

## الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

محمد هاشم السلعوس\*

تاريخ الاستلام 2018/5/6

تاريخ القبول 2018/6/13

### ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي وأهميتها في التواصل مع الجمهورين الداخلي والخارجي للمستشفى. واعتمد الباحث على المنهج المسحي في تنفيذ الدراسة مستخدماً الاستبانة أداة في جمع المعلومات والبيانات، وتكونت عينة الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي وعددهم (١٣) ممارساً، مستخدماً أسلوب الحصر الشامل في تحديد عينة الدراسة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- 1- أن وسائل الإعلام الجديد تتفوق على بقية الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المستشفى.
  - 2- أن جهاز العلاقات العامة في المستشفى يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي.
  - 3- أن جهاز العلاقات العامة في المستشفى يمارس الأنشطة الاتصالية التعريفية والإخبارية.
- الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الأنشطة الاتصالية، الأساليب الاتصالية، المستشفيات.

### مقدمة

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية "تقيس وتتنبأ بالآراء والاتجاهات، وردود الفعل المتوقعة من الجمهورين الداخلي والخارجي، وهي التي تتحكم في عملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها تحقيقاً للمنفعة العامة للطرفين وللمجتمع ككل"<sup>(1)</sup>، وهي مجال من مجالات الإدارة، تطور في النصف الثاني من القرن الماضي، نتيجة لتعاظم أهمية الرأي العام في المجتمعات الإنسانية،

© جميع الحقوق محفوظة لجمعية كليات الآداب في الجامعات الأعضاء في اتحاد الجامعات العربية 2018.

\* قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

والرغبة في كسب ثقة الجمهور وتأييده لسياسات المؤسسات والمنظمات، حتى أصبح هذا الجمهور يؤثر مباشرة في اتخاذ قراراتها.

وتمثل العلاقات العامة أداة معرفيةً ووظيفيةً ذات طابع مهم في مختلف مجالات الحياة اليومية، فهي مرآة عاكسة لأشكال التعامل الانساني الصحيح، وهي البوصلة التي ترشد المنظمة وتوجهها إلى الطريق السليم للوصول إلى جمهورها الداخلي والخارجي، كما أنها أداة لتوضيح وشرح برامج المؤسسة وأهدافها، ولتعزيز الثقة بينها وبين الجماهير من أجل الفوز برضاهم وكسب تأييدهم لدعم الأهداف والمصالح التي تسعى إلى تحقيقها<sup>(2)</sup>.

ويختلف المؤرخون والمشتغلون بالعلاقات العامة حول مفهوم العلاقات العامة من حيث كونها فناً أو علماً. وليس الباحث هنا في صدد إيراد تعريفات للفن والعلم، إلا أنه يرى أن "من الحقائق المؤكدة أن العلم والفن متصلان اتصالاً وثيقاً، فليس من المتصور أن يقوم علم من دون فن، أو يرقى فن من دون علم، ويتجلى ذلك في العلوم التطبيقية التي تظهر فائدتها في التطبيق الفني، والخاصة أن العلم ينطوي على الإدارة أو المعرفة، والفن ينطوي على العمل، والمقصود بالفن المهاري وليس الفن بالمعنى الجمالي، وهو القدرة على التعامل مع الناس ومسايرتهم، ومجاراتهم، أي أن العلاقات العامة تحتاج إلى مهارةٍ ولباقة، وحسن تصرف، وإلى تجديد وابتكار مستمر، وهي فنٌ في كيفية التعامل مع الجمهور، والحصول على رضاه ومحبته، وكسب ثقته وتأييده، ويتحقق ذلك عن طريق الاتصال بالجماهير لنقل الحقائق إليهم وتفسيرها كي تلقى المنظمات تأييد الجماهير لها<sup>(3)</sup>. ومن هنا أدركت المؤسسات المختلفة أهمية العلاقات العامة وأهمية الاتصال بالجماهير من أجل معرفة مواقفها وآرائها ورغباتها، "كما أدركت أهمية الوصول إليها من خلال وسائل الاتصال الخاصة والعامة لنقل وجهة نظرها حول القضايا والمسائل التي يهتم بها الناس"<sup>(4)</sup>. وتأتي المستشفيات في مقدمة المؤسسات التي ينبغي أن تولي أنشطة العلاقات العامة اهتماماً خاصاً، بغية الوصول إلى الجماهير المتعددة المتعاملة معها، ولكي يكون بوسعها المنافسة في جذب الناس إليها، وتحسين سمعتها بينهم باستمرار على الصعيدين الداخلي والخارجي، حيث يمكنها ذلك من بناء سياستها، أخذة بالاعتبار متطلباتهم وتطلعاتهم.

وتسعى هذه الدراسة إلى تعرّف الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، ومدى الدور الذي تؤديه في تزويد جماهيرها بالمعلومات المهمة والمفيدة التي يحتاجون إليها. وذلك من خلال تعرّف الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي.

## الإطار النظري للدراسة:

### نشأة العلاقات العامة وتطورها:

نشأ مفهوم العلاقات العامة بعد الثورة الصناعية في أوروبا، وبروز المصانع والمؤسسات الكبرى التي أصبحت تعنى بتوثيق الصلة بجمهورها، ومع تعقيد الحياة وتعدد الأنشطة التي تقوم بها الحكومات والمؤسسات التابعة لها، والحاجة إلى التواصل مع المجتمع، كانت العلاقات العامة هي السبيل إلى التواصل بين الحكومة والجمهور. وظهرت العلاقات العامة (Relations Public) كمفهوم حديث مع بداية النهضة الأوروبية، وبعد خضوع العلوم الإنسانية للتنظير. أما كونها نشاطاً إنسانياً فهي قديمة قدم المجتمعات الإنسانية، فالإنسان بطبعه اجتماعي يميل دائماً إلى الاتصال مع الآخرين، ويسعى إلى التعامل معهم، بغية المنفعة المتبادلة، سواء في تبادل الخبرات أو الطعام أو الحاجة إلى الدفاع المشترك بوجه التحديات والمخاطر التي قد تواجهه<sup>(5)</sup>.

ومع تطور المجتمعات البشرية وما رافقها من تغيرات "طرأت تغيرات على عادات المجتمع وتقاليدته أيضاً، وظهرت هيئات ومؤسسات سياسية واجتماعية واقتصادية ودينية، وظهرت حاجة ضرورية في تلك الهيئات والمؤسسات إلى بناء نوع من العلاقات مع الناس، وذلك بغية تحقيق أهدافها، فوجدت نفسها تقوم بنشاط اتصالي، الهدف منه بناء نوع من العلاقات مع جمهور تلك المؤسسة أو الهيئة، والتي يتوقف نجاحها على كسب ثقته وتأييده"<sup>(6)</sup>.

### مفهوم العلاقات العامة:

تشير عبارة العلاقات العامة إلى أنها تتكون من كلمتين مترجمتين عن اللغة الإنجليزية هما: العلاقات (Relations)، وتعني التواصل الناجم عن التفاعل بين فردين أو أكثر، والثانية (Public) و"تعني الجمهور العام أو الناس"، ويبدل هذا المفهوم تحديداً على أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجماهير أو الناس في المجتمع، ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد، متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم<sup>(7)</sup>.

### تعريف العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي "الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب أساليب التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها، مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة في المجتمع"<sup>(8)</sup>، وهي "الجهود المخططة والمستمرة لإقامة التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها" كما أنها "صورة من السلوك وأسلوب للإعلام

والاتصال، بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة"<sup>(9)</sup>.

### خصائص العلاقات العامة:

ليست العلاقات العامة نشاطاً ثانوي الأهمية، بل إنها عنصرٌ أساسي في أنشطة المؤسسات، وضرورة يفرضها المجتمع الحديث، ونشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقتٍ محددٍ وبأسلوبٍ معينٍ مختار، وهمزة وصل بين المؤسسة والجمهور، وهدفها تحقيق الرضا العام والسعي إلى الحصول على موافقة الجمهور الداخلي والخارجي ودعمه للمنظمة. كما أنها تركز على التخطيط القائم على الملاحظة العملية وطرق البحث العلمي التي تساعد على تلمس احتياجات الجماهير، ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها، ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق إلى المستويات الإدارية العليا، لهذا فهي لا تعتمد على الارتجال أو الصدفة<sup>(10)</sup>.

### الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة:

يتخذ الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة أشكالاً متعددة، وفقاً لطبيعة تكوينها والوظائف التي تؤديها، وطبيعة المجتمع الذي تعمل فيه، لذلك فإن تصميم الأشكال والنماذج المتعلقة بالهيكل التنظيمي للعلاقات العامة، يتركز في المؤسسات الكبيرة، كالوزارات والمنظمات الدولية والإقليمية والهيئات العامة<sup>(11)</sup>.

### جمهور العلاقات العامة:

يطلق مفهوم الجمهور الداخلي على جميع الأفراد الذين يعملون داخل المؤسسات المختلفة، ومنها المستشفيات، ومن الملاحظ أن العاملين فيها آخذون في الازدياد باستمرار، خاصة بعد التقدم الصناعي والتكنولوجي العالمي، إذ اتسعت أعمال هذه المؤسسات، وتطلب هذا التوسع في أنشطتها استخدام أعداد كبيرة من العاملين، وكان لا بد لها من السعي إلى توطيد علاقتها بهم. وتعد علاقة المستشفيات بالجمهور الخارجي على درجة كبيرة من الأهمية، فلا يمكن لهذه المؤسسة أن تستمر في أداء عملها إلا إذا حظيت بثقة الناس وتأييدهم على الصعيدين الداخلي والخارجي، وللجمهور الخارجي أهميته لأنه يضم جميع الأفراد الذين يقيمونه خارج المستشفى ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر<sup>(12)</sup>.

## الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية

### مفهوم الأنشطة الاتصالية:

هي " مجموعة الممارسات الخاصة بجهاز العلاقات العامة، في إطار العمل الترويجي لتحقيق أهداف المؤسسة وتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي"<sup>(13)</sup>. وهي " كل ما تقوم به العلاقات العامة من وظائف وفعاليات، مستخدمة وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الناس عن المؤسسة"<sup>(14)</sup>.

### الأنشطة الاتصالية المستخدمة لتحقيق أهداف العلاقات العامة:

يتم استخدام عدد من الأنشطة الاتصالية في إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها التي يمكن استخدامها جميعها أو بعضها، وهذه الأنشطة هي<sup>(15)</sup>:

**1- الزيارات:** وهي أن تقوم إدارة العلاقات العامة باستضافة أفراد من الجمهور المستهدف للتعريف بأنشطة المنظمة، وجعلهم يشعرون بالألفة مع المكان قبل الوصول إليه.

• **النشرات:** هي عبارة عن نشرات تعريفية عبر موقعها الإلكتروني الذي يكون معداً إعداداً جيداً من حيث المعلومات والصيغة وسهولة الاستخدام. وتعدّ هذه الوسيلة وسيلة مهمة لمساعدة رجال العلاقات العامة، لتحديد مدى فهم الجمهور لأنشطة المؤسسة التي يعملون فيها، وتجب عن كثير من الأسئلة الرئيسة التي تتبادر إلى ذهن الجمهور.

• **الرسائل:** يتم إعدادها للجمهور المستهدف للتعريف بالحملات التي تقوم بها المؤسسة.

• **الصحافة:** من الضروري أن يظل اسم المنظمة وخدماتها مرتبطين بأذهان الجمهور المستهدف، وخير وسيلة لذلك هي الأخبار، والمقالات والإحصائيات التي تنشر في الصحف المحلية، ومن الضروري إدراك أنّ الصحافة المحلية بحاجة إلى هذا النوع من الأخبار.

• **الإذاعة والتلفزيون:** تفعيل دور العلاقات العامة عن طريق نشاطاتها وخدماتها من خلال المشاركة في البرامج والندوات التي تقدمها الإذاعة والتلفزيون، مما يعزز سمعتها ومكانتها.

• **الملصقات:** ويمكن استخدام نوعين من الملصقات:

أ. الملصقات Posters التي تبرز اسم المؤسسة، والتي يجب أن يراعى فيها وضوح الفكرة وجمال الإخراج وجودة الصياغة.

ب. عقد المؤتمرات الصحفية: من خلال دعوة رجال الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون لتغطية المؤتمرات، بالإضافة إلى إعداد أفلام سينمائية وفيديوهات قصيرة لتعريف بأنشطة المؤسسة.

### أنشطة العلاقات العامة حسب مداخل اتخاذ القرارات:

تتفاوت الأنشطة والبحوث والدراسات التي تنجزها إدارة العلاقات العامة وفقاً للمراحل التي تمر بها القرارات التي تتخذها الإدارة العليا، وتكون تلك الأنشطة على النحو الآتي<sup>(16)</sup>:

أولاً: أنشطة قبل اتخاذ القرار: وهي البحوث التي يتم إجراؤها قبل الشروع في عملية اتخاذ القرار.

ثانياً: أنشطة أثناء اتخاذ القرار: توجد أنشطة تقوم بها إدارة العلاقات العامة أثناء اتخاذ الإدارة العليا في الجهاز للقرار، وذلك لتوضيحه وبيانه ومحاولة التأثير في الجمهور.

ثالثاً: الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بعد اتخاذ القرار: وهي الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بعد اتخاذ الإدارة العليا لقرارها، ويكون لها تأثير عليه، وتتلخص هذه الأنشطة فيما يلي:

دراسة الجمهور الداخلي والخارجي، الهيئات الاستشارية، تحليل الرسائل البريدية، تخصيص هاتف لاستقبال مكالمات الجمهور، التقارير السنوية.

### الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية:

- وسائل الاتصال الشخصي الوسيطي، وتتمثل في الآتي:  
التليفون، التلغراف، التليكس، الفاكس، الإذاعة المحلية والدوائر التلفزيونية المغلقة، اتصالات الحاسب الإلكتروني، مكبرات الصوت والأجراس، التسجيلات، التقارير اليومية والدورية والسنوية.
- وسائل الاتصال الشخصي المباشر، وتتمثل في الآتي:  
الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع، الاشتراك في المسابقات العامة، المشاركة في الحياة العامة، خدمة المجتمع المحلي، الزيارات، الاجتماعات، المقابلات، المحادثات، رعاية العاملين في المنشأة.
- وسائل الاتصال الجماهيري، وتتمثل في الآتي:

صحف الحائط، مجلة المنشأة، النشرات الإخبارية، البيانات الصحفية، الكتيبات، الأدلة، الخرائط، الندوات، المطويات، الأدلة الإرشادية، التخطيطات التوضيحية، الصحف، الصور

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

والرسوم، أفلام العلاقات العامة، الرحلات، المعارض، المعسكرات، الأحاديث، الخطب العامة، المجلات، المسرح، السينما، الراديو<sup>(17)</sup>.

### عمل العلاقات العامة في المستشفيات:

تؤدي العلاقات العامة في قطاع الرعاية الصحية والمستشفيات دوراً مهماً لتعاملها مع جمهور متنوع، وذي خصوصية عالية، ومحتاج إلى رعاية نفسية وطبية في آن واحد، وعليها يقع واجب تلقي التوجيهات والتعليمات من الإدارة العليا وترجمتها إلى رسائل وبرامج توجّه إلى الجماهير، بالإضافة إلى نقل وجهات نظر جميع العاملين في المستشفى واقتراحاتهم إلى الإدارة.

