



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية

تخصص: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة

1983/08/28 بالمدية – الجزائر-

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم

للتواصل **وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: benaisa.inf@gmail.com

MSN : benaisa.inf@hotmail.com

فيس بوك: <http://www.facebook.com/benaisa.inf>

سكايب: benaisa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فر بما يصلك ملفي وأنا في التراب

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

ملاحظة: أي طالب أو باحث يضع نسخاً لصق لكامل المذكرة ثم يزعم أن المذكرة له

فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما همدنا إلا النفع حيث كان لا أن تنبئ أعمال

الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم

صلى على النبي – سبحانه الله وبحمده سبحانه الله العظيم-

بن عيسى قرمزي 2012

أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة:

دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية

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

إعداد الطالب:

أحمد أمين محمد عتوم

إشراف الأستاذ الدكتور:

تيسير أبو عرجه

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية الإعلام

عمان 2010

التفويض

أنا الطالب أحمد أمين محمد عتوم أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد
نسخ من رسالتي المعنونة:

أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة:

دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية

للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها

الاسم: أحمد أمين محمد عتوم

التاريخ: 2010/7/3

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

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

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

الشكر والتقدير

إلى من أدين لهم بالفضل ولو وقفت الدهر كله إكراما لهم لما وفيتهم حقهم
 الشكر الخاص أولا لمشرف رسالتي الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجه
 الذي ما بخل علي من جهده ووقته وعلمه وفكره والذي جمع بين أصالة المثقف، ونزاهة العالم
 والذي لفت نظري إلى كثير من نقاط البحث برحابة تميزت بشفافية الرؤية،
 كما أتمن بخالص الشكر والمودة جهود الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة مناقشة الرسالة الذين لم
 يبخلوا بآرائهم وتوجيهاتهم لإثراء هذا العمل وتجويده،
 وإلى من جعلهما الله سبحانه وتعالى سببا في سر وجودي في هذه الحياة الدنيا
 والديّ الحنونين اللذين غرسا حب العلم في نفسي،
 وإلى رفيقة دربي زوجتي نسرين إكراما لصبرها بمشاركتي مشوار هذه الدراسة
 فهي الشمعة التي أضاعت لي طريقي وأنارت سبيلي فاهتدي شراعي إلى بر الأمان
 ليرسو على ميناء العلم والمعرفة،
 وإلى فلذات كبدي أبنائي: أيسر، وإيهاب، وريماس،
 وإلى أساتذتي الذين أخذت العلم عنهم في المدرسة، وجامعة اليرموك، وجامعة الشرق الأوسط،
 وإلى كل من تتلمذت على أيديهم في العمل الإعلامي والعلاقات العامة،
 وإلى مكاتب كل من: جامعة الشرق الأوسط، وجامعة جرش، وجامعة البترا، وجامعة جدارا، وجامعة
 اليرموك، والجامعة الأردنية، ووزارة الثقافة، ودائرة المكتبة الوطنية، وأمانة عمان الكبرى،
 ودائرة المطبوعات والنشر،
 ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والتقدير للدكتور راضي نواصره، والأستاذ الدكتور احمد فليح
 على ما أبدياه من جهد خاص في تدقيق مادة الرسالة لغويا،
 وللمحلل الإحصائي الدكتور وليد الهياجنة، ولطابع مادة الرسالة السيد محمد شاهر عليان،
 ولموظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية، ولمحكمي الاستبانة،
 ولكل من يعرفني، وإلى كل من وقف بجانبي ومد لي يد العون والمساعدة
 إليهم جميعا كل الشكر والتقدير

الإهداء

إلى مولاي

حضرة صاحب الجلالة الهاشمية

الملك عبد الله الثاني ابن الحسين المعظم

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

وكل هذه العلاقات وظفها لخدمة وطنه وشعبه وأمتة حتى عند وفاته حضر جمع من رؤساء وملوك ومفكرين وغيرهم شاركوا في مراسم تشييع جنازته وتكبدوا عناء السفر إلى العاصمة الأردنية نتيجة لتلك العلاقات العامة الطيبة معهم.

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

فهرس المحتويات

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

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

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

فهرس الأشكال

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

فهرس الملاحق

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

ملخص الرسالة

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

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

(خصائص القدرات الاتصالية، والصفات الشخصية المحبوبة، والصفات التكميلية) بدرجة تقدير عالية، وواحدة (مواصفات المستوى العلمي) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية الأولى.

2. تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشمل على: الاتصال الشخصي المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر-الالكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب، إذ جاء واحد منها (الاتصال الشخصي المباشر) بدرجة تقدير عالية، واثان (الاتصال الشخصي غير المباشر - الكترونية-، ووسائل الاتصال الجماهيري) بدرجة تقدير متوسطة. نتائج الفرضية الثانية.

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

4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات العاملين في الوزارة على الصفات التكميلية للإداريين تعزى لمتغير (مسمى الجهاز) ولصالح (إدارة)، وعدد سنوات الخبرة ولصالح ذوي الخبرة من 12 سنة فأكثر، وعدم وجود فروق على جميع مجالات الأداة تعزى لمتغير الجنس، والعمر، ومكان السكن، والتخصص الأكاديمي، والوظيفة الحالية، ذات دلالة إحصائية.

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

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

• النقاط 6+5+4 نتيجة الفرضية الرابعة.

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

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

9. هناك العديد من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها أن إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، بدرجة عالية، وأن الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، ولا تتوافر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام، وأن إدارة العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، وأن الدعم المالي المخصص لإدارة العلاقات العامة والإعلام غير كاف للقيام بواجباتها، وأن الإدارة لا تفهم طبيعة عمل العلاقات العامة، ولا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في العلاقات العامة، وأن الاتصال يكون باتجاه واحد من الوزارة للجمهور، وأن إدارة العلاقات العامة مفصولة إدارياً وعملياً ومكانياً عن الإعلام في الوزارة، ولا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تعنى بالتطوير وإجراء البحوث والدراسات، وأن إدارة العلاقات العامة في الوزارة تخفي عيوب الوزارة وتضخم إيجابياتها، ولا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة فريق متخصص في

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

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

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

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

ABSTRACT

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

The study has reached the following findings:

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

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

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

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

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

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

الفصل الأول

الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمة:

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

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

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

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

إن العلاقات العامة عملية إدارية مستمرة ومخططة تتميز بأربعة وظائف رئيسة هي:
البحث وجمع المعلومات، والتخطيط، والاتصال، والتقييم. هذه هي العلاقات العامة كما ينبغي أن
تكون من الناحية العلمية (عجوة، 1983 : 24).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

مشكلة الدراسة:

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

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

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

5. هناك خشونة في التعامل من جانب موظفي العلاقات العامة أنفسهم لبعض المراجعين.

6. إن موظفي العلاقات العامة ليس لديهم صلاحيات نشر أي مادة إعلامية عن الوزارة إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، والاتصال يكون بأسلوب الإعلام باتجاه واحد من الوزارة للجمهور فقط.

7. ندرة إجراء البحوث والدراسات لرأي عام جمهور الوزارة الداخلي والخارجي.

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

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

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

أهداف الدراسة:

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

وأهم أهداف الدراسة تتمثل في النقاط التالية:

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

أهمية الدراسة:

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

فرضيات الدراسة:

مشكلة الدراسة وأداتها قدمت الإجابة على الفرضيات الرئيسية والفرعية بصورتها العدمية

التالية:

1- الفرضية الرئيسية الأولى: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في

الوزارة الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص

القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية للقيام بالأنشطة

الاتصالية)، والتي يتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

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

والإعلام في الوزارة الصفات الشخصية المحبوبة للقيام بالأنشطة الاتصالية.

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

والإعلام في الوزارة خصائص المقدرة الاتصالية للقيام بالأنشطة الاتصالية.

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

والإعلام في الوزارة مواصفات المستوى العلمي للقيام بالأنشطة الاتصالية.

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

والإعلام في الوزارة الصفات التكميلية للموظفين الإداريين للقيام بالأنشطة الاتصالية.

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

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

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

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

منها الفرضيات الفرعية الآتية:

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

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

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

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

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

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

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

أسئلة الدراسة:

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

نطاق الدراسة:

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

محددات الدراسة:

تقتصر الدراسة على ما يلي:

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

جدول رقم (1) اسم الوزارة وعدد الاستبانات الموزعة فيها

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

تعريف المصطلحات:

العلاقات العامة

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

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

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

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

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

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

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

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

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

13).

الأنشطة الاتصالية:

هي كل ما تقوم به العلاقات العامة من وظائف وفعاليات مستخدمة وسائل الاتصال

بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الايجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام الجماهيري.

(الباحث).

الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها الاتصالية:

1- وسائل الاتصال الشخصي الوسيطي:

- التليفون.
- التلغراف.
- التيلكس (المبرقة) والتيلتكست.
- الفاكس.
- الإذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة.
- اتصالات الحاسب الالكتروني: الانترنت INTERNET الشبكة الدولية للاتصال، والاكسترانت EXTRANET الانترنت الداخلي للمؤسسة، والانترانت ENTERANET الشبكة المحلية التشاركية ضمن حدود معينة.
- مكبرات الصوت والأجراس وصفارات الإنذار.
- التسجيلات (الفيديو والكاسيت).
- التقارير اليومية والدورية والسنوية.

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

2- وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

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

3- وسائل الاتصال الجماهيري:

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

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

- المجلات Magazines .
- الراديو .
- التلفزيون .
- السينما .
- المسرح Theatre .

الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري:

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

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

1. نموذج الوكالة الصحفية: Press Agency

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

2. نموذج الإعلام العام: Public Information

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

3. النموذج غير المتوازن: Two – Way Asymmetrical

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

4. النموذج المتوازن: Two – Way Symmetrical

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

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

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

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

(دره، والمجالي، 2010: 40)

أهمية العلاقات العامة

أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:

يبرز تشارلس شتاينبرج Charles Steinberg خمسة عوامل مهمة أسهمت في جعل

العلاقات العامة عملية مهمة ومتخصصة، وهي:

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

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

ثالثاً: ظهور شبكة واسعة معقدة من وسائل الاتصال الجماهير.

رابعاً: ظهور تنافس تتزايد حدته مما فرض احتراماً للرأي العام وحاجة المؤسسة إلى التأييد الجماهيري.

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

ويرى عبد المحي محمود صالح وآخرون بأن أهمية برامج العلاقات العامة تتمثل في

النقاط التالية:

1. تهيئة الرأي العام لنقل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات بما يقوي النشاط بين هذه الهيئات والجماهير ويوفر تعاوناً بينهما ويساعد على تماسك المجتمع.

2. تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير.

3. توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياستها وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجماهير وبما يحقق النفع لهم وللهيئات معاً.

4. تحقق العلاقات العامة لجمهور الهيئات الداخلية خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة.

5. تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير، وهذا يعاون المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها (صالح، وعبد الخالق، ورمضان، 2004: 51-52).

العلاقات العامة في العصر الحديث:

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

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

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

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

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

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

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

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

جمهور العلاقات العامة:

ويلخص نيوسم وكاريل Newsom & Carell تصنيف جمهور العلاقات العامة

بالجدول الآتي(3):

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

(أبو أصبع، 2006: 410)

العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة:

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

الملاحظ أن العاملين بالمؤسسات المختلفة يأخذ في الازدياد يوماً بعد الآخر بالدرجة التي

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

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

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

أسس نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:

يشير سليم بطرس جلدة بأن نجاح برنامج العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي يتوقف

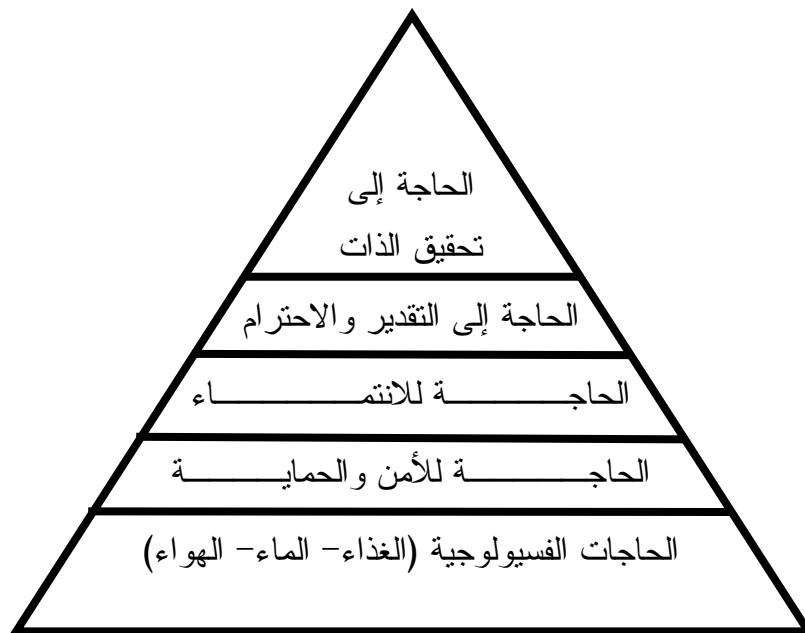
على العديد من العوامل، وأهمها:

1. إشباع الحاجات الإنسانية:

لقد صنف عالم النفس المعروف إبراهيم ماسلو A. Maslow حاجات الإنسان إلى

حاجات فسيولوجية وحاجات اجتماعية وفق الهرم الآتي:

شكل رقم (1) سلم الحاجات لماسلو



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

- ألا يحظى عامل معين بمعاملة أفضل من غيره.
- ألا يحصل عامل معين على امتيازات لم تكن لسواه.
- لكل عامل الحق في المعاملة العادلة أو المنصفة، وعدم التمييز مع مراعاة قواعد المكافآت للمتفوقين (قواعد غير متحيزة).
- تطبيق العدالة على مستوى الأفراد والجماعات منعاً لوجود وبزوغ ظاهرة التمرد.

3. التزام القيادات بالقدوة الطيبة أو الحسنة في إطار:

- الحفاظ على الوقت.

- الانضباط في العمل.

- الصدق في القول.

