الدراسة وثبات تطبيقها.

اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة، وذلك باستخدام اختبار (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test).

اختبار معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor (VIF): واختبار التباين المسموح (Tolerance) للتأكد من عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة.

وقد قام الباحث باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences- SPSS) في إجراء هذه الاختبارات.

اختبار الفرضيات (One Sample T-test)

الفصل الرابع عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي تهدف إلى التعرف على تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني ، وتم ذلك من خلال اختبار فرضيات الدراسة، وفيما يلي عرض النتائج:

1-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الأولى:

إن مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني المتمثل في (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

للتأكد من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجالات الدراسة والأداة ككل، الجدول رقم (5) يوضح ذلك.

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجالات الدراسة والأداة ككل

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	1	البحوث	4.50	0.51	مرتفعة
2	3	الاتصال	4.19	0.80	مرتفعة
3	4	التقويم	3.36	1.13	متوسطة
4	2	التخطيط	3.34	0.89	متوسطة
الأداة ككل			3.84	0.40	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن مجالات الدراسة تراوحت ما بين (3.34-4.50)؛ حيث جاء بالمرتبة الأولى مجال "البحوث" بمتوسط حسابي (4.50) بمستوى تقييم مرتفعة، وبالمرتبة الثانية جاء مجال "الاتصال" بمتوسط حسابي (4.19) بمستوى تقييم مرتفعة، وبالمرتبة الثالثة جاء مجال "التقويم" بمتوسط حسابي (3.36) بمستوى تقييم متوسطة، واحتل المرتبة الرابعة والأخيرة مجال "التخطيط" بمتوسط حسابي (3.34) بمستوى تقييم متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.81) بمستوى تقييم مرتفع.

كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على أداة الدراسة، الجدول رقم (6) يوضح ذلك.

الجدول رقم (6)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على أداة الدراسة ككل

النتيجة	الدلالة الإحصائية	T	مستوى التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة	0.00	28.432	مرتفعة	0.40	3.81	إن مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني المتمثل في (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة

يظهر من الجدول رقم (6) أن هناك مستوى مرتفع لتقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني المتمثل في (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة، حيث بلغت قيمة (T) (28.432) وهي قيمة دالة إحصائياً والعلامة المعيارية بمستوى تقييم مرتفعة للتدرج الخماسي (3.00)؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.81) وهي قيمة أعلى من العلامة المعيارية، وبالتالي تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة.

1-1-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (البحوث) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

للتأكد من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجال "البحوث" ككل، الجدول رقم (7) يوضح ذلك.

الجدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "البحوث" مرتبة

تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	3	يتم توظيف نتائج أبحاث العلاقات العامة في الوزارة	4.87	0.36	مرتفعة
2	2	يقيس قسم العلاقات العامة اتجاه العاملين في الوزارة	4.64	0.51	مرتفعة
3	4	يجري قسم العلاقات العامة بحوث ميدانية بشكل منتظم	4.53	0.76	مرتفعة
4	5	يتم متابعة الشكاوى والملاحظات الموجهة للوزارة	4.49	0.75	مرتفعة
5	1	يجري قسم العلاقات العامة قياس للرأي العام	4.42	0.64	مرتفعة
6	6	يتم جمع المعلومات العامة التي تهدف إلى معرفة المتغيرات في البيئة الخارجية.	4.10	1.37	مرتفعة
		مجال "البحوث" ككل	4.50	0.51	مرتفعة

يبين الجدول (7) أن مستوى الكلية لمجال البحوث جاءت بمستوى مرتفعة وبتوسط حسابي بلغ (4.50) وبانحراف معياري بلغ (0.51) وأن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال " البحوث " تراوحت ما بين (4.10- 4.87) بمستوى تقييم مرتفعة لجميع الفقرات؛ حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (3) والتي تنص على: " يتم توزيع نتائج أبحاث العلاقات العامة في الوزارة "بتوسط حسابي بلغ (4.87) وبانحراف معياري بلغ (0.36) وبمستوى تقييم مرفعة، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (2) التي تنص على: "يقيس قسم العلاقات العامة اتجاه العاملين في الوزارة" بتوسط حسابي بلغ (4.64) وبانحراف معياري بلغ (0.51) وبمستوى تقييم مرتفعة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (6) والتي تنص على: "يتم جمع المعلومات العامة التي تهدف إلى معرفة المتغيرات في البيئة الخارجية"، بتوسط حسابي بلغ (4.10) وبانحراف معياري بلغ (1.37) وبمستوى تقييم مرتفعة.

كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "البحوث " ككل، الجدول رقم (8) يوضح ذلك.

الجدول رقم (8)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "البحوث" ككل

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم	T	الدلالة الإحصائية	النتيجة
إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة	4.50	0.51	مرتفعة	41.560	0.00	تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة

يبين الجدول (8) أن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة جاءت بمستوى مرتفع، حيث بلغت قيمة (T) (41.560) وهي قيمة دالة إحصائياً والعلامة المعياري للتدرج الخماسي (3)؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.50) وهي قيمة أعلى من العلامة المعيارية، وبالتالي تقبل الفرضية.