ومن أبرز وظائف العلاقات العامة في المستشفيات، هو القيام بتعريف الجمهور الخارجي والداخلي بالمستشفى وتوضيح أهدافها ورسالتها، عن طريق أدوات الاتصال الشائعة، وتوفير مناخ جيد من العلاقات الاجتماعية والإنسانية بين العاملين، عن طريق استثمار المناسبات والأعياد، وتقديم صورة واضحة للجمهور عن سياسة المستشفى، وما يحدث فيها من تعديل وتغيير لإيجاد حالة من الاستقرار لدى العاملين والجمهور الخارجي، لاستمرار العلاقة والتعامل مع المؤسسة، ومساعدة الإدارة في المستشفى والجمهور الخارجي لتحقيق نوع من الانسجام في التعامل، وكسب ثقة الجماهير بها في الداخل والخارج، وتوثيق العلاقة بين الأقسام والشعب داخل المستشفى، والتأكيد على تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية والتعاون فيما بينها وإيجاد قنوات جديدة للاتصال، ودراسة اتجاهات الجماهير التي تتعامل مع المستشفى، وتحليل المقترحات المهمة، وتقديم تقارير مراقبة عن ذلك للإدارة وإقرارها لترسيخ العلاقة الطبية بين الجمهور دون المساس بمصالح المستشفى، فمهمة العلاقات العامة تكمن في توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة للجمهور الداخلي والخارجي، والتركيز على المريض واحتياجاته ليشعر أنه جزء من المؤسسة أو النظام<sup>(18)</sup>.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### مشكلة الدراسة:

تعدّ الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في كل المؤسسات أساسيةً لتسويق أي مؤسسة تستهدف جذب الجماهير على اختلاف أنواعها إلى منتجاتها أو خدماتها، ومن ثمّ فإنّ الأنشطة الاتصالية من الأسس المهمة لتسويق الخدمة أو السلعة. وللعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية دور خاص، عليها أن تؤديه بكفاءة، وخصوصاً في هذه الأونة التي يشهد المرء فيها اعتداءات على الأطباء والعاملين فيها من قبل بعض المواطنين. وتكشف هذه الدراسة

عن الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها قسم العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي، ومدى انعكاسها على الجمهور وأهميتها بالنسبة إليه.

### أهمية الدراسة:

تعد دائرة العلاقات العامة حلقة الوصل التي تربط المستشفى ب جماهيرها، فهي النافذة التي تُطل من خلالها على جماهيرها الداخلية والخارجية، عند الرغبة في الحصول على أي معلومة أو استفسار. وانطلاقاً من ذلك تأتي أهمية هذه الدراسة لتعرف الأنشطة الاتصالية لقسم العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي. ويمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة في أنها:

- 1) تدرس الأنشطة التي يؤديها قسم العلاقات العامة في أهم مؤسسة طبية في شمال الأردن.
- 2) تكشف عن دور العلاقات العامة في دعم مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي جماهيرياً، والأنشطة التي تقوم بها في سبيل بناء سمعة طيبة ورسم صورة جميلة له بين الناس.
- 3) قد تثري المكتبة العلمية العربية بدراسة جادة حول الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية.

### أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تعرف الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي كهدف رئيس، ويتفرع منه الأهداف الفرعية الآتية:
- 1- تعرف الوسائل الاتصالية التقليدية والحديثة التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.
  - 2- رصد الأساليب الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.
  - 3- بيان الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.
  - 4- تعرف الصعوبات التي تعترض عمل العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.

### أسئلة الدراسة:

وضع الباحث الأسئلة الآتية، بهدف تعرف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي:



الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

- ما الوسائل الاتصالية التقليدية والحديثة التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي؟
- ما الأساليب الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي؟
- ما الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك عبد الله الجامعي؟
- ما الصعوبات التي تعترض عمل العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي؟

### نموذج الدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى "نموذج الاتصال غير المتوازن"، وإلى "نموذج الاتصال المتوازن" لـ "جيمس جرونج" (19). ويقوم نموذج الاتصال غير المتوازن (غير المتماثل) في اتجاهين على ممارسة الاتصال في اتجاهين: من المنظمة إلى الجمهور، ومن الجمهور إلى المنظمة، بهدف إقناع الجمهور بإستراتيجياتها وسياساتها وأهدافها، وقياس ردود فعل الجمهور عليها. ولكنه لا يتضمن اتخاذ إجراءات ما، أو إجراء تعديل في إستراتيجيات المنظمة وسياساتها في ضوء رد فعل الجمهور. أما النموذج المتوازن (المتماثل) في اتجاهين، فهو النموذج المثالي لممارسة العلاقات العامة، ولذا يُطلق عليه نموذج العلاقات العامة الممتازة، حيث تسعى المنظمة إلى تخطيط سياسات وبرامج العلاقات العامة على مستوى إستراتيجي، بهدف إحداث تغييرات ما في معارف الجمهور أو اتجاهاته أو سلوكياته، مع توافر استعداد لديها بالتكيف والتغيير وفقاً لمتطلبات البيئة الخارجية التي تعكسها اتجاهات الجمهور وسلوكياته، ولذا يركز هذا النموذج على بناء علاقات إستراتيجية مع الجماهير تستهدف خلق تفاهم متبادل، وممارسة أساليب الاتصال الفعّال بدلاً من الاعتماد على إستراتيجيات الإقناع.

ومن هذا المنطلق يعدّ نموذج جرونج هو الأنسب لقيام جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك عبد الله الجامعي بتطبيقه، لأنه يقوم على الفهم المتبادل بين الطرفين، وصولاً إلى الانسجام عن طريق دراسة وتحليل ردود الفعل على العمليات الاتصالية بالاتجاهين بين المستشفى والجماهير الداخلية والخارجية. وقد وظّف الباحث "النموذج غير المتوازن باتجاهين"، الذي يسعى إلى خدمة أهداف المؤسسة من خلال إيصال المعلومات إلى العاملين في المؤسسة إلى الإدارة، ومن خلال أدوات اتصالية متعددة كالمؤتمرات والندوات والاجتماعات، وتعكس الدراسة أيضاً "نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين" الذي يسعى إلى إظهار الحوار بين المؤسسة وجماهيرها بأسلوب متزن ومتناسق للتوصل إلى حلول وسطى.

## مفاهيم الدراسة والتعريفات الإجرائية:

الأنشطة الاتصالية: هي كل ما يقوم به قسم العلاقات العامة من وظائف وفعاليات، مستخدماً وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة، بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام الجماهيري<sup>(20)</sup>.

التعريف الإجرائي: الأنشطة الاتصالية هي من أهم وظائف العلاقات العامة في مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي التي تهتم بالتواصل والاتصال مع جماهيرها، لتزويدهم بأهم المعلومات التي تتناسب مع احتياجاتهم ورغباتهم، وكل ما هو جديد فيها.

جهاز العلاقات العامة: هو الجهاز الذي يعمل في العديد من المجالات كالنشر والإعلام وقياس الرأي العام، وكل ذلك يحتاج إلى تنظيم يُيسر التعاون بين المتخصصين في هذه الفروع، حيث يقوم جهاز العلاقات العامة بعملية التنظيم بين هذا التخصصات<sup>(21)</sup>.

التعريف الإجرائي: يقصد بجهاز العلاقات العامة في هذه الدراسة، الجهاز المسؤول في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي عن القيام بجميع الأنشطة الخاصة بالجمهور الذي يتعامل معه على الصعيدين الداخلي والخارجي.

### دراسات سابقة:

### دراسات عربية:

دراسة أبو العسل (2014)<sup>(22)</sup>، وهي بعنوان: "الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية"، وتسعى إلى تعرف طبيعة ومستوى الممارسات الاتصالية والإدارية والأنشطة الإعلامية التي تقوم بها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية القائمة على منهج المسح من خلال استخدام الاستبانة أداة لجمع المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة في كوادرات العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية التي يزيد عدد أسرتها عن مائة سرير في كل من العاصمة عمان ومحافظة إربد. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود أجهزة للعلاقات العامة تحت عدة مستويات إدارية، حاز من بينها مستوى (قسم) على النسبة العليا، كما تفوقت نسبة العاملين فيها من الذكور على الإناث. وكشفت النتائج عن أن النسبة الغالبة من العاملين في العلاقات العامة ليست من المتخصصين في هذا الحقل أو في الإعلام وفروعه؛ إذ تبين النتائج أن نسبة المتخصصين في حقل العلاقات العامة تصل إلى (17.3%)، وأن معظم أجهزة العلاقات العامة في العينة المدروسة يرتبط بمدير المستشفى مباشرة، وبنسبة مقادراها (91.7%) وأن نصف عينة الدراسة يمارس عمل العلاقات العامة من خلال النموذج الاتصالي المتوازن باتجاهين، وبنسبة (57.3%).