- الحرص على مال الشركة ووقتها ومصالحها.

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

أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:

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

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

العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:

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

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

1. **الجمهور النوعي:** وهم الذين يرتبطون بالمؤسسة ويجمعهم معاً مصالح وميول مشتركة، والمؤسسات لها الكثير من الجماهير النوعية، وهي:

■ **جمهور المساهمين:** الإدارة العليا، وإدارة العلاقات العامة على وجه التحديد تريد أن تحقق تفاهماً متبادلاً بين المؤسسة والمساهمين، والحفاظ على الأسهم التي في حوزتهم دون أن تؤثر عليهم المؤسسات المنافسة فيبيعوا أسهمهم ويستثمروا أموالهم في تلك المؤسسات المنافسة. وتريد تشجيعهم على زيادة استثمارهم. (زويلف، 2003:

■ جمهور المستهلكين: يُعدّ المستهلكون من أهم جماهير أي منظمة لأن بقاءها مرتبط بمدى رضا هذه الجماهير عنها وعن منتجاتها (الصحن، 2005: 228).

■ جمهور الموردين: تعتمد المنشآت على عدد كبير من الموردين للحصول على ما يلزمها من مواد أولية ومهمات ومعدات إنتاجية، وكذلك تعتمد المنشآت التجارية التي تشتري السلع والمنتجات بقصد إعادة بيعها، على ما يلزمها من منتجات (الصحن، 2005: 229).

■ جمهور الموزعين: وهم حلقة الاتصال بين المؤسسة والمستهلك، ولذا لا بد من أن يتعرف الموزعون على سياسة التوزيع التي تتبعها المؤسسة، والحفاظ على استمرارية العمل مع المؤسسة رغم إغراء المؤسسات المنافسة، وأن يمدوا المؤسسة بأراء المستهلك (زويلف، 2003: 105).

2. الجمهور العام وينقسم إلى:

■ المجتمع المحلي: وهو المجتمع الذي تقيم فيه المنظمة منشآتها، والذي تسوق فيه منتجاتها، وتهدف خطط العلاقات العامة إلى تزويد المجتمع المحلي وأفراده بمعلومات إضافية عن الخدمات التي تمنحها المنظمة لهذا المجتمع، والعمل على توضيح أنها عضو نافع في المجتمع.

■ الحكومة والهيئات التشريعية: تتجه خطط العلاقات العامة إلى الحكومة ليس فقط بوصفها تصدر التشريعات والقوانين وتضع اللوائح والنظم التي لها تأثير كبير على نشاط المنظمات، ولكن أيضاً بوصفها من عملاء المنظمة؛ نظراً لقيامها بشراء المنتجات تلبية لاحتياجاتها تماماً كما يفعل الأفراد (الصحن، 2005: 230).

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

العلاقات العامة الحكومية:

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

وأما مهام إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية فهي:

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

4. تدعيم الصلات بين الوزارة الحكومية من خلال العلاقات العامة فيها مع الجماهير

المستهدفة من خلال إجراء الدراسات والبحوث لأذواق ومواقف الجماهير.

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

278-279).

وتصنف أنواع الجماهير في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى جمهور داخلي

وجمهور خارجي:

1. الجمهور الداخلي **Internal Public**:

وهم موظفو مختلف الدوائر الحكومية والمؤسسات العامة والشركات العامة والإدارة

المحلية، والموظف العام يعتبر مرآة عاكسة للدائرة الحكومية التي يعمل بها، وإن على إدارة

العلاقات العامة الاهتمام بالموظف العام وتكثيف البرامج التدريبية والإرشادية الموجهة إليه.

2. الجمهور الخارجي **External Public** ويقسم إلى:

أ. **الجمهور الخارجي المحلي**: ويتمثل في الجمهور الذي يكون موقعه في داخل الدولة.

ب. **الجمهور الخارجي الدولي**: ويتمثل في الجمهور الذي موقعه خارج الدولة مثل المنظمات

الدولية التي لها علاقات مباشرة مع الدوائر الحكومية كاليونيسيف واليونسكو وجامعة الدول

العربية، ويشمل الجمهور الخارجي الدولي فضلاً عن ذلك الدول الأخرى التي تربطها

علاقات مع الدولة المعنية (جودة، 2006: 376-378).

تنظيم عمل العلاقات العامة

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

موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنشأة:

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

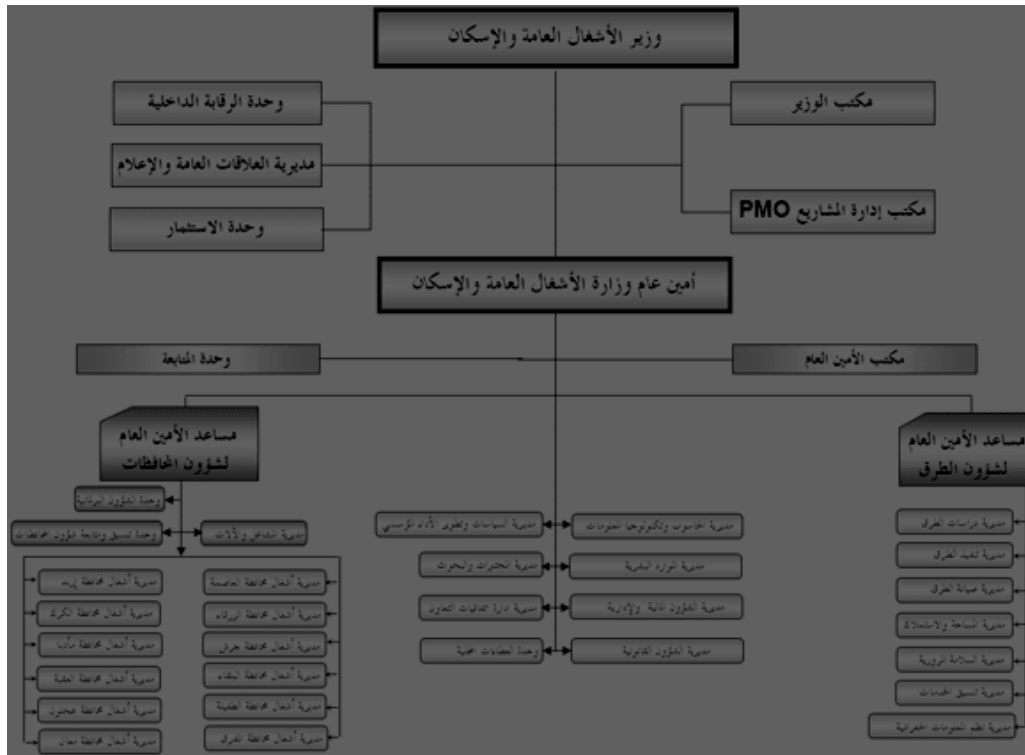
ويرى زياد رمضان بأن مسوغات وضع الدائرة قريباً من قمة الهرم على مستوى الإدارة العليا ومسؤولية مباشرة أمام المدير العام ومجلس الإدارة هي:

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

للمنشأة ليتمكن من إبراز النواحي التي تتأثر بها علاقات المنشأة ب جماهيرها، وليتمكن من الإيحاء للمسؤولين بالنواحي التي تترك أثراً طيبة عند قيامهم بصياغة سياسة معينة من السياسات التشغيلية والتمويلية والتسويقية والتوظيفية للمنشأة.

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

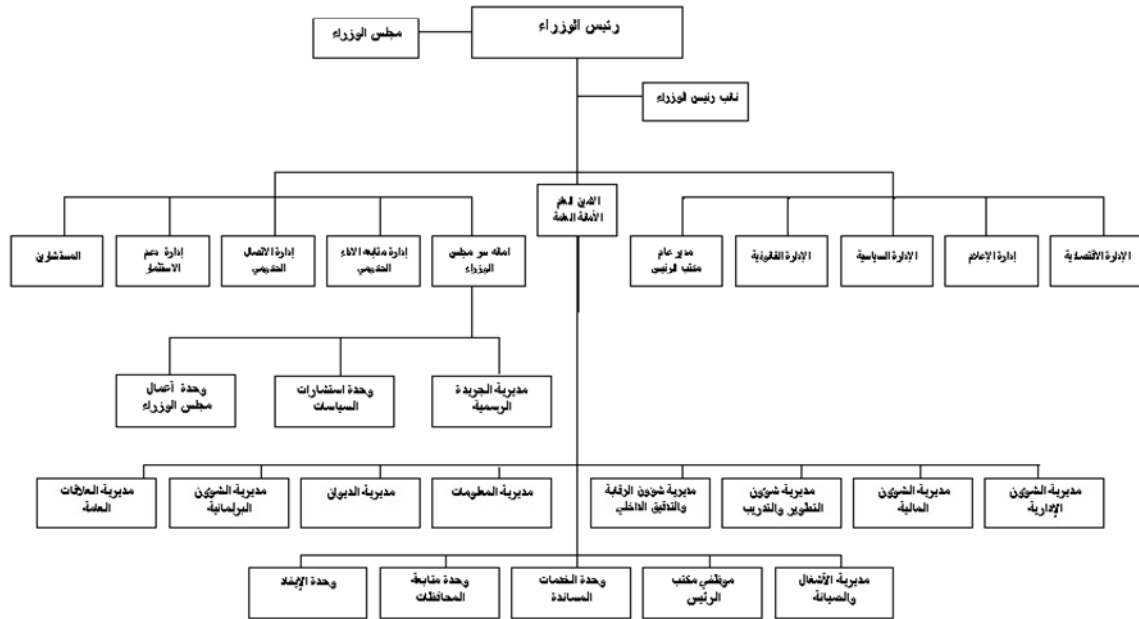
شكل رقم (2): الهيكل التنظيمي لوزارة الأشغال العامة والإسكان



ومن الشكل (2) يتبين بأن موقع مديريةية العلاقات العامة والإعلام هو الأنسب في الهيكل

التنظيمي للوزارة بان يكون قريباً من رأس السلطة.

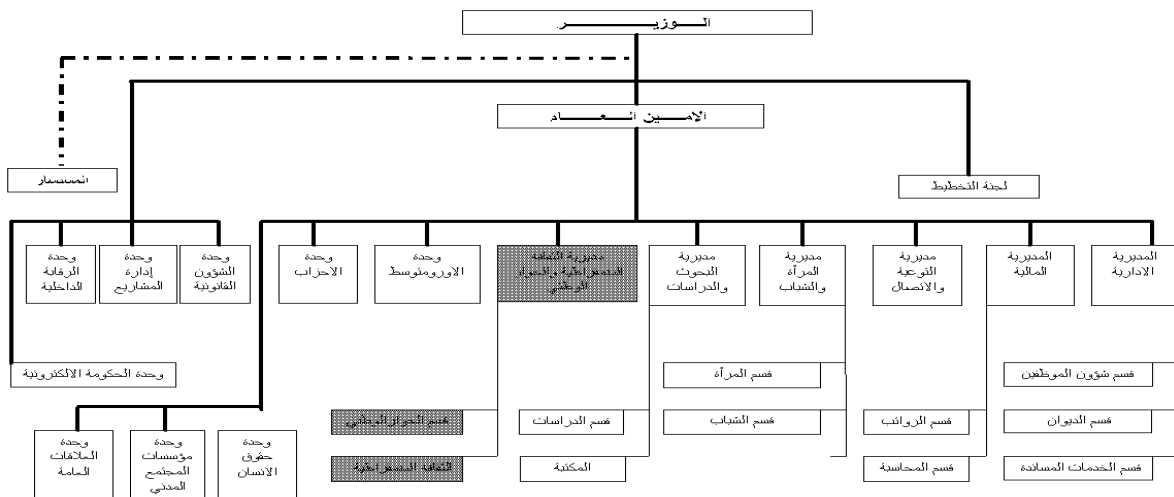
شكل رقم (3): الهيكل التنظيمي لرئاسة الوزراء



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

تنظيميا بين دائرة الإعلام ودائرة العلاقات العامة.

شكل رقم (4): الهيكل التنظيمي لوزارة التنمية السياسية



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

أسفل الهيكل التنظيمي للوزارة، وبمرتبة (وحدة)، وبعيد جدا عن رأس الهيكل التنظيمي.

ويرى زكي راتب غوشة أن النموذج التالي (5) للعلاقات العامة هو الأوسع انتشاراً في

إدارات العلاقات العامة للأسباب التالية:

1. إن غالبية الدول النامية لا تعيها أهمية العلاقات العامة خاصة في المراحل الأولية بعد حصولها على الاستقلال السياسي.

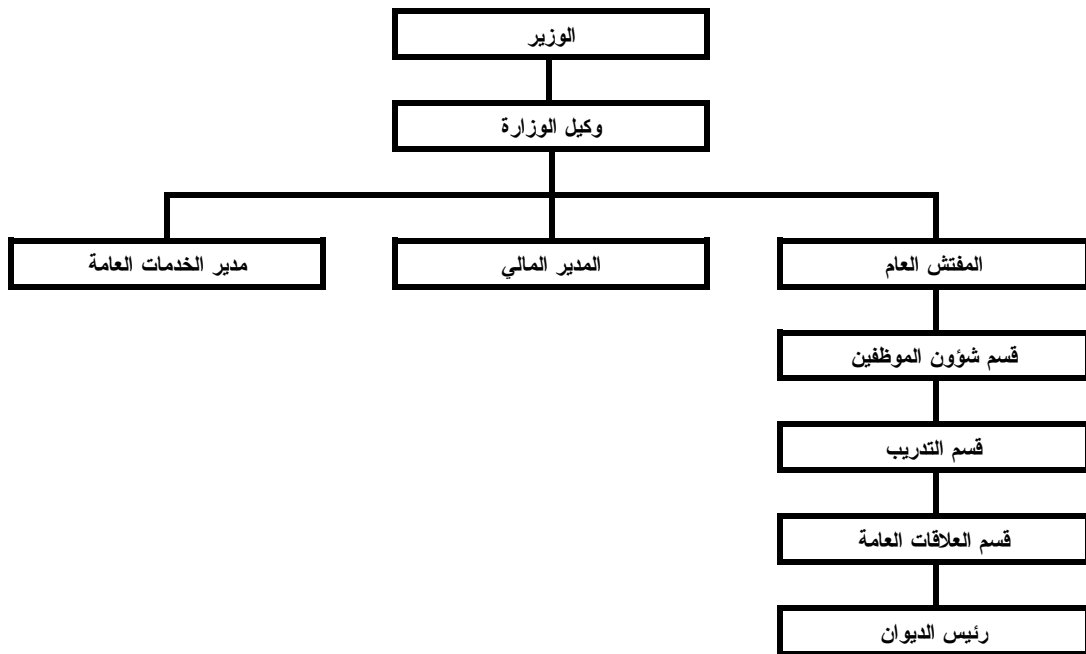
2. إن غالبية الجمهور في الدول النامية يهمل الحصول على نتائج عاجلة.