4-1-2 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التخطيط) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

للتأكد من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجال "التخطيط" ككل، الجدول رقم (9) يوضح ذلك.

الجدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "التخطيط" مرتبة تنازليا

حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	8	يتم نقل القرارات العليا إلى الموظفين في الوزارة	3.78	0.98	مرتفعة
2	4	يتم وضع خطط رقابية للحفاظ على سير العمل	3.53	1.14	متوسطة
3	2	يتم تعديل السياسات وفقاً للمستجدات	3.47	1.19	متوسطة
4	7	يتم توزيع الاختصاصات على الأنشطة المستهدفة	3.39	1.21	متوسطة
5	3	يتم وضع خطط مستقبلية لمواجهة الأزمات	3.37	1.16	متوسطة
6	5	يتم تحديد الوسائل المستخدمة لتحقيق الأهداف التي تنشدها الوزارة	3.34	1.10	متوسطة
7	1	يتم وضع الخطط المستقبلية التي تحقق الأهداف	2.99	1.29	متوسطة
8	6	يتم الأخذ بخبرات الموظفين في الوزارة قبل البدء بوضع الخطط	2.86	1.33	متوسطة
		مجال "التخطيط" ككل	3.34	0.89	متوسطة

يبين الجدول (9) أن مستوى الكلية لمجال التخطيط جاءت بمستوى متوسطة ومتوسط حسابي بلغ (3.34) وبانحراف معياري بلغ (0.89) وأن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال " التخطيط " تراوحت ما بين (2.86-3.78)؛ حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (8) والتي تنص على " يتم نقل القرارات العليا إلى الموظفين في الوزارة " بمتوسط حسابي (3.78) وبانحراف معياري بلغ (1.14) بمستوى تقييم مرتفعة، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (4) التي تنص على: "يتم وضع خطط رقابية للحفاظ على سير العمل" بمتوسط حسابي بلغ (3.53) وبانحراف معياري بلغ (1.14) وبمستوى تقييم متوسطة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (6) والتي تنص على " يتم الأخذ بخبرات الموظفين في الوزارة قبل البدء بوضع الخطط " بمتوسط حسابي بلغ (2.86) وبانحراف معياري بلغ (1.33) بمستوى تقييم متوسطة.

كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التخطيط " ككل، الجدول رقم (10) يوضح ذلك.

الجدول رقم (10)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التخطيط " ككل

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم	T	الدلالة الإحصائية	النتيجة
إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التخطيط) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة	3.34	0.89	متوسطة	5.386	0.00	تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة

يبين الجدول رقم (10) أن مستوى تقييم لأنشطة العلاقات العامة في مجال (التخطيط) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة جاءت بمستوى متوسطة، حيث بلغت قيمة (T) (5.386) وهي قيمة دالة إحصائياً والعلامة المعيارية للتدرج الخماسي (3)؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.34) وهي قيمة أعلى من العلامة المعيارية، وبالتالي تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة.

3-1-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

للتأكد من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجال "الاتصال" ككل، الجدول رقم (11) يوضح ذلك.

الجدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة للفقرات المتعلقة بمجال "الاتصال" مرتبة تنازليا

حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	2	يشارك قسم العلاقات العامة المواطنين في المناسبات والأعياد الرسمية	4.39	0.66	مرتفعة
2	1	يتم إجراء الاتصالات المباشرة مع الموظفين والمواطنين	4.33	0.58	مرتفعة
3	5	يتم استخدام وسائل الإعلام المكتوبة للاتصال بالجمهور	4.20	1.09	مرتفعة
4	6	يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاتصال بالجمهور	4.17	1.12	مرتفعة
5	7	يتم إظهار الوزارة بمستوى اللائق أمام الوفود والزوار	4.15	1.14	مرتفعة
6	4	يشارك قسم العلاقات العامة بتنظيم الزيارات والوفود	4.14	1.15	مرتفعة
7	3	تتم الإجابة على الانتقادات الموجهة للوزارة من خلال الصحف والمجلات المحلية	4.00	1.13	مرتفعة
		مجال "الاتصال" ككل	4.19	0.80	مرتفعة

يبين الجدول (11) أن مستوى الكلية لمجال الاتصال جاء بمستوى تقييم مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ (4.19) وانحراف معياري بلغ (0.80) وأن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال "الاتصال" تراوحت ما بين (4.00- 4.39)؛ حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (2) والتي تنص على "يشارك قسم العلاقات العامة المواطنين في المناسبات والأعياد الرسمية" بمتوسط حسابي بلغ (4.39) وبانحراف معياري بلغ (0.66) وبمستوى تقييم مرتفع، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (1) التي تنص على: "يتم إجراء الاتصالات المباشرة مع الموظفين والمواطنين" بمتوسط حسابي بلغ (4.33) وبانحراف معياري بلغ (0.58) وبمستوى تقييم مرتفعة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (3) والتي تنص على "تتم الإجابة على الانتقادات الموجهة للوزارة من خلال الصحف والمجلات المحلية" بمتوسط حسابي (4.00) وبانحراف معياري بلغ (0.58) بمستوى تقييم مرتفعة.

كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "الاتصال" ككل، الجدول (12) يوضح ذلك.

