

The Reality of Communication Activities of Public Relations Practitioners in Civil Society Organizations in Jordan: A Field Study

Maram Mohammad Manajreh*^{id}

Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Media, Zarqa University, Jordan

Received: 14/1/2025
Revised: 20/2/2025
Accepted: 11/3/2025
Published online: 1/4/2026

* Corresponding author:
mmanajreh@zu.edu.jo

Citation: Manajreh, M. M. (2026).
The Reality of Communication
Activities of Public Relations
Practitioners in Civil Society
Organizations in Jordan: A Field
Study. *Dirasat: Human and Social
Sciences*, 53(9), 10415.
<https://doi.org/10.35516/Hum.2026.10415>

Abstract

Objectives: This study aims to identify the skills of public relations practitioners in civil society organizations, the roles they perform, the activities they carry out, and the tools they use.

Methods: A descriptive survey methodology was employed to examine public relations practices. The study was conducted on a convenience sample of 300 public relations practitioners working in civil society organizations in Jordan.

Results: The findings indicate no statistically significant differences in the communication activities of public relations practitioners based on gender, age, education level, or years of experience. However, a positive correlation was found between the communication activities conducted and the tools used to implement them. Likewise, the skills of public relations practitioners were positively correlated with the communication activities they perform in civil society organizations.

Conclusion: Communication activities in civil society organizations significantly influence the selection of communication tools. Additionally, the diverse skills of public relations practitioners enhance their ability to effectively fulfill their roles and responsibilities.

Keywords: Communication Activities, Public Relations, Civil Society Organizations, Public Relations Practitioners.

واقع الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن: دراسة ميدانية

مرام محمد مناجرة*

قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة معرفة مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني، والوظائف التي يقومون بها، والأنشطة التي يؤديونها، والوسائل المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة.

المنهجية: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج مسح أساليب الممارسة بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (300) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.

النتائج: توصلت النتائج إلى عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغير الجنس، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، وسنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة، وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديونها.

الخلاصة: تؤثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن على اختيار الوسيلة الاتصالية المستخدمة في تلك الأنشطة، كما أن تعدد مهارات ممارسي العلاقات العامة في تلك المنظمات، يسهم في زيادة قدرتهم على أداء الأدوار، والأنشطة، والوظائف الموكلة إليهم.

الكلمات الدالة: الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، منظمات المجتمع المدني، ممارسو العلاقات العامة.



© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

مقدمة

تؤدي منظمات المجتمع المدني دورًا مهمًا في معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية داخل المجتمعات، ويُعد الاتصال الفاعل حجر الزاوية في ممارسة العلاقات العامة في هذه المنظمات، حيث تسعى إلى التواصل مع مختلف أصحاب المصلحة، والتأثير على الرأي العام، ودفع التغيير الإيجابي (Ristino, 2007)، حيث يتحمل متخصصو العلاقات العامة مسؤولية مجموعة واسعة من الأنشطة، مثل التخطيط، والتنفيذ، والتنسيق، والاتصال، والشؤون العامة، والعلاقات الحكومية، والمجتمعية، والإعلامية (Amodu et al., 2019).

وعلى صعيد منظمات المجتمع المدني، تعمل العلاقات العامة على إدارة العلاقات مع الجمهور الخارجي، مثل أفراد المجتمع، ووسائل الإعلام، وصناع السياسات، وغيرهم؛ للترويج لرسالة المنظمة وأهدافها، وتشير الدراسات إلى أن ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني يواجهون تحديات فريدة في التواصل الفاعل مع جماهيرهم المستهدفة، وقد سلطت إحدى الدراسات الضوء على الافتقار إلى الفهم الواضح لأدوار ووظائف العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني، مما يعيق تنفيذها الفاعل (Geremew, 2017; Amodu et al., 2019).

وتُعد منظمات المجتمع المدني جزءًا لا يتجزأ من المشهد السياسي والاجتماعي للمملكة الأردنية الهاشمية، حيث يبلغ عددها نحو (2445) منظمة (دليل منظمات المجتمع المدني، 2025)، موزعة على العديد من القطاعات، مثل الجمعيات، والنقابات العمالية، ونقابات أصحاب العمل، والأندية، والهيئات، وغيرها، وتضم هذه المنظمات ما يقارب مليون ونصف عضو، كما تُعد هذه المنظمات حلقة الوصل بين مصالح المجتمع، والمؤسسات الحكومية، كما تقدم مجموعة من خدمات الدعم والمساعدة للفئات الاجتماعية الهشة، وتحاول توعية الأفراد بقضاياهم وحقوقهم ومصالحهم، وتعيد صياغتها على شكل مطالب واضحة ومحددة للحكومة، لتقوم بدورها في معالجة التحديات التي يواجهها أفراد المجتمع، مما يجعل لمنظمات المجتمع المدني دورًا مهمًا في تنمية وتعزيز قدرات المجتمع (مركز الفينيق، 2020).

وتعمل أجهزة العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن على تعزيز فعالية هذه المنظمات، وتساهم في بناء سمعتها وتطويرها، وتوسيع قاعدة دعمها، وتعزيز تواصلها مع مختلف الأطراف المعنية الحكومية وغير الحكومية والأفراد، كما تؤدي دورًا مهمًا في تحسين صورتها لدى الجمهورين الداخلي والخارجي، كما تبرز جهود المنظمة وإنجازاتها، مما يساعد في بناء الثقة مع مختلف شرائح المجتمع، وهذا قد ينعكس على تعزيز الدعم المالي والتطوعي، وتحفيز الأفراد للانخراط في أنشطة تلك المنظمات.

مشكلة الدراسة

تؤدي العلاقات العامة دورًا مهمًا في الحفاظ على خطوط اتصال فعالة بين منظمات المجتمع المدني في الأردن وجماهيرها المختلفة، مما قد يؤدي إلى زيادة الفهم والقبول والتعاون، حيث تمارس العلاقات العامة في هذه المنظمات وظيفة حيوية في إدارة صورة المنظمة، والتأثير على السياسات العامة، ودعم صورة المنظمة، وتعزيز الدعم المقدم لها، والعمل التطوعي، وتمثل إحدى المسؤوليات الرئيسية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في المشاركة في حملات وبرامج الاتصال والأنشطة المخطط لها؛ لإعلام أو التأثير على أو تغيير سلوكيات الجماهير المستهدفة لأغراض استراتيجية، وقد يتضمن ذلك استخدام مجموعة من الوسائل الاتصالية مثل شبكة الإنترنت، والصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية؛ لبناء الصورة المؤسسية للمنظمة والحفاظ عليها.

وتمثل مشكلة الدراسة في دراسة وتحليل واقع الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، وتحديد مدى فعالية هذه الأنشطة والوظائف والأدوار التي تؤديها في تحقيق أهداف التواصل بين هذه المنظمات والجمهور المستهدف، وخصوصًا في ظل التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في تلك المنظمات مثل قلة الموارد، وعدم وضوح وظيفة العلاقات العامة، وضعف التأهيل والتدريب، حيث ثبت أن النسبة الأكبر من ممارسي العلاقات العامة في المنظمات هم من غير المتخصصين في هذا المجال، الأمر الذي قد يؤثر سلبيًا على أداء العلاقات العامة. وبناءً على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما واقع الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟

أهمية الدراسة

1. **الأهمية العلمية:** تعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة حسب علم الباحثة التي تناولت أهمية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني، فمن خلال مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة فُجدَ أن معظم الدراسات التي تناولت تقييم الجمهور للأدوار والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة داخل المنظمات، دون الإشارة إلى جهود العلاقات العامة الاتصالية، حيث ما زالت تواجه العلاقات العامة عدم وضوح وفهم لوظائفها وأنشطتها داخل أغلب هذه المنظمات، ولم يكن هناك دراسة واحدة على المستوى المحلي على الأقل عُنيت بالأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني.

2. **الأهمية التطبيقية:** يمكن أن تفيد نتائج هذه الدراسة الإدارة العليا في منظمات المجتمع المدني في الأردن، في تطوير آليات عملها، وتحسين أجهزة العلاقات العامة، باعتبارها المرأة التي تعكس عمل المنظمة للجمهورين الداخلي والخارجي، من خلال تطوير مهارات العاملين، وإعادة النظر في الوظائف والأنشطة التي تقوم بها، كما يمكن أن تزود منظمات المجتمع المدني برؤية موضوعية عن واقع جهود العلاقات العامة بها، كما يتوقع أن تفيد نتائج هذه الدراسة في الخروج بمؤشرات لتفعيل وتطوير استخدام مبادئ وأنشطة العلاقات العامة في تلك المنظمات، لتحقيق رسالتها وأهدافها ومهامها.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في معرفة واقع الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية تتمثل في الآتي:

1. إيضاح مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.
2. بيان الوظائف التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.
3. استكشاف الأنشطة التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.
4. تحديد الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.
5. استكشاف الأدوار والمهام التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.
6. معرفة الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن.