3. المركزية الشديدة، من خصائص الإدارة في الدول النامية أنها تتصف بمركزيتها الشديدة وذلك بحكم التقليد الإداري العام وضرورات التنمية الاقتصادية والاجتماعية الأمر الذي يطغى على واقع العلاقات العامة.

والمهم في الأمر أن حكومات الدول النامية وشعوبها بدأت فعلاً الاعتراف بوجود

العلاقات العامة التي تبدأ عادة من المواقع الدنيا في التنظيم الإداري وتصعد تدريجياً إلى مواقع أفضل في إطار الظروف والمتغيرات البيئية التي تعيشها (غوشة، 1984 : 28-29).

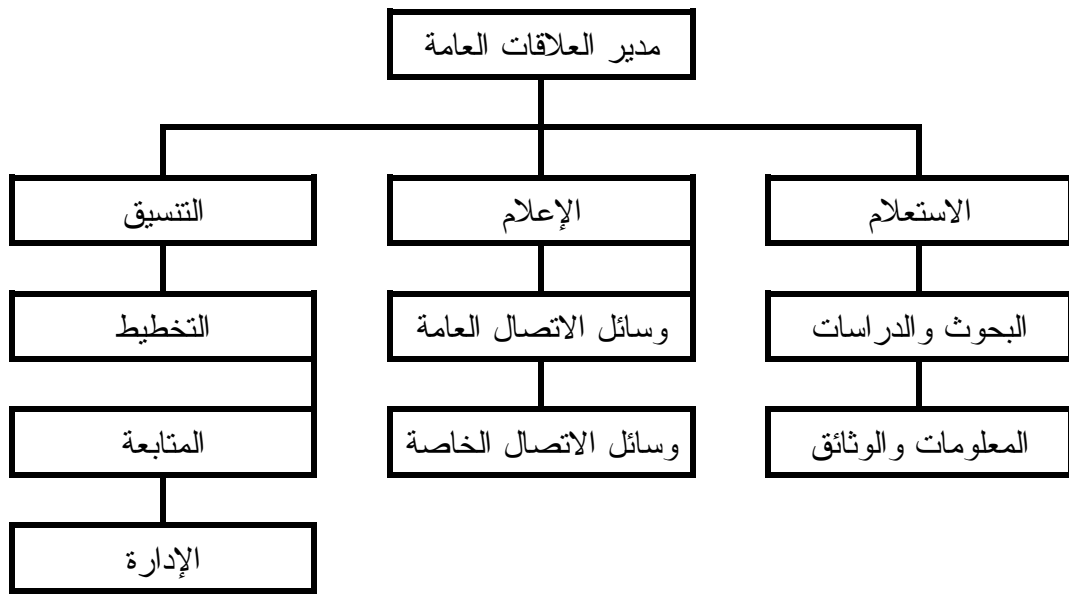
شكل رقم (5): الهيكل التنظيمي الأوسع انتشاراً في الدول العربية



(غوشة، 1984 : 27)

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

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



(حسن، وحسين، والبياتي، 1991: 107)

الاتصال الإداري:

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

1. الاتصالات الرسمية: وتنقسم إلى أربعة أنواع رئيسية هي:

أ. الاتصالات العمودية: وتنقسم إلى اتصالات نازلة وصاعدة.

ب. الاتصالات الأفقية والجانبية.

ج. الاتصالات المتقابلة أو المحورية.

د. الاتصالات الخارجية.

2. **الاتصالات غير الرسمية:** وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد والجماعات وتكون عادة بغير قواعد محددة وواضحة، وتمتاز بسرعتها قياساً بالاتصالات الرسمية (الشامي، وجرادات، 2001 : 94).

الشروط الواجب توافرها في القائمين بأعباء الاتصال في العلاقات العامة:

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

العلاقات العامة الإلكترونية:

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

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

والقائم بالعلاقات العامة وإلمامه باستخدام الحاسبات الإلكترونية "أصبح ضرورة من ضرورات هذا العصر، نظراً لما تؤديه من مهام وما تحقّقه من مزايا يعجز العقل البشري عن تحقيقها" (الزهري، 2004: 120).

وفي الأردن هناك الكثير من المواقع الالكترونية الحكومية التي تشتمل على كل جديد لاطلاع المتابع على الأنشطة التي تقوم بها الوزارات وآخر مستجداتها.

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات

مفهوم الأزمة

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

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

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

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

أسباب الأزمات:

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

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

مبادئ وإرشادات عامة لإدارة الأزمة:

هنالك بعض المبادئ والإرشادات العامة والتي يفضل إتباعها دائماً سواء قبل اندلاع

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

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

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

العلاقات العامة في الأردن

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

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

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

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

ويلخص تيسير أبو عرجة في كتابه دراسات في الصحافة والإعلام، التجربة الأردنية

في التأهيل الإعلامي في النقاط الآتية:

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

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

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

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

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

وبالرغم من كل ما ورد في الملاحظات السابقة حول واقع خريجي الصحافة والإعلام، إلا أننا نرى أن أقسام الصحافة والإعلام يجب أن تبقى في جامعاتنا وأن تزداد قوة ورسوخاً، مع التركيز على النوعية المنتقاة من الدارسين" (أبو عرجة، 2000: 323-324).

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

ثانياً: الدراسات السابقة

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

1- دراسة د. محمد ناجي الجوهر 1981، بعنوان أجهزة العلاقات العامة في العراق الأهداف

والوظائف، وهدفت الدراسة إلى التصدي للإجابة عن مجموعة من التساؤلات حول الوضع

القائم لأجهزة العلاقات العامة في مؤسسات الحكومة والقطاع العام بالعراق وذلك من حيث:

1. الجوانب التنظيمية لهذه الأجهزة -تسمياتها-ارتباطها الإداري- الشعب والأقسام التابعة

لها -تخصيصاتها المالية.

2. القوى العاملة فيها من حيث النوع والمؤهلات والمواصفات المطلوبة للعاملين.

3. الأهداف التي حددتها لنفسها، وهل هي أهداف مكتوبة أم غير مكتوبة؟ والأنشطة التي

تتاولها، والأهمية النسبية لكل نشاط من هذه الأنشطة.

4. الوسائل المستخدمة في العمل والأهمية النسبية لكل وسيلة من هذه الوسائل.

5. مزاولتها للأنشطة الإدارية المختلفة ، البحث العلمي - التخطيط - التنسيق - التدريب -

التقييم.

وخلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

1. ترتبط العلاقات العامة بالمستوى الإداري الأعلى.

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

نتائج الدراسة:

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

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

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

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

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

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

وخلص الباحث إلى النتائج والتوصيات التالية:

النتائج:

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

التوصيات:

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

4- دراسة محمد ناجي الجوهر وأمجد بدر القاضي، 1998 بعنوان أجهزة العلاقات العامة في

الأردن: التنظيم، الوظائف والأدوات (دراسة ميدانية) وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وجود أجهزة متفرغة تمارس وظيفة العلاقات العامة في الشركات ومعرفة مختلف الجوانب التنظيمية المتعلقة بها والوظائف التي تقوم بها والأدوات والأنشطة التي تستخدمها للقيام بمهامها، هذه الأهداف عندما تأخذ الصيغ الاستفهامية تمثل التساؤلات التي تضمن التوجه إلى لب مشكلة الدراسة بشكل مباشر وهكذا تتوجه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

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

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

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

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

تحقيق الأهداف الرئيسية الآتية:

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

للووظائف العلمية للعلاقات العامة.

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

الوزارات الحكومية اليمنية.

3. معرفة المكانة التنظيمية لوحدات العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية للوزارات

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

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

العلاقات العامة، والتعرف على أهداف تلك الوحدات.

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

الاستشارة الخارجية في مجال العلاقات العامة.

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

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

والتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي طرأت على المجتمع

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

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

وتحديدها من أهداف هذه الدراسة.

وأظهرت نتائج الدراسة النقاط التالية:

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

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

نتائج الدراسة:

1. إن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان متوسط على أساس مقياس ليكرت الخماسي.
 2. إن متوسط أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان متوسط على أساس مقياس ثلاثي (ممتاز - متوسط - ضعيف) إذ جاءت إجابات عينة البحث متوسطة بنسبة (61%).
 3. إن دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء أعمالها ومن هذه الأساليب والأدوات (إصدار نشرة دورية، واستخدام شبكة الانترنت، واستخدام الحاسب الآلي وغيره).
 4. كلما زادت سنوات الخبرة لدى العاملين في العلاقات العامة كان مستوى خدماتهم المقدمة للعاملين بالوزارة أفضل.
- وأوصت الدراسة بما يلي:
- العمل على رفع مستوى أداء العلاقات العامة وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية وتأهيل العاملين بها وتزويدهم بما هو جديد منها لرفع كفاءتهم.

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

7- دراسة صالح سليمان الزيود، 2001 بعنوان تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات

الأردنية من وجهة نظر موظفيها، وهدفت الدراسة إلى ما يلي:

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

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

وقد أوصى الباحث بما يلي:

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

نتائج الدراسة:

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

3. إن أداء دوائر العلاقات العامة متوسط على مستوى الجمهور الداخلي في حين كان أداء الدوائر مرتفعاً على مستوى الجمهور الخارجي، وعلى مستوى الإعلام والمطبوعات وعلى مستوى الندوات والمحاضرات والأيام العلمية.
4. إن الموارد البشرية والموارد المالية المتوافرة لدوائر العلاقات العامة كافية وملائمة بدرجة متوسطة، في حين أن ما يتوافر للدائرة من حيث دعم واهتمام الإدارة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتنسيق مع الدوائر الأخرى كاف وملائم وبدرجة مرتفعة.

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

نتائج الدراسة:

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

4. إن وحدات العلاقات العامة تستخدم وسائل الاتصال الفعال عند القيام بوظائفها

ونشاطاتها بمستوى مرتفع.

وأوصت الدراسة بما يلي :

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

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

1. أهمية اختيار كادر العلاقات العامة من المؤهلين أكاديمياً في العلاقات العامة بدرجة جامعية.

2. الاهتمام بالتدريب لموظفي العلاقات العامة.

3. البحث والتخطيط والاتصال والتقييم ركائز أساسية في عمل العلاقات العامة يجب الاهتمام بها.

4. ضرورة وضع العلاقات العامة في مرتبة قريبة جداً من قمة سلم الهرم الوظيفي في المنشأة، وإعطاء الموظفين صلاحيات إدارية لتنفيذ أعمالهم.

ومما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة ويجعلها مختلفة عن الدراسات السابقة في عدة جوانب، منها ما يلي:

1. تناولها لشروط العاملين في إدارة العلاقات العامة من حيث صفاتهم الشخصية المحبوبة، وخصائص مقدرتهم الاتصالية، ومؤهلاتهم العلمية، والصفات التكميلية الواجب توافرها في الإداريين.

2. تناولها الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها الاتصالية.

3. تناولها لأسباب اختيار العاملين للعمل في إدارة العلاقات العامة.

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

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

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

منهجية البحث:

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

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

أنواع الدراسات الوصفية:

1. البحث المسحي.

2. تحليل المضمون.
3. تحليل العمل.
4. دراسة العلاقات.
5. الدراسات التطويرية.
6. دراسة الحالة (عودة، وملكاوي، 1992: 113-118).

مجتمع الدراسة وعينتها:

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

جدول (4)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها

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

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

أداة الدراسة:

قام الباحث ببناء أداة لقياس أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، وتم بناؤها لأغراض هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. الاطلاع على الأدب النظري والدراسات التي تناولت العلاقات العامة من حيث مفهومها وخلفيتها السابقة وأهميتها وأنشطتها.

2. تم اختيار بعض فقرات أداة الدراسة الحالية من الأدب النظري للعلاقات العامة، ومن أدوات سابقة (العبدالله، 1992، والفيانسي 2000، والشماخي 2000-2001، والقضاه 2004) والتي تقيس الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة.

3. تمت صياغة فقرات الأداة من خلال الاطلاع على الأدب السابق المنشور والمتعلق بطرق بناء الأدوات بشكل عام، وبهذا تمت صياغة الأداة بشكلها المبدئي، حيث تكونت من (197) فقرة - ملحق (4) - موزعة على مجالين هما:

المجال الأول: الأنشطة الاتصالية:

• يشترط في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة وجود الصفات والخصائص والمواصفات التالية للقيام بالأنشطة الاتصالية، ويتفرع منه المجالات الفرعية التالية:

(أ) صفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام، ويقاس بالفقرات: (13-1).

(ب) خصائص المقدررة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقاس بالفقرات: (14-17).

(ج) مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ويقاس بالفقرات: (18-32).

(د) الصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة والإعلام بالوزارة، ويقاس بالفقرات:
(49-33).

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

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

المجال الثاني: العلاقات العامة

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

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

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق الأداة بطريقتين هما:

أ) صدق محتوى أداة الدراسة:

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

1. الصياغة اللغوية: الوضوح، والسلامة اللغوية، والحاجة للتعديل.

2. وضوح المعنى.

3. مدى مناسبة الفقرة في قياس المجالات المحددة.

4. إبداء أية تعديلات يرونها مناسبة.

5. أية اقتراحات أخرى.