دراسة عاشور (2014)<sup>(23)</sup> بعنوان: "الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن"، وتهدف هذه الدراسة إلى تعرّف طبيعة الأنشطة الاتصالية وأسلوب عمل وفعالية البرامج والمشكلات التي تواجه العلاقات في المنظمات الدولية في الأردن، بالإضافة إلى تأثير برامج العلاقات العامة على الجمهور الأردني كما يراها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداتي الاستبانة والمقابلة. ونظرا لصغر حجم عينة ومجتمع الدراسة، فقد اعتمدت على أسلوب الحصر الشامل. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن يقيمون علاقات جيدة مع المؤسسات الإعلامية في المملكة، وأن من أهم وأكثر المشكلات التي تعترض عمل إدارة العلاقات العامة وجود ضوابط صارمة على المواد التي تنشر في وسائل الإعلام.

دراسة العنزي (2012)<sup>(24)</sup> بعنوان: "الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات السعودية: دراسة مسحية"، وتهدف إلى تعرّف درجة الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات السعودية، من خلال دراسة العلاقة بين درجة الرضا الوظيفي وبعض المتغيرات الديموغرافية، والتي تشمل الفروق بين الجنسين، المؤهل الدراسي، مستوى الخبرة، نوع المستشفى، كما تسعى إلى تعرّف موقف الإدارة العليا للمنشأة تجاه طبيعة عمل جهاز العلاقات العامة فيها، والصعوبات التي تواجه إدارات العلاقات العامة في المستشفيات السعودية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. وتتكون عينة الدراسة من (155) ممارساً للعلاقات العامة في المستشفيات السعودية بقطاعه الخاص والعام، وقد تمّ استثناء مديري الإدارات من الدراسة التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي والمقارن. وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر من ثلث العاملين في قطاع العلاقات العامة في المستشفيات السعودية هم من القطاع التسويقي والإعلاني والترجمة، وليسوا من المتخصصين في العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى أن الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات السعودية الحكومية، أعلى منه في المستشفيات الخاصة.

دراسة منصور (2012)<sup>(25)</sup> بعنوان: "أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني"، وتسعى إلى تعرّف أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة في البحث والتخطيط والاتصال والتقييم، وبيان فروق أثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية المتمثلة في النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، التخصص، المسمى الوظيفي، الخبرة، ونوع القطاع. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح الشامل، وشمل مجتمع الدراسة جميع موظفي العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني عام (2012) والبالغ عددهم (130) موظفاً وموظفةً في (31) مستشفى داخل العاصمة عمان. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه

الدراسة أن القطاع الصحي الأردني يستخدم تكنولوجيا الاتصال في القيام بوظائف العلاقات العامة بمتوسط حسابي مرتفع هو (2,46).

دراسة الحديدي (2010)<sup>(26)</sup> بعنوان: "واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة"، وتهدف الدراسة إلى تعرّف واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، وذلك بتعرّف تقييم النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم، وكذلك تعرّف مدى إشراك الطلبة بنشاطاتها وخدماتها. ويتكوّن مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية، البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، المسجلين في العام الجامعي (2010-2009)، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية الطبقية، وبنسبة (3%) من مجتمع الدراسة. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة، والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام، قد جاءت بدرجة منخفضة.

دراسة العنزي (2006)<sup>(27)</sup> بعنوان: "العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية: دراسة في الاتجاهات الإدارية وواقع الممارسة الفعلية"، وتهدف هذه الدراسة إلى تعرّف واقع أجهزة العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية، واتجاه موظفي العلاقات العامة والقيادات الإدارية نحوها، ولتحقيق هذا الهدف درس الباحث الجوانب الإدارية لأجهزة العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية والأنشطة التي تمارسها فيها، واستعرض في دراسته هذه أبرز الدراسات السابقة التي أجريت في المملكة العربية السعودية والأقرب إلى هذه الدراسة. واستخدم الباحث المنهج المسحي لجمع البيانات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة، إذ قام بتصميم ثلاث استبانات تم توجيهها إلى عينة الدراسة، كانت الأولى إلى مديري العلاقات العامة، والثانية إلى موظفيها، والثالثة إلى القيادات الإدارية. وتم اختبار صدق ثبات الاستبانة من خلال عرضها على عدد من المحكمين بقسم الإعلام في جامعة الملك سعود. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن أبرز الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية تتركز في (القيام بالنشاط الإعلامي للبنك، والرد على ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة، والنشر الصحفي، وتنفيذ الملف الصحفي).

#### الدراسات الأجنبية:

دراسة (إيروا، وكورنا، 2012)<sup>(28)</sup> بعنوان: "ممارسة العلاقات العامة وتأثيرها على فاعلية مستشفى البشير في الأردن"، وكان عدد أفراد العينة (569) شخصاً من المراجعين. وكان من أبرز فرضيات هذه الدراسة قياس احتمالية العلاقة بين فعالية المنظمة وسمعتها، وجاءت النتائج لتأكيد هذه الفرضية، ولتعطي مؤشراً قوياً للمديرين لمساعدتهم في تحسين عناصر العلاقات. وتهدف

هذه الدراسة إلى اختبار تأثير الثقة والالتزام في العلاقات العامة في المنظمة، وتأثير نوع العلاقات العامة على فاعلية المنظمة نفسها في عمان، حيث ركزت الدراسة على جمع المعلومات من المرضى وعائلاتهم. وتلخصت نتائج الدراسة في عدم فعالية العلاقات العامة في مستشفى البشير وذلك للأسباب الآتية:

- \* عدم العمل الجاد لإعداد موظفي علاقات عامة مؤهلين.
- \* عدم العمل الجاد لتحسين نوعية الخدمة المقدمة، وحل المشكلات المالية ومشكلات الموظفين، للبدء بمرحلة جديدة تركز على نوعية الخدمة ورضا المرضى.
- \* افتقار الأطباء العاملين في المستشفى إلى الخبرة في التعامل وبناء علاقات قوية مع المرضى، وهو عنصر مهم ينبغي أن يؤخذ بعين الاعتبار لتأكيد الصورة الذهنية للمستشفى في أذهان المرضى.

دراسة (Kim & Lee, 2010)<sup>(29)</sup> وهي بعنوان "العلاقة بين صورة الشركة وولاء العملاء في أسواق خدمات الاتصالات المتنقلة". تكشف هذه الدراسة عن العلاقات التي تربط بين صورة شركات الاتصالات ووعي العملاء بالعلامة التجارية، وسعر الخدمة وجودتها المقدمة للعملاء، وهي دراسة ميدانية أُجريت على عينة قوامها (469) مفردة من شركات الاتصال الكورية الجنوبية. وأظهرت نتائج الدراسة أن صورة الشركة، والوعي بالعلامة التجارية وسعر الخدمة وجودتها هي من المقدمات الأساسية للفوز بولاء العملاء في أسواق خدمات الاتصالات المتنقلة، حيث يرى (57.3%) من عينة الدراسة أن صورة الشركة في السوق تؤثر بشكل كبير في التعامل معها والانتماء إليها، وأن (86.8%) من أفراد العينة يرون أن سعر الخدمة التي تقدمها الشركة تؤثر بشكل كبير في الاشتراك بها، بينما يرى (87.6%) منهم أن جودة الخدمة هي المؤثر الرئيس الذي يدفعهم إلى الاشتراك بشركة اتصالاتٍ دون غيرها. وتشير الدراسة إلى أن (55.9%) من أفراد عينة الدراسة راضون بشكل كبير عن جودة الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات الكورية، وأن (54.6%) راضون عن مجمل الخدمات التي تقدمها تلك الشركات، وأن (27.6%) منهم راضون عن سعر خدماتها، وأن ما لا يزيد عن (44.8%) من أفراد عينة الدراسة راضون عن الشركة التي ينتمون إليها.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- \* استفاد الباحث في إعداد دراسته هذه من الدراسات السابقة في اختيار النموذج المستخدم، وتحديد أداة الدراسة ومنهجها، وتعرف الأساليب الإحصائية المستخدمة.

\* اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في النقاط الآتية:

\* اتفق هدف الدراسة مع عدد من أهداف الدراسات السابقة التي سعت إلى تعرّف دور العلاقات العامة، والأنشطة التي تنجزها، وتعرّف مدى تحقيق دائرة العلاقات العامة لأهدافها.

\* اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن البحوث الوصفية التي اتبعت المنهج المسحي.

\* استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة وهذه الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات.

\* تميزت هذه الدراسة باعتبارها الدراسة الأولى عن مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.

### نوع الدراسة ومنهجها:

تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تُستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها، وتعرّف العوامل المؤثرة في ذلك. وتعدّ الدراسات الوصفية التي تتم داخل المجتمعات المختلفة على وجه الخصوص، من أكثر الدراسات شيوعاً واستخداماً في الإعلام، لأنها تسعى إلى وصف خصائص ما هو قيد الدراسة للوصول إلى فهم أعمق وأشمل للموضوع، كما تعدّ المسوح التي يقوم بها الأفراد والهيئات والمنظمات والمؤسسات المختلفة مهمة من أجل تعرّف ما يتمتع به الجمهور المستهدف بخدماتها ومنتجاتها، وتعرّف انطباعاتهم وآرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم نحوها، كما تساعد في الدراسات الخاصة بالرأي العام تجاه موضوعات أو قضايا معينة تخص المؤسسة أو المنظمة، وتساعد هذه المسوح كذلك في رسم السياسات العامة أو تعديلها وفي التخطيط واتخاذ القرارات وتقييمها<sup>(30)</sup>.

وفي إطار هذه الدراسة تم استخدام المنهج المسحي، وذلك لتعرّف الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة. ويعدّ منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمع البحث الأصلي، أو تعرّف أساليب الممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة، أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس الاستبصار الكامل بجوانب الموقف<sup>(31)</sup>.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي، وتتكون العينة من جميع العاملين في قسم العلاقات العاملين فيه، والبالغ عددهم (13) فرداً، وبأسلوب الحصر الشامل.

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

### جدول (1): خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات	
100.0	13	ذكر	النوع الاجتماعي
00	0	أنثى	
38.5	5	من 25 - أقل من 35 سنة	السن
61.5	8	من 35 - أقل من 45 سنة	
7.7	1	ثانوية عامة	المؤهل العلمي
38.5	5	دبلوم	
53.8	7	بكالوريوس	
46.2	6	صحافة	التخصص
7.7	1	علاقات عامة	
46.2	6	أخرى (لغة إنجليزية، محاسبة، إدارة مستشفيات).	
7.7	1	أقل من 3 سنوات	سنوات الخبرة
23.1	3	من 3 أقل من 7 سنوات	
30.8	4	من 7- أقل من 10 سنوات	
38.5	5	من 10 سنوات فأكثر	
15.4	2	منسق التواصل والعلاقات العامة	المسمى الوظيفي
61.5	8	موظف	
23.1	3	أخرى (استقبال، إداري، كاتب)	
100.0	13	المجموع	

#### حدود الدراسة:

الحد الزمني: شهر شباط 2018.

الحد المكاني: تنحصر هذه الدراسة في إطارها المكاني في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.

الحد البشري: يتكون من جميع ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي.

#### أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات حول الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم

تطوير الاستبانة بناء على أدبيات التراث العلمية، والدراسات السابقة ذات العلاقات المباشرة بموضوع الدراسة.

تتكون الاستبانة من ثلاثة محاور:

- يشمل المحور الأول المعلومات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، وهي: النوع الاجتماعي، السن، المؤهل العلمي، التخصص، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي.
- يشمل المحور الثاني الوسائل والأساليب الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في المستشفى.
- ويشمل المحور الثالث الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة، والصعوبات التي يواجهها.

تم اعتماد سلم ليكرت الرباعي لتصحيح أداة الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته: (بدرجة عالية، بدرجة متوسطة، بدرجة ضعيفة، لا تستخدم)، وهي تمثل رقمياً (1,2,3,4) على الترتيب. وتم اعتماد المقياس الآتي لأغراض تحليل النتائج:

جدول رقم (2): معيار القياس والاتجاه للحكم على فقرات أداة الدراسة

المقياس	درجة الممارسة
من 1,00 - 2,00	ضعيفة
من 2,01 - 3,00	متوسطة
من 3,01 - 4,00	عالية

وهكذا. وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة الآتية:

(الحد الأعلى للمقياس (4) - الحد الأدنى للمقياس (1)) / عدد الفئات المطلوبة (3)

$$(1-4) / 3 = 1,00 \text{ المدى}$$

ومن ثم إضافة الجواب (1,00) إلى نهاية كل فئة.

اختبار صدق الاستبانة:

يُقصد باختبار صدق أداة جمع المعلومات، مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، ويوجد عدة أنواع للصدق منها الصدق الظاهري، وصدق المضمون، والصدق المتعلق بالمعيار، والصدق التركيبي أو صدق المفهوم<sup>(32)</sup>.



وللتحقق من صدق مؤشرات الأداة تم استخدام الصدق الظاهري، حيث عُرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص، وذلك للتأكد من مدى ملاءمة أداة الدراسة وقدرتها على تحقيق الأهداف والأسئلة البحثية، وقد أخذ الباحث آراءهم وتعديلاتهم بعين الاعتبار، وأورد أسماءهم ورتبهم الأكاديمية والجامعات التي يدرسون فيها في صفحة خاصة.

#### ثبات الأداة:

يعرف الثبات بأنه "الاتساق Consistency والدقة Accuracy والثبات أو الاستقرار Stability، وهي كلها تشير إلى تعريف إجرائي واحد هو الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على الأداة نفسها في المواقف أو الظروف ذاتها" (33).

بعد التأكد من صلاحية الأداة وجاهزيتها للتطبيق، تم تطبيقها على مجتمع الدراسة البالغ عدد أفراد (13) فرداً من ممارسي العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس. ولغرض التحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة المتعلقة بالأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، استخدم الباحث معامل الثبات (كرونباخ ألفا)، وتم استخراج النتائج باستخدام برنامج (SPSS) الإحصائي للعلوم الاجتماعية، وبلغ الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا للمحاور (0,60-0,82)، ويُعد ذلك مناسباً لغايات هذه الدراسة. والجدول الآتي يبين هذه المعاملات:

جدول (3): معامل الاتساق الداخلي كرونباخ للمحاور والأداة ككل

المحور	الاتساق الداخلي
الوسائل الاتصالية	0.82
الأساليب الاتصالية	0.84
الأنشطة الاتصالية	0.91
الصعوبات	0.60

وفي ضوء ما تقدم فإنّ البيانات التي تم الحصول عليها من خلال تطبيق أداة الدراسة على أفراد العينة البالغ عددهم (13) مفردة، تُعدُّ صالحة لأغراض التحليل الإحصائي وحساب المؤشرات الإحصائية لغرض الإجابة عن أسئلة الدراسة.

## مناقشة النتائج وتحليلها:

بعد أن جمع الباحث المعلومات وقام بتحليلها إحصائياً توصل إلى النتائج الآتية التي يعرضها وفقاً لأسئلة الدراسة:

أولاً: الوسائل الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي:

يبين الجدول (4) الآتي أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.54-3.92)، أي إن استخدام ممارسي العلاقات العامة في المستشفى لأغلب الوسائل الاتصالية يتم بشكلٍ متوسطٍ وعالٍ. ويتضح من الجدول أن المتوسط الحسابي العام للوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة للتواصل مع جمهور المؤسسة قد بلغ (3.43) وانحراف معياري (434). وبمقارنة المتوسط الحسابي العام مع معيار أداة الدراسة، فإن استخدامهم للوسائل الاتصالية بشكلٍ عامٍ عالٍ جداً، حيث جاءت الفقرتان (8 و9) ونصهما: "الموقع الإلكتروني"، و"البريد الإلكتروني" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.92) وانحراف معياري بلغ (277)، وحظيت الفقرة رقم (10) ونصها: "مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي بلغ (3.77) وانحراف معياري بلغ (439)، وجاءت في المرتبة الثالثة فقرة رقم (5) ونصها: "الهواتف" بمتوسط حسابي بلغ (3.69) وانحراف معياري بلغ (855)، وجاءت في المرتبة الرابعة الفقرتان رقم (6 و7) ونصهما: "الرسائل بواسطة الهاتف المحمول" و"لوحة الإعلانات الداخلية" بمتوسط حسابي بلغ (3.62) وانحراف معياري بلغ (650). وجاءت في المرتبة الأخيرة لمستوى الممارسة العالية فقرة رقم (4) ونصها: "التلفزيون" بمتوسط حسابي بلغ (3.31) وانحراف معياري (855).