أسئلة الدراسة

1. ما مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟
2. ما الوظائف التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟
3. ما الأنشطة التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟
4. ما الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟
5. ما الأدوار والمهام التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟
6. ما الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن؟

فرضيات الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.
2. توجد علاقة ارتباطية بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة.
3. توجد علاقة ارتباطية بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديها.

التعريفات الإجرائية

– **الأنشطة الاتصالية:** جميع المهام والأدوار التي تمارسها أقسام العلاقات العامة في المنظمات المجتمعية في الأردن بجميع أشكالها وأنواعها؛ لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها المنظمات، وباستخدام مختلف الوسائل الاتصالية المتاحة سواء كانت تقليدية أم رقمية، بهدف بناء وتعزيز صورة المنظمة في المجتمع، وتطوير قنوات التواصل الفاعلة مع مختلف الأطراف مثل المواطنين الأردنيين، ووسائل الإعلام، والمتبرعين، والمؤسسات الحكومية والخاصة.

– **العلاقات العامة:** الوظائف والأدوار والأنشطة التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة في المنظمات المجتمعية في الأردن، من خلال الأساليب والاستراتيجيات الاتصالية التي يمارسها العاملون في أقسام العلاقات العامة، بناءً على الأهداف التي تسعى هذه المنظمات إلى تحقيقها، والمنبثقة عن رسالتها ورؤيتها، بهدف تحسين فهم المجتمع لرسالة المنظمة وأهدافها، وتحسين سمعتها وصورتها، وتعزيز الثقة بها ودعمها.

– **منظمات المجتمع المدني:** مجموعة المنظمات غير الحكومية، والمنظمات غير الربحية في الأردن، والتي تشكل بالإرادة الطوعية، وتتسم بالاستمرارية والوضعية القانونية، وتدافع عن قيم أعضائها أو الآخرين في المجتمع، استناداً إلى اعتبارات أخلاقية أو ثقافية أو سياسية أو علمية أو دينية أو خيرية، كما تلتزم هذه المنظمات بالطابع السلمي، والتسامح، واحترام الرأي والرأي الآخر، وتضم: الجمعيات الخيرية، والمنظمات الثقافية

والعلمية، ومنظمات الأشخاص ذوي الإعاقة، ومنظمات المرأة، ومنظمات رعاية الأطفال والأيتام، ومنظمات الرعاية الصحية، والمنظمات البيئية، والمنظمات المجتمعية وحقوق الإنسان، والنوادي الشبابية، وغيرها، والبالغ عددها حسب دليل منظمات المجتمع المدني في الأردن في (2025) (2445) منظمة.

– **ممارسو العلاقات العامة:** جميع العاملين في أجهزة العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والذين توكّل إليهم مهام تطوير وتنفيذ استراتيجيات التواصل والتفاعل بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، وتعزيز صورة المنظمة، وبناء علاقات وطيدة مع الأفراد في المجتمع المحلي، والمنظمات الأخرى، ووسائل الإعلام المختلفة، إلى جانب إدارة أنشطة الاتصالية للمنظمة والتي تستهدف تحسين فهم الجمهور لمهام المنظمة وأهدافها.

الدراسات السابقة

1. **دراسة فاسي وصبطي (2024) بعنوان "دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني: جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر نموذجاً".** سعت الدراسة إلى معرفة دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري، من خلال استخدام المنهج الوصفي بالتطبيق على عينة قوامها (110) مفردة من العاملين في الجمعية. وتوصلت الدراسة إلى أن الوسائل التكنولوجية الحديثة هي الأكثر استخداماً من قبل جهاز العلاقات العامة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري، حيث جاء البريد الإلكتروني في مقدمة هذه الوسائل، كما اتضح أن العلاقات العامة تؤدي دوراً في زيادة فعالية العمل التطوعي من خلال تنظيم برامج وأنشطة الاتصالية اجتماعية وصحية لذوي الهمم ومرضى السرطان، وتمثلت أبرز الصعوبات التي تواجه أنشطة العلاقات العامة في نقص الممولين والمساهمين نتيجة كثرة المشاريع والأنشطة الإنسانية المختلفة، فيما تمثلت أبرز المعوقات الاتصالية التي تواجه العلاقات العامة في قلة الحضور الإعلامي.

2. **دراسة نصير (2024) بعنوان "دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها بأداء ممارس العلاقات العامة".** هدفت الدراسة إلى معرفة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، ومستوى استخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل، من خلال استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (130) ممارساً للعلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية في مصر. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الوسائل استخداماً لدى المبحوثين قد تمثلت في شبكة الإنترنت بنسبة (35.3%)، وتمثلت أبرز أدوار العلاقات العامة في المؤسسات المدروسة في "إقامة علاقات مع وسائل الإعلام"، فيما تمثلت أبرز المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في "ضعف الميزانية المخصصة للعلاقات العامة"، كما ثبت وجود علاقة ارتباط طردية بين معدل استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال، والفوائد المنعكسة على عمل العلاقات العامة.

3. **دراسة (Gorpe & Oksuz, 2024) بعنوان "Perception and Contribution of Public Relations to Society: What Does the Public Think? Insights from Türkiye".** سعت الدراسة إلى فهم كيفية إدراك الجمهور للعلاقات العامة، ومدى مساهمتها في المنظمات والمجتمع التركي، من خلال إجراء مقابلات شبه منظمة مع (30) شخصاً من مختلف المهن والوظائف لتحديد آرائهم حول العلاقات العامة. وخلصت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تُعد ذات وظيفة مهمة للمنظمة والمجتمع، وأن المبحوثين يمتلكون فكرة عن العلاقات العامة، ويصفون بدقة بعض جوانب العلاقات العامة، كما ثبت أن وجهة نظرهم ليست سلبية، ويعتقدون أن العلاقات العامة تساهم في المجتمع لأنها تقدم معلومات للمجتمع من المنظمات، كما يؤكدون على أهمية أن تولي العلاقات العامة اهتماماً بقيم المجتمع، ومع ذلك، يُنظر إلى ممارس العلاقات العامة على أنه يفضل مصلحة المنظمة عندما يحدث صراع بين المنظمة والجمهور.

4. **دراسة (Igben & Dorka, 2024) بعنوان "Role of Public Relations in Profit and Non- Profit Organisation in Delta State".** هدفت الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في كل من المنظمات الربحية وغير الربحية، من خلال استخدام المنهج الوصفي على عينة قوامها (111) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في ولاية دلتا. وأظهرت النتائج أن العلاقات العامة أمر بالغ الأهمية في المنظمات الربحية وغير الربحية، وأن الاتصال الاستراتيجي مطلوب للترويج للمنظمات الربحية وغير الربحية، وتمثلت أبرز التحديات التي تواجه استراتيجيات العلاقات العامة في صعوبة بناء العلاقات والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة الرئيسيين، والفهم المحدود للعلاقات العامة بين أصحاب المصلحة، وصعوبة قياس فعالية جهود العلاقات العامة، والوصول المحدود إلى المعلومات والموارد الحكومية.

5. **دراسة (AlHadeed et al., 2024) بعنوان "Role of public relations practices in content management".** هدفت الدراسة إلى استكشاف دور العلاقات العامة في إدارة المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (280) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الإعلامية في الإمارات. وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الإعلامية الإماراتية تولي اهتماماً كبيراً في ممارسة العلاقات العامة وتبني وسائل الإعلام الجديدة، كما أن ممارسات العلاقات العامة وتبني وسائل الإعلام الجديدة تركز بشكل أساسي على الاتصال ثنائي الاتجاه، كما ثبت أن الجمهور والتواصل هما عاملان أساسيان يؤديان دوراً مهماً في هذا الصدد، وكذلك فإن دور ممارسات العلاقات العامة يعزز ممارسات الاتصال وإدارة المحتوى، مما يؤدي إلى نتائج بناءة.

6. دراسة أبو دراز (2021) بعنوان "الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية لدى جمهور بلديات محافظة غزة". سعت الدراسة إلى استكشاف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، ودورها في بناء الصورة الذهنية لدى جمهور بلديات محافظة غزة، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالتطبيق على عينة قوامها (456) مفردة من جمهور تلك البلديات. وخلصت الدراسة إلى أن "مواقع التواصل الاجتماعي" قد جاءت في مقدمة الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في بلديات محافظة غزة، وتمثلت أبرز أدوار العلاقات العامة في "ربط المؤسسة بالمؤسسات الأخرى"، ويرى (57.2%) من المبحوثين أن العلاقات العامة تتواصل مع الجمهور أوقات الطوارئ، كما ثبت أن العلاقات العامة تعزز الانطباعات الجيدة عن المؤسسة، وتسعى إلى كسب الرأي العام.