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

ب) صدق بناء أداة الدراسة:

تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة، تكونت من (33) موظفاً وموظفة؛ بهدف التحقق من صدق البناء للأداة. وتم حساب معامل الارتباط المصحح (Corrected Item-Total Correlation) لكل فقرة من فقرات الأداة مع العلامة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه الفقرة بعد حذفها، وكذلك حساب معامل الارتباط المصحح (Corrected Item-Total Correlation) (ارتباط للفقرة مع العلامة الكلية للأداة بعد حذفها) - جدول (3) -. إذ تم اعتماد معيارين للإبقاء على الفقرة في الأداة؛ ولا يكفي توافر احدهما دون الآخر، والمعياران هما:

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

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

وبعد تطبيق المعيارين السابقين على جميع فقرات الأداة بصورته الأولية والمكون من

(197) فقرة، لم يتم استبعاد أي فقرة، بحيث أصبحت الأداة في صورتها النهائية - ملحق (4)

- مكونة من (197) فقرة، ومجالين اثنين الأنشطة الاتصالية والعلاقات العامة.

ثبات أداة الدراسة:

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

جدول (5)

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

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

طريقة التصحيح:

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

متغيرات الدراسة

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

أ) المتغيرات المستقلة وتتمثل في:

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

- الدخل الشهري وله خمسة مستويات هي: (أقل من 300 دينار، ومن 300 - 449 دينار، ومن 450 - 599 دينار، و 600 - 749 دينار، و 750 دينار فأكثر).

ب) المتغير التابع:

- درجة أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة.

إجراءات الدراسة:

تمت الدراسة وفق الإجراءات الآتية:

- قام الباحث بتطوير أداة الدراسة، وذلك بعد قراءة الأدب النظري المتعلق به وبعد الاطلاع على الأدوات المعروفة وذات العلاقة به.
- تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على مجموعة من المحكمين والمختصين في: العلاقات العامة، والصحافة والإعلام، والاقتصاد والعلوم الإدارية، والعلوم التربوية، واللغة العربية، وعددهم خمسة عشر محكماً. وقام الباحث بإعادة صياغة بعض الفقرات لغوياً، وتعديل بعض الفقرات، وشطب بعض الفقرات والتي تقل درجة اتفاق المحكمين حولها عن (80%).
- وتم التأكد من ثبات أداة الدراسة، بتطبيقها على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة مكونة من (33) موظفاً وموظفة بحساب الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا).
- تم الحصول على الموافقة الرسمية من خلال كتاب تسهيل مهمة من عمادة كلية الإعلام الملحق (2) لتطبيق أداة الدراسة، فضلاً عن الحصول على العدد الكلي للعاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في مراكز الوزارة للعام 2010/2009م.

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

المعيار الإحصائي:

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

الإحصائي الآتي:

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

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

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

الفصل الرابع

عرض النتائج

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

اختبار الفرضيات:

الفرضية الصفريّة الرئيسيّة الأولى والتي تنص على أنه: لا يتوافر لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية للقيام بالأنشطة الاتصالية).

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

جدول (6)

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

المجال	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
خصائص المقدرة الاتصالية	1	4.13	0.77	عالية
الصفات الشخصية	2	3.93	0.61	عالية
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	3	3.87	0.72	عالية
مواصفات المستوى العلمي	4	3.38	0.64	متوسطة
الفقرات ككل		3.83	0.58	عالية

*الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (7)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
3.83	0.58	14.534	103	*0.000

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

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

كما تم اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

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

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

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

كما تم استخدام اختبار (ت) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضٌ لذلك.

جدول (8)

المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) (t-test) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات (الصفات الشخصية المحبوبة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
10	الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.	1	4.29	0.86	عالية جداً
2	الإحساس العام مع جمهور الوزارة.	2	4.06	0.88	عالية
1	القدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة.	3	4.03	0.78	عالية
5	الاتزان أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع جيد عن الوزارة.	4	4.01	0.94	عالية
13	بذل الجهود لنجاح المهمات في الأوقات العادية والأزمات.	5	4.00	0.99	عالية
3	حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحيطة للوصول للحقائق وتفسيرها.	6	3.99	0.83	عالية
9	جاذبية الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.	7	3.98	0.86	عالية
4	القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.	8	3.91	0.97	عالية
6	الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.	9	3.86	0.89	عالية
7	الموضوعية والتجرد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.	10	3.83	0.88	عالية
8	الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.	11	3.75	0.92	عالية
12	الشجاعة في مواجهة المسؤولين بأخطائهم.	12	3.72	1.08	عالية
11	الخيال الخصب في مواجهة المشكلات.	13	3.62	1.01	عالية
	الفقرات ككل		3.93	0.61	عالية

* الدرجة القصوى (5)

يتبين من الجدول (8) توافر الصفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة

والإعلام في الوزارة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات ككل والتي تمثل هذه الصفات

(3.93) بانحراف معياري (0.61) وبدرجة توافر عالية جداً وهي أكبر من الوسط الفرضي

(3)، حيث جاءت الفقرة (10) والتي تنص على " الاستقامة والإخلاص في مكان العمل " في

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

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

جدول (9)

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

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

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

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

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

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

جدول (10)

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

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

* الدرجة القصوى (5)

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

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

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

جدول (11)

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

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

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

يتبين من الجدول (11) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (14.991) وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ($0.05 > \alpha$)، كما تبين أن الوسط الحسابي لصفات هذه الصفات ككل تساوي (4.13) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، مما يترتب عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه الصفات، مما يدل على توافر خصائص المقدرة الاتصالية للقيام بالأنشطة الاتصالية لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

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

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

جدول (12)

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

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

* الدرجة الفصوى (5)

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

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

جدول (13)

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

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

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

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

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

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

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

جدول (14)

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

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
45	أن يكون قدوة حسنة لزملائه.	1	4.07	0.90	عالية
46	العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة.	2	4.02	0.90	عالية
41	القدرة على تنظيم مهمات إدارة العلاقات العامة والإعلام.	3	4.01	0.92	عالية
48	الولاء والرضا بعمله في الوزارة.	4	3.99	0.99	عالية
43	القدرة على تنظيم الوقت.	5	3.95	0.92	عالية
49	معرفة التشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة.	6	3.94	0.98	عالية
44	القدرة على إقامة اتصالات فاعلة مع رؤسائه ورؤسائه وقادة الرأي والإعلام.	7	3.93	0.94	عالية
47	الحس الفني باستخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في المجال المناسب لها.	8	3.92	0.95	عالية
37	القدرة على رد الانتقادات التي تواجه الوزارة.	9	3.91	0.95	عالية
42	القدرة على الإفادة من الموارد المتاحة في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.	9	3.91	0.86	عالية
35	القدرة على مشاركة العاملين معه للمساعدة بتطوير العمل وحل المشكلات.	11	3.90	0.85	عالية
34	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق الأهداف.	12	3.79	0.82	عالية
36	القدرة على النقد الذاتي ومساعدة النفس.	12	3.79	0.99	عالية
40	القدرة على إجادة فن القيادة واستخدام السلطات الممنوحة له واتخاذ القرارات.	14	3.78	0.95	عالية
38	القدرة على تقبل الفشل لبعض الأعمال التي يقوم بها في الوزارة.	15	3.70	0.89	عالية
33	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالوزارة.	16	3.69	0.89	عالية
39	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.	17	3.55	0.95	عالية
	الفقرات ككل		3.87	0.72	عالية

* الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (15)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
3.87	0.72	12.379	103	*0.000

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

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

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

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

جدول (16)

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

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

*الدرجة القصوى (5)

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

جدول (17)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
3.20	0.66	3.037	103	*0.003

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

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

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

كما تم اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

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

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

جدول (18)

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

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
50	الهاتف الأرضي.	1	4.18	1.08	عالية
57	اتصالات الحاسب الالكتروني (البريد الالكتروني، والاتصال: المكتوب، والمرئي، والمسموع).	2	4.15	1.06	عالية
53	الفاكس.	3	3.80	1.22	عالية
54	البرقيات.	4	2.96	1.34	متوسطة
55	الرسائل.	4	2.96	1.35	متوسطة
56	الدوائر التلفزيونية المغلقة.	6	2.10	1.38	متدنية
52	التلكس.	7	1.76	1.14	متدنية جداً
51	التلغراف.	8	1.75	1.11	متدنية جداً
الفقرات ككل			2.96	0.71	متوسطة

* الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (19)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
2.96	0.71	-0.602	103	0.584

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

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

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

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

جدول (20)

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

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقدير
59	المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي وللحصول على المعلومات.	1	3.89	1.03	عالية
58	التقارير التي تقدم حول موضوع معين مع ذكر الاقتراحات والنتائج.	2	3.67	1.06	عالية
60	الخطابات والرسائل.	3	3.43	1.20	عالية
62	مقترحات الموظفين التي تقدم لتطوير العمل.	4	3.23	1.05	متوسطة
61	لوحات الإعلانات الداخلية.	5	3.01	1.19	متوسطة
63	الاستثمارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.	6	3.00	1.13	متوسطة
ال فقرات ككل			3.37	0.85	متوسطة

* الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (21)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
3.37	0.85	4.465	103	*0.000

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

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

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

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

جدول (22)

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

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

* الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (23)

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

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

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

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

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

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

جدول (24)

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

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

* الدرجة القصوى (5)

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

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

جدول (25)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
2.89	0.90	-1.275	103	0.205

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

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

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

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

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

جدول (26)

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

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

* الدرجة الفصوى (5)

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

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

جدول (27)

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

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
3.20	0.91	2.270	103	*0.025

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

يتبين من الجدول (27) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (2.70)

وبدلالة إحصائية (0.025)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha > 0.05$)،

كما تبين أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (3.0) وهي أكبر من الوسط

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

الفرضية الصفرية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه: لا تتوافر أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بتوافر أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، كما تم استخدام اختبار (ت) (t-test) على افتراض أن الوسط الفرضي هو (3)، وفي ما يلي عرضٌ لذلك.

جدول (28)

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

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

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

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
116	تنظيم مكتبة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة والإشراف عليها.	30	3.13	1.26	متوسطة
110	رعاية العاملين في الوزارة، بخدمات اجتماعية وترويحية ورياضية وتضامن أسري وعلاج طبي.	31	3.06	1.28	متوسطة
102	تزويد الجمهور بخطط وأهداف التنمية السكانية، وتحديد مدى المساهمة التي يمكن أن يقدمها جمهور الوزارة للارتفاع بمستوى الخدمات ومستوى تنفيذها.	32	3.00	1.29	متوسطة
103	التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح لهم لتركها.	33	2.94	1.29	متوسطة
	الفقرات ككل		3.50	0.80	عالية

*الدرجة القصوى(5)

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

كما تم إجراء اختبار (ت) (one sample t-test) على توافر أهداف ووظائف لإدارة

العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، والجدول (29) يبين ذلك.

جدول (29)

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

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

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

يتبين من الجدول (29) أن قيمة (ت) المحسوبة عند الوسط الفرضي (3) هي (6.406)

وبدلالة إحصائية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية

($0.05 > \alpha$)، كما تبين أن الوسط الحسابي لفقرات هذه الوسيلة ككل تساوي (3.50) وهي أكبر

من الوسط الفرضي (3)، مما يترتب عليه رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة لهذه

الوظائف، ويدل على توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة.

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

(أ) فيما يتعلق بمتغير مسمى الجهاز

للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص

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

جدول (30)

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

المجال	مسمى الجهاز	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصفات الشخصية للموظفين	مديرية	56	4.03	0.47
	إدارة	12	4.02	0.66
الصفات الشخصية للموظفين	وحدة	16	3.85	0.76
	قسم	20	3.63	0.75
الخصائص المقدرّة للاتصالية للموظفين	مديرية	56	4.26	0.61
	إدارة	12	4.08	0.85
	وحدة	16	4.19	0.54
	قسم	20	3.76	1.15
مواصفات المستوى العلمي للموظفين	مديرية	56	3.48	0.56
	إدارة	12	3.48	0.50
	وحدة	16	3.35	0.73
	قسم	20	3.06	0.79
الصفات التكميلية للموظفين الإداريين	مديرية	56	4.01	0.56
	إدارة	12	3.96	0.62
	وحدة	16	3.87	0.70
	قسم	20	3.45	1.03

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

على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توفرها

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

متغير مسمى الجهاز، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (31) يبين ذلك.

جدول (31)

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

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

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

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

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

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

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

جدول (32)

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

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

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

يتبين من الجدول (32) وجود فروق بين ذوي مسمى الجهاز (مديرية) وذوي مسمى

الجهاز (إدارة) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (مديرية)، وبين ذوي مسمى الجهاز (إدارة) وذوي

مسمى الجهاز (وحدة) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (إدارة). وبين ذوي مسمى الجهاز (وحدة)

وذوي مسمى الجهاز (قسم) ولصالح ذوي مسمى الجهاز (وحدة).

ب) فيما يتعلق بمتغير الجنس

للإجابة عن هذا المتغير تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار

(ت) (t-test) لمجموعتين مستقلتين لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات

الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة

العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الجنس، والجدول

(33) يبين ذلك.

جدول (33)

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

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

يتبين من الجدول (33) عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطي تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية يعزى لمتغير الجنس.

ج) فيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية

للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الحالة الاجتماعية، والجدول (34) يبين ذلك.

جدول (34)

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

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

يتبين من الجدول (34) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة

الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب

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

وحسب متغير الحالة الاجتماعية، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ فقد تم استخدام تحليل

التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (35) يبين ذلك.