أما الوسائل الاتصالية التي تستخدم بشكلٍ متوسطٍ من قبل ممارسي العلاقات العامة في المستشفى فقد حظيت الفقرة رقم (3) بالمرتبة الأولى ونصها: "الإذاعة" بمتوسط حسابي بلغ (2.92) وانحراف معياري بلغ (954)، وجاءت الفقرة رقم (1) في المرتبة الثانية ونصها: "الصحف" بمتوسط حسابي بلغ (2.85) وانحراف معياري بلغ (689)، وجاءت في المرتبة الأخيرة فقرة رقم (2) ونصها: "المجلات" بمتوسط حسابي بلغ (2.54) وانحراف معياري بلغ (877).

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

جدول (4): الوسائل الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	درجة عالية		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		لا تستخدم		الرتبة الرقم الفقرات			
		بدرجة		بدرجة		بدرجة		بدرجة					
		%	ن	%	ن	%	ن	%	ن				
عالية	.277	3.92	92.3	12	7.7	1	.0	0	.0	0	الموقع الإلكتروني	8	1
عالية	.277	3.92	92.3	12	7.7	1	.0	0	.0	0	البريد الإلكتروني	9	1
عالية	.439	3.77	76.9	10	23.1	3	.0	0	.0	0	مواقع التواصل الإلكتروني	10	3
عالية	.855	3.69	84.6	11	7.7	1	.0	0	7.7	1	الهاتف	5	4
عالية	.650	3.62	69.2	9	23.1	3	7.7	1	.0	0	الرسائل بواسطة الهاتف المحمول	6	5
عالية	.650	3.62	69.2	9	23.1	3	7.7	1	.0	0	لوحة الإعلانات الداخلية	7	5
عالية	.855	3.31	46.2	6	46.2	6	.0	0	7.7	1	التلفزيون	4	7
متوسطة	.954	2.92	30.8	4	38.5	5	23.1	3	7.7	1	الإذاعة	3	8
متوسطة	.689	2.85	7.7	1	76.9	10	7.7	1	7.7	1	الصحف	1	9
متوسطة	.877	2.54	7.7	1	53.8	7	23.1	3	15.4	2	المجلات	2	10
عالية	.434	3.42									الوسائل الاتصالية		

ويستدل من هذه النتيجة على تفوق وسائل الإعلام الجديدة (المواقع الإلكترونية للمستشفى، البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي)، لما لها من سمات وخصائص تتفوق بها على الوسائل التقليدية، وفي مقدمة هذه السمات: التفاعلية، والسرعة العالية في الحصول على الاستجابات من الجمهور عبر هذه الوسائل، إضافة إلى التقدم والرقى في سلم التطورات في مجال الاتصال والتكنولوجيا. ويعد الأردن بلداً متطوراً ومستخدماً فعالاً لمواقع التواصل الاجتماعي، وفق ما نشر في جريدة "الغد" لدراسة عالمية لمؤسسة (Pew Research Center) البحثية أن الأردن في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تبلغ النسبة في الأردن (90%).

ثانياً: الأساليب الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي:

يتضح من الجدول رقم (5) الآتي أنّ المتوسط الحسابي العام للأساليب الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة للتواصل مع جمهور المؤسسة قد بلغ (3,26) وانحراف معياري (555)، وبمقارنة المتوسط الحسابي العام مع معيار أداة الدراسة فإن استخدامهم للأساليب الاتصالية بشكل عام عالٍ جداً.

وفيما يتعلق بالأساليب الاتصالية التي تستخدم بشكل عالٍ، فقد حظيت الفقرتان رقم (11)، (15) ونصهما: "المؤتمرات" و"الزيارات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3,46) وانحراف معياري (660)، وجاءت الفقرات رقم (12، 13، 14) ونصها: "الندوات" و"الاجتماعات" و"المحاضرات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3,38) وانحراف معياري (650)، وجاءت في المرتبة الأخيرة فقرة رقم (16) ونصها: "المعارض".

أما فيما يتعلق بالوسائل الاتصالية التي تستخدم بشكل متوسط فقد حظيت الفقرة رقم (17) ونصها: "الحفلات" بمتوسط حسابي بلغ (2,92) وانحراف معياري بلغ (862)، وجاءت الفقرة (18) ونصها: "الرحلات الترفيهية" في المرتبة الثانية والأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (2,77) وانحراف معياري (1,235).

ويستدل من هذه النتيجة على أن أدوات الاتصال الشخصي والجمعي في العلاقات العامة تحظى بتقديرات عالية جداً، لما لها من فائدة عالية في المناقشات الأنية مع الجمهور المستهدف، وتعرف رد فعله على الرسائل الاتصالية التي تبث عبر هذه الوسائل، كما أن المستشفيات تحفل بالمبادرات الطبية والمؤتمرات العلمية، لذا تعد من أنسب وسائل الأساليب الاتصالية.

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

جدول (5): الأساليب الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الدرجة عالية	بدرجة		بدرجة		بدرجة		لا تستخدم	الفرقات	الرتبة الرقم		
			متوسطة	ضعيفة	متوسطة	ضعيفة							
			% ن	% ن	% ن	% ن							
عالية	.660	3.46	53.8	7	38.5	5	7.7	1	.0	0	المؤتمرات	11	1
عالية	.660	3.46	53.8	7	38.5	5	7.7	1	.0	0	الزيارات	15	1
عالية	.650	3.38	46.2	6	46.2	6	7.7	1	.0	0	الندوات	12	3
عالية	.768	3.38	53.8	7	30.8	4	15.4	2	.0	0	الاجتماعات	13	3
عالية	.650	3.38	46.2	6	46.2	6	7.7	1	.0	0	المحاضرات	14	3
عالية	.751	3.31	46.2	6	38.5	5	15.4	2	.0	0	المعارض	16	6
متوسطة	.862	2.92	23.1	3	53.8	7	15.4	2	7.7	1	الحفلات	17	7
متوسطة	1.235	2.77	38.5	5	23.1	3	15.4	2	23.1	3	رحلات ترفيهية	18	8
عالية	.555	3.26									الأساليب الاتصالية		

جدول رقم (6): الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في المستشفى

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجة عالية		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		لا تستخدم		الفقرات	الرتبة الرقم	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
عالية	.376	3.85	84.6	11	15.4	2	.0	0	.0	0	التعريف بالمستشفى وأنشطته.	19	1
عالية	.650	3.62	69.2	9	23.1	3	7.7	1	.0	0	متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام حول المستشفى وخدماته.	20	2
عالية	.506	3.62	61.5	8	38.5	5	.0	0	.0	0	إعداد الردود حول كل ما ينشر في وسائل الإعلام عن المستشفى.	22	3
عالية	.650	3.62	69.2	9	23.1	3	7.7	1	.0	0	إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات الوطنية.	24	2
عالية	.660	3.54	61.5	8	30.8	4	7.7	1	.0	0	الإشراف على الأنشطة الاجتماعية والعلمية في المستشفى.	23	5
عالية	.660	3.54	61.5	8	30.8	4	7.7	1	.0	0	تزويد الإدارة العليا بالمستشفى بآراء الجمهور حول المستشفى.	26	5
عالية	.776	3.46	61.5	8	23.1	3	15.4	2	.0	0	إصدار مطبوعات عن المستشفى.	21	7
عالية	.776	3.46	61.5	8	23.1	3	15.4	2	.0	0	التواصل مع الجمهور عبر الإنترنت.	25	7
عالية	.511	3.59									الأنشطة الاتصالية		

ثالثاً: الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في المستشفى:

يتضح من الجدول رقم (6) السابق أن المتوسط الحسابي العام للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة للتواصل مع جمهور المؤسسة قد بلغ (3,59) وانحراف معياري (511)، وبمقارنة المتوسط الحسابي العام مع معيار أداة الدراسة يتبين أن استخدامهم للوسائل الاتصالية بشكل عام عالٍ جداً.