الجدول (12)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "الاتصال" ككل

النتيجة	الدلالة الإحصائية	T	مستوى التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة	0.00	21.093	مرتفعة	0.80	4.19	إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة

يبين الجدول (12) أن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة جاءت بمستوى متوسطة، حيث بلغت قيمة (T) (21.093) وهي قيمة دالة إحصائياً والعلامة المعيارية للتدرج الخماسي (3)؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.19) وهي قيمة أعلى من العلامة المعيارية، وبالتالي تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة.

4-1-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الرابعة: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

للتأكد من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مجال "التقويم" ككل، الجدول رقم (13) يوضح ذلك.

الجدول رقم (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال "التقويم" مرتبة تنازلياً تبعاً للمتوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	5	يتم إجراء تقويم بنائي عند تنفيذ خطط العلاقات العامة	3.70	1.35	مرتفعة
2	6	يتم وضع التوصيات المستقبلية بناء على النتائج المتحققة	3.66	1.34	متوسطة
3	7	يتم إيصال تقارير التقويم إلى متخذي القرار في الوزارة	3.63	1.29	متوسطة
4	4	يتم إصدار تقارير دورية بعد متابعة التنفيذ	3.57	1.27	متوسطة
5	3	يتم التقويم للأنشطة المختلفة في فترات منتظمة	3.11	1.29	متوسطة
6	2	يتم إجراء التقويم القبلي قبل البدء بتنفيذ الخطط	2.99	1.43	متوسطة
7	1	يتم تقويم أداء الوزارة بشكل منتظم	2.90	1.38	متوسطة
مجال "التقويم" ككل					
			3.36	1.13	متوسطة

يبين الجدول (13) أن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال التقويم جاءت بمستوى متوسطة بمتوسط حسابي بلغ (3.36) وانحراف معياري بلغ (1.13) وأن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال "التقويم" تراوحت ما بين (2.90-3.70)؛ حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (5) والتي تنص على "يتم إجراء تقويم بنائي عند تنفيذ خطط العلاقات العامة" بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري بلغ (1.35) بمستوى تقييم مرتفعة، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (6)

التي تنص على: " يتم وضع التوصيات المستقبلية بناء على النتائج المتحققة " بمتوسط حسابي بلغ (3.66) وبانحراف معياري بلغ (1.34) ومستوى تقييم متوسط، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (1) والتي تنص على " يتم تقويم أداء الوزارة بشكل منتظم " بمتوسط حسابي بلغ (2.90) وبانحراف معياري بلغ (1.38) بمستوى تقييم متوسطة.

كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التقويم" ككل، الجدول (14) يوضح ذلك.

الجدول رقم (14)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على مجال "التقويم" ككل

النتيجة	الدلالة الإحصائية	T	مستوى التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة	0.00	4.548	متوسطة	1.13	3.36	إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة

يظهر من الجدول (14) أن هناك مستوى تقييم مرتفعة لأنشطة العلاقات العامة في مجال (التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة، حيث بلغت قيمة (T) (4.548) وهي قيمة دالة إحصائياً والعلامة المعيارية للتدرج الخماسي (3)؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.36) وهي قيمة أعلى من العلامة المعيارية، وبالتالي تقبل الفرضية بالصيغة المثبتة.

2-4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، مستوى التعليمي).

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على أداة الدراسة تبعاً لمتغير (الجنس)، كما تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على أداة الدراسة تبعاً لمتغيرات "الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، مستوى التعليمي"، والجداول (11-15) توضح ذلك.

جدول (15)

نتائج تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على أداة الدراسة تبعاً لمتغير (الجنس)

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدلالة الإحصائية
ذكر	3.80	0.42	-1.07	0.30
أنثى	3.88	0.28		

يبين الجدول رقم (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

بين آراء أفراد العينة حول أداة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (T) (-1.07) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

الجدول (16)

نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على إجابات أفراد العينة عن الأداة ككل تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، مستوى التعليمي)

المتغير	مستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 25 سنة	3.85	0.06	83.17	0.00
	25- أقل من 35 سنة	3.67	0.51		
	35- أقل من 45 سنة	4.21	0.14		
	45 سنة فأكثر	3.46	0.12		
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	3.14	0.22	46.07	0.00
	من 5-10 سنوات	3.61	0.17		
	10 سنوات فأكثر	4.12	0.15		
مستوى التعليمي	دبلوم متوسط فأقل	3.70	0.37	41.14	0.00
	بكالوريوس	3.71	0.36		
	دراسات عليا	4.30	0.14		

يظهر من الجدول رقم (16) ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (F) (83.17) وهي قيمة دالة إحصائية، للتعرف على مصادر الفروق بين آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير العمر، تم تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، جدول (12) يوضح ذلك.