جدول (35)

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

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

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

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

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

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

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

جدول (36)

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

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

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

د) فيما يتعلق بمتغير العمر

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

جدول (37)

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

المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
0.54	7	أقل من 25 سنة	الصفات الشخصية للموظفين
0.65	44	من 25 - أقل من 35 سنة	
0.67	39	من 35 - أقل من 45 سنة	
0.29	10	من 45 - أقل من 55 سنة	
0.21	4	55 سنة فأكثر	
0.83	7	أقل من 25 سنة	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
0.91	44	من 25 - أقل من 35 سنة	
0.64	39	من 35 - أقل من 45 سنة	
0.46	10	من 45 - أقل من 55 سنة	
0.63	4	55 سنة فأكثر	
0.63	7	أقل من 25 سنة	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
0.66	44	من 25 - أقل من 35 سنة	
0.61	39	من 35 - أقل من 45 سنة	
0.65	10	من 45 - أقل من 55 سنة	
0.27	4	55 سنة فأكثر	
0.69	7	أقل من 25 سنة	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
0.84	44	من 25 - أقل من 35 سنة	
0.66	39	من 35 - أقل من 45 سنة	
0.29	10	من 45 - أقل من 55 سنة	
0.53	4	55 سنة فأكثر	

يتبين من الجدول (37) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة

الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب

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

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

جدول (38)

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

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.654	0.614	0.234	4	0.936	بين المجموعات	الصفات الشخصية للموظفين
		0.381	99	37.750	داخل المجموعات	
			103	38.685	المجموع	
0.391	1.039	0.618	4	2.472	بين المجموعات	خصائص المقدرة الاتصالية للموظفين
		0.595	99	58.893	داخل المجموعات	
			103	61.365	المجموع	
0.110	1.935	0.773	4	3.093	بين المجموعات	مواصفات المستوى العلمي للموظفين
		0.400	99	39.556	داخل المجموعات	
			103	42.650	المجموع	
0.344	1.136	0.587	4	2.347	بين المجموعات	الصفات التكميلية للموظفين الإداريين
		0.516	99	51.107	داخل المجموعات	
			103	53.454	المجموع	

يتبين من الجدول (38) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة

والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات

العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية تعزى لمتغير (العمر).

ه) فيما يتعلق بمتغير الوظيفة الحالية

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

جدول (39)

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

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

يتبين من الجدول (39) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة

الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب

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

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

جدول (40)

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

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

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

يتبين من الجدول (40) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة

والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات

العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير الوظيفة الحالية.

(و) فيما يتعلق بمتغير عدد سنوات الخبرة

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

جدول (41)

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

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

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

جدول (42)

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

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

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

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

جدول (43)

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

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

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

يتبين من الجدول (43) وجود فروق بين ذوي عدد سنوات الخبرة (من 6 - أقل من 9 سنوات، من 9 - أقل من 12 سنة) من جهة وذوي عدد سنوات الخبرة (12 سنة فأكثر) من جهة أخرى ولصالح ذوي عدد سنوات الخبرة (12 سنة فأكثر).

ز) فيما يتعلق بمتغير التحصيل الأكاديمي

للإجابة عن هذا المتغير تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص

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

جدول (44)

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

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

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

جدول (45)

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

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

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

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

جدول (46)

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

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

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

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

ح) فيما يتعلق بمتغير التخصص الأكاديمي

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

جدول (47)

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

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

يتبين من الجدول (47) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب توافرها في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية وحسب متغير التخصص الأكاديمي، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق؛ تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (48) يبين ذلك.

جدول (48)

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

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

يتبين من الجدول (48) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع مجالات الأداة

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

ط) فيما يتعلق بمتغير مكان السكن

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

جدول (49)

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

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

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

(ي) فيما يتعلق بمتغير الدخل الشهري

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

جدول (50)

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

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

يتبين من الجدول (50) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة

الدراسة على كل مجال من مجالات الأداة والمتعلقة بالصفات والخصائص والمواصفات الواجب

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

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

جدول (51)

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

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

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

يتبين من الجدول (51) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية

($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على المجال (خصائص المقدرة

الاتصالية للموظفين) تعزى لمتغير (الدخل الشهري)، ولمعرفة لصالح من تلك الفرق تم استخدام

اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، والجدول (52) يبين ذلك.

جدول (52)

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

أقل من 300 دينار	من 300 - 449 دينار	من 500 - 599 دينار	600 - 749 دينار	750 دينار فأكثر	المتوسط الحسابي	الدخل الشهري
4.21	4.15	3.92	3.45	5.00		
	0.06	0.29	*0.76	*0.79	4.21	أقل من 300 دينار
		0.23	*0.70	*0.85	4.15	من 300 - 449 دينار
			0.47	*1.08	3.92	من 500 - 599 دينار
				0.55	3.45	600 - 749 دينار
					5.00	750 دينار فأكثر

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

يتبين من الجدول (52) وجود فروق بين ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار) وذوي الدخل الشهري (600 - 749 دينار) ولصالح ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار)، وبين ذوي الدخل الشهري (أقل من 300 دينار) وذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر) ولصالح ذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر)، وبين ذوي الدخل الشهري (من 300 - 449 دينار) ولصالح ذوي الدخل الشهري (من 300 - 449 دينار) وبين ذوي الدخل الشهري (من 300 - 449 دينار) وذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر)، وبين ذوي الدخل الشهري (من 500 - 599 دينار) ولصالح ذوي الدخل الشهري (750 دينار فأكثر).
الشهري (750 دينار فأكثر).

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

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

جدول (53)

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

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

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

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

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

جدول (54)

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

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

*الدرجة القصوى (5)

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

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

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

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

جدول (55)

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

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

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

*الدرجة القصوى(5)

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

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

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

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

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات أداة الدراسة والمتعلقة بدور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها، والجدول (56) يبين ذلك.

جدول (56)

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

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

*الدرجة القصوى (5)

يتبين من الجدول (56) أنّ المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.35 - 3.95) بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.09 - 1.30) بدرجة تقدير تراوحت بين متوسطة وعالية، إذ تبين أن الفقرة (177) والتي تنص على أنّ "المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام" فقد جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.95) وبانحراف معياري (1.11) وبدرجة تقدير عالية، ثم تلاها الفقرة رقم (182) والتي تنص على أنّ "إدارة العلاقات العامة والإعلام

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

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

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

جدول (57)

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

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

*الدرجة القصوى (5)

يتبين من الجدول (57) أنّ المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.79 - 3.60)

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

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

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

تلاها الفقرة رقم (197) والتي تنص على أنّ "القيام بوظيفة الرقابة داخل الوزارة لحماية

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

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

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

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

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

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

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

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

وجاءت الصفات التكميلية للموظفين الإداريين في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.87)

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

وأخيراً جاءت مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة في المرتبة

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

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

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

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

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

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

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

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

للحصول على المعلومات، وكذلك إعداد التقارير التي تقدم حول موضوع معين، وإعداد الخطابات والرسائل، وأخيرا الاستثمارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين. وجاءت وسيلة الاتصال الجماهيري في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.20) وبدرجة تقدير متوسطة، ويعزو الباحث ذلك إلى استهدافها لعدد كبير من الناس، ويمكن أن تُعدّ البديل الثالث بعد عملية الاتصال الشخصي المباشر، ومن ثم الاتصال الشخصي غير المباشر، وعلى رأس هذه الوسائل الصحف والمجلات والمواقع الإعلامية الالكترونية، والإذاعة.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

أظهرت نتائج هذا السؤال أن هناك الكثير من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، فواحدة أنت بدرجة عالية هي: عدم استطاعة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة القيام بنشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، ومنها ما جاء بدرجة متوسطة، وتمثلت في: أن الوزارة تقوم بتعيين بعض خريجي الصحافة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، وعدم توافر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها ما جاء بدرجة متدنية، وتمثلت في: عدم توافر مخصصات مالية لقيام إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بواجباتها، وتقوم بنشر المواد الإعلامية بشكل غير مقبول ومختصر جداً، وان المندوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتغطية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة، وان إدارة العلاقات العامة والإعلام تقبل الهدايا من الجمهور وكذلك تمنح الهدايا للصحفيين بقصد استغلالهم.

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

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

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

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

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

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

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

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

الخلاصة

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

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

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

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

• النقاط 6+5+4 نتيجة الفرضية الرابعة.

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

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

9. هناك الكثير من الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة، ومنها أن إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، بدرجة عالية، وأن الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام في دوائر غير إدارة العلاقات العامة والإعلام، ولا تتوفر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام، وأن إدارة العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، وأن الدعم المالي المخصص لإدارة العلاقات العامة والإعلام غير كاف للقيام بواجباتها، وأن الإدارة لا تفهم طبيعة عمل العلاقات العامة، ولا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات العاملين وقدراتهم في العلاقات العامة، وأن الاتصال

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

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

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

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

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

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

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

توصيات الباحث:

1. تعيين مُديري ورؤساء الأقسام وموظفي العلاقات العامة الرئيسيين من خريجي الصحافة والإعلام/ تخصص علاقات عامة، في الوزارات، واختيار موظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارة ممن يتصفون بالصفات الشخصية المحبوبة، والمقدرة الاتصالية العالية، والمتمتعين بالمستوى العلمي العالي، فضلاً عن الصفات القيادية للإداريين، فهم العنصر الأساس في العمل وعليهم تقع مسؤولية التأثير في الرأي العام التي تعتمد عليها الوزارات بتغيير صورتها للأفضل. وابتعث عدد من موظفي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية للحصول على شهادات في الدراسات العليا في مجال العلاقات العامة، لتطوير العمل.

2. إتباع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي مع مكتب الوزير مباشرة، ومشاركة العلاقات العامة باجتماعات الوزارة، وإشراك موظفي العلاقات العامة في اتخاذ القرارات، ومنحهم مزيداً من الصلاحيات، لتحسين أداء العمل، وبذلك يكون للعلاقات العامة حضورها ودورها الدائم مع الجماهير الداخلية والخارجية والنوعية والدولية للوزارة.

3. ضرورة ضم مديريات العلاقات العامة والإعلام في مديرية واحدة ليسهل التنسيق والتنفيذ والقيام بالواجبات والعملية الاتصالية على أكمل وجه. وضرورة تلمس احتياجات العلاقات العامة في الوزارات، والعمل على حل المعوقات والانتقادات التي تواجههم.

4. ضرورة النظر إلى عمل العلاقات العامة كنشاط اتصالي كمنظومة متكاملة من العمل بخطوات العملية الاتصالية (الإعلام والاستعلام والتنسيق) وابتداءً من المرسل وهو العصب الرئيس في العملية الاتصالية، وتنفيذ الرسالة، واستعمال الوسيلة الاتصالية

المناسبة، واختيار الجمهور المناسب، ودراسة الرأي العام، ليتم التوافق في الرأي بين متطلبات المنظمة أو المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية.

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

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

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

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

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

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

11. ضم موظفي العلاقات العامة من خريجي الصحافة والإعلام تخصص العلاقات العامة، والتحرير الصحفي، والإذاعة والتلفزيون، إلى عضوية نقابة الصحفيين، للحصول على الامتيازات التي تقدم للصحفيين، فهم إعلاميو مؤسساتهم.

12. يقترح الباحث أن تكون تسمية العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة ب (العلاقات العامة الاتصالية) لتمييزها عن باقي الأنشطة الاتصالية الأخرى كالإعلام والإعلان والدعاية وفروع الإدارة كالأشؤون العامة والتسويق، ليكون من تسميتها عنوانا لاهتمامها بالاتصال باتجاهين المنظمة والجمهور الداخلية والخارجية.

13. ضرورة تزويد العاملين بالعلاقات العامة بكل جديد في علم التكنولوجيا لما له من أهمية في ربط العلاقات العامة بالمحيط والعالم الخارجي.

المراجع

أ. المراجع العربية:

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

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

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

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

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

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

ب. المراجع الأجنبية:

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

الملاحق

ملحق رقم (1)

كتاب الجامعة بالموافقة على رسالة الماجستير

MEU جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
MIDDLE EAST UNIVERSITY FOR GRADUATE STUDIES

Date

Number:

اللجنة التنفيذية للدراسات العليا

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/١٧
الرقم: ٩٤٤/٨/١

قرار رقم (2009-2008/17/100)

صادر عن اللجنة التنفيذية للدراسات العليا

بناء على اجتماع اللجنة التنفيذية للدراسات العليا رقم (17) تاريخ 2009/2/17. فقد تقرر ما يلي:

الموافقة النهائية على مشروع خطة رسالة الطالب أحمد أمين محمد عتوم صاحب الرقم الجامعي 20060124 من كلية الآداب تخصص اعلام وعنوان الرسالة باللغتين العربية والانجليزية:

أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة "دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية"
The Importance of Communication Activities in the Function of Public Relation "An Empirical Study in Jordanian Ministries

بإشراف المشرف المنفرد الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة/ بقسم الإعلام في جامعة البتراء.

عميد الدراسات العليا

أ.د. محمد مطر

نسخة

- عميد الكلية المعني
- مدير القبول والتسجيل

هاتف: +9626 4790222 فاكس: +9626 4129613 ص.ب: 42، عمان 11610، الأردن

Tel: +9626 4790222 Fax: +9626 4129613 P.O. Box 42, Amman 11610, Jordan

e-mail: info@meu.edu.jo website: www.meu.edu.jo

ملحق رقم (2)

كتاب الجامعة إلى دولة رئيس الوزراء الأكرم لتسهيل مهمة الباحث

MEU جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
MIDDLE EAST UNIVERSITY FOR GRADUATE STUDIES

Date:

مكتب الرئيس

التاريخ: ٢٠٠٩ / ٤ / ٥

Number:

President Office

الرقم: ١٣٢٣ / ١٢

دولة المهندس نادر الذهبي الأنخم

رئيس الوزراء

تحية طيبة وبعد ، ، ،

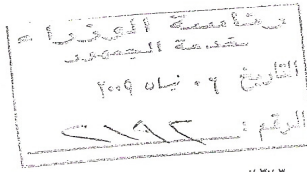
تهديكم جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا في عمان/الأردن
تحياتها وتمنياتها الطيبة.

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

وتفضلوا دولتكم بقبول فائق الاحترام والتقدير ، ، ،

رئيس الجامعة

أ.د. محمود مرعي



ملحق رقم (3) أداة الدراسة المبدئية

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

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

أرجو أن أضع بين أيديكم أسئلة استبانته للدراسة بعنوان (أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، من جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا/ عمان- الأردن. يرجى التكرم بالإجابة على جميع فقرات وأسئلة هذه الاستبانة بكل دقة وصدق وموضوعية، بما تعتقده واقعا ملموسا في الوزارة التي تعمل بها، وبشكل يساهم في رفع قيمة أهمية الدراسة، لكي تعود بفائدتها على الباحث وعلى مديريات العلاقات العامة في الوزارات الأردنية، مؤكدا لكم بأن المعلومات التي ستدولون بها هي: لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، وسوف يتم تزويد وزاراتكم وإدارة العلاقات العامة فيها، بنسخة من الرسالة بعد إنجازها لتحقيق الفائدة المتوخاة منها. شاكرين ومقدرين لكم حسن تعاونكم.