7. دراسة عبد النور (2021) بعنوان "دور الأنشطة الاتصالية الإلكترونية للعلاقات العامة في بناء الوعي والانتماء المؤسسي لدى الجمهور الداخلي". هدفت الدراسة إلى محاولة رصد أداء العلاقات العامة، والأنشطة التي تقوم بها للتفاعل مع الجمهور الداخلي للمؤسسة، عبر استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (200) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في الشركات الآتية (الشركة المصرية للصناعات الدوائية ايبكو، آمون، نوفارتس). وتوصلت الدراسة إلى تصدر الإنترنت والبريد الإلكتروني والهاتف المحمول مقدمة الوسائل الاتصالية المستخدمة في الشركات المدروسة، وتمثلت أبرز أهداف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للشركة، والدفاع عن الإشاعات والأخبار الزائفة، كما تمثلت أبرز الوسائل الاتصالية المستخدمة لدى ممارسي العلاقات في البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، والهاتف المحمول.

8. دراسة عاشور أبو عرجة (2020) بعنوان "الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن". هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، من خلال استخدام المنهج المسحي، عبر إجراء حصر شامل على جميع العاملين في العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن والبالغ عددهم (15) موظفًا في العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى أن "الهاتف" جاء في مقدمة الوسائل الأكثر استخدامًا لدى المبحوثين، يليه شبكة الإنترنت، وتمثلت أبرز أساليب ممارسة نشاط المنظمات الدولية في الأردن في "استخدام خبراء مشهود بكفاءتهم العالية في العلاقات العامة"، كما تمثل أبرز ما حققته نشاط العلاقات العامة للمنظمات الدولية في الأردن في "نشاط العلاقات العامة حسن الصورة الذهنية للمنظمة عند الجمهور"، فيما تمثلت أبرز المشكلات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في "وجود ضوابط صارمة من قبل إدارة المنظمة على المواد التي تنشر على وسائل الإعلام".

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

- تتفق الدراسة الحالية مع مجمل الدراسات السابقة من حيث نوع الدراسة ومنهجها، حيث اعتمدت الدراسات السابقة على المناهج الوصفية والمسحية، والتي عادةً ما تتناسب مع الدراسات الإنسانية المطبقة على القائمين بالاتصال وممارسي العلاقات العامة، كما تشابهت في الأداة المستخدمة لجمع البيانات والتمثلة في الاستبانة.
- تختلف الدراسة الحالية وتتميز عن الدراسات السابقة في مجتمعها وعينتها، حيث تم تطبيقها على ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني، بينما لم تتناول أي من تلك الدراسات هذه المنظمات والعاملين فيها.
- تتمثل الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد أسئلة الدراسة الحالية بدقة، وبناء أدائها (الاستبانة)، ووضع محاورها وفقراتها، ومقارنة نتائجها بنتائج تلك الدراسة من حيث أوجه التشابه والاختلاف فيما بينها.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى الوصول إلى المعرفة الدقيقة بالأحداث والظواهر من خلال البحث في متغيراتها ومكوناتها وعناصرها وخصائصها، وتوفير كمية كافية من المعلومات اللازمة لتحليلها وتفسيرها، من أجل الوقوف على دلالاتها، ووضع الإجراءات والتعليمات المناسبة لمعالجتها، أو تطويرها، أو تحسينها، أو تغييرها، أو التنبؤ بمستقبلها (Ahmad, 2023). وفي إطار البحوث الوصفية؛ تم استخدام منهج مسح أساليب الممارسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، بهدف معرفة الأنشطة الاتصالية التي يقومون بها، والوسائل المستخدمة لتنفيذها، وأدوارها في تلك المؤسسات.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع ممارسي العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية ووظائفها في منظمات المجتمع المدني داخل الأردن، ونظرًا للعدد الكبير لهذه المنظمات والبالغ (2445) منظمة حتى عام (2025) وفقًا لدليل منظمات المجتمع المدني في الأردن، وصعوبة حصر أعداد ممارسي العلاقات العامة فيها؛ تم اختيار عينة متاحة قوامها (300) مفردة من العاملين في أجهزة العلاقات العامة في المنظمات التي تحتوي على أقسام علاقات عامة مثل منظمات المرأة، والجمعيات الخيرية، ومنظمات رعاية الأطفال والأيتام، والمنظمات المجتمعية وحقوق الإنسان، حيث تم التركيز على المنظمات التي تنتشر في مختلف المحافظات الأردنية، من خلال القيام بزيارات ميدانية للمنظمات المستهدفة، وتوزيع أداة الدراسة على ممارسي العلاقات العامة فيها، ويوضح الجدول (1) السمات الشخصية والوظيفية للمبحوثين.

جدول (1): السمات الشخصية والوظيفية للمبحوثين

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	186	62%
	أنثى	114	38%
الفئة العمرية	25 سنة فأقل	34	11.3%
	25 سنة – 35 سنة	126	42%
	36 سنة – 45 سنة	114	38%
	46 سنة فأكثر	26	8.7%
المستوى التعليمي	دبلوم	58	19.3%
	بكالوريوس	177	59%
	دراسات عليا	65	21.7%
سنوات الخبرة في العلاقات العامة	أقل من سنة	36	12%
	سنة – 5 سنوات	165	55%
	أكثر من 5 سنوات	99	33%
التخصص الأكاديمي	العلاقات العامة	79	26.3%
	الإعلام	94	31.3%
	غير ذلك	127	42.3%
المجموع		300	100%

أداة الدراسة

تم استخدام أداة "الاستبانة" لجمع بيانات الدراسة الحالية، والتي اشتملت على المحاور الرئيسية الآتية: مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني، والوظائف التي يقومون بها، والأنشطة التي يؤديونها، والوسائل المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة، والأدوار والمهام الموكلة إليهم، والصعوبات التي تواجههم.

ولتقييم إجابات المبحوثين على أسئلة الاستبانة وعباراتها؛ تم استخدام مقياس رباعي، حيث تشير فقرات المقياس إلى درجة موافقة المبحوثين على الفقرات الواردة في محاور الاستبانة، وتمثل الدرجة (3) أعلى درجة موافقة (بدرجة مرتفعة)، والدرجة (0) أقل درجة موافقة (مطلقاً)، ولتحديد مستوى تقديرات عينة الدراسة تم احتساب المقياس من خلال طرح الحد الأعلى (3) من الحد الأدنى (0)، ثم قسمة الناتج على عدد الفئات المطلوبة وهي (3) فئات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة) وبالتالي تصبح المعادلة وفقاً لما يلي: $(3-0)/3 = 1$ ، بحيث تم إضافة (1) لنهاية كل فئة وفقاً لما يلي: $1.00 - 0 =$ منخفضة / $1.01 - 2.00 =$ متوسطة / $2.01 - 3.00 =$ مرتفعة.

إجراءات الصدق والثبات

تم إجراء الاختبار القبلي (Test-Pre) من خلال توزيع الاستبانة على عينة جزئية قوامها (30) مفردة وبنسبة (10%) من العينة الكلية البالغ عددها (300) مفردة؛ بهدف التعرف على ردودهم واستجاباتهم وملاحظاتهم، لمعالجة عيوب الاستبانة، وتعديلها قبل إجراء التطبيق الميداني بصورته النهائية. ولقياس الثبات، تم استخدام أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار (Test-Retest) بهدف التعرف على درجة تقارب نتائج توزيع الاستبانة على نفس العينة بعد مرور مدة زمنية محددة من التوزيع الأول، حيث تم التطبيق على عينة جزئية قوامها (30) مفردة وبنسبة (10%) من العينة الكلية، ثم تمت إعادة التوزيع بعد أسبوعين من إجراء التوزيع الأول على نفس العينة الجزئية، وقد بلغت نسبة الثبات (91.7%)، وهي نسب عالية ومقبولة علمياً، وتشير إلى ثبات الاستبانة، ووضوح محاورها، وعباراتها بالنسبة لعينة الدراسة، وأنها صالحة للتطبيق النهائي.