ويبين الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.46-3.85)، حيث جاءت الفقرة رقم (19) والتي تنص على "التعريف بالمستشفى وأنشطته" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.85) وانحراف معياري (376). بدرجة عالية، بينما جاءت الفقرات (20، 22، 24) ونصها: "متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام حول المستشفى وخدماته، وإعداد الردود حول كل ما ينشر في وسائل الإعلام عن المستشفى"، و"إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات الوطنية" بمتوسط حسابي بلغ (3,62) وانحراف معياري (650). وجاءت الفقرتان رقم (23، 26) ونصهما: "الإشراف على الأنشطة الاجتماعية والعلمية في المستشفى" و"تزويد الإدارة العليا بالمستشفى بآراء الجمهور حول المستشفى" بمتوسط حسابي بلغ (3,54) وانحراف معياري (660). وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرتان (3,46) بانحراف معياري بلغ (776).

يستدل من هذه النتيجة على أن جهاز العلاقات العامة يسعى وبشكل كبير إلى تعريف الجمهور المستهدف بأنشطته وفعاليته، أي إنه يقدم المستشفى للجمهور من خلال هذه الأنشطة الاتصالية وبناء قاعدة معرفية حول هذه المؤسسة الطبية وخدماتها.

رابعاً: الصعوبات التي تواجه العاملين في جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي:

يتضح من الجدول رقم (7) الآتي أن المتوسط الحسابي العام للصعوبات والمعوقات التي تواجه جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس قد بلغ (3,16) بانحراف معياري (390). وبمقارنة المتوسط الحسابي العام مع معيار أداة الدراسة يتضح أن الصعوبات التي يواجهها الجهاز ويتعرض لها بشكل عام عالية جداً.

جدول (7): الصعوبات التي تواجه العاملين في جهاز العلاقات العامة في المستشفى

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الدرجة	بدرجة		بدرجة		بدرجة		لا		الفقرات	الرتبة الرقم	
			عالية		متوسطة		ضعيفة		تستخدم				
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
عالية	.439	3.77	76.9	10	23.1	3	.0	0	.0	0	العلاقات العامة لا تنشر المعلومات الإعلامية إلا بموافقة الإدارة العليا بالمستشفى.	27	1
عالية	.776	3.46	61.5	8	23.1	3	15.4	2	.0	0	تكليف العاملين بالعلاقات العامة بواجبات إدارية أخرى.	30	2
عالية	.480	3.31	30.8	4	69.2	9	.0	0	.0	0	عدم كفاية الدعم المالي المخصص لجهاز العلاقات العامة في تنفيذ واجباته.	28	3
عالية	.725	3.23	38.5	5	46.2	6	15.4	2	.0	0	لا يوجد اهتمام بتطوير أداء الممارسين وقدراتهم في عمل العلاقات العامة.	31	4
عالية	.725	3.23	38.5	5	46.2	6	15.4	2	.0	0	تقوم العلاقات العامة بالاتصال باتجاه واحد من المؤسسة إلى الجمهور.	33	4
عالية	.689	3.15	30.8	4	53.8	7	15.4	2	.0	0	لا يوجد كادر كافٍ في جهاز العلاقات العامة بالمستشفى.	29	6
منخفضة	.961	2.62	15.4	2	46.2	6	23.1	3	15.4	2	عدم وجود عدالة في التعامل مع العاملين في جهاز العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا في المستشفى.	34	7
منخفضة	1.050	2.54	23.1	3	23.1	3	38.5	5	15.4	2	ضعف المستوى العلمي للعاملين في جهاز العلاقات العامة بالمستشفى.	32	8
عالية	.390	3.16									الصعوبات		



وفيما يتعلق بالصعوبات التي حظيت بدرجة عالية فقد جاءت الفقرة رقم (27) ونصها: "العلاقات العامة لا تنشر المعلومات الإعلامية إلا بموافقة الإدارة العليا بالمستشفى" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.77) وانحراف معياري بلغ (439)، وجاءت الفقرة رقم (30) في المرتبة الثانية ونصها: "تكليف العاملين بالعلاقات العامة بواجبات إدارية أخرى" بمتوسط حسابي بلغ (346) وانحراف معياري بلغ (776)، وجاءت الفقرة رقم (28) في المرتبة الثالثة ونصها: "عدم كفاية الدعم المالي المخصص لجهاز العلاقات العامة في تنفيذ واجباته" بمتوسط حسابي بلغ (3.31) وانحراف معياري بلغ (480)، وجاءت الفقرتان رقم (31، 33) في المرتبة الرابعة، ونصهما: "تقوم العلاقات العامة بالاتصال باتجاه واحد من المؤسسة إلى الجمهور" و"لا يوجد اهتمام بتطوير أداء الممارسين وقدراتهم في عمل العلاقات العامة" بمتوسط حسابي بلغ (3,23) وانحراف معياري (725). وجاءت فقرة رقم (29) في المرتبة الخامسة، ونصها: "لا يوجد كادر كافٍ في جهاز العلاقات العامة في المستشفى"، بمتوسط حسابي بلغ (3,15) وانحراف معياري بلغ (689).

وفيما يتعلق بالصعوبات التي حظيت بدرجة منخفضة فقد جاءت الفقرة رقم (34) ونصها: "عدم وجود عدالة في التعامل مع العاملين في جهاز العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا في المستشفى" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,62) وانحراف معياري بلغ (961)، وجاءت الفقرة رقم (32) في المرتبة الثانية ونصها: "ضعف المستوى العلمي للعاملين في جهاز العلاقات العامة بالمستشفى" بمتوسط حسابي بلغ (2,54) وانحراف معياري بلغ (1,050).

يستدل من هذه النتيجة على أن أبرز الصعوبات التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في عملهم تتمثل في الضغوطات التي يتلقونها من الإدارة في عملية مراقبة وتقنين النشر بشكل يزعج أداءهم ويركبه، كما أن التكليف بأعمال وأنشطة إدارية يتعب جهاز العلاقات العامة ويجعله يعمل بازديادية، ويشتت انتباه العاملين وأعمالهم الأساسية، وهي من الصعوبات والتحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في البلدان النامية، بسبب نظرة الإدارات العليا إلى عمل أجهزة العلاقات العامة وأهميتها.

## النتائج:

### توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن وسائل الإعلام الجديدة تتفوق على بقية الوسائل الاتصالية التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي للتواصل مع الجمهور، يلي ذلك، وباستخدامات متوسطة، وسائل الإعلام التقليدية.

- أن استخدام جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي للأساليب الاتصالية التي تتضمن أدوات الاتصال الشخصي والجمعي جاء بتقديرات عالية جداً.
- أن جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي يمارس الأنشطة التعريفية والإخبارية بدرجات عالية جداً.
- أن أبرز الصعوبات التي يعاني منها جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي هي تلك التي يتلقاها من الإدارة العليا (المراقبة الحثيثة والتقنين في عملية النشر)، أي التدخل المبالغ فيه في أعمال ممارسي العلاقات العامة، وتكليفهم بأعمال إدارية ثانوية لا تمت بصلة للأنشطة الرئيسية لجهاز العلاقات العامة، مما يثقل عليهم، ويشتت جهودهم ويبعدهم عن واجباتهم الأساسية.
- أن العاملين في جهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي هم من الذكور فقط، وأنهم يمارسون أعمالهم في الجهاز دون الحصول على درجة علمية في مجال العلاقات العامة، أو الاعلام عموماً، وأن كل تخصصاتهم في مجالات العلوم الإنسانية.