الباحث: أحمد أمين محمد عتوم

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

الرقم	الفقرة	نعم بدرجة كبيرة	نعم بدرجة متوسطة	نعم بدرجة صغيرة	لا أجيب	لا أجيب
أولاً: الأنشطة الاتصالية:						
بشروط في القائمين على العمل في العلاقات العامة بالوزارة وجود الصفات والخصائص والمواصفات الآتية للقيام بالأنشطة الاتصالية: أ- صفات الشخصية المحبوبة لموظفي العلاقات العامة:						
1.	القدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة.					
2.	الإحساس العام مع جمهور الوزارة.					
3.	حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحيطة للوصول للحقائق وتفسيرها.					
4.	القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.					
5.	الانتران أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع جيد عن الوزارة.					
6.	الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.					
7.	الموضوعية والتجرد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.					
8.	الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.					
9.	جانبيهة الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.					
10.	الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.					
11.	الخيال الخصب في مواجهه المشكلات.					
12.	الشجاعة في مواجهة المسؤولين بأخطائهم.					
13.	بذل الجهود لنجاح المهمات في الأوقات العادية والأزمات.					
ب- خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي العلاقات العامة في الوزارة:						
14.	التمتع بمهارة القراءة ومعرفة ما يؤثر منها على الوزارة.					
15.	التمتع بمهارة الاستماع وفهم ما يقال من جمهور الوزارة.					
16.	القدرة على الكتابة المقنعة لجمهور الوزارة.					
17.	القدرة على التخاطب مع جمهور الوزارة بالحديث الجذاب والمنطقي والمفهوم.					
ج- مواصفات المستوى العلمي لموظفي العلاقات العامة في الوزارة:						
18.	الإلمام بعلم الصحافة					
19.	الإلمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق					
20.	الإلمام بعلم الإعلان					
21.	الإلمام بعلم الاجتماع					
22.	الإلمام بعلم القانون					
23.	الإلمام بعلم السياسة					
24.	الإلمام بعلم النفس					
25.	الإلمام بعلم اللغات					
26.	الإلمام بعلم التسويق					

الرقم	الفقرة	درجة عالية جدا	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة ضعيفة جدا
27.	الإمام بعلم الاقتصاد					
28.	الإمام بعلم الإدارة					
29.	الإمام بعلم الإحصاء					
30.	الإمام بعلم الحاسوب					
31.	الإمام بمنهجية البحث العلمي					
32.	الإمام بفن التصوير					
د- الصفات التكميلية لإداري العلاقات العامة في الوزارة:						
33.	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالوزارة.					
34.	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق الأهداف.					
35.	القدرة على مشاركة العاملين معه للمساعدة بتطوير العمل وحل المشكلات.					
36.	القدرة على النقد الذاتي ومساءلة النفس.					
37.	القدرة على رد الانتقادات التي تواجه الوزارة.					
38.	القدرة على تقبل النجاح أو الفشل باعتدال.					
39.	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.					
40.	القدرة على إجادة فن القيادة واستخدام السلطات الممنوحة له واتخاذ القرارات.					
41.	القدرة على تنظيم مهمات العلاقات العامة.					
42.	القدرة على الاستفادة من الموارد المتاحة في عمل العلاقات العامة.					
43.	القدرة على تنظيم الوقت.					
44.	القدرة على إقامة اتصالات فاعلة مع مروضيه ورؤسائه وقادة الرأي والإعلام.					
45.	أن يكون قدوة حسنة لزملائه.					
46.	العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة.					
47.	الحس الفني باستخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في المجال المناسب لها.					
48.	الولاء والرضا بعمله في الوزارة.					
49.	معرفة التشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة.					
تستخدم العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية الآتية:						
أ- الاتصال الشخصي غير المباشر:						
50.	الهاتف الأرضي.					
51.	التلغراف.					
52.	التلكس.					
53.	الفاكس.					
54.	البرقيات.					
55.	الرسائل.					
56.	الدوائر التلفزيونية المغلقة.					
57.	اتصالات الحاسب الإلكتروني (الايمل، والاتصال: المكتوب، والصوتي، والمرئي).					
ب - الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية":						
58.	التقارير التي تقدم حول موضوع معين مع ذكر الاقتراحات والنتائج.					
59.	المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي وللحصول على المعلومات.					
60.	الخطابات والرسائل.					
61.	لوحات الإعلانات الداخلية.					
62.	مقترحات الموظفين التي تقدم لتطوير العمل.					
63.	الاستثمارات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.					
ج - الاتصال الشخصي المباشر:						
64.	الاتصال المباشر بقيادة الرأي في المجتمع.					
65.	المشاركة في الأنشطة والمسابقات العامة للمجتمع.					

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

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

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

الرقم	الفقرة	صعوبة جدا	صعوبة	متوسطة	درجة عالية	درجة عالية جدا
188.	تحديد المسؤوليات والمهام لكل فرد معني بالأزمة.					
189.	الحنر من إعادة نشوب الأزمة مرة أخرى واتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك.					
190.	المحافظة على الهدوء عند نشوب الأزمة.					
191.	تحديث خطة إجراءات الطوارئ بشكل مستمر.					
192.	تفريغ فريق الأزمة وإبعاده عن مشاغل العمل اليومي حتى يستطيع التركيز على معالجة الأزمة.					
تستخدم العلاقات العامة في الوزارة وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الوظائف الاتصالية الآتية:						
193.	إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات.					
194.	التنشئة الاجتماعية والالتزام بأساليب الجماعة.					
195.	الحفز والمنافسة الشريفة الهادفة لمحاكاة المميزين في المجتمع.					
196.	المناقشة والحوار لطرح الآراء.					
197.	التعليم ونشر المعرفة الإنسانية الهادفة وتعميمها.					
198.	نشر الإبداع الفني والثقافي وحفظ التراث وتطويره.					
199.	الترفيه عن المجتمع والترويج عنه.					
200.	التقارب الاجتماعي والتزود بأخبار الآخرين والشعور معهم.					
201.	تنشيط الصناعات والاقتصاد والتجارة من خلال الإعلان.					
202.	القيام بوظيفة الرقابة داخل الوزارة لحماية المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة.					

ثالثا: المعلومات العامة - الخصائص الديموغرافية - :

اسم الوزارة:

1. مسمى جهاز العلاقات العامة في الوزارة: مديرية إدارة وحدة قسم شعبه

2. الجنس: ذكر أنثى

3. الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق أرمل

4. العمر: 25 سنة فأقل 25- أقل من 35 35- أقل من 45 45- أقل من 55 55 سنة فأكثر

5. الوظيفة الحالية: مدير رئيس قسم/شعبه/وحدة موظف

6. سنوات الخبرة: أقل من 3 من 3 إلى أقل من 6 من 6 إلى أقل من 9 من 9 إلى أقل من 12 12 فأكثر

7. التحصيل الأكاديمي: ثانوية عامة دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي ماجستير دكتوراه

8. التخصص الأكاديمي: صحافة/علاقات عامة وإعلان صحافة/تحرير صحافة/إذاعة وتلفزيون غير ذلك حدده

9. مكان السكن: عمان العاصمة محافظة أخرى، حددها

10. الدخل الشهري بالدينار الأردني: أقل من 300 300 - 449 450 - 599 600 - 749 750 فأكثر

11. هل ترغب في العمل خارج العلاقات العامة في الوزارة؟ نعم لا

12. عدد العاملين في العلاقات العامة: موظفا وموظفة، وهو عدد: قليل جدا قليل مقبول كثير كثير جدا

14. في رأيك، ما أهم الاقتراحات لرفع مستوى عمل العلاقات العامة في الوزارة؟

-1

-2

-3

-4

-5

ملحق رقم (4) الاستبانة النهائية

(الاستبانة) بصورتها النهائية

الأخوة والأخوات موظفي العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية المحترمين.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

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

يرجى التكرم بالإجابة على جميع فقرات وأسئلة هذه الاستبانة بكل دقة وصدق وموضوعية، بما تعتقده واقعا ملموسا في الوزارة التي تعمل بها، وبشكل يساهم في رفع قيمة أهمية الدراسة، لكي تعود بفائدتها على الباحث وعلى إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية، مؤكدا لكم بأن المعلومات التي ستدولون بها هي: لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، وسوف يتم تزويد وزاراتكم وإدارة العلاقات العامة والإعلام فيها، بنسخة من الرسالة بعد إنجازها لتحقيق الفائدة المتوخاة منها. شاكرين ومقدرين لكم حسن تعاونكم.

الباحث: أحمد أمين محمد عتوم

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

الرقم	الفقرة	صعبة جدا	صعبة	متوسطة	سهلة	عالية جدا	عالية
أولاً: الأنشطة الاتصالية:							
يشترط في العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام بالوزارة وجود الصفات والخصائص والمواصفات الآتية للقيام بالأنشطة الاتصالية:							
أ- صفات الشخصية المحبوبة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام:							
1.	القدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة.						
2.	الإحساس العام مع جمهور الوزارة.						
3.	حب الاستطلاع لعناصر الأحداث المحيطة للوصول للحقائق وتفسيرها.						
4.	القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.						
5.	الانزاع أثناء الاتصال بجمهور الوزارة لخلق انطباع جيد عن الوزارة.						
6.	الاهتمام بجمهور الوزارة للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.						
7.	الموضوعية والتجرد عن الذات وعدم التحيز لفريق على آخر.						
8.	الحماس في عرض الأفكار التي يطرحها للجمهور.						
9.	جاذبية الوجه التي تتناسب مع القوام والهندام.						
10.	الاستقامة والإخلاص في مكان العمل.						
11.	الخيال الخصب في مواجهه المشكلات.						
12.	الشجاعة في مواجهة المسؤولين بأخطائهم.						
13.	بذل الجهود لنجاح المهمات في الأوقات العادية والأزمات.						
ب- خصائص المقدرة الاتصالية لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:							
14.	التمتع بمهارة القراءة ومعرفة ما يؤثر منها على الوزارة.						
15.	التمتع بمهارة الاستماع وفهم آراء جمهور الوزارة.						
16.	القدرة على الكتابة المقنعة لجمهور الوزارة.						
17.	القدرة على التخاطب مع جمهور الوزارة بالحديث الجذاب والمنطقي والمفهوم.						
ج- مواصفات المستوى العلمي لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:							
18.	الإمام بعلم الصحافة						
19.	الإمام بعلم العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق						
20.	الإمام بعلم الإعلان						
21.	الإمام بعلم الاجتماع						
22.	الإمام بعلم القانون						

الرقم	الفقرة	درجة عالية جدا	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة ضعيفة جدا
23.	الإمام بعلم السياسة					
24.	الإمام بعلم النفس					
25.	الإمام بعلم اللغات					
26.	الإمام بعلم التسويق					
27.	الإمام بعلم الاقتصاد					
28.	الإمام بعلم الإدارة					
29.	الإمام بعلم الإحصاء					
30.	الإمام بعلم الحاسوب					
31.	الإمام بمنهجية البحث العلمي					
32.	الإمام بفن التصوير					
د- الصفات التكميلية للإداريين في العلاقات العامة والإعلام بالوزارة:						
33.	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالوزارة.					
34.	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق الأهداف.					
35.	القدرة على مشاركة العاملين معه للمساعدة بتطوير العمل وحل المشكلات.					
36.	القدرة على النقد الذاتي ومساعدة النفس.					
37.	القدرة على رد الانتقادات التي تواجه الوزارة.					
38.	القدرة على تقبل الفشل لبعض الأعمال التي يقوم بها في الوزارة.					
39.	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.					
40.	القدرة على إجادة فن القيادة واستخدام السلطات الممنوحة له واتخاذ القرارات.					
41.	القدرة على تنظيم مهمات إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
42.	القدرة على الاستفادة من الموارد المتاحة في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
43.	القدرة على تنظيم الوقت.					
44.	القدرة على إقامة اتصالات فاعلة مع ممرضيه ورؤسائه وقادة الرأي والإعلام.					
45.	أن يكون قدوة حسنة لزملائه.					
46.	العلم بكل ما ينشر عبر وسائل الإعلام عن الوزارة.					
47.	الحس الفني باستخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في المجال المناسب لها.					
48.	الولاء والرضا بعمله في الوزارة.					
49.	معرفة التشريعات والقوانين المرتبطة بالعمل في الوزارة.					
تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية الآتية:						
أ- الاتصال الشخصي غير المباشر:						
50.	الهاتف الأرضي.					
51.	التلغراف.					
52.	التلكس.					
53.	الفاكس.					
54.	البرقيات.					
55.	الرسائل.					
56.	الدوائر التلفزيونية المغلقة.					
57.	اتصالات الحاسب الإلكتروني (البريد الإلكتروني، والاتصال: المكتوب، والمرئي، والمسموع).					
ب - الاتصال الشخصي غير المباشر "غير الكترونية":						
58.	التقارير التي تقدم حول موضوع معين مع ذكر الاقتراحات والنتائج.					
59.	المذكرات المكتوبة الداخلية للإعلام الداخلي وللحصول على المعلومات.					
60.	الخطابات والرسائل.					
61.	لوحات الإعلانات الداخلية.					
62.	مقترحات الموظفين التي تقدم لتطوير العمل.					