كما تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/V25) من أجل استخراج معامل الثبات (Cronbach Alpha)، وقياس الاتساق الداخلي والثبات لأداة الدراسة وعباراتها، وقد بلغت قيمة معامل الثبات الكلي للأداة (86.2%)، وتُعد هذه القيمة مقبولة ومرتفعة في البحوث الإنسانية والإعلامية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

أُستخدِمَ برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/V25)، عبر الاعتماد المعاملات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة عدد اختيارات وموافقة المبحوثين ونسبتهم في الأسئلة التي يُطلب فيها من المبحوث اختيار إجابة واحدة من

مجموعة إجابات، وهذه الأسئلة هي: العوامل الديموغرافية.

- المتوسط الحسابي (Mean) الانحراف المعياري (Standard Deviation): لمعرفة درجة موافقة المبحوثين على العبارات المتضمنة في الأسئلة التي تتطلب تحديد اتجاهاتهم نحوها، وذلك من خلال إعطاء اتجاههم قيمة تتراوح بين (0-3)، وهذه الأسئلة هي: مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والوظائف التي يقومون بها، والأنشطة التي يؤديونها، والوسائل الاتصالية التي يستخدمونها، والأدوار والمهام التي يؤديونها، والصعوبات التي يواجهونها.

- اختبار (Independent Sample T-test): لاختبار الفروقات بين متغيرات الدراسة الرئيسة (الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة) والمتغيرات الديموغرافية التي تحتمل إجابتي فقط (النوع الاجتماعي).

- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Anova): لاختبار الفروقات بين متغيرات الدراسة الرئيسة (الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة) والمتغيرات الديموغرافية التي تحتمل ثلاث إجابات فأكثر (الفئة العمرية، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة، والتخصص الأكاديمي).

- اختبار معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لاختبار وجود الارتباط وقوته واتجاهه بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة، وكذلك بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديونها.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

- مهارات ممارسي العلاقات العامة

الجدول (2): مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المهارات
مرتفعة	0.406	2.65	المعرفة باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة.
مرتفعة	0.459	2.58	القدرة على الاستفادة من الموارد المخصصة للعلاقات العامة.
مرتفعة	0.442	2.57	الإلمام بكافة المعلومات والخدمات التي تقدمها المنظمة.
مرتفعة	0.575	2.47	القدرة على إدارة المهام وتنظيم الوقت.
مرتفعة	0.572	2.43	القدرة على التعامل مع الآراء المعارضة.
مرتفعة	0.577	2.39	الإلمام بعلم العلاقات العامة.
مرتفعة	0.626	2.35	القدرة على استمالة الآخرين للأفكار بطريقة مقنعة.
مرتفعة	0.5	2.31	القدرة على حل المشكلات التي تواجه المنظمة.
مرتفعة	0.575	2.26	القدرة على ترتيب الأولويات التي تساهم في تحقيق أهداف المنظمة.
مرتفعة	0.642	2.17	القدرة على كسب ثقة الآخرين.
مرتفعة	0.569	2.08	التمتع بالشخصية الاجتماعية الجذابة.
متوسطة	0.554	1.95	إجادة فن القيادة واتخاذ القرارات.
متوسطة	0.645	1.88	الشعور مع الجمهور وتفهم ظروف البيئة المحيطة.
متوسطة	0.78	1.82	القدرة على التنبؤ باحتمالات المستقبل والتخطيط له.
متوسطة	0.629	1.78	القدرة على الرد على الانتقادات التي تواجه المنظمة.
متوسطة	0.714	1.67	الإلمام بالقوانين والتشريعات المحلية والإقليمية والدولية في مجال عمل المنظمة.
مرتفعة	0.579	2.21	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المتوسط العام لإجابات المبحوثين فيما يخص مهارات ممارس العلاقات العامة بلغ (2.21)، وبالمقارنة مع مقياس الدراسة يتبين أن هذا المتوسط جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاءت الفقرة التي تنص على "المعرفة باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.65) وبدرجة مرتفعة، وتُعزى هذه النتيجة أهمية وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة، التي أصبحت على قدر عالٍ من الأهمية، نظرًا لجاذبيتها وسرعتها واستخدامها الكثيف من قبل الجمهور، لذلك يتوجب على ممارسي العلاقات العامة إتقان استخدام هذه الوسائل، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "القدرة على الاستفادة من الموارد المخصصة للعلاقات العامة" وبمتوسط حسابي (2.58) وبدرجة مرتفعة، ويرجع

ذلك إلى أهمية دراية ممارسي العلاقات العامة، وثقافتهم في كيفية إدارة الموارد المخصصة للأنشطة والمهام التي ينبغي إتمامها، كما يفترض أن يكونوا على معرفة تامة بما يجري داخل المنظمة، وخصوصاً في مجال التمويل، والتسويق، والإنتاج، وغيرها من الأمور المالية المخصصة للعلاقات العامة في المنظمة. كما جاءت الفقرة التي تنص "الإلمام بجميع القوانين والتشريعات المحلية والإقليمية والدولية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (1.67)، وقد يعزى ذلك إلى أن العلاقات العامة بشكل عام تركز بشكل عام على مهارات التواصل، وبناء العلاقات، والفهم العميق لاحتياجات الجمهورين الداخلي والخارجي، حيث يحتاج ممارس العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني إلى هذه المهارات لإتمام المهام والوظائف الموكلة إليه، وعلى الرغم من أن القوانين والتشريعات تُعد أمراً ضرورياً لضمان التنظيم والتنفيذ السليم لأنشطة ومهام العلاقات العامة، إلا أن الممارسين يتعاملون مع جوانب أخرى أكثر اتصالاً بالأنشطة اليومية، مثل إدارة الحملات، وتوجيه الرسائل، وتنظيم الفعاليات وغيرها، ومن هنا يُنظر إلى القوانين والتشريعات كجزء مكمل وليس أساسياً من ممارسات العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني.

وتختلف هذه النتائج عن دراسة (عبد النور، 2021) التي توصلت إلى أن ممارسي العلاقات العامة يعملون على الرد على الانتقادات الموجهة للمؤسسة، ويدافعون ضد الإشاعات والأخبار الزائفة، كما تختلف مع دراسة (عاشور وأبو عرجة، 2020) التي خلصت إلى أن الكفاءة العالية قد جاءت في مقدمة مهارات ممارسي العلاقات العامة الأكثر أهمية.

- الوظائف التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة

الجدول (3): الوظائف التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوظائف
مرتفعة	0.495	2.34	التنسيق مع المنظمات الأخرى وأفراد المجتمع المحلي والجهات المختصة لتنظيم الأنشطة والفعاليات لنشر الوعي بمجال عمل المنظمة والوصول للأهداف المرجوة.
مرتفعة	0.483	2.34	الاتصال مع جماهير المنظمة وإطلاعهم على أهدافها ونشاطاتها.
مرتفعة	0.412	2.30	التخطيط للبرامج والأنشطة للقيام بالعمل المناسب في الوقت المحدد.
متوسطة	0.477	1.87	تقييم الأنشطة والجهود داخل المنظمة بهدف تقدير مدى تحقيق برامج العلاقات العامة لأهدافها.
متوسطة	0.452	1.84	إجراء البحوث واستطلاعات الرأي لمعرفة الصورة الذهنية لدى جمهور المنظمة.
مرتفعة	0.464	2.14	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المتوسط العام لإجابات المبحوثين فيما يخص الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن قد بلغ (2.14)، وبالمقارنة مع مقياس الدراسة يتبين أن هذا المتوسط جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاءت الفقرتان اللتان تنصان على "التنسيق مع المنظمات الأخرى وأفراد المجتمع المحلي والجهات المختصة لتنظيم الأنشطة والفعاليات لنشر الوعي بمجال عمل المنظمة والوصول للأهداف المرجوة"، و"الاتصال مع جماهير المنظمة وإطلاعهم على أهدافها ونشاطاتها" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (3.34) وبدرجة مرتفعة لكل منهما، وقد يرجع ذلك إلى أن قسم العلاقات العامة يسعى دائماً إلى بناء جسور الاتصال المتبادل مع المجتمع المحلي، ويحاول التنسيق مع المنظمات الأخرى ذات الصلة بمجال عمل المنظمة، لتعزيز علاقة منظمتهم مع غيرها من المنظمات من خلال الأنشطة والفعاليات التي يتم تنظيمها، لذلك فإن قسم العلاقات العامة يسعى إلى تحسين مستوى اتصال الموظفين وربطهم بالبيئة الخارجية من خلال استخدام الوسائل الاتصالية المتنوعة، وتوعية الجمهور بمجال عمل المنظمة، سواء كانت جمعيات خيرية، أم منظمات ثقافية وعلمية، أم منظمات تُعنى بشؤون المرأة والطفل، أم منظمات رعاية صحية، أم منظمات تُعنى بحقوق الإنسان، أم غيرها.