جدول (17)

نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على مجالات تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغير الفئة العمرية

العمر	المتوسط الحسابي	أقل من 25 سنة	25- أقل من 35 سنة	35- أقل من 45 سنة	45 سنة فأكثر
أقل من 25 سنة	3.85		-0.18	0.36	-0.39
25- أقل من 35 سنة	3.67			0.54	-0.21
35- أقل من 45 سنة	4.21				*-0.75
45 سنة فأكثر	3.46				

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

يبين الجدول رقم (17) ما يلي:

أن مصادر الفروق كانت بين الفئات العمرية (35- أقل من 45 سنة، 45 سنة فأكثر) لصالح الفئة العمرية (35- أقل من 45 سنة) بمتوسط حسابي (4.21)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للفئة العمرية (45 سنة فأكثر) (3.46).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة،

حيث بلغت قيمة (F) (46.07) وهي قيمة دالة إحصائياً، للتعرف على مصادر الفروق بين آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، تم تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، جدول (14) يوضح ذلك.

جدول (18)

نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	المتوسط الحسابي	أقل من 5 سنوات	من 5-10 سنوات	10 سنوات فأكثر
أقل من 5 سنوات	3.14		0.47	*0.98
من 5-10 سنوات	3.61			0.51
10 سنوات فأكثر	4.12			

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

يبين الجدول رقم (18) ما يلي:

أن مصادر الفروق كانت بين عدد سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات، 10 سنوات فأكثر) لصالح عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) بمتوسط حسابي (4.12)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للعدد سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات) (3.14).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير مستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (F) (41.14) وهي قيمة دالة إحصائية، للتعرف على مصادر الفروق بين آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير مستوى التعليمي، تم تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، جدول (19) يوضح ذلك.

جدول (19)

نتائج تطبيق طريقة شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية على تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغير مستوى التعليمي

دراسات عليا	بكالوريوس	دبلوم متوسط فأقل	المتوسط الحسابي	مستوى التعليمي
*0.60	0.01		3.70	دبلوم متوسط فأقل
*0.61			3.71	بكالوريوس
			4.30	دراسات عليا

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

يبين من الجدول رقم (19) أن مصادر الفروق كانت بين المستويات التعليمية (دبلوم متوسط فأقل، دراسات عليا) لصالح مستوى التعليمي (دراسات عليا) بمتوسط حسابي (4.30)، بينما بلغ المتوسط الحسابي لمستوى التعليمي (دبلوم متوسط فأقل) (3.70)، وأظهرت مصادر الفروق بين المستويات التعليمية (بكالوريوس، دراسات عليا) لصالح دراسات عليا، بينما بلغ المتوسط حسابي لمستوى التعليمي (بكالوريوس) (3.71).

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

1-5 مناقشة النتائج

تناول هذا القسم مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتم عرضها وفقاً لتسلسل فرضيات

الدراسة كما يلي:

1-1-5 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الأولى: إن مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني المتمثل في (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

أظهرت النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية الأولى للدراسة بأن مستوى الكلية لتقييم تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني جاءت بمستوى مرتفع، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تتبنى أساليب علمية ومنهجية تستند إلى الخبرات العملية والتجارب العلمية، إذ تقوم أقسام العلاقات العامة بتطبيقها من خلال وظائفها، كما قد تفسر هذه النتيجة بأن العاملين في أقسام العلاقات العامة يتمتعون بالاختصاص الدقيق والمؤهلات المناسبة والمهارات الكافية للتعامل مع المواطنين.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحشر (2004) والتي أظهرت نتائجها بأن مستوى تقييم برامج العلاقات العامة جاءت بمستوى مرتفعة، واختلفت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة الفيشاني (2000) والتي أظهرت نتائجها بوجود تدني في مستوى ممارسة وحدة العلاقات العامة في الوزارات الحكومية لوظائفها، كما اختلفت مع نتيجة دراسة (Asemah & Asogwa, 2012) والتي أظهرت نتائجها بأنه هنالك استياء عام من ممارسة العلاقات العامة في حكومة خوسيه الشمالية المحلية.

أما فيما يتعلق بمناقشة النتائج الخاصة بمجالات أنشطة العلاقات العامة والفرضيات الخاصة بها، فقد قام الباحث باستعراض مناقشات الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية لكل مجال وكما يلي:

1-1-1-5 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (الاتصال) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

أظهرت النتائج بأن مجال الاتصال جاء في الرتبة الثانية وبمستوى تقييم مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أنه هنالك تفاهم مشترك بين العاملين في أقسام العلاقات العامة والمواطنين، وأن عملية الاتصال في أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تترك أثراً إيجابياً على طرفي الاتصال، كما قد تفسر هذه النتيجة إلى أن العاملين في أقسام العلاقات العامة يبدون اهتماماً عالياً في عملية الاتصال مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي لها من خلال ما تجرّبه من عمليات اتصال مباشر وتوظيف الوسائل الإعلامية لبناء صورة ذهنية طيبة لدى المواطنين والموظفين فيها.