الرقم	الفقرة	ضعيفة جدا	برجحة	ضعيفة	برجحة	متوسطة	برجحة	عالية	برجحة	عالية جدا
63.	الاستمرات التي توزع بقصد التعرف على جوانب موضوع معين.									
ج - الاتصال الشخصي المباشر:										
64.	الاتصال المباشر بقيادة الرأي في المجتمع.									
65.	المشاركة في الأنشطة والمسابقات العامة للمجتمع.									
66.	المشاركة في مناسبات الحياة العامة للمجتمع التي يشارك بها الجمهور.									
67.	خدمة المجتمع المحلي في المنطقة.									
68.	الزيارات الرسمية بما يقتضيه العمل.									
69.	الزيارات الشخصية في المناسبات الاجتماعية.									
70.	الاجتماعات المقصودة والمنظمة لتحقيق أهداف معينة من الخبرات المجتمعة.									
71.	المقابلات التي تهدف لتحقيق غرض محدد ومخطط له.									
72.	المنافشات الرسمية وغير الرسمية بأسلوب تلقائي مفتوح.									
د - وسائل الاتصال الجمعي:										
73.	مجلة الوزارة.									
74.	صحف الحائط الخاصة بالوزارة.									
75.	البيانات الصحفية والتي تصدر وقت الأزمات والكوارث وبعد المؤتمرات.									
76.	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية والكتيبات ذات العلاقة الوظيفية والمهنية بالوزارة.									
77.	وضع الملصقات الكبيرة - النافطات - في الأماكن العامة لجذب انتباه الجمهور.									
78.	الندوات.									
79.	ورش العمل.									
80.	المحاضرات.									
81.	الخطب الرسمية لنقل المعلومات للجمهور.									
82.	المؤتمرات.									
83.	المناظرات.									
84.	المعارض التي تعرف بالوزارة ويتشتملها وإعلام الجمهور بخدماتها.									
85.	المتاحف الفنية.									
86.	الرحلات.									
87.	المعسكرات.									
88.	توزيع (الأقراص المدمجة والمرنة والفلاش ميموري).									
89.	توزيع أشرطة الفيديو والكاسيت.									
90.	الرسائل القصيرة ورسائل الوسائط عبر الهاتف النقال.									
هـ - وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:										
91.	الصحف.									
92.	المجلات.									
93.	الإذاعة.									
94.	التلفزيون.									
95.	السينما.									
96.	المسرح.									
97.	المواقع الإعلامية الإلكترونية.									
ثانيا: العلاقات العامة:										
أهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تتمثل في الأمور الآتية:										
98.	تبصير جمهور الوزارة بالمعلومات والمشكلات العامة المعاصرة والمتوقع حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعل الجمهور واتجاهاته ورأيه العام.									
99.	تنمية الشعور القومي لجمهور الوزارة.									
100.	شرح أهداف واتجاهات الدولة للجمهور.									

الرقم	الفقرة	ضعيفة جدا	درجة	ضعيفة	درجة	متوسطة	درجة	عالية	درجة	عالية جدا
101.	نقل وجهة نظر الجمهور إلى الهيئات والحكام، حتى تكون القوانين الجديدة قريبة إلى واقع الحياة.									
102.	تزويد الجمهور بخطط وأهداف التنمية السكانية، وتحديد مدى المساهمة التي يمكن أن يقدمها جمهور الوزارة للارتفاع بمستوى الخدمات ومستوى تنفيذها.									
103.	التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح لهم لتركها.									
104.	إظهار الوزارة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار.									
105.	متابعة ما ينشر عن الوزارة بوسائل الإعلام ونقلها للإدارة وإعداد الردود عن الشكاوى بصدق.									
106.	تزويد الرئيس المباشر بتقارير عن أعمال الوحدة وتنفيذ تعليماته.									
107.	توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام ووكالات الإعلان والمجلات والصحف.									
108.	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.									
109.	تخطيط وتنفيذ الإعلانات الصادرة عن الوزارة.									
110.	رعاية العاملين في الوزارة، بخدمات اجتماعية وترويحية ورياضية وتضامن أسري وعلاج طبي.									
111.	تدعيم العلاقات بين إدارة الوزارة والعاملين فيها لكسب ثقتهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الأداء.									
112.	تسهيل مهمة الخبراء للقيام بزيارة الوزارة بما يتعلق بأعمال تخدم تنفيذ المشروعات والبحث العلمي.									
113.	إعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم، ومتطلبات ضيافتهم.									
114.	متابعة إجراءات تأشيرات السفر الخاصة بموظفي الوزارة.									
115.	ترجمة النشرات والأبحاث والمواضيع المهنية ذات العلاقة بأنشطة الوزارة.									
116.	تنظيم مكتبة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة والإشراف عليها.									
117.	الاهتمام بالأرشيف الإعلامي.									
118.	إعداد متطلبات عقد الاتفاقات وحفظها ومتابعة تنفيذها.									
119.	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف.									
120.	الإعداد لمشاركة الوزارة بالمعارض المحلية والدولية.									
121.	إجراء الاحتفالات بالمناسبات الدينية والقومية والوطنية.									
122.	تقديم التهاني بالمناسبات الدينية والوطنية والاجتماعية.									
123.	تقديم خدمة الاستعلامات عن الوزارة.									
124.	متابعة ما يصل الوزارة من بريد إلكتروني عبر شبكة الإنترنت.									
125.	الإشراف على موقع الوزارة الإلكتروني وتحديثه.									
126.	الرد على المراسلات التي تصل إدارة علاقات العامة والإعلام.									
127.	إنهاء بعض المعاملات الخاصة بمكتب الوزير.									
128.	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.									
129.	العمل على جذب الموظفين الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في الوزارة.									
130.	متابعة الاشتراكات السنوية بالصحف اليومية والأسبوعية والمجلات.									
تقييمك لأداء وظيفة إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأمر الآتية:										
131.	مؤهلات العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة مناسبة جدا.									
132.	يتم تعيين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام حسب الوصف الوظيفي الموحد في الوزارة وديوان الخدمة المدنية.									
133.	أداء خريجي الصحافة والإعلام/ تخصص العلاقات العامة والإعلان، أفضل في عمل العلاقات العامة والإعلام من التخصصات الأخرى في الوزارة.									
134.	تغير مفهومك للعلاقات العامة والإعلام منذ التحاقك بالعمل في الوزارة للأحسن.									
135.	تؤدي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة أنشطتها بشكل ممتاز.									
136.	ارتباط إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي للوزارة مع الوزير يزيد في أداء العمل.									
137.	مشاركة إدارة العلاقات العامة والإعلام باجتماعات الوزارة يزيد في تحسين أداء العمل.									
138.	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة نفسها تزيد في تحسين أداء العمل.									
139.	العلاقة الحسنة لموظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام بموظفي الوزارة تزيد في تحسين أداء العمل.									
140.	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع الجمهور الخارجي تزيد في تحسين أداء العمل.									

الرقم	الفقرة	درجة عالية جدا	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة ضعيفة جدا
141.	العلاقة الحسنة لإدارة العلاقات العامة والإعلام مع وسائل الاتصال الجماهيري تزيد في تحسين أداء العمل.					
سبب اختيارك للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة:						
142.	حب التعرف على الآخرين.					
143.	الشهرة والارتقاء لممارسي العلاقات العامة والإعلام في المجتمع.					
144.	تأثري بالأشخاص العاملين بهذه المهنة.					
145.	إنها الفرصة الوحيدة التي أتيتحت لي.					
146.	تم نقلي من دائرة أخرى للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
147.	الموهبة والخبرات السابقة.					
148.	المؤهل العلمي الذي احمله في الإعلام/ تخصص علاقات عامة.					
149.	الراتب الجيد والحوافز التي احصل عليها في الوزارة.					
150.	الدورات التدريبية التي انساب للمشاركة بها داخليا وخارجيا.					
151.	الأمان والاستقرار والرضا الوظيفي في العمل.					
152.	الإدارة العليا تقدر الأنشطة التي يقوم بها موظفو إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
تواجه إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة الانتقادات الآتية:						
153.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور.					
154.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تلتزم بالوعود للجمهور.					
155.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تحافظ على أسرار الوزارة.					
156.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تمنح الصحفيين الهدايا بقصد استغلالهم.					
157.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقبل الهدايا من جمهور الوزارة.					
158.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تعتم على المعلومات التي يجب أن تنشر لجمهور الوزارة.					
159.	لا يوجد وحدة إدارية في إدارة العلاقات العامة والإعلام تعنى بالتنظيم وإجراء البحوث والدراسات.					
160.	تستعين الوزارة بجهات خارجية للقيام بإجراء البحوث والدراسات.					
161.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تهتم بشكاوى واقتراحات جمهور الوزارة.					
162.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تخفي عيوب الوزارة وتضخم إيجابياتها.					
163.	الاتصال يكون باتجاه واحد من إدارة العلاقات العامة والإعلام والى الجمهور.					
164.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تقوم بتحديث الموقع الإلكتروني للوزارة.					
165.	لا تتوافر كوادر مؤهلة وكافية للعمل في إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
166.	إدارة العلاقات العامة مفصولة إداريا وعمليا ومكتابيا عن الإعلام في الوزارة.					
167.	لا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
168.	الإدارة لا تفهم طبيعة عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
169.	الدعم المالي المخصص لإدارة للعلاقات العامة والإعلام في الوزارة غير كاف للقيام بواجباتها.					
170.	عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة روتيني ومتعارف عليه ولا يحتاج لتخطيط.					
171.	لا يوجد في الوزارة وإدارة العلاقات العامة والإعلام فريق متخصص بإدارة الأزمات.					
172.	وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بنشر المواد الإعلامية بشكل غير مقبول ومختصر جدا عن الوزارة.					
173.	المنسوب الإعلامي لا يقوم بالحضور لتغطية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الوزارة.					
174.	يتم تعيين موظفي إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بالواسطة في اغلب الأحيان.					
175.	إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة.					
176.	الوزارة تعين بعض خريجي الصحافة والإعلام، بدون غير إدارة العلاقات العامة والإعلام.					
دور إدارة العلاقات العامة والإعلام عند حدوث الأزمة في الوزارة:						
177.	المحافظة على علاقات قوية مع وسائل الإعلام.					
178.	إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة تخصص قاعة لوسائل الإعلام لعقد المؤتمرات الصحفية.					
179.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بتسمية ناطق رسمي واحد باسم الوزارة.					
180.	إدارة العلاقات العامة والإعلام تقوم بإبلاغ الإدارة العليا في الوزارة أولا بأول عن تطورات الأزمة.					

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

ثالثا: المعلومات العامة - الخصائص الديموغرافية:-

اسم الوزارة:

1. مسمى جهاز العلاقات العامة والإعلام في الوزارة: مديرية إدارة وحدة قسم

2. الجنس: ذكر أنثى

3. الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق

4. العمر: أقل من 25 سنة 25- أقل من 35 35- أقل من 45 45- أقل من 55 55 سنة فأكثر

5. الوظيفة الحالية: مدير رئيس قسم موظف

6. سنوات الخبرة: أقل من 3 3 إلى أقل من 6 6 إلى أقل من 9 9 إلى أقل من 12 12 فأكثر

7. التحصيل الأكاديمي: ثانوية عامة دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي ماجستير فأكثر

8. التخصص الأكاديمي: صحافة/ علاقات عامة وإعلان صحافة / تحرير صحافة/ إذاعة وتلفزيون غير ذلك حدده

9. مكان السكن: عمان العاصمة محافظة أخرى، حددها

10. الدخل الشهري بالدينار الأردني: أقل من 300 300 - 449 450 - 599 600 - 749 750 فأكثر

11. في رأيك، ما أهم الاقتراحات لرفع مستوى عمل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟

-1

-2

-3

-4

-5

ملحق رقم (5)
قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

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

ملحق رقم (6)

رسالة إلى رئيس ديوان الخدمة المدنية

بسم الله الرحمن الرحيم

عطوفة رئيس ديوان الخدمة المدنية الأكرم

عناية السيد خالد فرايبه / مدير العلاقات العامة المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد،،،

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

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

شاكرين ومقدرين حسن تعاونكم
وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الطالب

أحمد أمين محمد عتوم

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

م 2010/1/10

ملاحظة: أرجو تعبئة المطلوب حسب الكشف المرفق لطفاً.

ديوان الخدمة المدنية

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

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

ملحق رقم (7)

كشف ديوان الخدمة المدنية بأعداد المتقدمين للتعيين في تخصص الصحافة

والإعلام، خريجي الأعوام من 2000-2009

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

السنة	التخصص الدقيق	الجنس	المؤهل	عدد المتقدمين	عدد المعينين
2000	إعلام	أنثى	بكالوريوس	2	0
2000	إعلام	ذكر	بكالوريوس	3	0
2000	إعلام	ذكر	دكتوراه	1	0
2000	صحافة وإعلام	أنثى	بكالوريوس	47	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	بكالوريوس	54	1
2000	صحافة وإعلام	أنثى	دبلوم	12	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	دبلوم	12	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	دكتوراه	2	0
2000	صحافة وإعلام	ذكر	ماجستير	2	0
2000	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	أنثى	بكالوريوس	22	0
2000	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	ذكر	بكالوريوس	22	0
2000	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	أنثى	بكالوريوس	16	0
2000	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	ذكر	بكالوريوس	36	1
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	أنثى	بكالوريوس	86	0
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	بكالوريوس	114	3
2000	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	دكتوراه	2	0
	المجموع				
				433	5
2001	إعلام	أنثى	بكالوريوس	2	0
2001	إعلام	ذكر	بكالوريوس	6	0
2001	إعلام	ذكر	دكتوراه	1	0
2001	صحافة وإعلام	أنثى	بكالوريوس	60	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	بكالوريوس	62	1
2001	صحافة وإعلام	أنثى	دبلوم	13	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	دبلوم	12	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	دكتوراه	2	0
2001	صحافة وإعلام	ذكر	ماجستير	3	0
2001	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	أنثى	بكالوريوس	23	0
2001	صحافة وإعلام / إنتاج وتحرير صحفي	ذكر	بكالوريوس	22	0
2001	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	أنثى	بكالوريوس	21	0
2001	صحافة وإعلام / راديو وتلفزيون	ذكر	بكالوريوس	44	0
2001	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	أنثى	بكالوريوس	95	0
2001	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	بكالوريوس	118	0
2001	صحافة وإعلام / علاقات عامة وإعلان	ذكر	دكتوراه	2	0
	المجموع				
				486	1

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

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

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

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

2008

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

ملحق رقم (8)

مدونة سلوك لعلاقة الحكومة مع الإعلام: منع الاسترضاء والمهادنة

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

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

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

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

- تعلن الحكومة ما يلي :

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

(2) الامتناع عن أية ممارسات مغلوبة تمت في إطار الاسترضاء والمهادنة بسبب الخوف من الابتزاز أو سعياً وراء الشعبية الآنية بما في ذلك تقديم الحوافز المالية أو العينية التي تستهدف التأثير على الصحفيين أو وسائل الإعلام والعمل على إخضاع أي ممارسة لا

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

(3) اتخاذ ما يلزم لضمان عدم استخدام الاشتراكات في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى للتأثير على حرية الصحافة أو على استقلالية المؤسسات الصحفية. ولتحقيق هذه الغاية، ستتوقف كل الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية والعامّة والبلديات عن الاشتراك المباشر في الصحف، وسيتم تلبية حاجات الوزارات والدوائر والمؤسسات عن طريق الشراء المباشر من السوق وفق معايير واضحة يقرها مجلس الوزراء وبما يضمن عدم التأثير على وسائل الإعلام من جهة والحفاظ على المال العام من جهة أخرى.