وعلى الرغم من مجيء الفقرة التي نصها "إجراء البحوث واستطلاعات الرأي لمعرفة الصورة الذهنية لدى جمهور المنظمة" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (1.84)، إلا أنها جاءت بدرجة متوسطة، إذ يُعد البحث العلمي في العلاقات العامة أداة مهمة لقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة سواء في الداخل أو الخارج، إلى جانب أهميتها في تقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية، والأنشطة والفعاليات التي تنفذها، مما يسهم بشكل كبير في تحديد أوجه الضعف والقصور في تلك الأنشطة والحملات، من أجل تحسينها وتعديلها ومعالجة الأخطاء إن وجدت. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (أبو دراز، 2021) التي توصلت إلى أن العلاقات العامة تعمل على ربط المؤسسة مع المؤسسات الأخرى ذات الصلة، كما تتفق مع دراسة (فاسي وصبيطي، 2024) التي خلصت إلى أن العلاقات العامة تؤدي دوراً في زيادة فعالية العمل التطوعي، وتتفق كذلك مع دراسة (Gorpe & Oksuz, 2024) التي أشارت إلى أن العلاقات العامة تُعد ذات وظيفة مهمة للمنظمة والمجتمع.

الأنشطة التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة

الجدول (4): الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأنشطة الاتصالية
مرتفعة	.5730	2.38	إظهار المنظمة بالمظهر اللائق أمام الممولين والزوار.
مرتفعة	.6380	2.25	العمل على جذب الأعضاء الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في المنظمة.
مرتفعة	.6980	2.16	توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام ووكالات الإعلان والمجلات والصحف.
مرتفعة	.6680	2.15	تسهيل مهمة الخبراء لزبارة المنظمة للقيام بأعمال تخدم تنفيذ المشروعات.
مرتفعة	.7570	2.12	التنسيق والاتصال والمشاركة الفاعلة بين المنظمة والمنظمات الأخرى.
مرتفعة	.6880	2.10	الإجابة على استفسارات الجمهور حول الحقوق المدنية والسياسية وغيرها.
مرتفعة	.6240	2.08	التعريف بالمنظمة وأنشطتها ومهامها وأهدافها.
مرتفعة	.6740	2.04	تنظيم مواعيد المقابلات مع الإدارة العليا للمنظمة.
مرتفعة	.7030	2.02	الإشراف على الموقع الإلكتروني للمنظمة وتحديثه بما يخدم المواطنين.
مرتفعة	.8010	1.95	الإشراف على عقد المؤتمرات والمحاضرات.
مرتفعة	.7830	1.93	متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام حول أنشطة المنظمة.
مرتفعة	.7350	1.91	إعداد الردود على كل ما ينشر في وسائل الإعلام حول المنظمة.
مرتفعة	.7850	1.88	بناء الثقة بين المنظمة وأفراد المجتمع المحلي.
مرتفعة	.8720	1.87	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.
متوسطة	.7210	1.68	متابعة شكاوى الجمهور الخارجي واقتراحاته.
مرتفعة	0.714	2.03	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق أن المتوسط العام لإجابات الباحثين فيما يتعلق بالأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن قد بلغ (2.03) وبدرجة مرتفعة، وربما يرجع ذلك إلى أن نجاح المؤسسة في التواصل مع جماهيرها لكسب ثقتهم؛ يعود في أساسه إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة، حيث تتبنى مسؤولية التواصل مع الجماهير، وشرح أهداف المنظمة لهم، والتعريف بمهامها ووظائفها وإنجازاتها، مما يسهم في بناء صورة ذهنية حسنة عن المنظمة، ويدعم قدرتها على الاستمرار والمنافسة، ومما يؤكد ذلك أن الفقرة التي تنص على "إظهار المنظمة بالمظهر اللائق أمام الممولين والزوار" قد جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (2.38)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "العمل على جذب الأعضاء الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في المنظمة" بمتوسط حسابي (2.25) وبدرجة مرتفعة، وهذا يشير إلى سعي العلاقات العامة إلى بناء صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة، سواء مع الشركاء الممولين أم مع الجمهور المستهدف من الخدمات التي تقدمها المنظمة. وجاءت الفقرة التي تنص على "توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام ووكالات الإعلان والمجلات والصحف" في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (2.16) وبدرجة مرتفعة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن قسم الخدمات الإعلامية التابع لقسم العلاقات العامة يشغل حلقة الوصل بين المنظمة وأجهزة الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها، بهدف نشر الوعي بثقافة بأنشطة المنظمة ومجالاتها وأهدافها في المجتمع، حيث يُعد النشاط الإعلامي للمنظمة قوة مؤثرة في مجال المعلومات وتشكيل الاتجاهات ووجهات النظر، فضلاً عن دوره في زيادة الوعي والإدراك والمعرفة والتغيير الإيجابي للآراء والاتجاهات نحو سياسات المنظمة.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (فاسي وصبيطي، 2024) التي توصلت إلى أن أبرز أنشطة العلاقات العامة قد تمثلت في تفعيل العمل التطوعي، كما تختلف مع دراسة (Gorpe & Oksuz, 2024) التي أشارت إلى أن أبرز هذه الأنشطة قد تمثلت في تقديم معلومات للمجتمع عن المنظمات، وتختلف كذلك مع دراسة (أبو دراز، 2021) التي خلصت إلى أن من أبرز أنشطة العلاقات العامة قد تمثلت في التنسيق والاتصال بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى.

- الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة

الجدول (5): الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوسائل الاتصالية
مرتفعة	0.660	2.67	وسائل الاتصال الرقمي (مثل البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وغيرها).
مرتفعة	0.613	2.54	الاتصال الشخصي المباشر (مثل: الزيارات والمقابلات الشخصية، والاتصالات المباشرة، والمناقشات الرسمية، والجلسات التوعوية، وغيرها).
مرتفعة	0.725	2.10	وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر (مثل: الخطابات والرسائل، الهاتف الأرضي، الفاكس، التقارير، لوحات الإعلانات، وغيرها).
متوسطة	0.812	1.61	وسائل الاتصال الجمعي (مثل: المؤتمرات، والمحاضرات، والندوات، والمعارض، والورش التدريبية، والحفلات، والرحلات والمعسكرات، وغيرها).
متوسطة	0.856	1.58	وسائل الاتصال الجماهيري (مثل الصحف، والإذاعات، والقنوات التلفزيونية، والمجلات، وغيرها).
مرتفعة	0.504	2.10	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق أن المتوسط العام لإجابات المبحوثين فيما يخص الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن قد بلغ (2.10)، وبالمقارنة مع مقياس الدراسة، يتبين أن هذا المتوسط جاء بدرجة مرتفعة، وقد يعزى ذلك إلى التنوع في استخدام الوسائل الاتصالية المختلفة وبدرجات مرتفعة أو متوسطة، تبعاً لتنوع واختلاف الظروف التي تتم فيها عملية الاتصال، كما يُعد هدف الاتصال، وخصائص الجمهور الذي تستهدفه العلاقات العامة، وميزات كل وسيلة من وسائل الاتصال، من الأمور المؤثرة في انتقاء أجهزة العلاقات العامة للوسيلة الاتصالية المناسبة.

ويظهر من خلال النتائج أن وسائل الاتصال الرقمي (مثل البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وغيرها)، قد جاءت في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي (2.67) وبدرجة مرتفعة، وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الوسائل تمتلك أهمية خاصة بالنسبة للمنظمات، باعتبارها تساعد في بناء سمعة المنظمة وصورتها، وتساهم في تشكيل رأي عام حولها، كما تُعد وسائل الاتصال الرقمي من أسرع تقنيات الاتصال، وأقلها تكلفة على المنظمة، ويمكن من خلالها الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستفيدين من خدمات المنظمة.