أما فيما يتعلق بنتائج فقرات مجال الاتصال فقد جاءت الفقرة رقم (2) التي تنص على: "يشارك قسم العلاقات العامة المواطنين في المناسبات والأعياد الرسمية" بالرتبة الأولى وبمستوى مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن العاملون في أقسام العلاقات العامة يهتمون بالتواصل الاجتماعي مع المواطنين كوسيلة من وسائل الاتصال التي تحسن الرأي العام لدى الجمهور، تلتها في الرتبة الثانية الفقرة رقم (1) التي تنص على: "يتم إجراء الاتصالات المباشرة مع الموظفين والمواطنين" وبمستوى مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن العاملين في أقسام العلاقات العامة يستخدمون أسلوب الاتصال المباشر مع المواطنين والموظفين في سبيل فهم مشكلاتهم ومعرفة آرائهم، في حين جاء بالرتبة الأخيرة الفقرة (3) التي تنص "تتم الإجابة على الانتقادات الموجهة للوزارة من خلال الصحف والمجلات المحلية"، وقد تعزى هذه النتيجة إلى استجابة أقسام العلاقات العامة في تبرير موقفها أمام الرأي العام ضد الانتقادات التي توجه لها.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الرين (2011) التي أظهرت نتائجها أن الاتصال قد جاء في المرتبة الاولى وبمستوى مرتفعة، كذلك اتفقت مع نتيجة دراسة الشبول (2000) التي أظهرت نتائجها أن الاتصال جاء في المرتبة الاولى من حيث الأهمية وبمستوى مرتفعة، بينما اختلفت مع نتيجة دراسة (Liu & Abbey, 2015) والتي أظهرت نتائجها بوجود تحديات وعقبات مشتركة بين العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية عند الاتصال مع العاملين أو المواطنين.

2-1-1-5 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التخطيط) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

أظهرت النتائج بأن مجال التخطيط جاء في الرتبة الأخيرة وبمستوى تقييم متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تدرك أهمية التخطيط في العلاقات العامة، وأنها لديها القدرة على فهم أهداف التخطيط ووسائله، وأنها تقوم بتوظيف إمكانياتها البشرية والمادية للتخطيط بما يتفق مع آراء المواطنين والموظفين، وكون مستوى التي حصل عليها هذا المجال هي مستوى متوسطة، فإنه يمكن تفسير هذه النتيجة بوجود بعض أوجه القصور في إجراء الدراسات المعمقة لعملية التخطيط أو وجود ضعف جزئي في بعض الإمكانيات البشرية أو المادية التي قد تؤثر في عملية التخطيط.

أما فيما يتعلق بفقرات مجال التخطيط فقد جاء في الرتبة الأولى الفقرة رقم (8) التي تنص على: "يتم نقل القرارات العليا إلى الموظفين في الوزارة"، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أنه هنالك اهتمام من قسم العلاقات العامة بنقل رؤية الإدارة العليا إلى الموظفين، كما قد تفسر هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات تلعب دور وسيط بين الإدارة العليا والموظفين في القطاع الحكومي الأردني، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (4) التي تنص على: "يتم وضع خطط رقابية للحفاظ على سير العمل" وبمستوى تقييم متوسطة،

وقد تعزى هذه النتيجة إلى اهتمام أقسام العلاقات العامة بموضوع الرقابة الإدارية التي تضمن نجاح العمل وتحسين الرأي العام لدى الموظفين لديها، في حين جاءت الفقرة رقم (6) التي تنص على: "يتم الأخذ بخبرات الموظفين في الوزارة قبل البدء بوضع الخطط" في الرتبة الأخيرة وبمستوى تقييم متوسط، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في الوزارات العامة لديها معرفة تامة بالموظفين ذوي الكفاءة العالية لعملية التخطيط وأنه يتم الأخذ بمشورتهم وإشراكهم في عمليات التخطيط.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحشر (2004) والتي أظهرت نتائجها بوجود تخطيط بمستوى مرتفعة لبرامج العلاقات العامة، كما اختلفت هذه النتيجة نتيجة دراسة الشبول (2000) والذي جاء فيها التخطيط بمستوى منخفضة.

3-1-1-5 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (البحوث) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

أظهرت النتائج بأن مجال البحوث جاء في الرتبة الأولى وبمستوى تقييم مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تقوم بإجراء البحوث الميدانية الوصفية منها أو الكمية في سبيل تحليل نشاطات وخطط وسياسات القطاع الحكومي لبيان الرأي العام حولها، كما قد تفسر هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة تحاول الكشف من خلال البحوث عن وجهة نظر الرأي العام، لبيان أوجه الضعف والقصور ووضع الحلول المناسبة لها.

أما فيما يتعلق بنتائج فقرات مجال البحوث فقد جاءت جميعها بمستوى مرتفعة، حيث جاءت الفقرة رقم (3) التي تنص: "يتم توظيف نتائج أبحاث العلاقات العامة في الوزارة" بالرتبة الأولى وبمستوى تقييم مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى وجود اهتمام كبير من أقسام العلاقات العامة بالرأي العام الذي يتم قياسه من خلال البحوث، وأن أقسام العلاقات العامة تسعى إلى أن تتفق الخطط والسياسات في القطاع الحكومي الأردني مع ما يتفق وآراء الموظفين فيها، تلتها في الرتبة الثانية الفقرة رقم (2)

التي تنص على: "يقيس قسم العلاقات العامة اتجاه العاملين في الوزارة"، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني يبدون الاهتمام بشكل مباشر في قياس اتجاهات الموظفين في سبيل تعزيز العلاقات بين الموظفين والقطاع الحكومي، في حين جاءت الفقرة رقم (6) التي تنص على: "يتم جمع المعلومات العامة التي تهدف إلى معرفة المتغيرات في البيئة الخارجية". وقد تعزى هذه النتيجة إلى سعي أقسام العلاقات العامة بالتعرف على التطورات والتغيرات في البيئة الخارجية ومواكبتها من خلال تحديث وسائلها وأساليبها.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الزين (2011) التي أظهرت نتائجها بأن البحوث جاءت بمستوى مرتفعة، واختلفت مع دراسة الفيشاني (2000) التي أظهرت نتائجها بتدني مستوى ممارسة وحدة العلاقات العامة في الوزارات الحكومية لوظيفة البحث.