#### التوصيات:

##### يوصي الباحث بالآتي:

- أن يولي جهاز العلاقات العامة، إلى جانب وسائل الإعلام الجديدة، اهتماماً بوسائل الاعلام التقليدية الجماهيرية، ممثلةً بالصحف، والمجلات، والإذاعات، لما تتمتع به من مصداقية وقبول لدى الجمهور، فهي من المصادر التي يستقي منها الجمهور المعلومات عموماً، وتعد مصدر ثقة لدى الناس أكثر من وسائل الإعلام الجديدة، التي لا يجيد بعض الناس استخدامها، وخاصةً بعض كبار السن.
- أن ينوع جهاز العلاقات العامة في استخدام الأساليب الاتصالية، بحيث لا يقتصر اهتمامه على استخدام الاتصال الشخصي أو الجمعي، وأن يولي عنايةً للأنشطة ولمطبوعات العلاقات العامة، كالمجلات والمسبقات الصحفية والنشرات الإخبارية.
- أن تولي الإدارة العليا للمستشفى عنايةً لائقة بجهاز العلاقات العامة، وأن تمكنه من المشاركة في صنع القرارات.
- أن تعمل إدارة المستشفى على تعيين ممارسات في جهاز العلاقات العامة، لما لذلك من خصوصية وأثر طيب في تأدية الواجبات الملقاة عليه، مع الأخذ في الاعتبار التركيز على المتخصصين في حقل العلاقات العامة والإعلان.
- تفعيل استخدام النموذج الاتصالي المثالي لممارسة العلاقات العامة في المستشفى وهو (نموذج الاتصال المتوازن).

## The Communication Activities of the Public Relations Section at King Abdullah University Hospital and its Importance and Impact on the audience

Mohammad H. Salous, *Department of Radio and Television, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*

### Abstract

This study aims to identify on the communication activities of the public relations section at King Abdullah University Hospital and its importance in communicating with the internal and external audiences of the hospital. The study uses survey to carry out this research, using the questionnaire to collect information and data. The study sample consisted of (13) practitioners of public relations at King Abdullah University Hospital. The researcher used complete census method in determining the sample of the study. The study has come up with the following results:

1. The new media outperform the other means of communication used by public relations practitioners in the hospital.
2. The practitioners of the public relations in the hospital are using personal and group communication.
3. The public relations section at the hospital carries out informational and news communication activities.

**Keywords:** Public Relations, Communication Activities, Communication Levels, Hospitals.

### الهوامش :

- (1) الشامسي، هاتف، العلاقات العامة: المبادئ والأسس العلمية، دمشق، دار اليازوردي. 2003، ص52.
- (2) عاشور، هيا، الأنشطة الاتصالية لأنشطة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، عمان، جامعة البترا، 2014، ص2.
- (3) سلطان، محمد صاحب، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2011، ص24.

- 4) العتيبي، محمد مصلح ضاوي، دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين، دراسة ميدانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، قسم العلوم الإدارية، الرياض، 2003، ص 14.
- 5) نعيمش، هاشم أحمد، الإعلام في الجامعات الإسلامية، عمان، دار الفجر للنشر والتوزيع. 2011، ص 12.
- 6) المصدر السابق، ص 14.
- 7) جلد، سليم، الإستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات العامة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية. 2012، ص 13.
- 8) المصدر السابق، ص 14.
- 9) الشامي، لبنان، جرادات، عبد الناصر، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان، دار البيزوري للنشر والتوزيع. 2009، ص 23.
- 10) الحديد، علي، واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية، دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، جامعة الشرق الأوسط. 2010، ص 29.
- 11) الطائي، مصطفى حميد، الإدارة وأنشطة الاتصال في العلاقات العامة، عمان. 2017، ص 36.
- 12) الزهري، محمد محفوظ، العلاقات العامة، القاهرة، دار النهضة. 2004، ص 102.
- 13) عاشور، هيا، مصدر سابق، ص 14.
- 14) عتوم، أحمد، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير، عمان، جامعة الشرق الأوسط. 2010، ص 13.
- 15) عجوة، علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب. 1983، ص 54.
- 16) الحربي، رجا، العلاقات العامة والإدارة العليا، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع. 2012، ص 124.
- 17) عتوم، أحمد، مصدر سابق، ص 15.
- 18) أبو العسل، نوزات، الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2014، ص 12.
- 19) الجمال، راسم، عياد، محمد، إدارة العلاقات العامة والمدخل الإستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية. 2005، ص 12.
- 20) عتوم، علي، مصدر سابق، ص 13.
- 21) الباز، علي، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، القاهرة، دار الإشعاع الفتية. 2002، ص 122.
- 22) أبو العسل، نوزات، مصدر سابق.
- 23) عاشور، هيا، مصدر سابق.

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

- (24) العنزي، عبد الله، الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات السعودية، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2012.
- (25) منصور، تحسين ومنصور، هيا (2014)، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، (41) (2)، 801-820.
- (26) الحديد، علي، مصدر سابق.
- (27) العنزي، مفوض، العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية، رسالة ماجستير، الرياض، جامعة الملك سعود، 2006.
- 28) Arora, N., & Khurana, P. (2012). The Public Relations Practice & Impact on Effectiveness of Al-Basheer Hospital in Jordan. Amity Global Business Review, 7.
- 29) Kim, Y., Lee, J. (2010) Relationship between Corporate Image and Customer Loyalty in Mobile Communications Service Markets, Afrika Journal of Business Management. Vol. 4, No. 18.
- (30) الشكري، دعاء (2018). الصورة الذهنية للمجالس النيابية لدى قادة الرأي العام الأردني: دراسة على مجلس النواب السابع عشر، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2014، ص 22.
- (31) حسين، محمد سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص 147.
- (32) حسين، سمير وآخرون، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة، 1991، ص 55.
- (33) عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 419.

#### قائمة المصادر باللغة العربية:

- الباز، علي، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، القاهرة، دار الإشعاع الفتية، 2002، ص 122.
- جلدة، سليم، الإستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات العامة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2012.
- الجمال، راسم، عياد، محمد، إدارة العلاقات العامة والمدخل الإستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص 12.

- حسين، سمير وآخرون، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة. 1991.
- حسين، محمد سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب. 1995.
- الحديد، علي، واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية، دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، جامعة الشرق الأوسط. 2010، ص29.
- الحربي، رجا، العلاقات العامة والإدارة العليا، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع. 2012.
- الزهري، محمد محفوظ، العلاقات العامة، القاهرة، دار النهضة. 2017، ص3.
- سلطان، محمد صاحب، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2011.
- الشامي، لبنان، جرادات، عبد الناصر، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع. 2009، ص23.
- الشكري، دعاء. الصورة الذهنية للمجالس النيابية لدى قادة الرأي العام الأردني: دراسة على مجلس النواب السابع عشر، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2014.
- الطائي، مصطفى حميد، الإدارة وأنشطة الاتصال في العلاقات العامة، عمان. 2017، ص3.
- عاشور، هيا، الأنشطة الاتصالية لأنشطة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، عمان، جامعة البترا، 2014.
- عتوم، أحمد، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير، عمان، جامعة الشرق الأوسط. 2010.
- عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب. 2004.
- العتيبي، محمد مصلح ضاوي، دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين، دراسة ميدانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، قسم العلوم الإدارية، الرياض، 2003.
- عجوة، علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب. 1983.

الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور

أبو العسل، نوزات، الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2014.

العنزي، عبد الله، الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات السعودية، رسالة ماجستير، إربد، جامعة اليرموك، 2012 .

العنزي، مفوض، العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية، رسالة ماجستير، الرياض، جامعة الملك سعود، 2006.

منصور، تحسين ومنصور، هيا، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية (41)، (2)، 2014، 801-820.

نغيمش، هاشم أحمد، الإعلام في الجامعات الإسلامية، عمان، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011، ص 12.

#### قائمة المصادر الأجنبية:

Arora, N., & Khurana, P. (2012). The Public Relations Practice & Impact on Effectiveness of Al-Basheer Hospital in Jordan. *Amity Global Business Review*, 7

Kim, Y, Lee. J (2010) *Relationship between Corporate Image and Customer Loyalty in Mobile Communications Service Markets, Afrika Journal of Business Management. Vol. 4, No. 18.*

#### الأساتذة المحكمون:

- أ. د. إبراهيم أبو عرقوب/ الجامعة الأردنية.
- أ. د. محمد فلاح القضاة/ جامعة الكويت.
- د. عبد الكريم الديسي/ جامعة البترا.