وجاء الاتصال الشخصي المباشر (مثل: الزيارات والمقابلات الشخصية، والاتصالات المباشرة، والمناقشات الرسمية، والجلسات التوعوية، وغيرها) في المرتبة الثانية، وبمتوسط حسابي (2.54) وبدرجة مرتفعة، وقد يرجع ذلك إلى أنها تُعد من أهم وسائل الاتصال مع قادة المنظمات والمؤسسات وممثلهم بشكل مباشر؛ لبحث موضوعات تتعلق بعمل المنظمة، إذ إن استخدام وسائل الاتصال المباشرة في بعض الأحيان ضرورة ملحة للاتصال بالجمهور وجهاً لوجه، والذي يضمن التفاعل بين الطرفين أكثر مما تتضمنه وسائل الاتصال الأخرى، حيث يقوم ممارسو العلاقات العامة بالزيارات الرسمية لرؤساء المنظمات والمؤسسات الأخرى، وقادة الرأي العام في المجتمع، وغيرهم، لتحقيق أهداف المنظمة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نصير، 2024) التي توصلت إلى أن شبكة الإنترنت قد جاءت في مقدمة الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة، كما تتفق مع دراسة (AlHadeed et al., 2024) التي خلصت إلى أن العلاقات العامة في المؤسسات الإماراتية تولي اهتماماً كبيراً بتبني وسائل الإعلام الجديدة، وتتفق أيضاً مع دراسة (أبو دراز، 2021) التي أوضحت أن منصات التواصل الاجتماعي قد جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة، كما تتفق مع دراسة (عبد النور، 2021) التي أشارت إلى أن الإنترنت والبريد الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي قد جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية المستخدمة من قبل العلاقات العامة، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (عاشور وأبو عرجة، 2020) التي أشارت إلى أن الهاتف قد جاء في مقدمة الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً لدى ممارسي العلاقات العامة.

– الأدوار والمهام التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة

الجدول (6): الأدوار والمهام التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأدوار والمهام
مرتفعة	0.458	3.48	بناء صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة لدى الجمهورين الداخلي والخارجي.
مرتفعة	0.466	2.36	الترويج لنشاطات المنظمة بشكل فعال.
مرتفعة	0.394	2.28	تحسين مستوى الاتصال مع البيئة الخارجية.
مرتفعة	0.496	2.20	تقديم التسهيلات والإجراءات اللازمة للجمهورين الداخلي والخارجي.
مرتفعة	0.493	2.19	التنسيق بين إدارات المنظمة المختلفة.
مرتفعة	0.407	2.17	توطيد العلاقة بين الأعضاء والإدارة العليا للمنظمة.
مرتفعة	0.489	2.17	تقوية وتعزيز الروابط الاجتماعية والتعاون بين الموظفين.
مرتفعة	0.451	2.16	تنمية الشعور بالانتماء إلى المنظمة.
مرتفعة	0.458	2.14	توضيح السياسة العامة للمنظمة.
مرتفعة	0.515	2.13	إقامة المشاريع التعاونية المشتركة التي تنعكس إيجاباً على الموظفين.
مرتفعة	0.548	2.08	تزويد الموظفين بالمعلومات الصادقة في المنظمة.
مرتفعة	0.553	2.04	تدريب الموظفين على التحدث في أمام الجمهور ووسائل الإعلام.
متوسطة	0.608	1.92	تحسين مستوى الاتصال المؤسسي بين الأعضاء وإدارة المنظمة.
متوسطة	0.515	1.89	الاستماع لآراء الموظفين المتعلقة بالمنظمة.
متوسطة	0.517	1.88	عقد لقاءات دورية مع موظفي المنظمة.
متوسطة	0.518	1.80	مشاركة الموظفين في مناسباتهم المختلفة.
متوسطة	0.492	1.67	تكريم الموظفين المتميزين الذين أنجزوا خدماتهم في المنظمة.
منخفضة	0.507	0.95	تقديم الدعم المادي للجمهورين الداخلي والخارجي.
مرتفعة	0.494	2.08	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المتوسط العام لإجابات المبحوثين فيما يخص الأدوار والمهام التي تقوم بها العلاقات العامة داخل المنظمات بلغ (2.08)، وبالمقارنة مع مقياس الدراسة يتبين أن هذا المتوسط جاء بدرجة مرتفعة، وجاءت الفقرة التي تنص على "بناء صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة لدى الجمهورين الداخلي والخارجي" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (2.48) وبدرجة مرتفعة، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "الترويج لنشاطات المنظمة بشكل فعال" بمتوسط حسابي (2.36) وبدرجة مرتفعة، ثم الفقرة التي تنص على "تحسين مستوى الاتصال مع البيئة الخارجية" بمتوسط حسابي (2.28) وبدرجة مرتفعة، وتعزى هذه النتائج إلى أن ممارسي العلاقات العامة يهتمون بشكل كبير بعملية الاتصال مع الجمهورين الداخلي والخارجي من خلال مختلف وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر والرقمي، بالإضافة إلى توظيف هذه الوسائل لبناء صورة ذهنية إيجابية وطيبة لدى الموظفين والمواطنين، مما يسهل عملية الترويج لنشاطات المنظمة وبرامجها وفعاليتها بشكل واسع، حيث يُعد بناء الصورة الإيجابية لمنظمات المجتمع المدني من ضمن أولويات العلاقات العامة فيها، نظراً إلى أنها تسهم في جذب أعضاء جدد للمنظمات، وتدفع الممولين إلى تقديم الدعم لها.

كما قد يعزى مجيء الفقرة التي تنص "تكريم الموظفين المتميزين الذين أنجزوا خدماتهم في المنظمة" بالمرتبة قبل الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (1.67) وبدرجة متوسطة، إلى أن تكريم الموظفين المتميزين قد يكون جزءاً من عمليات تحفيزية تقوم بها المنظمات، إلا أنه لا يُعد ضمن أولويات العلاقات العامة مقارنةً بمهام وأدوار أخرى أكثر أهمية مثل بناء الصورة العامة للمنظمة، والتواصل مع الجمهور، كما أن التكريم يعتبر نشاطاً داخلياً متصلاً بشؤون الموظفين والعاملين (الموارد البشرية)، وهو جزء من ثقافة المنظمة، وليس محورياً أساسياً في أدوار العلاقات العامة ومهامها، بينما قد يعزى مجيء الفقرة التي تنص على "تقديم الدعم المادي للجمهورين الداخلي والخارجي" في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي (0.95) وبدرجة منخفضة، إلى قلة الإمكانيات والموارد المالية المتاحة لمنظمات المجتمع المدني في الأردن، والتي تمنع هذه المنظمات من تقديم الدعم المادي لجمهورها الداخلي والخارجي.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (نصير، 2024) التي توصلت إلى أن أبرز أدوار العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة قد تمثلت في "إقامة علاقات مع وسائل الإعلام"، في حين تتفق هذه النتائج مع دراسة (أبو دراز، 2021) التي توصلت إلى أن العلاقات العامة تعزز الانطباعات الجيدة عن المؤسسة، وتسعى إلى كسب الرأي العام، كما تتفق مع دراسة (عبد النور، 2021) التي خلصت إلى أن العلاقات العامة تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

كواحدة من أبرز أهدافها وأدوارها، وتتفق كذلك مع دراسة (عاشور وأبو عرجة، 2020) التي أشارت إلى أن نشاط العلاقات العامة حسن الصورة الذهنية للمنظمة عند الجمهور.

- الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة

الجدول (7): الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الصعوبات
مرتفعة	0.516	2.43	تكليف العاملين في العلاقات العامة بواجبات إدارية ليست ضمن اختصاصهم.
مرتفعة	0.588	2.23	عدم القدرة على نشر المعلومات الإعلامية إلا بموافقة الإدارة العليا.
مرتفعة	0.655	2.22	عدم توفر موازنة خاصة، وقلة الدعم المالي المخصص للعلاقات العامة.
مرتفعة	0.619	2.13	عدم توفر الحرية الكاملة لممارسة الأنشطة المختلفة.
مرتفعة	0.611	2.08	عدم الاهتمام بتطوير كفاءات ممارسي العلاقات العامة ومهاراتهم.
مرتفعة	0.503	2.08	عدم وجود وحدة إدارية تعنى بالتطوير وإجراء البحوث والدراسات.
مرتفعة	0.584	2.05	قلة أعداد المتخصصين في العلاقات العامة في المنظمة.
متوسطة	0.584	1.98	ضعف البرامج التدريبية الأساسية لممارسي العلاقات العامة.
متوسطة	0.514	1.94	عدم وجود عدالة وظيفية للعاملين في مجال العلاقات العامة (دورات خارجية، حوافز، امتيازات، ترقية).
متوسطة	0.548	1.92	عدم وضوح مهام العلاقات العامة وأدوارها.
متوسطة	0.629	1.80	عدم وجود تفاهم وتنسيق بين العاملين في العلاقات العامة.
متوسطة	0.659	1.69	مزاوية المسؤولين والاعتبارات الشخصية في أجهزة العلاقات العامة.
مرتفعة	0.584	2.05	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المتوسط العام لإجابات المبحوثين فيما يخص " الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن قد بلغ (2.05)، وبالمقارنة مع مقياس الدراسة يتبين أن هذا المتوسط جاء بدرجة مرتفعة، وجاءت الفقرة التي تنص على "تكليف العاملين في العلاقات العامة بواجبات إدارية ليست ضمن اختصاصهم" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.43) وبدرجة مرتفعة، وتعزى هذه النتيجة إلى أن قسم العلاقات العامة يقع ضمن الإدارة الوسطى، ويعمل على تنظيم العمل، والربط بين الإدارات المختلفة في المنظمة من خلال وسائل الاتصال المختلفة، وقد تتقاطع أعماله مع أعمال الأقسام الأخرى كقسم الموارد البشرية، والقسم القانوني، وبعض الأقسام الإدارية، لذلك قد توكل إلى قسم العلاقات العامة بعض الأعمال التي تقع في مجال اختصاص هذه الأقسام الأخرى، وجاءت الفقرة التي تنص على "عدم القدرة على نشر المعلومات الإعلامية إلا بموافقة الإدارة العليا" في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي بلغ (2.23) وبدرجة مرتفعة، وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى ارتباط وحدة الإعلام والعلاقات العامة بالإدارة العليا، لذلك فإن أي موضوع يتم نشره ينبغي أن يحصل على موافقة الإدارة العليا للتأكد من أن المعلومات التي يتم نشرها تصب في مصلحة المنظمة، وهذا من شأنه أن يشكل معيقاً وتحدياً لاستقلال عمل العلاقات العامة في تعاملها مع وسائل الإعلام المختلفة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (نصير، 2024) التي توصلت إلى أن من أبرز الصعوبات التي تواجه العاملين في مجال العلاقات العامة قد تمثلت في "عدم توفير موازنة خاصة بالعلاقات العامة"، كما تتفق مع دراسة (عاشور وأبو عرجة، 2020) التي توصلت إلى أن أبرز المشكلات التي تواجه إدارة العلاقات العامة قد تمثلت في "وجود ضوابط صارمة من قبل إدارة المنظمة على المواد التي تنشر على وسائل الإعلام"، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (Igben & Dorka, 2024) التي أشارت إلى أن أبرز هذه المشكلات والتحديات قد تمثلت في صعوبة بناء العلاقات والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة الرئيسيين.