4-1-1-5 النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الرابعة: إن مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في مجال (التقويم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة.

أظهرت النتائج بأن مجال التقويم قد جاء في الرتبة الثالثة وبمستوى تقييم متوسط،

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن القائمين على تقويم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني يقومون بقياس مستوى نجاح وظائف العلاقات العامة، وأنها تتبنى في تقويمها معايير تستند فيها إلى علمية للحكم على مدى توافق الأنشطة مع الأهداف من خلال التقويم السابق المرحلي والنهائي.

أما فيما يتعلق بنتائج فقرات مجال التقويم فقد جاءت في الرتبة الأولى الفقرة رقم (5) التي تنص على: "يتم إجراء تقويم بنائي عند تنفيذ خطط العلاقات العامة" وبمستوى تقييم مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة تقوم قبل تنفيذ الخطط بتقويم مدى دقة الأهداف وسلامة الخطط ومدى ملائمة الطريقة التي يتم فيها تنفيذ النشاط المطلوب، تلتها في الرتبة الثانية الفقرة رقم (6)

التي تنص على: " يتم وضع التوصيات المستقبلية بناء على النتائج المتحققة" وبمستوى تقييم متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة تستند إلى منهجية علمية في تطبيقها للبحوث وأنها تسعى من خلال هذه البحوث إلى معرفة أوجه القصور ومعالجتها من خلال التوصيات المنبثقة عن النتائج التي تم التوصل لها، في حين جاء في الرتبة الأخيرة الفقرة رقم (1) التي تنص على: "يتم تقويم أداء الوزارة بشكل منتظم"، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الوزارات في القطاع الحكومي الأردني تقوم بتقويم الأنشطة قبل البدء بتنفيذها وأثناء التنفيذ وبعد التنفيذ.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الزبن (2011) والتي أظهرت نتائجها بأن مجال التقويم جاء بمستوى متوسطة، كذلك اتفقت مع دراسة الشبول (2000) والتي أظهرت نتائجها بأن التقويم جاء بمستوى متوسطة.

2-1-5 مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha < 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، مستوى التعليمي).

أظهرت النتائج بوجود تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني بسبب اختلاف فئات متغيرات العمر، والمؤهل، وسنوات الخبرة، وعليه تم مناقشة كل متغير على حدة وكما يلي:

متغير الجنس:

أظهرت النتائج بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند بين آراء أفراد العينة حول أداة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس، وقد تفسر هذه النتيجة بعدم اختلاف وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول تقييمهم لنشاط وظيفية العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو عرمانه (2013) والتي أظهرت نتائجها بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس.

متغير العمر:

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير العمر لصالح (35-أقل من 45 سنة) وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن الموظفين في هذه الأعمار لديهم نظرة أشمل من نظرة الموظفين الأقل منهم.

وقد اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو عرمانه (2013) والتي أظهرت نتائجها بعدم فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة تعزى لمتغير الجنس.

متغير عدد سنوات الخبرة:

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، لصالح عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) وقد تفسر هذه النتيجة إلى أن أصحاب الخبرة العالية يدركون أهمية العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني.

متغير مستوى التعليمي:

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني تعزى لمتغير مستوى التعليمي، ولصالح دراسات عليا، وقد تفسر هذه النتيجة إلى أن أصحاب المؤهلات الأعلى لديهم نظرة مختلفة إلى تقييم وظيفة العلاقات العامة، وذلك انطلاقاً من مستوى معرفتهم العلمية بوظائفهم.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو عرمانه (2013) والتي أظهرت نتائجها وبوجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، كذلك اتفقت مع نتيجة دراسة الزبن (2011) كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة في عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

2-5 التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يأتي:

تعزيز الاهتمام بتخطيط أنشطة العلاقات العامة، من قبل المختصين ذوي الخبرات والمؤهلات العلمية لرفع مستوى التخطيط للأنشطة.

تكريس الاهتمام من قبل إداريين العلاقات العامة بوضع الخطط الفعالة للعلاقات العامة بما يسهم في تفعيل دور العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني.

الإلتزام بإجراء التقييم المبدأ والمرحلي والنهائي لأنشطة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني بما يضمن نجاح أنشطة العلاقات العامة.

استغلال الكوادر البشرية المؤهلة في تقويم الأنشطة ضمن معايير علمية ومنهجية تسهم في رفع مستوى تقييم أنشطة العلاقات العامة.

عقد الدورات التدريبية الحديثة للعاملين في مجال الاتصال لتحسين صورة القطاع الحكومي لدى الرأي العام.