(4) ربط الإعلانات بمعايير مهنية إذ سيقوم وزير الدولة لشؤون الإعلام والاتصال بتعميم هذه المعايير على الوزارات والمؤسسات بحيث لا تستخدم هذه الإعلانات وسيلة للتأثير في استقلالية وسائل الإعلام وبما يضمن ثبات الجدوى من إنفاق المال العام.

(5) تلتزم الحكومة بعدم تعيين أي صحفي أو أي شخص عامل في أي وسيلة إعلامية في أي دائرة حكومية أو مؤسسة رسمية أو عامة أو بلدية وذلك حفاظاً على استقلالية وسائل الإعلام بما يمكنها من أداء دورها ومنعاً لأي تضارب في المصالح، وسيكون التفرغ الكامل شرطاً للتعيين في دوائر الحكومة ومؤسساتها وفي البلديات بما في ذلك وظائف المستشارين والناطقين الإعلاميين في الوزارات والمؤسسات الرسمية والعامّة والبلديات، وتلتزم الحكومة بعدم الحصول على خدمات من الصحفيين بشكل دائم أو مؤقت مقابل أي مكافأة مادية.

(6) الاهتمام بما تنشره وسائل الإعلام ومتابعته والأخذ بجوانبه الإيجابية وتوضيح الحقائق والرد على أي معلومات غير دقيقة.

(7) ويسري العمل بهذه المدونة ابتداءً من تاريخ اعتمادها من مجلس الوزراء، وهي ملزمة لجميع الوزراء والمسؤولين والموظفين العامين.

http://www.alrai.com/pages.php?news_id=309711

ملحق رقم (9)

قانون ضمان حق الحصول على المعلومات

مواد القانون:

المادة 1-

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

المادة 2-

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

المعلومات: أي بيانات شفوية أو مكتوبة أو سجلات أو إحصاءات أو وثائق مكتوبة أو مصورة أو مسجلة أو مخزنة إلكترونياً أو بأي طريقة تقع تحت إدارة المسؤول أو ولايته.

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

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

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

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

المجلس: مجلس المعلومات المؤلف بمقتضى أحكام هذا القانون.

الرئيس: رئيس المجلس / وزير الثقافة.

مفوض المعلومات: مدير عام دائرة المكتبة الوطنية بالإضافة لوظيفته.

المادة 3-

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

- 1- وزير الثقافة
 - 2- مفوض المعلومات
 - 3- أمين عام وزارة العدل
 - 4- أمين عام وزارة الداخلية
 - 5- أمين عام المجلس الأعلى للإعلام
 - 6- مدير عام دائرة الإحصاءات العامة
 - 7- مدير عام مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني
- رئيساً
نائباً للرئيس
عضواً
عضواً
عضواً
عضواً
عضواً

8- مدير التوجيه المعنوي في القوات المسلحة

عضواً

9- المفوض العام لحقوق الإنسان

عضواً

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

المادة 4 -

يتولى المجلس المهام والصلاحيات التالية :-

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

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

ج-اعتماد نماذج طلب المعلومات.

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

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

المادة 5 -

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

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

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

المادة 6 -

أ- يتولى مفوض المعلومات المهام والصلاحيات التالية :-

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

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

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

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

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

المادة 7-

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

المادة 8-

على المسؤول تسهيل الحصول على المعلومات، وضمان كشفها دون إبطاء وبالكيفية المنصوص عليها في هذا القانون.

المادة 9-

أ- يقدم طلب الحصول على المعلومات وفق النموذج المعتمد لهذه الغاية متضمناً اسم مقدم الطلب ومكان إقامته وعمله وأي بيانات أخرى يقررها المجلس.

ب- يحدد مقدم الطلب موضوع المعلومات التي يرغب في الحصول عليها بدقة ووضوح.

ج- على المسؤول إجابة الطلب أو رفضه خلال ثلاثين يوماً من اليوم التالي لتاريخ تقديمه.

د- يشترط في حال رفض الطلب أن يكون القرار معللاً ومسبباً، ويُعدّ الامتناع عن الرد ضمن المدة المحددة قراراً بالرفض.

المادة 10-

لا يجوز طلب المعلومات التي تحمل طابع التمييز الديني أو العنصري أو العرقي أو التمييز بسبب الجنس أو اللون.

المادة 11-

أ- يتحمل مقدم الطلب الكلفة المترتبة على تصوير المعلومات المطلوبة بالوسائل التقنية أو نسخها ويجري اطلاع مقدم الطلب على المعلومات إذا كانت محفوظة بصورة يتعذر معها نسخها أو تصويرها.

ب- إذا كان جزء من المعلومات المطلوبة مصنفاً، والجزء الآخر غير مصنّف فتتم إجابة الطلب في حدود المسموح به وفقاً لأحكام هذا القانون.

ج- إذا كانت المعلومات مصنفة، فيجب أن يكون تصنيفها سابقاً على تاريخ طلب الحصول عليها.

المادة 12-

إذا كانت المعلومات المطلوبة غير متوافرة أو تم إتلافها لمرور الزمن فيتعين على المسؤول بيان ذلك لمقدم الطلب.

المادة 13-

مع مراعاة أحكام التشريعات النافذة، على المسؤول أن يمتنع عن الكشف عن المعلومات المتعلقة بما يلي:-

أ- الأسرار والوثائق المحمية بموجب أي تشريع آخر.

ب- الوثائق المصنفة على أنها سرية ومحمية والتي يتم الحصول عليها باتفاق مع دولة أخرى.

- ج- الأسرار الخاصة بالدفاع الوطني أو امن الدولة، أو سياستها الخارجية.
- د- المعلومات التي تتضمن تحليلات أو توصيات أو اقتراحات أو استشارات تقدم للمسؤول قبل أن يتم اتخاذ قرار بشأنها، ويشمل ذلك المراسلات والمعلومات المتبادلة بين الإدارات الحكومية المختلفة حولها.
- هـ- المعلومات والملفات الشخصية المتعلقة بسجلات الأشخاص التعليمية أو الطبية أو السجلات الوظيفية أو الحسابات أو التحويلات المصرفية أو الأسرار المهنية.
- و- المراسلات ذات الطبيعة الشخصية والسرية سواء كانت بريدية أو برقية أو هاتفية أو عبر أي وسيلة تقنية أخرى مع الدوائر الحكومية والإجابات عنها.
- ز- المعلومات التي يؤدي الكشف عنها إلى التأثير في المفاوضات بين المملكة وأي دولة أو جهة أخرى.
- ح- التحقيقات التي تجريها النيابة العامة أو الضابطة العدلية أو الأجهزة الأمنية بشأن أي جريمة أو قضية ضمن اختصاصها وكذلك التحقيقات التي تقوم بها السلطات المختصة للكشف عن المخالفات المالية أو الجمركية أو البنكية ما لم تأذن الجهة المختصة بالكشف عنها.
- ط- المعلومات ذات الطبيعة التجارية أو الصناعية أو المالية أو الاقتصادية والمعلومات، عن العطاءات أو البحوث العلمية أو التقنية التي يؤدي الكشف عنها إلى الإخلال بحق المؤلف والملكية الفكرية أو بالمنافسة العادلة والمشروعة أو التي تؤدي إلى ربح أو خسارة غير مشروعين لأي شخص.
- المادة 14-
- أ- على كل دائرة أن تقوم بفهرسة وتنظيم المعلومات والوثائق التي تتوافر لديها حسب الأصول المهنية والفنية المرعية وتصنيف ما يتوجب عدّه منها سرياً ومحمياً حسب التشريعات النافذة خلال مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من تاريخ نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية.
- ب- في حال عدم استكمال تنفيذ أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة خلال المدة الواردة فيها، يتعين على المسؤول الحصول على موافقة رئيس الوزراء لتمديد المدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر أخرى.
- المادة 15-
- عند تولي مدير عام دائرة المكتبة الوطنية مهام مفوض المعلومات بالإضافة لوظيفته تنحصر مسؤوليته القانونية فيما يتعلق بالمعلومات المحفوظة في دائرته.
- المادة 16-
- للمسؤول أن يفوض أياً من صلاحياته المنصوص عليها في هذا القانون لأي من كبار موظفي الدائرة على أن يكون التفويض خطياً ومحدداً.

المادة 17-

أ- تختص محكمة العدل العليا بالنظر في قرار رفض طلب الحصول على المعلومات على أن تقدم الدعوى من مقدم الطلب على المسؤول خلال (30) يوماً من اليوم التالي لتاريخ انتهاء المدة الممنوحة بموجب هذا القانون لإجابة الطلب أو رفضه أو الامتناع عن الرد عليه.

ب- يجوز لمقدم الطلب تقديم شكوى على المسؤول إلى المجلس بوساطة مفوض المعلومات في حال رفض طلبه أو امتناع المسؤول عن إعطاء المعلومات المطلوبة خلال المدة المقررة قانوناً.

ج- على المجلس أن يصدر قراره في الشكوى خلال ثلاثين يوماً من تاريخ ورودها وإلا عدت الشكوى مرفوضة وتقطع الشكوى ميعاد الطعن الموجه إلى المسؤول المنصوص عليه في الفقرة (أ) من هذه المادة ويبدأ سريان مدة الطعن من تاريخ تبليغ مقدم الشكوى رفض شكواه الصريح أو من تاريخ انقضاء المدة لإصدار قرار المجلس في الشكوى.

المادة 18-

يحدد مقدار أي بدل تستوفيه الدائرة مقابل تصوير المعلومات المطلوبة أو نسخها بقرار من مجلس الوزراء بناء على تنسيب المجلس.

المادة 19-

يصدر مجلس الوزراء الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما في ذلك نظام تحدد فيه الوثائق المحمية التي يجوز الكشف عنها والتي مضى على حفظها مدة لا تقل عن ثلاثين سنة.

المادة 20-

رئيس الوزراء والوزراء مكلفون بتنفيذ أحكام هذا القانون.

http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=47&year=2007

ملحق رقم (10)
إعلان طلب وظيفة لمدير اتصال وإعلام

تعلي وزارة تطوير القطاع العام وبالتنسيق مع ديوان الخدمة المدنية عن حاجتها

لئلاء الشواغر في الوظائف التالية بعقود شاملة كافة العلاوات؛

الرقم	المسمى الوظيفي	المؤهلات العلمية	الخبرات العملية
١	باحث رئيسي/متابعة وتقييم	الشهادة البكالوريوس كحد ادنى في العلوم الادارية، الاقتصاد، الهندسة	خبرة عملية لا تقل عن ٧ سنوات في مجال التخطيط وبلورة وتحليل السياسات والاهداف والمتابعة والتقييم
٢	رئيس قسم تكنولوجيا المعلومات	الشهادة الجامعية الاولى كحد ادنى في علم الحاسوب، هندسة الحاسوب او نظم معلومات حاسوبية	(٥) سنوات خبرة في تصميم الانظمة الالكترونية (Net & SQL Server DB)
٣	مدير اتصال واعلام	الشهادة الجامعية الاولى كحد ادنى في العلوم الادارية، اقتصاد او صحافة واعلام او اي تخصص ذو علاقة	(٨) سنوات خبرة عملية، ثلاث سنوات منها في وظيفة مماثلة

على ان تتوافر في المرشح في الوظيفة الاولى الشروط التالية:

- القدرة على اعداد الخطط ومتابعة تنفيذها
- امتلاك المهارات التحليلية والقدرة على العمل مع فريق
- خبرة في مجال المتابعة والتقييم لا تقل عن سنتين
- خبرة في مجال التحليل الاحصائي الكمي وتطوير وتقييم المؤشرات الاحصائية ومؤشرات قياس الاداء.
- امتلاك المهارات في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- القدرة على اعداد المراسلات وكتابة التقارير الفنية باللغتين العربية والانجليزية.
- امتلاك الخبرة العملية الموثقة، واتقان اللغة العربية والانجليزية وان تتوفر لديهم الثقة والمرونة كما يجب ان يكونوا على اطلاع على انظمة المتابعة والتقييم وان تتوفر لديهم مهارات قوية في التيسير وبناء الفرق والتشبيك ويفضل من لديهم الخبرة في العمل في مؤسسات القطاع العام

كما يشترط توفر الشروط العامة التالية للوظائف الاولى والثانية والثالثة:

- معرفة بالتوجهات والسياسات الحكومية
- المام بالمهارات والقدرات المتعلقة بالوظيفة
- المام بالتشريعات ذات العلاقة بادارة المؤسسات العامة
- مهارات جيدة في مجال الحاسوب واللغة الانجليزية والاتصال

على الراغبين بالتقدم لاجدى الوظائف المذكورة اعلاه ارسال سيرتهم الذاتية معززة بالوثائق على فاكس رقم (٥٥٠٢٥٣٦) او ارساله بواسطة

اليد الى ديوان الوزارة خلال موعد اقضاه يوم الخميس الموافق ١٠/١٠/٢٠٠٩ للاستعلام الاتصال على الرقم (٥٥٠٢٥٣٠) فرعي (١٨٣).

٥١٦
١٥/١٠/٢٠٠٩