ثانيًا: نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

الجدول (8): نتائج اختبار الفرضية الأولى

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	الجنس	ذكر	2.05	0.412	0.410
		أنثى	2.02	0.465	
One-Way Anova	الفئة العمرية	25 سنة فأقل	2.18	0.348	0.303
		26 سنة – 35 سنة	2.11	0.374	
		36 سنة – 45 سنة	2.13	0.315	
		46 سنة فأكثر	2.15	0.394	
One-Way Anova	المستوى التعليمي	دبلوم	2.08	0.461	0.212
		بكالوريوس	2.06	0.411	
		دراسات عليا	2.11	0.389	
One-Way Anova	سنوات الخبرة	أقل من سنة	2.14	0.364	0.109
		سنة – 5 سنوات	2.16	0.387	
		أكثر من 5 سنوات	2.13	0.341	
One-Way Anova	التخصص الأكاديمي	العلاقات العامة	2.19	0.356	0.026
		الإعلام	2.06	0.378	
		غير ذلك	1.95	0.344	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغير الجنس ($p=0.410$)، و متغير الفئة العمرية ($p=0.303$)، و متغير المستوى التعليمي ($p=0.212$)، و متغير سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة ($p=0.109$)، وبالتالي تنفي هذه النتائج بشكل جزئي الفرضية المطروحة، نظرًا إلى أن قيمة الدلالة الإحصائية (p-value) أعلى من (5%).

وقد يرجع عدم وجود فروقات بين المبحوثين في الأنشطة الاتصالية التي يمارسونها في منظمات المجتمع المدني في الأردن إلى أن هذه الأنشطة قد تكون متشابهة إلى حد كبير، وبالتالي قد تتطلب مهارات وتقنيات محددة بصرف النظر عن السمات والعوامل الديموغرافية للمبحوثين باستثناء متغير التخصص الأكاديمي، كما قد ترجع هذه النتائج إلى أن جميع ممارسي العلاقات العامة في تلك المنظمات يركزون على نفس الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، مثل بناء الصورة الذهنية وتحسينها، وتفعيل التواصل مع المجتمع المحلي، والتنسيق والتخطيط للأنشطة الاتصالية، وتنفيذها وتقييمها وتقويمها، وغيرها من الأهداف المشتركة.

كما تشير النتائج إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغير التخصص الأكاديمي ($p=0.026$)، ومن خلال المتوسطات الحسابية؛ يظهر أن من يحملون مؤهلاً في العلاقات العامة يقومون بالأنشطة الاتصالية الخاصة بمجال تخصصهم أكثر من غيرهم، يلهم من يحملون مؤهلاً في الإعلام، حيث يشاركون في الأنشطة الاتصالية ولكن بدرجة أقل ممن يحملون مؤهلاً في العلاقات العامة، ثم من يحملون مؤهلات أخرى، والذين يقومون بهذه الأنشطة بمعدل أقل من التخصصات الأخرى.

ويشير مستوى الدلالة الإحصائية (0.026) إلى أن هناك اختلافات حقيقية وقابلة للقياس بين المجموعات التي تم دراستها تبعاً للتخصص الأكاديمي، وهذه الفروقات ليست مجرد صدفة، بل هي نتائج قائمة على البيانات التي تم جمعها، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة (p) أقل من (0.05)، فهذا يعني أن الفروق بين المجموعات ليست مجرد خطأ عشوائي، بل هي فروق ذات معنى، وبالتالي تشير قيمة الدلالة (0.026) إلى أن هناك احتمالاً بنسبة (2.6%) فقط أن تكون هذه الفروق حدثت بالصدفة.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن التخصص الأكاديمي له تأثير كبير على كيفية أداء الأنشطة الاتصالية، إذ يبدو أن المتخصصين في العلاقات العامة

أكثر إلمامًا بكيفية التعامل مع الأنشطة المتعلقة بهذا المجال، بينما المتخصصون في الإعلام أو التخصصات الأخرى قد يواجهون تحديات أكبر في أداء الأنشطة الاتصالية الموجهة بشكل خاص نحو العلاقات العامة، وبالتالي فإن التخصص الأكاديمي يؤدي دورًا مؤثرًا في مستوى الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، فكلما كان التخصص أكاديميًا مرتبطًا بشكل مباشر بالعلاقات العامة، كانت القدرة على أداء الأنشطة الاتصالية أكثر فعالية.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ تلك الأنشطة.

الجدول (9): نتائج اختبار الفرضية الثانية

الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة			
الاتصال الشخصي المباشر	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.616	0.000
وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.541	0.000
وسائل الاتصال الجمعي	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.537	0.000
وسائل الاتصال الجماهيري	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.587	0.000
وسائل الاتصال الرقمي	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.693	0.000

يشير اختبار معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى (0.05) بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والاتصال الشخصي المباشر ($p=0.000/r=0.616$)، ووسائل الاتصال الشخصي غير المباشر ($p=0.000/r=0.541$)، ووسائل الاتصال الجمعي ($p=0.000/r=0.537$)، ووسائل الاتصال الجماهيري ($p=0.000/r=0.587$)، ووسائل الاتصال الرقمي ($p=0.000/r=0.693$)، وبالتالي تثبت هذه النتائج الفرضية المطروحة، نظرًا إلى أن قيمة الدلالة الإحصائية (p-value) أدنى من (5%).

ويظهر من خلال قيمة معاملات الارتباط أن العلاقة بين الاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال الشخصي غير المباشر، ووسائل الاتصال الجمعي، ووسائل الاتصال الجماهيري، والأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة هي علاقة طردية ذات قوة متوسطة، بينما كانت العلاقة بين وسائل الاتصال الرقمي وهذه الأنشطة علاقة طردية قوية.

وقد ترجع هذه النتائج إلى أن منظمات المجتمع المدني وأقسام وأجهزة العلاقات العامة فيها؛ تعتمد في أنشطتها الاتصالية اعتمادًا كبيرًا على وسائل الاتصال والإعلام المختلفة (الشخصي المباشر، والشخصي غير المباشر، والجمعي، والجماهيري، والرقمي)، نظرًا إلى أن أساس عمل العلاقات العامة هو الاتصال، ولا يمكن تنفيذ الأنشطة الاتصالية إلا باستخدام مختلف وسائل الاتصال تبعًا لطبيعة النشاط نفسه، حيث تستخدم وسائل الاتصال في التواصل مع الجمهور الداخلي للمنظمة، وفي إعداد الحملات، والتنسيق للأنشطة والفعاليات، كما تستخدمها في بناء العلاقات والثقة مع الجمهور الخارجي، وتوعيته بأنشطة المنظمة، وأهدافها ورسالتها، وتوصيل المعلومات التي ستبنى عليها القرارات، ومعرفة ردود فعل الجمهور الخارجي نحو أنشطتها وفعاليتها.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ارتباطية بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديها.