وضع خطط أكثر فاعلية في إطار البحوث لقراءة الرأي العام.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو سليم، شذا (2006). مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

أبو عرمانه، شادي (2013). دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظات غزة في استقطاب الطلبة وسبل تفعيله، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

أبو قحف، عبدالسلام (2001). هندسة الإعلان والعلاقات العامة، القاهرة، مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية للنشر والتوزيع والطباعة.

باية، وقنوني. (2008)، أثر العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي (دراسة حالة شركة اوارسكون للاتصالات)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية.

البدر، حمود (1992). أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، الرياض، المملكة العربية السعودية: دار العلوم للطباعة.

البكري، فؤاده (2004). العلاقات العامة في المنشآت السياحية، إربد، الأردن: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

بن طجين، سلوى (2015). برامج العلاقات العامة داخل المؤسسات "دراسة ميدانية في المديرية الولائية للبريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال - بورقله، رسالة ماجستير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

بوخناف، هشام (2011). وظيفة العلاقات العامة و انعكاساتها على أداء المنظمة العمومية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر.

- توفيق، عبدالرحمن (2009). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الجحني، علي (2006). مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- جرادات، عبد الناصر والشامي، لبنان (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الجمال، راسم والعياد، خيرت (2005). إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، القاهرة، مصر: دار الدرة للنشر والتوزيع.
- جودة، محفوظ (1996). العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات، دار زهران للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- جودت، محفوظ (2006). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، عمان، الأردن: دار زهرة للنشر والتوزيع.
- الحديد، علي (2010). واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.
- الحشر، حزام. (2004). برامج العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأهدافها، دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة برئاسة الحرس الوطني بالرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الخطيب، سعادة (2010). مبادئ العلاقات العامة، عمان، الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبدالرزاق (2011). المدخل إلى العلاقات العامة، عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- رمضان، زياد (1998). العلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص، عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

الزبن، نواف. (2011). عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن "دراسة تقييمية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط.

زويلف، مهدي (2003). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان، الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

زويلف، مهدي (2010). العلاقات العامة نظريات وأساليب، عمان، الأردن: مكتبة النشر العربي للنشر والتوزيع.

الزيود، صالح سليمان (2001). تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر موظفيها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت.

سلطان، محمد (2011). العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الشبول، محمد (2000). تقييم الكفاءات الإدارية لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.

عجوة، علي (2000). الأسس العلمية للعلاقات العامة، إربد، الأردن: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

العدوي، فهمي (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، عمان، الأردن: دار أسامه للنشر والتوزيع.

عساف، عبدالمعطي وصالح، محمد (1997). أسس العلاقات العامة، (ط1)، القاهرة، مصر: دار الشروق للنشر والتوزيع.

- عليان، ربحي والطوباسي، عدنان (2005) الاتصال والعلاقات العامة، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- عليوة، السيد (2002). تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، (ط2)، القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- العيسى، عيسى صالح (2011). دور العلاقات العامة في الاتصالات التسويقية، المتكاملة، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- فهد، إبراهيم وهبي وكنجو، عبود كنجو (1999). العلاقات العامة وإدارتها "مدخل وظيفي"، (ط1)، عمان، الأردن: مؤسسة الوراق.
- الفيشاني، محمود (2000). تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الأردنية.
- اللوزي، موسى (2010). أسس العلاقات العامة- المفاهيم والأسس، (ط1)، عمان، الأردن: زمزم ناشرون.
- المجالي، نبيل خليف (2009). أمودج مقترح للعلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني الرسمية والخاصة في ضوء الواقع والاتجاهات الإدارية المعاصرة، أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- المدهون، محمد (2006). إدارة العلاقات العامة، (ط1)، عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع والطباعة.

- مسيلى، ياسين (2009). العلاقات العامة فى المنظمة الصحية الجزائرية- دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعى ابن باديس-قسنطينة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
- هلال، محمد (2007) مهارات إدارة العلاقات العامة: الاتجاهات والمفاهيم الحديثة، مصر: دار الكتب العالمية.
- يونس، طارق (2008). إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات مع إشارة للمعطي العربى والإسلامي، عمان، الأردن: دار إثراء للنشر والتوزيع

Asemah, E. (2010). Understanding Public Relations, Jos. Lizborn Press.

Asemah & Asogwa (2012). Public Relations Strategies And The Administration of Jos North Local Government Area, Plateau State, Nigeria. International Refereed Research Journal, Vol.– III, Issue–4(1),October 2012[72]

Asemah, Ezekiel S. & Asogwa, Chika Euphemia (2015). Public relations professionals' perspectives on the communication challenges and opportunities they face in the U.S. public sector, Liu, B. F., &

Levenshus, A. B. (2015). Public relations professionals' perspectives on the communication challenges and opportunities they face in the public sector. Prism, 7(1)

Seitel, F.P. (2004). The practice of public relations, (9th ed.) USA: Allyn and Bacon.

Vivian, J.H. (2007). The media of mass communication, (89th ed.) USA: Allyn and Bacon.