الجدول (10): نتائج اختبار الفرضية الثالثة

الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة			
المهارات	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	300	0.550	0.000

يشير اختبار معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r=0.550$)، عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، وتعزى هذه النتيجة إلى أن نجاح الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في منظمات

المجتمع المدني، يعتمد على امتلاك الممارسين لمهارات تمكّنهم من ممارسة وظائف العلاقات العامة وأدوارها داخل المنظمات التي يعملون بها، كالمعرفة باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة، والاهتمام بالمظهر الخارجي، والقدرة على الاستفادة من الموارد المخصصة للعلاقات العامة، والقدرة على استمالة الآخرين للأفكار التي يطرحها بطريقة مقنعة، وغيرها من الصفات، فكلما زاد امتلاك ممارسي العلاقات العامة لهذه الصفات والمؤهلات، كانوا أكثر قدرة على أداء الأدوار، والأنشطة والوظائف الموكلة إليهم.

خلاصة نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

- جاءت مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز هذه المهارات في المعرفة باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة، والقدرة على الاستفادة من الموارد المخصصة للعلاقات العامة.
- تمثلت أبرز الوظائف التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن في التنسيق مع المنظمات الأخرى وأفراد المجتمع المحلي والجهات المختصة لتنظيم الأنشطة والفعاليات لنشر الوعي بمجال عمل المنظمة والوصول للأهداف المرجوة.
- تمثلت أبرز الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن في إظهار المنظمة بالمظهر اللائق أمام الممولين والزوار، والعمل على جذب الأعضاء الأكفاء والعمل على الحفاظ عليهم في المنظمة.
- تمثلت أبرز الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن في وسائل الاتصال الرقمي (مثل البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وغيرها)، والاتصال الشخصي المباشر (مثل: الزيارات والمقابلات الشخصية، والاتصالات المباشرة، والمناقشات الرسمية، والجلسات التوعوية، وغيرها).
- تمثلت أبرز الأدوار والمهام التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن في بناء صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة لدى الجمهورين الداخلي والخارجي، والترويج لنشاطات المنظمة.
- تمثلت أبرز الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن في تكليف العاملين في العلاقات العامة بواجبات إدارية ليست ضمن اختصاصهم، وعدم القدرة على نشر المعلومات الإعلامية إلا بموافقة الإدارة العليا.
- عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن تعزى لمتغير الجنس، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، وسنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين الأنشطة الاتصالية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والاتصال الشخصي المباشر، ووسائل الاتصال غير المباشر، ووسائل الاتصال الجماعي، ووسائل الاتصال الجماهيري، ووسائل الاتصال الرقمي.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين مهارات ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، والأنشطة الاتصالية التي يؤديها.

التوصيات

في ضوء النتائج السابقة، توصي الباحثة بما يلي:

- عقد الدورات التدريبية وورش العمل المكثفة لممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، لتنمية مهاراتهم وإمكانياتهم، والتي تساعد في تحقيق أهداف تلك المنظمات، وإجراء تقييم دوري لأداء ممارسي العلاقات العامة؛ لمعرفة قدرتهم على تنفيذ الأنشطة الاتصالية داخل المنظمة.
- أن تهتم أقسام وأجهزة العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن بالبحث العلمي، واستطلاع الرأي العام، والتخطيط، والتقييم لمختلف الأنشطة الاتصالية التي تمارسها العلاقات العامة، بهدف معالجة أوجه الضعف، وتعزيز أوجه القوة فيها.
- التركيز على حملة الشهادات الجامعية ذات الصلة بتخصص العلاقات العامة بالدرجة الأولى، والإعلام بالدرجة الثانية؛ لتعزيز أداء أقسام العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن، كما يحسن ذلك من قدرة ممارسي العلاقات العامة على مواجهة الصعوبات التي قد تعترضهم، إلى جانب الاهتمام بالتأهيل الوظيفي للممارسين الذين لا يحملون شهادات في العلاقات العامة؛ ليتمكنوا من أداء مهامهم بفعالية.
- تزويد ممارسي العلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني في الأردن بكل ما يستجد في المجال التكنولوجي؛ لأهميته في ربط أقسام العلاقات العامة بالجمهور الخارجي، لتتمكن من نشر الوعي بمجالاتها واختصاصاتها، وتزويد الجمهور بالمعلومات المتصلة بأنشطتها وفعاليتها.
- إعطاء أجهزة العلاقات العامة وأقسامها المزيد من الحرية في نشر المعلومات الإعلامية دون الرجوع إلى الإدارة العليا، نظرًا إلى أن وظيفة النشر تختص بهذه الأقسام والأجهزة، وتقع ضمن نطاق وظائفها ومسؤولياتها.
- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول الأنشطة الاتصالية التي تمارسها العلاقات العامة في مؤسسات أخرى مثل الوزارات والجامعات

والشركات داخل الأردن، لدورها الكبير في بناء الصورة الذهنية لهذه المؤسسات، وكسب ثقة الجمهور، والحفاظ على استمرارها ومنافستها مع المؤسسات الأخرى، إلى جانب إجراء تقييمات دورية؛ لقياس رجوع الصدى، ومعرفة مدى رضا الجمهور الداخلي والخارجي عن أداء المنظمة، من أجل الأخذ بأرائهم مستقبلاً أثناء التخطيط لأنشطة العلاقات العامة.

التمويل

نُشر بدعم كلي من جامعة الزرقاء / الأردن.

المصادر والمراجع

- أبو دراز، ع. (2021). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية لدى جمهور بلديات محافظة غزة. *دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 48(2)، 436-459.
- <https://archives.ju.edu.jo/index.php/hum/article/view/109308>
- دليل منظمات المجتمع المدني في الأردن. (2025). منظمات المجتمع المدني في الأردن. تاريخ الاسترجاع: 2025/1/10، على موقع: <http://www.civilsociety-jo.net/ar/home>
- عاشور، هـ وأبو عرجة، ت. (2020). الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية*، 28(2)، 223-249.
- <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJHR/article/view/5357/3092>
- عبد النور، ج. (2021). دور الأنشطة الاتصالية الإلكترونية للعلاقات العامة في بناء الوعي والانتماء المؤسسي لدى الجمهور الداخلي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة: مصر.
- https://lib.mans.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=12720024
- مركز الفينيق. (2020). منظمات المجتمع المدني في الأردن. (عمان: مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية).
- <https://phenixcenter.net/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%86%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%AF%D9%86%D9%8A-2/>
- نصير، د. (2024). دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها بأداء ممارسي العلاقات العامة: دراسة ميدانية على إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 88(8)، 693-722.
- https://ejsc.journals.ekb.eg/article_371875.html
- فاسي، س. وصبيطي، ع. (2024). دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني: جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر أنموذجاً. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 11(2)، 105-130.
- <https://asjp.cerist.dz/en/article/250042>

References

- Ahmad, A. K. M. (2022). The Impact of the Use of Social Networking Platforms on the Jordanian Voters in the Nineteenth Jordanian Parliamentary Elections during the Emerging Pandemic of the Coronavirus (COVID-19). *Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities*, 22(2), 333-350. <https://doi.org/10.12816/0061218>
- AlHadeed, A. Y., Maysari, I., Aldroubi, M. M., Attar, R. W., Al Olaimat, F., & Habes, M. (2024). Role of Public Relations Practices in Content Management: The Mediating Role of New Media Platforms. *Frontiers in Sociology*, 8, 1273371. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1273371>
- Amodu, L., Omojola, O., Okorie, N., Adeyeye, B., & Adesina, E. (2019). Potentials of Internet of Things for Effective Public Relations Activities: Are Professionals Ready?. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1683951. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1683951>
- Geremew, C. T. (2017). The Practices and Challenges of Public Relations Within Two Ethiopian Towns: Harar and Dire Dawa. *African Research Review*, 11(1), 136-155. <https://doi.org/10.4314/afrrrev.v11i1.11>
- Igben, H. & Dorka, O. (2024). Role of Public Relations in Profit and Non- Profit Organisation in Delta State. *International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies*, 10(3), 1-17. <https://doi.org/10.37745/ijirmmcs.15/vol10n3117>
- Ristino, R. J. (2008). Communicating with External Publics: Managing Public Opinion and Behavior. *Health Marketing Quarterly*, 24(3-4), 55-80. <https://doi.org/10.1080/07359680802351280>
- Görpe, T. S., & Öksüz, B. (2024). Perception and Contribution of Public Relations to Society: What Does the Public Think? Insights from Türkiye. *Social Sciences*, 13(12), 675. <https://doi.org/10.3390/socsci13120675>