Wilcox, D.L & Cameron G.T. (2009). Public relations strategies and tactics, (9th ed.) USA: Allyn and Bacon.

Zorte, M .(2015). Corporate Public Relations Approaches in Niger Delta Community Relations. Paper Presented at the International Conference on Africa, Media and Peace Building, with the Theme "Mass Media and Peace Building" Which Held at the University of Jos Mul-Purpose Auditorium, between 5th and 9th of June, 2014.

الملاحق

الملحق (1)

استبانة الدراسة



جامعة آل البيت

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

قسم إدارة الأعمال

تخصص إدارة عامة

الأستاذ الدكتور / الدكتورة...../المحترم/
المحترمة.

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان: تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على مستوى الماجستير في تخصص الإدارة العامة من كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في جامعة آل البيت، لذا يرجى التكرم بتحكيما وإبداء الرأي في فقراتها ومجالاتها، علماً بأن الاستجابة على فقرات الاستبانة ستكون وفق تدرج ليكرت الخماسي.

مع خالص شكري وتقديري

الباحث

ابراهيم محمد صالح

أولاً: المتغيرات الديمغرافية

الفئة العمرية:

[] 25 - إلى أقل من 35 سنة

[] أقل من 25 سنة

[] 45 سنة فأكثر

[] 35 - إلى أقل من 45 سنة

الجنس:

[] أنثى

[] ذكر

عدد سنوات الخبرة:

[] 10 سنوات فأكثر

[] من 5 إلى أقل من 10 سنوات

[] أقل من 5 سنوات

مستوى التعليمي:

[] دراسات عليا

[] بكالوريوس

[] دبلوم متوسط فأقل

ثانياً: مجالات تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني

مستوى					العبارة	م
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً		
المجال الأول: البحوث						
					يجري قسم العلاقات العامة قياس للرأي العام	
					يقيس قسم العلاقات العامة اتجاه العاملين في الوزارة	
					يتم توظيف نتائج أبحاث العلاقات العامة في الوزارة	
					يجري قسم العلاقات العامة بحوث ميدانية بشكل منتظم	
					يتم متابعة الشكاوى والملاحظات الموجهة للوزارة	
					يتم جمع المعلومات العامة التي تهدف إلى معرفة التغيرات في البيئة الخارجية.	

المجال الثاني: التخطيط

					يتم وضع الخطط المستقبلية التي تحقق الأهداف
					يتم تعديل السياسات وفقاً للمستجدات
					يتم وضع خطط مستقبلية لمواجهة الأزمات
					يتم وضع خطط رقابية للحفاظ على سير العمل
					يتم تحديد الوسائل المستخدمة لتحقيق الأهداف التي تنشدها الوزارة
					يتم الأخذ بخبرات الموظفين في الوزارة قبل البدء بوضع الخطط
					يتم توزيع الاختصاصات على الأنشطة المستهدفة
					يتم نقل القرارات العليا إلى الموظفين في الوزارة

المجال الثالث: الاتصال

					يتم إجراء الاتصالات المباشرة مع الموظفين والمواطنين
					يشارك قسم العلاقات العامة المواطنين في المناسبات والأعياد الرسمية
					تتم الإجابة على الانتقادات الموجهة للوزارة من خلال الصحف والمجلات المحلية
					يشارك قسم العلاقات العامة بتنظيم الزيارات والوفود
					يتم استخدام وسائل الإعلام المكتوبة للاتصال بالجمهور

					يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاتصال بالجمهور	
					يتم إظهار الوزارة بمستوى اللائق أمام الوفود والزوار	
المجال الرابع: التقييم						
					يتم تقييم أداء الوزارة بشكل منتظم	
					يتم إجراء التقييم القبلي قبل البدء بتنفيذ الخطط	
					يتم التقييم للأنشطة المختلفة في فترات منتظمة	
					يتم إصدار تقارير دورية بعد متابعة التنفيذ	
					يتم إجراء تقييم بنائي عند تنفيذ خطط العلاقات العامة	
					يتم وضع التوصيات المستقبلية بناء على النتائج المتحققة	
					يتم إيصال تقارير التقييم إلى متخذي القرار في الوزارة	

ت	اسم المحكم	التخصص	الجامعة
	أ.د سليمان إبراهيم الحوري	إدارة أعمال	آل البيت
	أ.د بهجت عيد الجوازنة	إدارة أعمال	آل البيت
	د. وليد مجلي العواودة	إدارة أعمال	آل البيت
	د. زياد الصمادي	إدارة أعمال	آل البيت
	د. هاييل السرحان	إدارة أعمال	آل البيت
	د. هاييل عبابنة	إدارة أعمال	آل البيت
	د. عبدالله العظامات	إدارة أعمال	آل البيت
	د. علي القرعان	إدارة أعمال	آل البيت
	د. مرعي بني خالد	إدارة أعمال	آل البيت
	د. أحلام محمود صبيحات	تاريخ	الأردنية
	د. فايز الشرفات	إدارة أعمال	الهاشمية
	د. توفيق المارديني	إدارة أعمال	إربد الأهلية
	أ.د سحاب عايد يوسف	إدارة عامة	تكريت

الملحق (3)

كتاب تسهيل المهمة

